

## قائمة وعرض الملاحق

الملحق رقم (١) المقابلات حسب الفئات والتخصصات للمبحوثين:

المجموعة الأولى/ قيادات الاستراتيجية الإعلامية وهم:

١. سلطان الجابر - وزير الصناعة والتكنولوجيا المتقدمة وعضو مجلس القوة الناعمة - رئيس المجلس الوطني للإعلام سابقاً.

٢. سلطان النعيمي - مدير مركز الإمارات للبحوث والدراسات الاستراتيجية.

٣. سعادة محمد جلال الرئيسي - مدير عام وكالة أنباء الإمارات (وام).

٤. نورة الكعبي - وزيرة الثقافة والشباب - عضو مجلس القوة الناعمة - وزيرة الدولة لشؤون المجلس الوطني الاتحادي سابقاً.

المجموعة الثانية/ أعضاء مجلس القوة الناعمة والدبلوماسية البرلمانية وهم:

١. أحمد ناصر الرئيسي - رئيس الإنتربول الدولي المفتش العام في وزارة الداخلية والناشط في مجال العلاقات الدولية.

٢. أمل القبسي - أول امرأة تتولى رئاسة المجلس الوطني الاتحادي السابق - إحدى القيادات البرلمانية وناشطة سياسية أسهمت في مجال القوة الناعمة للدولة.

٣. ريم الهاشمي - وزيرة الدولة للتعاون الدولي - عضو مجلس الإمارات للقوة الناعمة - مدير عام أكسبو.

المجموعة الثالثة/ الناشطين السياسيين وصناع المحتوى الإعلامي وهم:

١. راشد النعيمي - رئيس قطاع الإعلام والنشر في وزارة الثقافة. - مدير قطاع القياس والمحتوى للإعلام الرقمي.

٢. ضاحي خلفان تميم - نائب رئيس الشرطة والأمن العام بدبي - ناشط سياسي مؤثر في تويتر.

٣. عبدالله عبدالكريم الرئيسي - مدير المحتوى الإعلامي في وكالة أنباء الإمارات - و الراصد لمؤشرات الإعلام الرقمي.

٤. عبدالخالق عبدالله - أستاذ جامعي وناشط سياسي - مؤثر في الإعلام الرقمي.

## المجموعة الرابعة/ رؤساء التحرير والمحتوى الإخباري في الصحافة والتلفزيون وهم:

١. حمد الكعبي- رئيس تحرير جريدة الاتحاد - الصحيفة الرسمية الناطقة باسم دولة الإمارات والمدير التنفيذي لقطاع التحرير والنشر في شركة أبو ظبي للإعلام سابقاً.
٢. خالد عبدالله عمران - رئيس مجلس الإدارة والمدير العام لدار الخليج للطباعة والنشر - إحدى أهم الصحف السياسية في الإمارات.
٣. عبدالحميد أحمد - رئيس تحرير جلف نيوز - الإمارات العربية المتحدة.
٤. ريم المري - مدير الأخبار المحلية والعالمية - مركز أخبار مؤسسة دبي للإعلام.

رؤساء التحرير والمحتوى الإخباري في الصحافة والتلفزيون الأجانب الذين يمثلون عينة محايدة في موضوع الدراسة تعطي مزيداً من التوافق والحياد وهم:

١. ناستيا سفيتيت: مراسلة روسية وناشطة وصحفية في روسيا اليوم (٢٠٢٢).
٢. عماد جواد: مراسل صحفي وتلفزيوني / روسيا (٢٠٢٢).
٣. صلاح جمعة: مراسل صحفي وتلفزيوني / القاهرة (٢٠٢٢).
٤. محمد موسى: صحفي ومراسل اخباري / باريس - فرنسا (٢٠٢٢).
٥. محمد صالح صدقيان: كاتب صحفي وسياسي طهران (٢٠٢٢).
٦. زاهي علاوي: صحفي ومراسل وكالة انباء / برلين (٢٠٢٢).
٧. جون ماكولي: صحفي زي ناشيونال / مقيم في الدولة منذ أكثر من ٨ سنوات (٢٠٢٢).

الملحق رقم (٢) خطاب من الجامعة بموافقة مركز الدراسات العليا PPS من جامعة العلوم  
الإسلامية الماليزية USIM بالدراسة الميدانية وجمع البيانات لاستكمال متطلبات الدراسة:



UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA  
جامعة العلوم الإسلامية الماليزية  
ISLAMIC SCIENCE UNIVERSITY OF MALAYSIA

Centre for Graduate Studies  
Tel: 06-797 8540/8541 Fax: 06-797 8634

Our Ref: USIM: 2.8/336 (4191403)  
Date: 14 Muharram 1444/ 12<sup>th</sup> August 2022

**TO WHOM IT MAY CONCERN**

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

Dear Sir / Madam,

**SEEKING PERMISSION TO DO DATA COLLECTION & SURVEY**

This is to certify the status of the following student:

Name	:	<b>Adnan Hamad Mohamed Hamad Alhammadi</b>
I.C/Passport No.	:	<b>ZY9493343</b>
Registration No.	:	<b>4191403</b>
Nationality	:	<b>United Arab Emirates</b>
Faculty	:	<b>Faculty of Leadership and Management</b>
Program	:	<b>Doctor of Philosophy (Communication)</b>
Mode of Study	:	<b>PhD Research</b>
Duration of Study	:	<b>4 - 12 Semesters</b>
Current Semester	:	<b>5</b>
Thesis Title	:	<b>توظيف القوة الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي لدولة الإمارات ودورها في تعزيز العلاقات الدولية</b>

Your willingness to provide insights on the matter related to his/ her study is highly appreciated.

Thank you.

Yours sincerely,

**(MOHD AKASHAH ABD RASHID)**  
Senior Assistant Registrar  
Centre for Graduate Studies



MAAR/mzmz  
Files/Confirmation Letter

Berilmu, Berdisiplin dan Bertakwa

Knowledgeable, Disciplined and Devout



Universiti Sains Islam Malaysia, Bandar Baru Nilai, 71800 Nilai,  
Negeri Sembilan Darul Khusus, Malaysia.  
Tel : (+6)06 - 798 8000 | Faks : (+6)06-798 8204 | www.usim.edu.my

## الملحق رقم (٣) ملف خاص للمقابلات المقننة مع قيادات العمل السياسي والتعاون الدولي

### والدبلوماسية البرلمانية والاعلام لدولة الامارات العربية المتحدة:

تم اختيار شخصيات الدراسة بالطريقة الغرضية على أساس توفر صفات قيادية ومضمون ومحتوى عميق لموضوع البحث، وبناءً على ارتباطهم بموضوع الدراسة حيث أنهم يشغلون مناصب قيادية تتمثل في السياسة والدبلوماسية والاعلام والثقافة والتعاون الدولي وهي الأدوات الفاعلة في منظومة الإمارات للقوة الناعمة والاعلام الرقمي الحكومي لذا تم اختيارهم بعناية فائقة ودقيقة لتعزيز هذا الملف وقد تم تقسيمها على النحو التالي:

<b>أولاً: قيادات الاستراتيجية الإعلامية</b>	
	<p>١ الاسم: معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر</p> <p>المنصب: وزير الصناعة والتكنولوجيا المتقدمة – رئيس المجلس الوطني للإعلام سابقاً</p> <p>الجنسية: الامارات</p>
	<p>٢ الاسم: معالي نورة بنت محمد الكعبي</p> <p>المنصب: وزيرة الثقافة والشباب – الرئيس التنفيذي لهيئة المنطقة الإعلامية في ابوظبي – وزيرة الدولة لشؤون المجلس الوطني سابقاً</p> <p>الجنسية: الامارات</p>
	<p>٣ الاسم: سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي</p> <p>المنصب: المدير العام لمركز الدراسات والبحوث الاستراتيجية</p> <p>الجنسية: الامارات</p>
	<p>٤ الاسم: محمد جلال الريسي</p> <p>المنصب: المدير العام لوكالة انباء الامارات(وام)</p> <p>الجنسية: الامارات</p>
<b>ثانياً: أعضاء مجلس القوة الناعمة والدبلوماسية البرلمانية</b>	
	<p>١ الاسم: معالي ريم إبراهيم الهاشمي</p> <p>المنصب: وزيرة الدولة للتعاون الدولي – عضو مجلس إدارة القوة الناعمة – المدير العام لأكسيو 2020</p> <p>الجنسية: الامارات</p>

	<p>٢ الاسم: معالي الدكتورة امل عبدالله القبيسي المنصب: رئيس المجلس الوطني الاتحادي سابقاً – اول امرأة إماراتية تشغل منصب الرئيس في البرلمان الإماراتي الجنسية: الامارات</p>
	<p>٣ الاسم: سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي المنصب: رئيس المنظمة الدولية للشرطة (الانتربول) – مفتش عام وزارة الداخلية الجنسية: الامارات</p>
<p><b>ثالثاً: الناشطين السياسيين وصناع المحتوى الإعلامي</b></p>	
	<p>١ الاسم: معالي الفريق ضاحي خلفان تميم المنصب: نائب رئيس الشرطة والامین العام بدبي – ناشط في وسائل الاعلام والتواصل الاجتماعي الجنسية: الامارات</p>
	<p>٢ الاسم: الدكتور عبدالخالق عبدالله المنصب: أستاذ السياسة – الكاتب والناشط السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي الجنسية: الامارات</p>
	<p>٣ الاسم: الدكتور راشد خلفان النعيمي المنصب: مدير قطاع المحتوى في وزارة الثقافة – وكيل الوزارة المساعد للخدمات المساندة في المجلس الوطني للإعلام سابقاً الجنسية: الامارات</p>
	<p>٤ الاسم: عبدالله عبدالكريم الرئيسي المنصب: المدير التنفيذي لقطاع المحتوى الاخباري في وكالة انباء الامارات(وام) الجنسية: الامارات</p>
<p><b>رابعاً: رؤساء التحرير والمحتوى الاخباري في الصحافة والتلفزيون</b></p>	
	<p>١ الاسم: حمد الكعبي المنصب: رئيس تحرير جريدة الاتحاد – المدير التنفيذي لقطاع النشر والتحرير في شركة ابوظبي للإعلام سابقاً الجنسية: الامارات</p>

	<p>٢ الاسم: خالد عبدالله عمران تريم المنصب: رئيس مجلس الإدارة والمدير العام لدار الخليج للصحافة والطباعة والنشر الجنسية: الامارات</p>
	<p>٣ الاسم: عبدالحميد أحمد المنصب: رئيس تحرير صحيفة جلف نيوز الجنسية: الامارات</p>
	<p>٤ الاسم: مصطفى إسماعيل الزرعوني المنصب: رئيس تحرير صحيفة الرؤية - رئيس تحرير صحيفة خليج تايمز سابقاً الجنسية: الامارات</p>
	<p>٥ الاسم: ريم محمد بن غانم المري المنصب: مدير الاخبار العالمية واخبار الامارات في مركز اخبار مؤسسة دبي للإعلام الجنسية: الامارات</p>

الأسئلة المقننة التي تم توجيهها لعينات وشخصيات الدراسة والإجابة التفصيلية المفروغة من التسجيل الصوتي بالإضافة إلى الاستنتاجات والتوصيات

### السؤال الأول:

معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر:

١. ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي للتقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟
- تتمتع حكومة الإمارات بحضور كبير على منصات التواصل الاجتماعي، باعتبارها مصدراً مهماً لنشر الأخبار.
- وهذا الحضور واضح جداً من خلال الاستخدام الكبير لهذه المنصات لنشر الأخبار والمعلومات السريعة (مثل التعيينات أو التشكيلات الوزارية، وأخر مستجدات فيروس كورونا، وغيرها).
- وبخصوص استخدام التقنيات والتطبيقات المتطورة، فربما يتعذر علينا تقييم ذلك، وهو أمر قد لا يستطيع معرفته سوى الموظفين الداخليين.
- ولكن إذا نظرنا إلى معدل انتشار الأخبار، فقد يبدو أن التقنيات والتطبيقات المستخدمة ربما تكون أساسية وتقليدية، وليست متطورة.

#### الاستنتاجات:

- تتمتع حكومة الإمارات بحضور كبير على منصات التواصل الاجتماعي
- يتعذر في الوقت الحالي تقييم استخدام التقنيات والتطبيقات المتطورة فربما تكون تقليدية وليست متطورة

#### التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالمنصات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على التحديث المستمر لكل الأخبار عليها
- تطوير الأساليب والتقنيات المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الحكومي

## معالي نورة الكعبي:

1. ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟
  - قامت الجهات الحكومية باستخدام التطبيقات الذكية بشكل فعال منذ البداية، ومن ذلك التطبيقات الإعلامية التي وظفتها الجهات الحكومية لتخاطب مختلف الشرائح من مستخدميها.
  - المحتوى يبقى هو العامل المتغير، حيث نجحت بعض الجهات أكثر من الأخرى في إيصال رسائلها وجذب انتباه جمهورها.

سؤال فرعي: ماهي أهم التطبيقات المتطورة التي تواكب سهولة إيصال الرسالة الإعلامية الإماراتية في المجتمعات الأخرى؟

طريقة إيصال الرسالة تختلف من جمهور إلى آخر وهنا في الإمارات هناك شركات وطنية وأيضاً عالمية اختارت من دولة الإمارات مقراً لها، ليس بالضرورة أن تحمل تلك الشركات رسالة الإمارات لكن الشيء الإيجابي هو تبادل الخبرات وتواجدها في الإمارات يثري ذلك، على سبيل المثال CNN تواجدها لأكثر من 10 سنوات في الإمارات وبعد تلك السنوات تقرر أن تكون لها أكاديمية للتعليم تضم طلبة من الإماراتيين والمقيمين وهذه من الأمور التي تساعد على الانفتاح ولكن التطبيقات التي ذكرتها لها جمهور ومنهم الجمهور الذي يفضل الورق أو تويتر أو غيره من التطبيقات الذكية وهي جميعها تطبيقات مكملة لبعض على حسب الجمهور أو الفئة، ولكن التطبيق السريع حالياً والذي يوصل الرسالة لكافة فئات المجتمع هو تطبيق tiktok و نعلم بأن كل تطبيق له مساوئ ومحاسن ولكن هذا التطبيق أصبح يقدم أشخاص ينشرون دروس تاريخية أو سياسية أو رسائل، وربما تتغير التطبيقات من وقت لآخر والأهم هو مواكبتها.

سؤال فرعي: الشيخ محمد بن راشد استخدم تطبيق تيك توك وربما أراد إيصال رسالة من خلاله للمجتمع الإماراتي، نحن في الإمارات كإعلام وصلنا لدرجة عالية من الكفاءة في نقل الخبر ومواكبة التوجه، كيف ترون أنتم في القيادة أن تستخدم تطبيقات تساعد على إيصال الرسالة، هل هناك دراسة لاستخدام الوسيلة الأسهل في إيصال رسالة الدولة؟

لا أدري إن كانت هناك دراسة بهذا الخصوص ولكن نحن متأكدون أن الجهة المسؤولة عن إيصال رسالة الدولة تنظر إلى الجمهور وعلى سبيل المثال عندما كنا نستعد للتسويق لجناح دولة الإمارات اتجهنا لاستخدام تطبيقات لها شعبية في بلدان أخرى مثل WeChat وغيره، مهارة التسويق مطلوبة لاختيار التطبيق الأمثل لإيصال الرسالة والتسويق أصبح له ذراع في الجانب الإلكتروني.

### الاستنتاجات:

- استخدمت الجهات الحكومية التطبيقات الذكية بشكل فعال لكنها لم تنجح في صناعة المحتوى
- لا بد من مواكبة تقنية التطبيقات الفعالة لأنها تتغير من وقت إلى آخر
- يعتبر تطبيق تيك توك في الوقت الحالي أسرع هذه التطبيقات
- لا بد من اختيار تطبيقات مناسبة تمكن من إيصال الرسالة الإعلامية

### التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالجوانب التقنية في الإعلام الرقمي وزيادة الاهتمام بشكل أكبر باستفسارات العملاء
- تفعيل دور مؤسسات الإعلام الوطنية في نقل الأخبار الحكومية
- دراسة أهم المساوئ الناتجة عن بعض وسائل الإعلام الغربية مثل تيك توك
- ضرورة التنوع في وسائل الاتصال الإلكترونية بحيث تستخدم البرامج التي تتفق مع كل اتجاه أو دولة

## معالي ريم إبراهيم الهاشمي

1. ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

بداية يمكن القول بأن دولة الإمارات يتوافر بها كافة وسائل الإعلام سواء كان التقليدي المعتمد على وسائل الإعلام المطبوعة أو التلفزيون والإذاعة أو الإعلام الرقمي الذي يطلق عليه الإعلام الجديد الذي يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع ويحظى بشعبية عالية في دولة الإمارات، ويستخدم على نطاق واسع سواء من قبل الأفراد، أو القطاع الخاص، أو من قبل الجهات الحكومية. وقد حرصت حكومة دولة الإمارات على تنظيم الإعلام الرقمي الحكومي في تفاعله مع الجمهور من خلال وضع القواعد والنظم ومنها الدليل

الإرشادي لممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي في عام ٢٠١٦ وهي وثيقة تحوي إطاراً لدعم الجهات في تطوير خطة عمل تفصيلية وفق مراحل محددة يمكن لأي جهة حكومية تطبيقها من أجل إطلاق وإدارة مبادرات المشاركة الإلكترونية بشكل ناجح. وقد ساهم ذلك في زيادة مستوى الكفاءة والفاعلية نحو التفاعل مع كافة التطبيقات المتطورة والتعامل معها وتسخيرها في توصيل الرسالة الإعلامية الإماراتية لكافة المستويات.

**الاستنتاجات:**

- تستخدم التطبيقات في الإعلام الرقمي الحكومي على نطاق واسع حتى من قبل الأفراد والقطاع الخاص
- تحتاج إلى زيادة مستوى الكفاءة والفاعلية نحو التأقلم مع كافة التطبيقات المتطورة والتعامل معها وتسخيرها في توصيل الرسالة الإعلامية الإماراتية لكافة المستويات ومنها العالم الخارجي

**التوصيات:**

- تطوير خطة عمل لوسائل الاتصال الرقمي وفق الكيفيات التي تضمن استخدامها من جهة حكومية
- إثراء مبادرات المشاركة الإلكترونية في وسائل الإعلام الحكومية

### معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي

١ - ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي في الإمارات للتقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته؟

بشكل عام دولة الإمارات تحاول رسم بصمتها الريادية في تقديمها لأي مبادرات مباشرة لتكون مواكبة لأي تطورات ، بالتأكيد الإعلام الرقمي والإعلام بشكل عام حظي باهتمام كبير من قبل القيادة والمؤسسات المعنية ، إذا كنا سنتحدث عن الإعلام بشكل عام سواء التقليدي أو الرقمي و هو ما تتوجه له الحكومة حالياً لأنه أكثر عملاً واستخداماً وليس محددًا لا بفئات عمرية ولا جنسيات معينة و يعتمد كذلك على اللغة المستخدمة ، أعتقد أننا أصبحنا أكثر تطوراً في هذا المجال لكن الطموحات أعلى لأنها تتواكب مع حجم الرؤى والاستراتيجيات في دولة الإمارات ، مثل الأعمال و المبادرات الكبيرة للدولة التي تترك فيها بصمات عالمية ، تحتاج لإعلام يكون على قدر كبير من الخبرة ومستوى يستطيع ترجمتها على المستوى العالمي ، و تصل رسالة الدولة إلى الإعلام الخارجي وللمتلقي العالمي ، ولاحظنا من خلال عملنا السابق في المجال البرلماني أن هناك الكثير من المبادرات التي تقوم بها دولة الإمارات تخفي عن العالم الخارجي.

**سؤال فرعي:** هل يحتاج الإعلام الرقمي إلى استخدام وسائل وتطبيقات أخرى غير التي يتم استخدامها في الدولة حالياً؟

أنا لست متخصصة في هذا المجال ، لكننا في هذا الوقت وفي ظل وجود منصات مختلفة و في وجود أكثر من ٢٠٠ جنسية في الإمارات فالتأكيد نحتاج لإبصال رسالتنا ومبادراتنا للمتلقى الخارجي وبلغاته المختلفة ، أعتقد بأنه لدينا قنوات تساهم في نشر رؤية الإمارات ودورها مثل القنوات الناطقة بهذه اللغات خصوصاً للجاليات و الفئات المختلفة التي تريد أن توصل لها رسالتك ، على سبيل المثال هناك الكثير من الحلفاء و الداعمين للدولة كانوا يستقون أخبارهم باللغة الإنجليزية من قناة الجزيرة الإنجليزية ، لماذا نحن كدولة لدينا توجه لكننا لا نملك صوت إعلامي خارجي وليس لدينا وسائل إعلامية نستطيع الاطلاع عليها و توصل رسالتنا الصحيحة كما نطرحها

**الاستنتاجات:**

- الإعلام الرقمي لا بد ان يواكب حجم الطموحات والمبادرات التي تطبقها الدولة و إبصالها للعالم الخارجي
- التطبيقات متوفرة ومتطورة لكن ينقصها المحتوى واللغة التي تخاطب بها العالم الخارجي

**التوصيات:**

- تنمية الأعمال والمبادرات الكبيرة للدولة على المستوى العالمي
- تفعيل الادوار الإعلامية والتي يخص شكل الدولة على مستوى الاعلام الخارجي

### معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

١ . ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

في مجالنا الشرطي شرطة دبي كانت سباقاً لتطبيق استراتيجية التحول الرقمي على مستوى الدوائر منذ تسعينيات القرن الماضي، وحققت نقلة نوعية في التحول الرقمي وأصبحت مواقعها ومنصاتها الرقمية معروفة

ومصدر للأخبار لدى كثير من وكالات الأنباء العالمية، واستخدامات التطبيقات عديدة وتتمتع حكومة الامارات بحضور على منصات التواصل ومنها نشر التشكيلات الوزارية والإحاطات اما في استخدام التطبيقات المتطورة فان الامر يحتاج لدراسة وتقييم لكن في النهاية يبقى الأهم استخدام التطبيقات المتطورة.

#### الاستنتاجات:

- لابد من دراسة وتقييم التطبيقات والمحتوى حتى. نتمكن من استخدام التطبيقات المتطورة التي تستطيع مخاطبة المتلقي في الخارج

#### التوصيات:

- القيام بما يلزم نحو تفعيل أدوار الاستخدام للتطبيقات المتطورة في الرسالة الإعلامية على المستوى المحلي والعالمي

#### سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي

١- ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

يتبنى الاعلام الحكومي في دولة الإمارات العربية المتحدة أحدث التقنيات لإيجاد الحلول للتحديات المستقبلية ومواكبة المستجدات، ومن هنا يحرص على استخدام أفضل التقنيات في ميدان العمل الإعلامي.

سؤال فرعي ١: كيف نتحدث عن استخدام الاعلام الرقمي الحكومي تقنياته وتطبيقاته المتطورة في أداء رسالته الإعلامية بالتفصيل؟

لاشك أن دولة الإمارات متقدمة بشكل كبير في الجانب التقني وتقود العالم ولديها الريادة واستخدامات متطورة في كافة المجالات ومشهود لها من قبل منظمات عالمية تقيم هذا النوع من الاستخدامات على أنها من أوائل الدول على المستوى العربي وأيضاً كانت من الدول المنافسة في هذا الجانب ، لكن أعتقد بأن هناك نوع من القصور في جانب الاستخدام على المستوى الدولي ، الآن نجاحنا المحلي لا يكون بذات المنظور حين يكون هناك وصول للعالم الآخر ، أن تريد أن تنتقل تجاريك وممارساتك المتميزة وأيضاً الجوانب المتميزة في حقوق الإنسان والموجودة في الإمارات والتي دائما تشككها الكثير من منظمات حقوق الإنسان في قدرة الإمارات على إدارة هذا الملف وأن هناك تحديات كثيرة فيها ، وهذا الهجوم أتى من القصور في استخداماتنا التقنية في الجانب الإعلامي لدول العالم ، يجب أن تكون هناك قنوات تلفزيونية ووجود على أرض الواقع في الدولة واليوم باستخدام التقنية الحديثة أصبحت الأمور أكثر سهولة وأكثر مرونة في إيصال رسالتك عن القوى الناعمة لتلك الدول ، وسأتحدث عن تجربة بسيطة سمعتها من الناس على أرض الواقع في أفريقيا خلال زيارتي السابقة ، دولة الإمارات على سبيل المثال لديها ممارسات كبيرة على مستوى المساعدات الإنسانية وهي الأولى على مستوى العالم في هذا الجانب ، لكن التأثير الإعلامي في هذا الجانب جداً ضعيف ، نحن ننشر في إعلامنا المحلي لكن المستفيدين حتى لا يعرفون عن تلك المساعدات ومن أين تأتي.

#### الاستنتاجات:

- يستخدم الاعلام الرقمي الحكومي أفضل التقنيات والتطبيقات المتطورة في نشر الاخبار لكن نلصق قصور في جانب الاستخدام على المستوى الدولي
- يبقى التأثير الإعلامي ضعيف جداً في تصدير القوة الناعمة للعالم الخارجي لاحتصار التغطية الإعلامية محلياً

#### التوصيات:

- تفعيل الدور الإعلامية نحو اظهار جوانب المساعدات الإنسانية على نطاق أوسع
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة من جهة والإعلام التقليدي من جهة أخرى الاجتماعي في إيصال جوانب المساعدات الإنسانية المختلفة في الاعلام العالمي وخاصة للدول المستقبلية لتلك المساعدات

#### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

1. ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

التوجه الحكومي العام في دولة الامارات نحو التحول للحكومة الذكية لا يمكن أن يكون بمعزل عن تسخير كل مقومات التقدم التقني والثكاء الاصطناعي وبالتالي فإن ما نشهده اليوم هو تحول شامل سواء من ناحية تقديم الخدمات أو توظيف الوسائل نحو إيصال الرسائل وفق الأهداف المرسومة لكل جهة أو مؤسسة.

#### الاستنتاجات:

- الاعلام الرقمي الحكومي تطور كثيراً لكن لا يمكن ان يكون بمعزل عن تسخيرها لتسويق الاجندة والاستراتيجيات والاهداف المرسومة له من قبل الدولة
- يعتبر الاعلام الرقمي من اهم الأدوات الأساسية لتعزيز القوة الناعمة ونحتاج لتكاتف الجميع لإيصال الرسالة المتعلقة بتعزيز التسامح والتعايش والمساعدات الإنسانية داخل الدولة وخارجها

**التوصيات:**

- تفعيل أدوار الاعلام الحكومي بشكل أوسع وأكثر انتشاراً

**الدكتور عبد الخالق عبدالله**

١. ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي للتقنيات والتطبيقات المتطورة، في أداء رسالته الإعلامية؟

من يتابع المشهد الإعلامي اليوم في الإمارات، يجد أن الإعلام الرقمي أصبح قوياً ملحوظاً وقائماً، وبالرغم من أن الإعلام الرقمي لم يكن له حضور قبل ١٠ سنوات تقريباً، إلا أنه الآن موجود وقائم وله أتباعه وأدواته ومؤسساته.

والآن، وبعد مرور ١٥ سنة تقريباً من بروز الإعلام الرقمي في الإمارات، أصبح الإعلام الرقمي ربما أكثر تأثيراً وأكثر حضوراً من الإعلام التقليدي، وهذا أصبح أمر من المسلمات في المشهد الإعلامي في الإمارات. والحقيقة أن الإعلام الرقمي في الإمارات أصبح منظماً وفق قوانين وتشريعات خاصة به، خصوصاً من ناحية الجرائم التي قد ترتكب من حيث مساحة العمل فيه، والمجمل الآن أن الإعلام الرقمي ينتعش بقوة في الإمارات، واعتقد أن المستقبل له.

**سؤال فرعي ١: ما هي التطبيقات المتطورة، التي ترى أن الإعلام الرقمي الإماراتي الحكومي يستخدمها؟**  
أعتقد، أن الإعلام الرقمي الحكومي، استغل بنجاح، استثمار الحكومة في البنية التحتية الرقمية في الإمارات، فالدولة خلال الخمسين سنة الماضية استثمرت بسخاء في البنية التحتية الصلبة، وقد بدأت في السنوات الخمس الأخيرة، تستثمر بعمق وسخاء أكثر في البنية التحتية الرقمية، وقد شمل هذا الاستثمار مجالات عدة منها، الاقتصاد والتجارة وغيرها، ومنها أيضاً الإعلام، والدليل على ذلك وجود منصات عديدة تابعة للحكومة، كما توجد شخصيات رسمية لها حضور عالمي كبير في الإعلام الرقمي، فصاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة، رئيس مجلس الوزراء، حاكم دبي، له من الحضور في الإعلام الرقمي أكثر من أي زعيم عربي وخليجي آخر، وكذلك صاحب السمو الشيخ محمد بن زايد آل نهيان ولي عهد أبوظبي نائب القائد الأعلى للقوات المسلحة، وأصحاب السمو الشيوخ وأولياء العهود، ولجميعهم متابعون بالملايين على امتداد العالم بأسره، وهو ما يعني أن الشخصيات الإماراتية القيادية تتواصل مع الجمهور، ولها تأثير كبير ولحظي في آن واحد.

أيضاً فإن المؤسسات الحكومية المحلية والخدمية، أصبحت كلها تتواصل مع الجمهور عبر منصات الرقمية، وكذلك المؤسسات الإعلامية التقليدية، كوكالة أنباء الإمارات وغيرها، أصبحت تعتمد على متابعيها الرقميين عبر وسائل التواصل ومنصات الرقمية، أكثر مما تعتمد على قرائها التقليديين، كما أن الصحف المحلية والقنوات التلفزيونية تنتهج النهج ذاته حالياً.

وبالتالي إذا ما قورن الوضع الحالي مع الوضع قبل عدة سنوات، فإن الوضع الآن أفضل حالياً، كما أن المقارنة تصب في صالح الإمارات إذا ما قارنا وضع الإعلام الرقمي في الدولة مع سائر دول المنطقة.

**الاستنتاجات:**

- استغل الاعلام الرقمي الحكومي بنجاح استثمار الحكومة للبنية التحتية الرقمية في الامارات
- توجد شخصيات رسمية لها حضور عالمي كبير في الاعلام الرقمي الحكومي وعلى رأسها صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة الذي يعد أكثر زعيم عربي وخليجي له حضور في الاعلام الرقمي
- أصبحت معظم وسائل الاعلام تعتمد على متابعيها الرقميين أكثر من قرائها التقليديين لكن الامر يحتاج لمزيد من التطوير في المحتوى حتى يصل الى العالمية

**التوصيات:**

- ضرورة الوضع في الاعتبار للأفراد الغير عاملين بالتقنيات الحديثة مثل كبار السن وذلك بإيصال الرسائل بالطرق التي تناسبهم
- تفعيل أدوار الاتصال المؤسسي الحكومي على مستوى الأفراد

**محمد جلال الريسي**

١. ما مدى استخدام الاعلام الرقمي الحكومي الإماراتي للتقنيات والتطبيقات المتطورة؟

في ظل التقنيات والتطبيقات المتطورة والمتوفرة بشكل كبير للإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي من أدوات ووسائل فإن الإعلام الرقمي الحكومي نجح في استخدام جميع هذه التقنيات والتطبيقات في إطار تغطيته الإعلامية وإرسال رسائله وإخباره على المستوى المحلي بصورة تفصيلية ومكتملة حظي بتفاعل كبير بين وسائل الإعلام الرقمي وجمهور المتلقي داخل دولة الإمارات لكن التحدي الأكبر يكمن في استخدام هذه التقنيات والتطبيقات وتسخيرها في أداء رسالته الإعلامية للعالم الخارجي حتى تتمكن من تعزيز القوة الناعمة للإمارات. في هذه المسألة جانبين الجانب المحلي والدولي، في الجانب المحلي اعتقد ان منظومة الاعلام الرقمي تعتمد في البدايات خاصة على نسق محلي تقليدي وكانت من الصعب ان تتحول الى نسق في الاعلام الاجتماعي الذي يعتمد على المرونة وتتعامل او تتعاطى مع المجتمع بطريقة غير معهودة وكذلك الاعلام المحلي اعتمد ان يكون في رصانة وأسلوب معين في الطرح توجد به إطالة واسهاب في الشرح وهذه الطريقة كانت لا تتناسب مع طريقة التحول الرقمي لكن بدأت المؤسسات تدريجياً في اللحاق بركب التطور للإعلام الرقمي عالمياً.

اما على المستوى الخارجي اعتقد ان كل وسيلة من وسائل الاعلام وضعت لنفسها هدف للوصول الى جمهور معين وهو الجمهور المحلي فقط دون الذهاب الى ما هو ابعد مع ان العالم تغير اليوم لان كل ما يكتب محلياً بإمكان مشاهدته وقراءته عالمياً وممكن بضغط زر واحدة يستطيع المتلقي ترجمة الرسالة الإعلامية الى عدة لغات لكن للأسف هناك كثير من المؤسسات والوسائل الإعلامية لم تفتح لنفسها الأفق من خلال اخبارها ورسائلها للوصول بها الى العالم الخارجي في الاعلام الرقمي.

#### الاستنتاجات:

- التحدي الأكبر يكمن في طريقة استخدام التقنيات والتطبيقات المتطورة وتسخيرها في أداء الرسالة الإعلامية للعالم الخارجي حتى تتمكن من تعزيز القوة الناعمة للإمارات
  - وسائل الاعلام الرقمي الحكومي حصرت نفسها في المتلقي المحلي دون الذهاب الى ما هو ابعد مع تغير التقنيات والعالم
  - هناك كثير من المؤسسات والوسائل الإعلامية لم تفتح لنفسها الأفق من خلال اخبارها ورسائلها للوصول الى العالم الخارجي عبر اعلامها الرقمي
- التوصيات:
- ضرورة تعزيز استخدام التقنيات والتطبيقات الحديثة وتسخيرها في أداء الرسالة الإعلامية للعالم الخارجي حتى تتمكن من تعزيز القوة الناعمة للإمارات.
  - فتح المجال بطريقة اكبر للوسائل الإعلامية للوصول الى العالم الخارجي في الاعلام الرقمي.

#### عبدالله عبدالكريم الربيسي

١. ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي للتقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

بشكل عام تحرص دولة الإمارات على مواكبة التطورات ومستجدات تقنيات الاتصال والإعلام والتطبيقات الذكية أولاً بأول، لاسيما فيما يرتبط بتوظيف كل ذلك في خدمة الرسالة الإعلامية لمختلف المؤسسات الإعلامية الوطنية، فعلى سبيل المثال: يتم التركيز في وكالة أنباء الإمارات على تسخير كل جديد في عالم الاتصال والإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي لخدمة الرسالة الإعلامية للوكالة، والتي تعكس بشكل أساسي رسالة دولة الإمارات الحضارية والإنسانية، مع مراعاة بأنه يتم تقييم كل تقنية وتطبيق من حيث مدى إمكانية وملاءمة الاستخدام من عدمه، إذ ليس شرطاً بأن كل تقنية جديدة أو تطبيق ذكي يجب استخدامه أو توظيفه في إيصال الرسالة الإعلامية للوكالة.

وعلى سبيل المثال لا الحصر، من التطبيقات التي تستخدمها حكومة دولة الإمارات، تطبيق (تويتر)، إذ أصبح من المألوف إعلان التعديلات الوزارية من خلاله، كما يتم استخدام تطبيقات (انستجرام ويوتيوب وفيسبوك).

#### الاستنتاجات:

- تستخدم حكومة الامارات تطبيق تويتر الذي أصبح مألوفاً في اعلان التعديلات الوزارية بالإضافة الى تطبيقات مثل انستجرام، ويوتيوب، فيس بوك
- لا بد من مراعاة تقييم كل تقنية وتطبيق من حيث مدى إمكانية وملائمة استخدامه من عدمه
- ليس شرطاً بأن كل تقنية او تطبيق ذكي يجب استخدامه او توظيفه للأعلام الخارجي

#### التوصيات:

- تفعيل أدوار وسائل الاعلام المحلية نحو تفعيل أدوار الاعلام الرقمي
- ضرورة التنوع في مصادر الاخبار من الجهات الإعلامية المحلية المختلفة

## ١- ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

واكبت المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات الطفرة التقنية، التي ظهرت بوضوح في الإعلام الرقمي، وأصبح مألوفاً لدى أي متابع للمؤسسات الحكومية أنها تتواصل مع الجمهور من خلال منصات رقمية متنوعة، تتمثل في حسابات على «تويتر» و«فيسبوك» و«انستجرام» و«يوتيوب»، إضافة إلى مواقع إلكترونية تطل من خلالها على جمهور المتعاملين .

وهذه المنصات على تنوعها توجه رسائل محددة للجمهور، تتناغم مع أهداف كل مؤسسة، سواء كانت تقدم خدمة، أو تتعلق بقطاع انتاجي معين من قطاعات الاقتصاد والطاقة والزراعة .

-اتجهت المؤسسات أيضاً إلى تطبيقات الهواتف الذكية كأداة من خلالها تُسهّل على الجمهور طرق الحصول على الخدمة، أو تحديث بياناتهم وتقديم الخدمات بسرعة ودقة مع ضمان الخصوصية .

-ومع انتشار التطبيقات يصبح التفاعل مع محتوى الإعلام الرقمي الحكومي أكثر سهولة .

-الاتجاه المتنامي نحو استخدام الإعلام الرقمي ظهر بوضوح منذ مارس ٢٠١٣، وفي سابقة هي الأولى على مستوى العالم اختار صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي «رعاه الله» الإعلان عن تشكيل وزاري جديد في حكومة دولة الإمارات عبر منصة التواصل الاجتماعي «تويتر» .

-ولدى القيادة الرشيدة وعي بأهمية الإعلام الجديد وضرورة الظهور من خلاله بالصورة التي تليق بدولة الإمارات العربية المتحدة، وتعكس قيمها النبيلة. وضمن هذا الإطار حدد صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، في أكتوبر 2019، سمات الشخصية الإماراتية على مواقع التواصل، و«هي الشخصية التي تمثل صورة زايد وأخلاق زايد في تفاعلها مع الناس، وتعكس الاطلاع والثقافة والمستوى المتحضر الذي وصلت إليه دولة الإمارات في المجالات كافة، كما تعبر عن تواضع الإنسان الإماراتي ومحبة للآخرين وانفتاحه على بقية الشعوب، وفي الوقت نفسه شخصية تعشق وطنها، وتفخر به وتضحى من أجله» ..

وفي ١٦ يونيو ٢٠٢٠ أطلق صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم أكاديمية الإعلام الجديد، مشيراً إلى أنها «مؤسسة جديدة لتجهيز أجيال جديدة من المتخصصين في الإعلام الجديد، هدفنا أن ننقل بكوادرننا لمستوى احترافي جديد على وسائل التواصل الاجتماعي» .

ومن تصريحات سموه تتضح أهمية الأكاديمية في «تأهيل خبراء ومديري التواصل في المؤسسات الحكومية والخاصة، بالإضافة إلى إعداد مؤثري تواصل جدد بشكل احترافي، الإعلام الجديد يوفر اليوم فرصاً وظيفية ومسارات مهنية، ويعد داعماً أساسياً لمسيرة التنمية» .

وهذا النوع من المؤسسات يبشر بتأهيل كوادر متميزة في الإعلام الرقمي تكون قادرة على مواكبة التطورات التقنية من ناحية وفي الوقت نفسه تكوين مؤثرين يستطيعون نقل رسالة المؤسسات الحكومية وتعزيز قوة الإمارات الناعمة .

هذه الأكاديمية التي تُعرّف نفسها بأنها: «منصة متكاملة لصناعة المحتوى والتعليم وتهدف إلى تمكين الشخصية الإماراتية والعربية من الدخول في المشهد الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة» .

ولا شك أن الإعلام الرقمي الحكومي يستمد أهميته من الطفرة التي يشهدها هذا الرافد الجديد في الدولة بشكل عام، وهذا ما تشير إليه إحصاءات صدرت عام ٢٠١٨ مفادها أنه «يسير في نسق تصاعدي يؤهله للقيام بدور فاعل في مسيرة التنمية المستدامة التي تنشدها الدولة على مختلف الصعد السياسية والاقتصادية والاجتماعية» .

ويمكن الاستناد إلى معطيات التقرير في التعرف اتجاهات نمو الإعلام الرقمي: (تحتل الإمارات المركز الأول عالمياً من حيث عدد مستخدمي الإنترنت نسبة إلى إجمالي عدد السكان حيث تبلغ نسبة انتشار الإنترنت بين سكان الإمارات ٩٩ بالمائة وذلك بحسب تقرير صادر عام ٢٠١٨ عن موقع «هوستنغ فاكتس» المتخصص.

وتعكس مؤشرات سوق الإعلان في دولة الإمارات قوة حضور الاعلام الرقمي وتعاضم تأثيره على الرأي العام المحلي حيث أظهرت دراسة جديدة أن حوالي ٤٣ بالمائة من المعلنين في الإمارات ينفقون ما يصل إلى ١٠ آلاف دولار لكل حملة مؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي. وأظهر استطلاع أجرته مؤسسة/BPG Cohn & Wolfe بالتعاون مع يوجوف أن ٩٤ بالمائة من المسوقين في دولة الإمارات يعتقدون أن التسويق المؤثر على وسائل الإعلام الاجتماعية يلعب دوراً رئيسياً في نجاح علاماتهم التجارية.

ويبلغ عدد الحسابات النشطة على مواقع التواصل الاجتماعي في الإمارات نحو ١٩,٣ مليون حساب بحسب تقرير حالة التواصل الاجتماعي ٢٠١٨ الذي أعدته «كراود أناليزر» بالشراكة مع «هوتسوت» . وأفاد التقرير بأن حسابات مواقع التواصل الاجتماعي النشطة في الإمارات تتوزع بواقع ٨,٥ مليون مستخدم

على «فيسبوك» و ٣,٥ مليون مستخدم نشط على «لينكد إن» و ٣,٣ مليون مستخدم ل «إنستغرام» و مليوني مستخدم ل «تويتر» والعدد ذاته من الحسابات على موقع «سناب شات». ووفق البيانات الواردة بالتقرير استحوذ «فيسبوك» على نحو ٤٤٪ من الحسابات النشطة على مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية في الإمارات حيث بين التقرير أن مستخدمي الموقع يتوزعون بواقع ٦,٣ مليون حساب للذكور و ٢,٢ مليون للإناث.

وتوزعت اهتمامات مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بين التسوق ٥,٦ مليون مستخدم واللياقة البدنية ٣ ملايين مستخدم والألعاب ٤,٥ مليون مستخدم والأخبار أربعة ملايين مستخدم و ٨,٥ مليون مستخدم للسفر.

وأوضح التقرير أن موقع التواصل المهني «لينكد إن» استحوذ على ١٨,١٪ من قاعدة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية في الدولة منهم مليون حساب للذكور و ٨٠٠ ألف حساب نشط للإناث بينما بلغ عدد المديرين نحو ٢٨٠ ألفاً والمديرين التنفيذيين ١٦٠ ألفاً ونحو ٦١ ألف رئيس تنفيذي للشركة أو أحد الأقسام مقابل ١٩ ألف شريك.

وبلغت حصة موقع «إنستغرام» نحو ١٧٪ من الحسابات النشطة على مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية في الإمارات حيث بين التقرير أن مستخدمي هذا الموقع في الدولة يتوزعون بواقع ٢,١ مليون حساب للذكور و ١,٣ مليون للإناث.

وتوزعت اهتمامات مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي «إنستغرام» بين التسوق ٢,٢ مليون مستخدم واللياقة البدنية ٢,٣ مليون مستخدم والألعاب ٢,١ مليون مستخدم والأخبار ١,٣ مستخدم والموضة والأزياء ١,٩ مليون.

وبلغت حصة «تويتر» نحو 10.3٪ من الحسابات النشطة على مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية في الإمارات يتوزعون بواقع ١,٣ مليون حساب للذكور ونحو ٧٠٠ ألف حساب للإناث. وأوضح التقرير أن ٧٥٤ ألف مستخدم على «تويتر» في الإمارات اختاروا اللغة الإنجليزية كلغة قياسية لحساباتهم على موقع التواصل الاجتماعي مقابل ٦٦٦ ألفاً اختاروا اللغة العربية. وبلغت حصة «سناب شات» نحو ١٠,٣٪ من الحسابات النشطة على مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية في الإمارات يتوزعون بواقع ٨٢٥ ألف مستخدم للذكور ونحو مليون حساب للإناث. (نهاية التقرير).

#### الاستنتاجات:

- واكبت معظم المؤسسات الحكومية تطور تقنية التطبيقات من خلال منصات رقمية متنوعة مثل تويتر وفيس بوك وإنستغرام ويوتيوب في تعاملها مع جمهورها المحلي
- يجب ان ننقل بكوننا لمستوى احترافي جديد على وسائل التواصل الاجتماعي
- استخدامات الاعلام الرقمي الحكومي في الامارات نشطة وكبيرة لكنها تنحصر في التغطية المحلية دون استثمارها خارجياً

#### التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالمنصات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على التحديث المستمر لكل الاخبار عليها
- تطوير الأساليب والتقنيات المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الحكومي
- ضرورة الاعتماد على المنصات الإلكترونية بتوزيع متعادل وبدون استئثار طرف على اخر

#### خالد عبدالله عمران تريم

١. ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

من المعروف أن دولة الإمارات لها باع طويل في استخدام التقنيات والتطبيقات المتطورة في شتى المجالات. وقد أثبتت جانحة كورونا أن الاستثمار في البنية التحتية الإلكترونية قد ساعد كثيراً على التعامل مع تداعيات تلك الجائحة. ومن الطبيعي أن يكون الإعلام الحكومي الرقمي في مقدمة المستفيدين من كل ما هو متوفر من تقنيات وتطبيقات على أعلى المستويات في دولتنا الحبيبة ويكفي ان نشير ان معظم المؤسسات الإعلامية وحتى الاتحادية الأخرى باتت تستخدم معظم التطبيقات المعروفة المتطورة في أداء رسالتها الإعلامية داخلياً على أكمل وجه.

#### الاستنتاجات:

- دولة الامارات لها باع طويل في استخدام التقنيات والتطبيقات المتطورة في شتى المجالات
- معظم المؤسسات الإعلامية الرقمية باتت تستخدم معظم التطبيقات المتطورة في أداء رسالتها الإعلامية داخلياً على أكمل وجه لكنها لم تصل للعالمية

## التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بنشر ثقافة التطبيقات الالكترونية على كافة الوسائل الإعلامية في الدولة

### عبد الحميد أحمد

١- ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

- هذه التطبيقات تستخدم بشكل جيد، كما كان واضحا خلال إطلاق مسبار الأمل في العام ٢٠٢٠ حيث تم استخدام معظم تقنيات الاعلام الرقمي من وسائل تواصل اجتماعي والفيديو والصور لإيصال الرسالة الإعلامية إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف في معظم دول العالم، كما تم توظيف بعض المتخصصين والمؤثرين في هذا المجال لدعم تلك الرسالة.
- في حملة التطعيم ضد كوفيد ١٩ تم كذلك استخدام تقنيات الاعلام الجديد بكفاءة وحرفية ما أسهم في نجاح الحملة الوطنية للتطعيم حيث أصبحت الإمارات من أعلى الدول في العالم تطعيما نسبة إلى عدد السكان.
- حملة التطعيم الناجحة في رأيي كانت أحد أهم الأسباب التي جعلت دولة الامارات من أكثر الدول في العالم أمانا في ظل الجائحة ما ساهم في تسريع عملية الانفتاح الاقتصادي والسياحي وتنظيم فعاليات عالمية مثل اكسبو دبي وسباق الفورمولا ونشاطات كثيرة منذ بداية العام ٢٠٢١.

### الاستنتاجات:

- تستخدم المؤسسات الحكومية تقنية الاعلام الرقمي بشكل جيد من خلال توفر معظم التطبيقات الحديثة في دولة الامارات وتحاول استهداف الجمهور في معظم دول العالم

## التوصيات:

- ضرورة دراسة أسباب النجاح في الرسائل الإعلامية المتعلقة بالحملات المختلفة وتفعيلها للتطبيق في حملات أخرى
- تفعيل أدوار وسائل الاعلام المحلية نحو تفعيل أدوار الاعلام الرقمي.

### مصطفى إسماعيل الزرعوني

١- ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

تعتبر حكومة الإمارات من أوائل الحكومات التي أطلقت مواقع إلكترونية وأنشأت صفحات لها على وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بتوجيهات واضحة من القيادة الرشيدة للدولة لإيصال المعلومات للناس بسرعة وشفافية وسط بيئة تفاعلية.. وبما ينماشى كذلك مع توجه الدولة نحو بناء حكومة ذكية ممنهجة تخضع وزاراتها والجهات التابعة لها لبرنامج تقييم سنوي من هذا الجانب.

ويعتبر صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي من أوائل القادة الذين فتحوا حساب على موقع فيس بوك ويشارك بصورة مستمرة في نشر مختلف القرارات والحكم والرؤى القيادية ونقل بعض الأخبار كما هو حال العديد من قادة الدولة.. وهنا نستذكر الإعلان عن التشكيل الوزاري لحكومة الإمارات عبر موقع تويتر ليكون أول منصة رقمية في العالم يتم من خلالها الإعلان عن أمر كهذا.

### الاستنتاجات:

- تعتبر حكومة الامارات من. أوائل الحكومات التي أطلقت مواقع إلكترونية
- يعتبر صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة من أوائل القادة الذين فتحوا حسابات إلكترونية على مواقع التواصل وينشر من خلالها قرارات وتعديلات مجلس الوزراء

## التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالمنصات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على التحديث المستمر لكل الاخبار عليها فيما يتعلق بالتشكيلات الوزارية مثلا
- تطوير الأساليب والتقنيات المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الحكومي

### ريم محمد بن غانم المري

١- ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

تستخدم وسائل الاعلام الرقمي والوسائل المتاحة في الساحة ولكن اللغة المستخدمة فقط العربية يجب ان تكون للمنشورات نسخ بلغات اخرى منها الإنجليزية والصينية والفرنسية والاوردو والألمانية ، بالإضافة لذلك فإن جودة المحتوى تفقر للأبداع ، فبالرغم من تنوع المحتوى المرئي الا اننا لا زلنا نرى تشابه

كبير في المحتوى بكل المناسبات والتي ربما تناسب جمهور محدد و فئة قليلة ، فمن الضروري ان يكون الاعلام الرقمي شمولي بشكل أكبر يتناسب مع ذائقة الجمهور مستهدفاً جميع الشرائح و الفئات العمرية ، فالأمر لم يعد مقصوراً على مواقع التواصل الاجتماعي ، اليوم هناك العديد من للتطبيقات الترفيهية التي من المهم إيصال الرسائل عبرها عن طريق التسويق و الدعاية للوصول لهذه المرحلة يتطلب وجود قاعدة بيانات ضخمة تسهم في تسويق الرسالة بعد صياغتها كمحتوى ، كما أن هناك ضعف في التطبيقات اذ ليس هناك تطبيق اعلامي حكومي قوي ومرغوب يكون هو المرجع الأساسي وهذا يتطلب تنسيق حكومي على المستوى الاتحادي و المؤسسات المحلية في كل الامارات

#### الاستنتاجات:

- هناك ضعف في التطبيقات لعدم وجود تطبيق اعلامي حكومي قوي يكون المرجع الأساسي وهذا يتطلب تنسيق حكومي على المستوى الاتحادي والمحلي في الامارات
- رغم تنوع المحتوى المرئي الا اننا لا زلنا نلمس تشابه كبير وتفقر للأبداع في المحتوى لمختلف المناسبات والتي ربما تناسب جمهور محدد و فئة قليلة

#### التوصيات:

- ضرورة استخدام لغات اخرى منها الإنجليزية والصينية والفرنسية والاوردو والألمانية في وسائل الاعلام الرقمي
- ترويج المحتوى الرقمي والجانب الإبداعي في وسائل الاعلام الرقمي

#### الدكتور راشد خلفان التميمي

1- ما مدى استخدام الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي التقنيات والتطبيقات المتطورة في أداء رسالته الإعلامية؟

من خلال ما تشهده الامارات من تطور على المستوى التقني بشكل خاص أصبح استخدام الاعلام الرقم على المستوى الحكومي من المتطلبات الأساسية في نشر الرسالة الاعلامية وقد تنبتهت الحكومة الى هذا الامر، على سبيل المثال الشيخ محمد بن راشد الشخصية الابرز في الحكومة يفتح قناة للتواصل مع الجمهور بشكل مباشر من خلال تويتر أحد التصديقات الأشهر في عالم الاعلام الرقمي وتصبح هي القناة الأشهر لسموه وتكون كل البيانات والتعميمات وحتى التشكيل الوزاري يعلن من خلال هذه القنوات واصبحت هي القناة الرسمية للتخاطب مع الجمهور.

#### سؤال فرعي: ماهي الخطط الاستراتيجية والتطبيقات؟

هناك خطة استراتيجية في حوكمة الامارات تم تميمها على كافة المؤسسات الحكومية في الدوائر المحلية في كيفية استخدام التطبيقات المتعارف عليها في الامارات منها فيس بوك - انستقرام - قوقل-تويتر-سناپ-شات-تيك. توك ، وستكون هناك تطبيقات جديدة خاصة بالذكاء الاصطناعي والامارات تعمل باستراتيجية وحوكمة لاستخدام هذه التطبيقات ونشر المعلومة الصحيحة واستخدام الهوية الإعلامية في الدولة.

#### الاستنتاجات:

- تعمل الامارات باستراتيجية وحوكمة لاستخدام هذه التطبيقات ونشر المعلومة الصحيحة واستخدام الهوية الإعلامية في الدولة.
- أصبح استخدام الاعلام الرقمي على المستوى الحكومي من المتطلبات الأساسية في نشر الرسالة الإعلامية محلياً
- يعتبر الشيخ محمد بن راشد الشخصية الأبرز بالتعامل مع تويتر أشهر التطبيقات في العالم الرقمي

#### التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالمنصات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على التحديث المستمر لكل الاخبار عليها
- تطوير الأساليب والتقنيات المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الحكومي
- تفعيل أدوار وسائل الاعلام المحلية نحو تفعيل أدوار الاعلام الرقمي
- استخدام التقنيات والتطبيقات الالكترونية المتنوعة وتسخيرها في أداء رسالته الإعلامية للعالم الخارجي

## السؤال الثاني:

**معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر**

2. ماهي رؤية واستراتيجية الامارات الاعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟
- الرؤية الإعلامية لدولة الإمارات هي خلق محتوى يخاطب عقول وقلوب الجمهور محلياً وعالمياً، وإبراز إنجازات وتقدم وازدهار دولة الإمارات.
  - على الرغم من وضوح الرؤية الإعلامية، إلا أن الاستراتيجية غير واضحة. ولا تتعكس أهداف هذه الرؤية في المحتوى الإعلامي الذي نراه على المنصات المختلفة، حيث يركز بشكل عام على نشر الأخبار الرسمية.
  - كما أن الاستعانة بمجموعة محددة من المؤثرين والإعلاميين بشكل متكرر قد يترك انطباعاً بأن ترويجهم للدولة وإعلاناتهم مدفوعة أو ممولة وغير تلقائية. مثل الاستعانة أكثر من مرة بالإعلامي "ستيف هارفي" والمؤثر نصير ياسين (ناس ديلي) وغيرهم من المؤثرين. فحتى وإن كانت إعلاناتهم مدفوعة، فيجب اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة حتى لا يكون ذلك واضحاً.

**الاستنتاجات:**

- إبراز إنجازات الدولة وخلق محتوى يخاطب وقلوب الجمهور محلياً وعالمياً
- الاستراتيجية غير واضحة ولا تتعكس أهداف هذه الرؤية في المحتوى الإعلامي الذي يركز بشكل عام على نشر الأخبار الرسمية فقط

**التوصيات:**

- استخدام التقنيات والتطبيقات في أداء الرسالة الإعلامية بشكل أكبر وبالتالي تعزيز القوة الناعمة للإمارات.
- تطوير الأساليب والتقنيات المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى المؤثرين وان يكون ترويجهم بطريقة تستقطب اهتمام العالم الخارجي

**معالي نورة بنت محمد الكعبي**

2. ماهي رؤية واستراتيجية الامارات الاعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟
- الاستراتيجية الإعلامية تتبثق في المقام الأول من رؤية الإمارات ٢٠٢١، التي تهدف إلى جعل الدولة، من أفضل الدول، ومن رؤية مئوية الإمارات ٢٠٧١، بحيث يكون قطاعنا الإعلامي مواكباً لما تطمح إليه دولتنا.
  - خطت الإمارات خطوات واسعة خلال السنوات الماضية وحققنا إنجازات كبيرة شكلت القوة الناعمة للدولة سواء كانت اقتصادياً أو ثقافياً.
  - استراتيجية الإمارات الإعلامية تعتمد على قيم الدولة ومبادئها القائمة على التعايش والوسيلة وقبول الآخر.

سؤال فرعي: كيف يمكن أن تعزز الإمارات سمعتها من في بلد مستهدف غير الإمارات؟

هناك جهود مشتركة بين مكتب الاتصال الحكومي لدولة الإمارات العربية المتحدة والوزارات المختلفة وكيف يمكن أن ننسق رسائلنا بالتعاون مع وزارة الخارجية ووكالة أنباء الإمارات (وام)، وعندما تكون هناك مبادرة عالمية أو رسالة فورا تقوم الجهات بالتنشاور مع مكتب الاتصال الحكومي والاتفاق على طريقة إبراز هذه الرسالة للعالم والأمثلة على ذلك كثيرة.

**الاستنتاجات:**

- الاستراتيجية الإعلامية تتبثق من رؤية الإمارات ٢٠٢١ بحيث يكون القطاع الإعلامي مواكباً لما تطمح اليه الدولة لان تكون من أفضل الدول
- الاستراتيجية الإعلامية تعتمد على ترسيخ قيم الدولة المتمثلة في التعايش والوسطية وقبول الطرف الآخر

**التوصيات:**

- تفعيل أدوار الجهود المشتركة بين مكتب الاتصال الحكومي لدولة الإمارات العربية المتحدة والوزارات المختلفة
- ضرورة التشاور مع مكتب الاتصال الحكومي والاتفاق على طريقة إبراز الرسائل الإعلامية المختلفة للعالم

## معالي ريم إبراهيم الهاشمي

٢. ماهي رؤية واستراتيجية الإمارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟  
من المخطط أن تسند رؤية واستراتيجية دولة الإمارات الإعلامية نحو تعزيز القوى الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي أن تعمل على بناء محتوى رقمي فعال باستخدام أدوات الإعلام الجديد نحو تحقيق الأهداف الأربعة التالية:

- تطوير هوية موحدة للدولة في كافة المجالات الإنسانية والاقتصادية والسياحية والإعلامية والعلمية.
- تعزيز موقع الإمارات كبوابة للمنطقة العربية ومخزونها الثقافي وكعاصمة الوطن العربي للثقافة والفن والإعلام والسياحة والعلم.
- تطوير شبكات دولية فاعلة مع الأفراد والمؤسسات حول العالم بما يخدم أهداف الدولة ومصالحها.
- ترسيخ سمعة الدولة كدولة حديثة، منفتحة، متسامحة ومحبة لكافة شعوب العالم.

### الاستنتاجات:

- ترسيخ هوية موحدة للدولة في كافة المجالات الإنسانية والاقتصادية والسياحية والإعلامية من خلال تعزيز موقع الإمارات كبوابة للمنطقة العربية والعالم
- تطوير شبكات دولية فاعلة مع الأفراد والمؤسسات حول العالم بما يخدم أهداف ومصالح الدولة

### التوصيات:

- ضرورة تطوير هوية موحدة للدولة في كافة المجالات الإنسانية والاقتصادية والسياحية والإعلامية والعلمية.
- ضرورة تعزيز موقع الإمارات كبوابة للمنطقة العربية ومخزونها الثقافي وكعاصمة الوطن العربي للثقافة والفن والإعلام والسياحة والعلم

## معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي

2- ماهي رؤية واستراتيجية الإمارات الإعلامية لتعزيز القوة الناعمة في الإعلام الرقمي، نحن نعلم أن هناك استراتيجية للقوى الناعمة ولكن كيف هي الرؤية نحو تعزيز تلك القوة في الإعلام الرقمي؟

بصراحة أن لست مطلعة على هذه الاستراتيجية، ويصعب على تقييمها.

سؤال فرعي: على ضوء هذه الإجابة، الكل يتحدث عن أنه لا بد أن يوازي الإعلام الرقمي القوة الناعمة، هل الرؤية الآن في الإمارات نحتاج أن نقيم الإعلام الرقمي الحكومي؟ أين وصل في هذه الرؤية؟  
بالتأكيد ، اليوم و لبناء أي رؤية أو لوضع أي استراتيجية نحتاج أولاً لتقييم ، نحن عملنا استراتيجية للمجلس الوطني الاتحادي و في وقتها كان من النادر أن تضع البرلمانات استراتيجية لها ، و كنا أول برلمان على مستوى الخليج والوطن العربي الذي يضع له استراتيجية ، و لوضع مثل هذه الرؤية يجب أن تحدد الأهداف الاستراتيجية من خلال الملتقيات التشاورية بين الأعضاء و نضع أيضاً معايير للتقييم و مؤشرات للأداء لنستطيع من خلالها أن نقيم مدى تحقيقنا لتلك الأهداف و هذا ينطبق على إعلام الرقمي و على أي استراتيجية توضع سواء كانت من القوة الناعمة أو للإعلام ، إذا كنا نريد قياس الإعلام الرقمي يجب أن تكون لدينا أهداف وبناء عليها نضع معايير القياس ، إن كنا نريد إبراز قوتنا الناعمة وإبراز تأثيرها و دورها يجب أن يكون هناك نوع من الشراكات بحيث لا تضع هدف و تطلب من الآخرين تحقيقه ، ويجب أن تكون الأدوار تكاملية ولا تكون عبارة عن تكرار أو إعادة تدوير للمحتوى ، وهناك أمثلة على ذلك منها ، الدور الذي تقوم به كتأثير في القوة الناعمة ميزته أنك تستطيع القيام به بطريقة غير مباشرة و التأثير الأقوى هو حين تقوم به بطريقة غير مباشرة ، مثلاً عندما حصلت التفجيرات في بلجيكا و للأسف كانت من جماعة إرهابية مسلمة ، كنا قد وضعنا في الاعتبار أنه ستكون هناك زيارة رسمية للبرلمان الأوروبي ، فمجرد أن وقع الانفجار أغلقت المطارات وحصل الكثير من الاستياء و كان الغالبية قد نصحوني بإلغاء الزيارة أو تأجيلها ، لكن في وقتها عندما قسنا الأمور ارتأينا أن تكون الزيارة فورية و لا تتأجل و فعلاً كنا أول مسؤولين عرب و مسلمون نصل لبلجيكا بعد التفجيرات ، و زرنا مكان التفجير و من خلال وسائلهم الإعلامية سجلنا كلمة (السلام) و قد انتشرت بشكل كبير و حضرنا جلسة عامة بها ٧٠٠ برلماني في البرلمان الأوروبي و كان رئيسه في وقتها قد أشاد بالزيارة وأكد بأن الإرهاب غير إسلامي ، وبالتالي زيارة من مسؤولة برلمانية مسلمة ترتدي الحجاب في البرلمان و تندد بالإرهاب و التطرف و تشدد من أزر البلجيكيين بعد ما حدث لهم ، هذا في حد ذاته كقوى ناعمة أعلى رسالة كبيرة لدولة الإمارات أن هذه الأعمال نرفضها و نحن ضدها ، وبالتالي هذا جزء من طريقة القوة الناعمة و الوسائل التي كتبت لم تكن وسائل إعلام إماراتية ، فعندما تريد إيصال وجهة نظرك للطرف الآخر تستطيع إيصالها بالطريقة الصحيحة و يجب أن تبادل لأن الخبر ليس دائماً مكتوب ، وليس دائماً يصنع الإعلام بتغطيته حدث ، يجب أن نضع في نصب أعيننا الرسالة التي نريد إيصالها ، و ما هي رؤيتنا التي نريد من خلالها أن

تصل ، و من هم المستهدفين ، و كيف نصل لهم وبأي لغة ؟ اليوم كبرلماني لا أعطي أهمية كبيرة لكلام مسؤول حكومي ، لأنه يعتبر كلاماً موجهاً في إطار حكومي ، فبالتالي كبرلماني ليس مفروضاً علي أن أخذ بكلام المسؤول ، كان لدينا توجه آخر مثلاً في ممارسة القوة الناعمة ، دولة الإمارات أرسلت مساعدات إنسانية أكثر من أي دولة في العالم ووصلت لأكثر من ٦٠،٣% من الناتج الإجمالي و تعتبر هي النسبة الأعلى عالمياً لكن قلائل من لديهم هذه المعلومة التي تدعم العمل الإنساني لدى المنظمات وفي مجال حقوق الإنسان وهو ما يعتبر مركز قوة و دلالة على توجه يجب أن يُستغل بالشكل الصحيح، نظمنا زيارة أخرى للبرلمان الأوروبي ولكننا طلبنا من الهلال الأحمر و هي أول منظمة إنسانية بين الدول العربية تقيم معرضاً في أوروبا وكان ذلك خلال زيارتنا التي كان هدفها تسليط الضوء على المساعدات الإنسانية لدولة الإمارات كجانب من القوة الناعمة و خلال المعرض التي رئيس البرلمان الأوروبي كلمة نشرتها كل وسائل الإعلام مفادها بأن دولة الإمارات محركاً رئيسياً للمساعدات الإنسانية ودعم اللاجئين ، هذه الكلمة بحد ذاتها من هذه الشخصية وانتشارها الكبير على مختلف المنصات هي بُعد في الإعلام الرقمي نحن يصعب علينا تحقيقه ، وهنا نكون حققنا أحد الأهداف ، قمنا بتنظيم ندوة حضرها ممثل الهلال الأحمر وممثلين عن الصليب الأحمر وممثلين عن هيئات الإغاثة العالمية وكان الحديث أغلبه إشادة بالمساعدات الإنسانية الإماراتية ، فبالتالي عززنا دور الإمارات في الإعلام الأوروبي ، وهذا جانب من ممارسة القوة الناعمة هذا عدا الكثير من المجالات والأهداف التي تحققت في هذا الجانب، دولة الإمارات وللأسف كان عليها انتقاد كبير من خلال الفهم الخاطئ لدورها في اليمن ، فبالتالي ركزنا من خلال اللقاءات مع المنظمات الدولية على أنه يجب على إعلامهم البحث عن الحقيقة بالشكل الصحيح و يجب أن يتم التوجه للجهات الصحيحة ، و أحد الأسئلة كانت لماذا إعلامكم لا يوفر تلك المعلومات ، لذلك من الخطر أن يكون لدينا ضعف أو نقص يحول الدور الإيجابي الكبير إلى مفهوم خاطئ ودور سلبي.

**الاستنتاجات:**

- الرؤية والاستراتيجية تحتاج إلى دراسة وتقييم
- يجب ان تكون هناك نوع من الشراكات إذا كنا نريد إبراز القوة الناعمة وتأثيرها خارجياً
- لا بد من تحديد هدف ورؤية الرسالة الإعلامية ولغتها وكيف يمكن لها ان تخاطب المستهدفين دون تكرار أو إعادة تدوير للمحتوى
- ان تتصف الاستراتيجية بالشفافية وتدفع وتوفر المعلومات والمحتوى بشكل يستقطب اهتمام العالم الآخر

**التوصيات:**

- ضرورة استخدام التقنيات والتطبيقات الإلكترونية وتسخيرها في أداء رسالته الإعلامية للعالم الخارجي حتى تتمكن من تعزيز القوة الناعمة للإمارات.
- تفعيل ادوار وسائل الإعلام المحلية نحو تفعيل ادوار الإعلام الرقمي
- تطوير هوية موحدة للدولة في كافة المجالات الإنسانية والاقتصادية والسياحية والإعلامية والعلمية.
- تعزيز موقع الإمارات كإبواب للمنطقة العربية ومخزونها الثقافي وكعاصمة الوطن العربي للثقافة والفن والإعلام والسياحة والعلم

**معالي الفريق ضاحي خلفان تميم**

**2 . ماهي رؤية واستراتيجية الامارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟**  
تأتي الاستراتيجية تماشياً مع التحولات الرقمية في الدولة وعلى رأسها حكومة دبي لمواجهة التحديات والانطلاق الى آفاق اشمل و ارحب خاصة مع اطلاق جامعة حمدان بن محمد الذكية والتي تعتبر اول مؤسسة علمية للتعليم الرقمي والحكومي على مستوى الدولة ، اما على وجه العموم فنحتاج لتركيز اكبر على وضع رؤية و استراتيجية واضحة وتعكس الرؤية والمحتوى ويجب ان تكون الرسائل الإعلامية للعالم الخارجي واضحة وان لا تركز على نشر الاخبار محلياً وانما إيجاد آلية لتوظيف الاعلام الرقمي لنقل رسائل مؤثرة تتفاعل معها المجتمعات الخارجية في ظل الكثير من المبادرات والاحداث الكبيرة التي تعكس القوة الناعمة للدولة.

**الاستنتاجات:**

- نحتاج لتركيز أكبر على وضع رؤية واستراتيجية واضحة تعكس الأهداف من خلال المحتوى ويجب ان توجه للعالم الخارجي بشكل واضح
- إيجاد آلية لتوظيف الاعلام الرقمي لنقل الرسالة التي تتفاعل مع المجتمعات الخارجية في ظل الكثير من المبادرات والاحداث الكبيرة التي تعكس القوة الناعمة للدولة

**التوصيات:**

- ضرورة الاهتمام بالمنصات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على التحديث المستمر لكل الاخبار عليها
- ضرورة استخدام التقنيات والتطبيقات الالكترونية وتسخيرها في أداء رسالته الإعلامية للعالم الخارجي حتى تتمكن من تعزيز القوة الناعمة للإمارات.

### سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي

2. ماهي رؤية واستراتيجية الامارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟

تنتهج المؤسسات الإماراتية ومنظومة العمل الحكومي دورا في تحقيق توجيهات حكومة الإمارات في تعزيز القوة الناعمة والسياسات المتعلقة بها وما تمتع به قيادة الإمارات وحكومتها من سمعة طيبة، ويأتي دور الإعلام الحكومي جزءا من هذه السياسات وللتوجه كذراع اعلامي للحكومة

الاستنتاجات:

- يمثل الاعلام الرقمي الحكومي جزءاً هاماً من السياسات والتوجه كذراع اعلامي للحكومة يسهم في تعزيز القوة الناعمة

التوصيات:

- تطوير الأساليب والتقنيات المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الحكومي

### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

2. ماهي رؤية واستراتيجية الامارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟

بشكل عام هنالك استراتيجية عامة لدولة الإمارات، نحو تعزيز القوة الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي، ويمكن اعتبار اعتماد بعض المبادرات مثل تأسيس "مجلس القوة الناعمة" واعتماد شعار "الهوية الإماراتية"، من ضمن خطط تفعيل القوة الناعمة، والتي يدخل من ضمنها أيضا توظيف الإعلام الحكومي الرقمي لخدمة هذه الاستراتيجية.

سؤال فرعي: كيف يمكن للدولة تعزيز الأوجه المختلفة للقوى الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي؟

مسألة وجود الأدوات والوسائل في دولة الإمارات هي موجودة ومتوفرة ، تم استخدامها بالطريقة الصحيحة ولدينا أدوات القوى الناعمة واستغلالها وتوظيفها بالطريقة الصحيحة لإرسال الرسائل من دولة الإمارات للخارج ، حين نتحدث عن الإعلام الرقمي فأعتقد أنه من أهم الأدوات الرئيسية الحالية لتعزيز القوى الناعمة ، لأن شريحة الشباب و الشريحة الواسعة الموجودة في الإمارات أو الخارج ، هي تتجه باتجاه الإعلام الرقمي ، إذا من المهم تعزيز هذا الجانب و رفده بالرسائل الصحيحة الواضحة التي تصل بالأهداف المنوطة لتحقيقها عبر الخطط المرسومة لدولة الإمارات ، فنقول نعم الإعلام الرقمي مهم ونحتاج إلى تعزيز محتواه وإثرائه ، وهنا يأتي دور التنسيق فيما يتعلق بوجود استراتيجية واضحة في مسألة تعزيز التسامح وتعزيز الانفتاح على الآخر ونحتاج لوضع تلك الرسائل الصحيحة بتكاتف جميع المؤسسات التي ستستخدم منصاتها الرقمية لإيصال تلك الرسائل وبالتالي مجموع الرسائل تصب في خدمة الرسالة الرئيسية لدولة الإمارات المتعلقة بتعزيز التسامح والرفاهية سواء في الدولة أو خارجها من خلال المساعدات وغيرها ، ولا شك بأن الإعلام الرقمي له دور كبير ولموس لا بد من تعزيزه بالمحتوى القادر على إيصال الرسالة للشريحة الكبيرة المتابعة للإعلام الرقمي.

الاستنتاجات:

- الاعلام الرقمي يعد من اهم الأدوات الرئيسية لتعزيز القوة الناعمة
- من المهم رفد الرسائل الصحيحة الواضحة التي تصل بالأهداف المنوطة للعالم الخارجي من خلال تعزيز واثراء المحتوى
- لا بد من تفعيل المنصات الرقمية للإيصال القوة الناعمة للدولة من خلال ترسيخ مبادئ التسامح والرفاهية والمساعدات الإنسانية سواء داخل الدول أو خارجها

التوصيات:

- تحديد استراتيجية واضحة في مسألة تعزيز التسامح وتعزيز الانفتاح
- زيادة تفعيل المنصات الرقمية لإيصال قيم ومبادئ التسامح والمساعدات الإنسانية كرسائل قوة ناعمة الى العالم الخارجي

### الدكتور عبدالخالق عبدالله

## 2. ماهي رؤية واستراتيجية الإمارات الإعلامية في الدولة تتمحور حول الخمسين عاماً المقبلة. ما هي رؤية واستراتيجية الإمارات الإعلامية، نحو تعزيز القوى الناعمة في الإعلام الرقمي؟

أحياناً في الإعلام الرقمي، الجمهور والعمل التطوعي يكون أهم بكثير من العمل الرسمي، ووفق بعض الإحصائيات، يوجد في الإمارات ١٩ مليون حساب نشط على موقع "فيسبوك" و"تويتر" و"انستجرام"، وهذا في حد ذاته، أمر عفوي تم بدون أي ترتيب مسبق، وبشكل تلقائي للغاية، وربما يصل هذا العدد إلى ٣٠ مليوناً قريباً، وهذا كله يتم بلا استراتيجية، فـ١٩ مليون شخص يمثلون قوة ضاربة سواء باجتهدهم أو عفويتهم، وقد تكون تلك العفوي هي أفضل ما في الأمر، فهؤلاء قد يخدمون الدولة بلا تدخل حكومي، وأرى أنه كلما كان الأمر عفويًا وتلقائيًا وجماهيريًا كان ذلك أفضل من حيث المبدأ.

### سؤال فرعي ١: ألا تعتقد أن هذه العفوية قد يُساء استخدامها؟

احتمال وارد بالطبع، وهو بالفعل يحدث في الولايات المتحدة الأمريكية، وغيرها من الدول، ومهما وضعت من قوانين فهناك من يسيء الاستخدام بأساليب لا تخطر على البال، فمثلاً عصابات الجرائم المنظمة تستطيع أن تتفادى القوانين، وبالتالي هذا وارد فعلاً، ولكن علينا أن نضبط هذا الأمر وفق ضوابط قانونية، لكن أيضاً يجب أن نفر أن الضبط التام للأمر صعب، وليس كما يتم ضبطه في الإعلام التقليدي، لأن المجال واسع أمام المنصات الرقمية.

### الاستنتاجات:

- الجمهور والعمل التطوعي أهم من الاستراتيجيات والعمل الرسمي في الإعلام الرقمي
- يوجد في الإمارات ١٩ مليون حساب نشط على التطبيقات والمواقع الإلكترونية وهذا بحد ذاته يمثل قوة عفوية ضاربة يحقق أهدافاً كبيرة للدولة بعيداً عن الاستراتيجية
- الاستراتيجية هو كيف يمكن لنا تجيير هذه الحسابات التي تكون أفضل وسيلة للقوة الناعمة

### التوصيات:

- التأكيد على دور أخلاقيات وقوانين الإعلام فيما يتعلق بجرائم النشر
- تفعيل أدوار وسائل الإعلام المحلية نحو تفعيل أدوار الإعلام الرقمي
- استغلال الحسابات النشطة للمقيمين في دولة الإمارات وتفعيلها على وسائل الإعلام الرقمي باعتبارها قوة ضاربة تحقق وتعزز القوة الناعمة خارجياً

### محمد جلال الريسي

٢. ماهي رؤية واستراتيجية الإمارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي؟  
خطت دولة الإمارات خلال الخمسين سنة الماضية خطوات واسعة وحققت قفزات نوعية وعلى رأسها المبادرات والفعاليات والأحداث التي جسدت القوة الناعمة للدولة من خلال استضافتها وإطلاقها للكثير من المبادرات وتستعد الآن لوضع استراتيجية جديدة للإعلام الرقمي حتى يواكب المبادئ المستقبلية خلال الخمسين سنة القادمة لكن إلى الآن لم تتجسد الاستراتيجية الإعلامية الرقمية في منظومة واحدة للتعاظم مع العالم الخارجي وقد تحتاج خلال السنوات القادمة لوضع استراتيجية واضحة للإعلام الرقمي الحكومي الذي من المنتظر ان يعزز القوة الناعمة وتمكينه من نقلها للعالم الخارجي عبر الوسائل والتقنيات والتطبيقات المتوفرة له. لا توجد هناك سياسة استراتيجية مكتوبة اليوم او معروفة من خلالها نستطيع ان نحدد التوجهات القادمة او الاستراتيجية في الاعلام، لكن كل مؤسسة هي اعلم بدورها وكيف يمكن لها ان تساهم كوسيلة في الخمسين سنة القادمة نحن لدينا في الوكالة خارطة استراتيجية وكيف يجب ان نعمل خلال خمسين سنة القادمة لكن كسياسة عامة ومظلة واسعة للدولة لم أجد أي تفاصيل تعنى بالإعلام الرقمي، العمل من الآن على استراتيجية مدروسة وواضحة ستساعد هذه المؤسسات على القيام بأدوارها.

### سؤال فرعي: ما اطر التعاون بين القيادة السياسية والمسؤولين عن الاعلام الرقمي لتعزيز القوة الناعمة؟

اعتقد ما نلمسه من القيادة في دولة الإمارات الاهتمام والحرص في وضع قراراتهم واخبارهم واحداثهم عن الاعلام الرقمي أولاً بأول في وسائل التواصل الرقمي هذا دليل على اهتمامهم واهمية الاعلام الرقمي للجميع لاحظ ان الشيخ محمد بن راشد ان يكون له حساب في أي منصة جديدة في مختلف التطبيقات وحتى في تطبيق (التك توك) كان هناك حساب خاص للشيخ محمد رغم ان هناك كثير من يروون ان تطبيق (التك توك) مخصص للترفيه والاغاني لكن وجود الشيخ محمد في هذا التطبيق اعطى رسالة واضحة خاصة للإعلاميين في اختيار الوسيلة التي تتناسب مع مختلف الشرائح والجمهور وقبلها (السناب جات) كل هذه الاستراتيجيات تحاول من خلالها القيادة السياسية ان تقدم الدعم حتى من خلال تفاعلهم مع المؤثرين في هذا الجانب سواء كانوا من داخل او خارج الدولة فالتفاعل يعطي مؤشر من خلال ردة الفعل ان هناك اهتمام.

سؤال فرعي: لو حاولنا ان نبور هذا التفاعل في عدة نقاط مختصرة بين القيادة السياسية والاعلام الرقمي لتعزيز القوة الناعمة؟

- القيادة السياسية فتحت مجال لهذه الشركات الدولية والعالمية في ان يكون لها حسابات على الاعلام الرقمي ومشاركتها في جميع الاحداث والفعاليات والمبادرات في الدولة وهذا يعطي المجال للمؤسسات المحلية في بناء علاقة وشراكات مع هذه المؤسسات وهذا دليل على إعطاء مساحة واسعة لهذه التطبيقات على وسائل التواصل.
- هناك مؤشر واضح من القيادة للمؤسسات بان تتفاعل مع المجتمع، عندما تأسست إدارات واقسام الاتصال الحكومي في المؤسسات والوزارات كانت لها المساحة في ان يكون لها نشاط على وسائل التواصل الاجتماعي وان تكون حساباتها نشيطة تتفاعل مع الناس من خلال رسائل التوعية وطرح مشاكل الجمهور وتزويد المجتمع بالمعلومات.
- اهتمام القيادة السياسية من خلال التعاطي مع الرسائل الإعلامية الرقمية التي تصدر من المؤسسات الإعلامية في الدولة من خلال مساهمة في الضغط على زر (like) او زر (re-tweet) في نشر هذه الرسالة وهذا يدل على الحرص والتشجيع والاهتمام.
- استقطاب عدد من الأشخاص والناشطين على هذه المنصات الرقمية واعطائهم الفرصة للمشاركة في احداث عالمية في الدولة او احداث محلية وهذا دليل بان هناك اهتمام كبير من القيادة وقس على ذلك كثير من المؤشرات التي تؤكد على الاهتمام بالاعلام الرقمي الحكومي.

الاستنتاجات:

- لا توجد سياسة استراتيجية نستطيع من خلالها ان نحدد التوجهات القادمة في الاعلام
- لا توجد اي تفاصيل تعنى بالاعلام الرقمي ولا بد من العمل على إيجاد استراتيجية مدروسة وواضحة تساعد المؤسسات على القيام بأدوارها
- لا بد ان تتجسد الاستراتيجية الإعلامية الرقمية في منظومة واحدة للتعاطي مع الاعلام الخارجي

التوصيات:

- تحديد التوجهات القادمة للإعلام من خلال رؤية استراتيجية واضحة ومنظومة واحدة قادرة على التعاطي مع الاعلام الخارجي
- ضرورة استخدام التقنيات والتطبيقات الالكترونية وتسخيرها في أداء رسالته الإعلامية للعالم الخارجي حتى تتمكن من تعزيز القوة الناعمة للإمارات.
- ضرورة استقطاب عدد من الأشخاص والناشطين على هذه المنصات الرقمية واعطائهم الفرصة للمشاركة في احداث عالمية في الدولة

**عبدالله عبد الكريم الريسي**

2. ما هي رؤية واستراتيجية الإمارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي؟  
مفهوم القوة الناعمة هو مفهوم مرتبط بالسمعة بشكل عام، وتحديدأ باستخدام السمعة الثقافية والاقتصادية والسياسية والصناعية والاجتماعية والعسكرية كأدوات ناعمة من أدوات القوة في عُرف الأمم والدول عوضاً على القوة الصلبة مثل: الحلول العسكرية كالحرب والعقوبات الاقتصادية كالمنع، وحينما ننظر في مبادئ الخمسين لدولة الإمارات نجد أن المبدأ السادس ينص على "ترسيخ السمعة العالمية لدولة الإمارات هي مهمة وطنية للمؤسسات كافة، فدولة الإمارات هي وجهة اقتصادية واحدة، ووجهة سياحية واحدة، ووجهة صناعية واحدة، ووجهة استثمارية واحدة، ووجهة ثقافية واحدة، ومؤسساتنا الوطنية مطالبة بتوحيد الجهود، والاستفادة المشتركة من الإمكانيات، والعمل على بناء مؤسسات عابرة للقارات تحت مظلة الإمارات".  
وعطفاً على ما تقدم بأن يتم (في إطار تعزيز القوة الناعمة) التركيز على الاقتصاد والسياحة والصناعة وغيرها، وبمقارنة ذلك مع استراتيجية الاتصال الحكومي (٢٠١٧-٢٠٢١) المعتمدة من مجلس الوزراء في دولة الإمارات (في أكتوبر ٢٠١٧)، نلاحظ أن هذه الاستراتيجية أسست على مجموعة من الأهداف والأولويات الوطنية لتعزيز صورة الدولة، ومن بين تلك الأهداف (الهدف الثالث: إدارة صورة الحكومة بشكل فعال على مختلف المنصات الاتصالية).

ولذا يمكن الاسترشاد باستراتيجية الإمارات الإعلامية نحو تعزيز قوتها الناعمة بواسطة مختلف المنصات الرقمية من خلال استنباط من جاء في المبدأ السادس المشار إليه من مبادئ الخمسين، ومن استراتيجية الاتصال الحكومي المشار إليها أيضاً، ونرى من الجيد الرجوع إلى هذه الاستراتيجية للاطلاع على كافة تفاصيلها.

سؤال فرعي: هل هناك أدوات أو وسائل إعلامية رقمية تم التركيز أو الإشارة إليها في خطة الخمسين؟

لم يكن هنالك ذكر صريح ومباشر لاستخدام وسائل اتصال رقمية في خطة الخمسين، ولكن الحكومة دأبت على استثمار كافة أدوات الإعلام الجديد في إيصال رسالتها الاستراتيجية والترويج لإنجازات الدولة في شتى القطاعات والمجالات.

#### الاستنتاجات:

- الاستراتيجية الحالية أسست على مجموعة من الأهداف والاولويات الوطنية لتعزيز صورة الدولة
- المبدئ السادس ينص على ترسيخ السمعة العالمية لدولة الامارات وهي مهمة وطنية لكافة المؤسسات خلال الخمسين سنة القادمة
- يمكن الاسترشاد بالاستراتيجية نحو تعزيز القوة الناعمة بواسطة مختلف المنصات الرقمية

#### التوصيات:

- تفعيل ادوار المشاركة الالكترونية
- تعزيز القوة الناعمة في المنصات الرقمية من خلال الاسترشاد باستراتيجية الدولة

#### حمد الكعبي

٢- ماهي رؤية واستراتيجية الإمارات الاعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟

في مارس ٢٠١٨ أصدر المجلس الوطني للإعلام نظاماً جديداً هدفه تنظيم الإعلام الإلكتروني والحرص على مراعاة القيم الدينية والثقافية والاجتماعية السائدة في الدولة، واحترام حرية الرأي والتعبير والتفاعل البناء، إلى جانب توفير محتوى إعلامي متوازن ومسؤول يحترم خصوصية الأفراد، ويحمي فئات المجتمع بما في ذلك الأطفال من أي تأثيرات سلبية محتملة، لاسيما أن الإعلام الإلكتروني بات يشكل مصدراً رئيساً للأخبار والمعلومات بالنسبة إلى شريحة واسعة من أفراد المجتمع.

- والإعلام الرقمي أداة ديناميكية فاعلة في تقديم منجزات الدولة وتوسيع نطاق الرسالة الإعلامية لتصل إلى شعوب وثقافات متنوعة، والمؤسسات الحكومية قادرة على استقطاب المؤثرين في فعاليتها وأنشطتها السنوية من أجل تسويق أفضل لرسالتها وأهدافها من جهة، وفي الوقت نفسه رصد التغذية الاسترجاعية من خلال التفاعل الرقمي على كافة المنصات .

#### سؤال فرعي: هل تضمنت خطة الخمسين رؤية واضحة للإعلام الرقمي الحكومي؟

أولاً: الإعلام الرقمي الحكومي يتحرك وفق أجندة واضحة تعكس توجهات الدولة وتنسجم مع خططها ورؤاها الاستراتيجية. ومن يقرأ بدقة مضامين المبادئ العشرة لوثيقة الخمسين، يجد أن الإعلام الرقمي، وإن لمذكوراً بشكل صريح، فإنه مسؤول ضمناً، عن «ترسيخ السمعة العالمية لدولة الإمارات»، لأنها «مهمة وطنية للمؤسسات كافة»، حسب ورد نصاً في تفاصيل المبدأ السادس لوثيقة الخمسين. ويتضمن هذا المبدأ أيضاً «توحيد الجهود، والاستفادة المشتركة من الإمكانيات، والعمل على بناء مؤسسات عابرة للقارات تحت مظلة دولة الإمارات» .

ثانياً: عند تحليل مضمون المبدأ السابع من وثيقة الخمسين، سنتوقف عند عبارة «التفوق الرقمي والتقني والعلمي لدولة الإمارات سيرسم حدودها التنموية والاقتصادية، وترسيخها كعاصمة للمواهب والشركات والاستثمارات في هذه المجالات سيجعلها العاصمة العالمية للمستقبل». وهذا يعني أن الإعلام الرقمي الحكومي ينبغي أن يكون جزءاً من هذا التفوق عبر منصات، ومن خلال تنويع طرق توصيل الرسالة للجمهور حسب الشرائح العمرية وفئات ومستويات تعليمية وثقافية واجتماعية متنوعة .

ثالثاً: يمكن اعتبار المبدأ الثامن من الوثيقة بأنه بوصلة الاعلام الرقمي الحكومي، حيث يركز على «منظومة القيم في دولة الإمارات وأنها ستبقى قائمة على الانفتاح والتسامح، وحفظ الحقوق وترسيخ دولة العدالة، وحفظ الكرامة البشرية، واحترام الثقافات، وترسيخ الأخوة الإنسانية واحترام الهوية الوطنية. وستبقى الدولة داعمة عبر سياساتها الخارجية لكل المبادرات والتعهدات والمنظمات العالمية الداعية للسلام والانفتاح والأخوة الإنسانية .«كل ما تضمنه «المبدأ» يشبه «مدونة سلوك»، تحدد الرسائل الثابتة التي ينبغي تقديمها ضمن محتوى الإعلام الرقمي الحكومي.

#### الاستنتاجات:

- تتمثل الاستراتيجية في مراعاة القيم الدينية والثقافية واحترام حرية الرأي والتعبير الى جانب توفير محتوى اعلامي متوازن يحترم شرائح المجتمع
- يمثل الاعلام الرقمي أداة ديناميكية في تقديم منجزات الدولة ولا بد من توسيع نطاق الرسالة الإعلامية لتصل الى شعوب وثقافات العالم
- المؤسسات الحكومية قادرة على استقطاب المؤثرين لترويج فعاليتها من خلال تسويق أفضل لرسائلها واهدافها

## التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالرسالة طبقاً للمراحل العمرية والمستويات الثقافية المختلفة
- استخدام التقنيات والتطبيقات واستقطاب المؤثرين لترويج المبادرات والاحداث التي تمثل القوة الناعمة في العالم الخارجي
- ضرورة تنويع طرق توصيل الرسالة للجمهور حسب الشرائح العمرية وفئات ومستويات تعليمية وثقافية واجتماعية متنوعة

## خالد عبدالله عمران تريم

### 2. ماهي رؤية واستراتيجية الإمارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الإعلام الرقمي؟.

من حسن حظ القائمين على الإعلام الرقمي في دولة الإمارات أن ما ينجز في دولة الإمارات العربية المتحدة على الصعيد الداخلي كبير جداً ومتواصل ومتطور وهناك خطط مستقبلية واضحة تحكمها مبادئ راسخة، وعلى الصعيد الخارجي فمبادرات الدولة ومساعداتها وصلت لأصقاع كثيرة في مشارق الأرض ومغاربها. كل هذا يمثل عناصر أساسية في قوة الإمارات الناعمة. وما على الإعلام الرقمي إلا أن يعكس ذلك. وهذا ما يقوم به بالفعل.

ومن بين أهداف الاستراتيجية الوطنية للإعلام والتي اعتمدت في يناير من العام ٢٠٢٠ "إدارة سمعة الدولة وإنجازاتها إعلامياً على الصعيدين المحلي والدولي، وتوفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية".

## الاستنتاجات:

- الاستراتيجية الوطنية للإعلام اعتمدت على إدارة سمعة الدولة وإنجازاتها إعلامياً على الصعيدين المحلي والدولي ولا بد من بناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية

## التوصيات:

- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية.

## عبد الحميد أحمد

٢. ماهي رؤية واستراتيجية الإمارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي؟
    - في اعتقادي أن التركيز خلال الفترة الحالية هو على إبراز نجاح الدولة اقتصادياً وتنموياً. جزء من هذا العمل يتركز على إنتاج كم هائل وبلغات عدة من الانفوجرافات التي توضح بشكل مبسط ومفهوم قصة النجاح هذه. الإعلام الرقمي جزء مهم في إبراز القوة الناعمة لأي دولة وشرح مكونات تلك القوة وتأثيراتها.
    - حالياً العمل موزع في عدة جهات تسعى جميعها إلى الاجتهاد في إبراز القوة الناعمة للدولة ما أسهم فعلياً في تحقيق إنجازات عدة مثل إطلاق مسبار الأمل وحصول عدة شخصيات إماراتية على مناصب دولية الأمر الذي لم يكن ليحصل لولا سمعة الإمارات وقوتها الناعمة التي ساهم الإعلام الرقمي الرسمي والأهلي في تعزيزها في أذهان الكثيرين حول العالم.
    - ولكن من المهم أيضاً في هذا الإطار التنويه بأنه يبقى الكثير من العمل ليصل هذا الهدف إلى مآله النهائي.
- سؤال فرعي: مهما توفرت المعلومات ومن بينها الانفوجرافيك ، يبقى الإعلام الرقمي محورياً مهماً في تعزيز القوى الناعمة، ما هو تعقيبكم؟

اليوم الإعلام الرقمي هو السائد ويأخذ مكان الإعلام التقليدي، فينبغي علينا الاهتمام بالإعلام الرقمي باستخدام كافة الوسائل المتاحة من خلاله، الإعلام الرقمي يجب أن تكون موجودين فيه وبقوة، لكن أن نحسن استخدامه بطريقة سلسلة مقبولة وذكية، وحين أقول ذكية يجب أن نحرص عليها لأن القارئ أو المثقفي في الإعلام الرقمي ليس محلي وإنما علمي لذلك ينبغي أن نخاطب الخارج بطريقة ذكية بحيث يتقبل رسائلنا وما نريد إيصاله، وهو ما يجب أن نستغله بطريقة ناعمة لإيصال قوتنا الناعمة للعالم.

## الاستنتاجات:

- تعتمد الاستراتيجية على إبراز نجاحات الدولة اقتصادياً وتنموياً ولا بد من الاعتماد على إنتاج كم هائل من المعلومات والانفوجرافيك بشكل مبسط يجسد هذا المحتوى كجزء من القوة الناعمة
- تحتاج هذه الاستراتيجية لكثير من العمل حتى تصل لتحقيق الهدف المطلوب
- ينبغي على الإعلام الرقمي استخدام كافة الوسائل والطرق الذكية حتى يتقبل العالم ما نريد إيصاله من الرسائل

## التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالإعلام الرقمي باستخدام كافة الوسائل المتاحة
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية".

### مصطفى اسماعيل الزرعوني

٢- ماهي رؤية واستراتيجية الامارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟

طبقت الإمارات إستراتيجيات عديدة للوصول إلى غايتها المتمثلة في تسهيل إيصال المعلومات وتخليص المعاملات الحكومية وذات العلاقة بمختلف مناحي الحياة للتيسير على الناس من خلال برمجيات متطورة. وأطلقت في مارس ٢٠٢١ سياسات التعامل الرقمي والخدمات الحكومية الرقمية مراعية التغيير التكنولوجي السريع وسط عالم منطور ومتسارع فنجد حكومة الإمارات سريعة هي الأخرى في تحديث القراءات واتباعها لقرارات تواكب المرحلة ما جعلها تحصد مراتب متقدمة عالمية في البرمجيات وسهولة إتمام المعاملات. كل هذه السياسات هدفها توفير خدمة سلسلة للجمهور وفتح باب الشفافية من خلال إتاحة المعلومات والبيانات وتوضيح الإجراءات المطلوبة وتقديم الطلبات عن طريق المواقع مما أدى إلى تكوين صورة إيجابية شكلت في الوقت ذاته قوة ناعمة للدولة. وهنا يجب التنويه إلى أن وسائل الإعلام المختلفة في الدولة لم تصنع قوة ناعمة قوية بل كانت ناقلة لبعض هذه الإنجازات التي فرضت قوتها بصورة فكرية جماعية لدى كل من يسمع عن مدى قوة الخدمات المقدمة في حكومة الإمارات.

سؤال فرعي: هل بالفعل تلمس هذا الدور خاصة على مستوى انتشار الخبر أو إيصال محتواه كقوة ناعمة خارجية؟

نعم، بالنسبة للمحيط العربي قد شكلت نقله نوعية في سلاسة المعلومات المتدفقة من الحكومية إلى القطاع المختلة والرأي العام، مدعومة بحجم الفعاليات التي تعقد ونقلها بحملات علاقات عامة وتسويقية كبيرة، وكان هناك حملات تسويقية كبيرة في وسائل إعلام خارجية واستقطاب أعداد كبيرة من الإعلاميين من الخارج، كما أن المناطق الحرة في الدولة وخاصة الإعلامية التي تضم أغلب مكاتب المؤسسات الإعلامية الضخمة إقليمياً ساهمت في نقل الصورة كون عاملها وتأثيرها بالمحيط الذي هم به.

### الاستنتاجات:

- طبقت الإمارات عدة استراتيجيات للوصول إلى غاياتها المتمثلة في إيصال المعلومات وتخليص المعاملات الحكومية من خلال برمجيات متطورة في الاعلام الرقمي الحكومي ولكنها تحتاج الى تحديث حتى تواكب المرحلة المستهدفة
- وسائل الاعلام الرقمي الحكومي لم تصنع قوة ناعمة قوية بل كانت ناقلة لبعض هذه الإنجازات التي فرضت نفسها على الساحة

### التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالإعلام الرقمي باستخدام كافة الوسائل المتاحة
- ضرورة فتح باب الشفافية من خلال إتاحة المعلومات والبيانات وتوضيح الإجراءات المطلوبة
- يجب ان تنتقل وسائل الاعلام الرقمي الحكومي من وسيلة ناقلة للخبر الى وسيلة صانعة للمحتوى

### ريم محمد بن غانم المري

2. ماهي رؤية واستراتيجية الامارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟  
ليس هناك رؤية واضحة فيما يخص تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الحكومي نحن نستمد هذه الرؤية من كلمات اصحاب السمو الشيوخ في المحافل ونعتمد على الحدس الصحفي فالقوة الناعمة كما نراه في الاعلام الحكومي مجرد تهنئة الدول الاخرى عبر اضاءة المعالم بألوان اعلام الدول الاخرى ، و أما بالنسبة للمبادرات فكما ذكرنا اعلاه فإن الاعتماد على منصات قيادة الدولة الرقمية لمعرفتها ، أما الخلل يكمن في تسويق تلك المبادرات ، و بما أن الشيء بالشيء يذكر فإن التحدي الأكبر للاعلام الحكومي هو تسويق مقومات القوة الناعمة للدولة ، لناخذ مثال طيران الامارات شركة عالميه ولها قيمتها السوقية الكبيرة ، لكنها صنعت نفسها بنفسها و سوقت لنفسها بنفسها ، كذلك الحال بالنسبة للمؤسسات الحكومية في الدولة فشلت بسبب غياب التسويق و عمومية الرسائل و المحددات والتي لا تعكس اهمية و قيمة الانجازات التي تحققت ، ويفترض اليوم في حكومة الامارات ان كل مؤسسه تعمل على تسويق نفسها للعالم ، فالتسويق العالمي هو محلي في الاصل نظرا لتعدد شرائح الجمهور المحلي من مواطنين و مقيمين يستفيدون من الخدمات الحكومية عموما

#### الاستنتاجات:

- لا توجد رؤية واضحة فيما يتعلق في تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي
- القوة الناعمة لا تتعدى مجرد تهنئة لدول العالم
- التحدي الأكبر للاعلام الرقمي الحكومي هو تسويق وترسيخ القوة الناعمة للدولة خارجياً

#### التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بتسويق مقومات القوة الناعمة للدولة
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وتستطيع التسويق لصور القوة الناعمة وترسيخها خارجياً

#### الدكتور راشد خلفان النعيمي

### 2. ماهي رؤية واستراتيجية الامارات الإعلامية نحو تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟

الرؤية واضحة جدا من خلال تواجد حكومة الامارات في كافة المنصات والتطبيقات في الاعلام الرقمي حيث لا تخلو منصة الى وتري الحكومة لها تواجد تعزز من خلاله استراتيجيات الامارات واهدافها ودورها على المستوى المحلي والاقليمي والدولي في كل القطاعات الاقتصادية والرياضية والسياسية. اليوم الامارات هي مقر لأكبر الشركات الاعلامية والتقنية والثقة التي لقتها الامارات كان الاعلام الرقمي له دور كبير في دعم وجودها القوي على كافة الاصعدة

#### سؤال فرعي: اجابتك غير واضحة نحتاج لمزيد من التوضيح؟

بخصوص الرؤية في الوقت الحالي قد لا تكون هناك رؤية محددة لعدم وجود مؤسسة منفردة تحتضن ملف الاعلام لكن هناك تنظيم هو الأول من نوعه للاعلام الرقمي والالكتروني في الامارات هذا التنظيم لحكومة استخدام المنصات من خلال صناعة محتوى يتوافق مع معايير المحتوى الإعلامي للدولة وضوابط لمستخدمي هذه المنصات للغرض التجاري وهناك رؤية مستقبلية قائمة للاعلام الرقمي.

#### الاستنتاجات:

- لا توجد استراتيجية ورؤية محددة لعدم وجود مؤسسة متخصصة تحتضن ملف الاعلام
- الرؤية المستقبلية للاعلام الرقمي تنحصر في مكتب تنظيم الاعلام الرقمي الالكتروني الذي يأتي تحت مظلة وزارة الثقافة وهذا يحد ذاته لا يفي بالغرض

#### التوصيات:

- التنظيم المدروس لحكومة استخدام المنصات من خلال صناعة محتوى يتوافق مع معايير المحتوى الإعلامي للدولة وضوابط لمستخدمي هذه المنصات.
- تشجيع الرؤية المستقبلية للاعلام الرقمي مخرن خلال مؤسسة قادرة على احتوائه

### السؤال الثالث

#### معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

### 3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

- يبقى التحدي الأول دائماً: أننا نخاطب الجمهور المحلي أكثر من الجمهور العالمي.
- فمعظم وسائل الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي تركز في رسالتها على مخاطبة المواطنين والمقيمين، أكثر من مخاطبة الجمهور العالمي.
- كما يجب أن نحدد طبيعة القوة الناعمة التي نتحدث عنها.
- وما هي عناصر هذه القوة الناعمة التي نريد تعزيزها؟ هل هي رياضة محددة؟ أم لون من ألوان الفن أو الثقافة؟ أم تميزنا في مجال محدد من مجالات الغذاء؟ أم تكنولوجيا متقدمة؟ أم صناعة محددة؟ وهل هناك ما يمكن استخدامه من الوسائل أو المقومات التقليدية؟

#### الاستنتاجات:

- التحدي الأكبر يكمن في كيفية مخاطبة الجمهور العالمي عبر وسائل الاعلام الرقمي
- يجب تحديد طبيعة القوة الناعمة وعناصرها واهمية استخدام الوسائل والتطبيقات المناسبة لتعزيزها

#### التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالإعلام الرقمي وكيفية مخاطبته للجمهور العالمي باستخدام كافة الوسائل وبطرق أكثر فعالية
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية

### معالي نورة بنت محمد الكعبي

3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟  
الإعلام الرقمي الحكومي لديه من القوة لما تمتلكه الدولة من إنجازات ونجاحات في كافة المجالات الأمر الذي تتولد من خلاله الخبرة بما يتلاءم مع الفكر والتخصص لتعزيز القوة الناعمة الإماراتية.

سؤال فرعي: مع حجم المبادرات الكثيرة وأنت تمثلين الحكومة في أحد الجوانب، بأمانة هل تعتقدين بأن إعلامنا الحكومي الرقمي يوازي حجم المبادرات والإنجازات أم يحتاج لعمل أكبر؟  
حالياً لا أملك مقياس، وهذا ما ينقصنا، مثلاً أنا كمسؤولة حكومية كيف لي أن أقيس هذا الجانب بشكل ربع سنوي.

### الاستنتاجات:

- الإعلام الرقمي لديه من القوة والمساحة لما تمتلكه الدولة من إنجازات ونجاحات في كافة المجالات
- الإعلام الرقمي يحتاج لدراسة وقياس حتى يقوم بدوره في تعزيز القوة الناعمة
- تفعيل أدوار الإعلام الرقمي بما يتلاءم مع الفكر والتخصص لتعزيز القوة الناعمة الإماراتية من خلال دراسة وقياس حتى تتلافى الثباين والقصور

### معالي ريم إبراهيم الهاشمي

3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟  
تتبع قوة وتأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية، ليس فقط من خلال ما يستخدمه من آليات وأدوات متعددة، بل هناك مكون أساسي وهو صناعة المحتوى، والتي تناولت الكثير من القضايا والموضوعات المرتبطة بالحكومة الإماراتية والجهود المبذولة لبناء دولة عصرية حديثة جاذبة ليس فقط للاستثمار والتجارة ولكن للعيش والحياة، لكل أفراد البشرية من جميع أنحاء العالم شرقه وغربه، من خلال بيان التزام الدولة المستمر بتوفير بيئة من الفرص والابتكار والتطوير والتسامح لجميع المواطنين والمقيمين والزوار وضمان علاقات قائمة على الاحترام المتبادل والسلام مع المجتمع الدولي.

### الاستنتاجات:

- تتبع قوة وتأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة من خلال ما يستخدمه من آليات وأدوات وتطبيقات متعددة
- يعتبر صناعة المحتوى هو المكون الأساسي في الإعلام الرقمي لتعزيز القوة الناعمة
- التوصيات:
- فتح باب الشفافية من خلال إتاحة المعلومات والبيانات وتوضيح الإجراءات المطلوبة وتقديم الطلبات عن طريق المواقع مما أدى إلى تكوين صورة إيجابية شكلت في الوقت ذاته قوة ناعمة للدولة.
- توفير بيئة من الفرص والابتكار والتطوير والتسامح لجميع المواطنين والمقيمين والزوار وضمان علاقات قائمة على الاحترام المتبادل والسلام مع المجتمع الدولي وهي التي تجسد القوة الناعمة
- صناعة المحتوى هي المحور الرئيسي في نجاح الإعلام الرقمي

### معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي

3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي في تعزيز القوة الناعمة ، كما ذكرتي فنحن لدينا قوى ناعمة كبيرة جداً عن طريق مختلف المؤسسات ، ما هو تأثير الإعلام الرقمي في تعزيز تلك القوة؟  
التأثير كبير جداً، وكما ذكرت بأن القوة الناعمة في الإمارات هي نهج منذ النشأة ولا زالت وتحاول التركيز عليها في كل الجوانب، لكننا كإعلام رقمي نحتاج لتوحيد الجهود ونعطي بعد أكبر من الذي نراه حالياً في إبراز هذه القوة، وأيضاً يعطيها استدامة، نحن لا نبحث عن الخبر وهذا للأسف للخلل الموجود.  
سؤال فرعي: الكثير يتحدثون عن الاستدامة، والومضات الإعلامي تأتي بشكل سريع ومدفع أثناء الحدث ولكنها ليست مستدامة؟

نعم ولا تعطيك الدور الذي يجعل هذه المبادرة تأخذ الزخم والحيز المطلوب ، اليوم عندما نريد صناعة خبر يجب أن نكون ضمن المجموعة التي تعلم ما هي أبعاد الخبر ، وليست مجرد تغطية تأتينا لحدث في يوم معين و يذهب لتغطيتها أي شخص متوفر ، يجب على الشخص الذي يغطي هذا الحدث أن يكون مطلع و يعلم ما يُعطيه، المنصات الموجودة نحتاج لتعزيزها خارجياً ، الإمارات لديها دور قيادي في الكثير من المجالات وهذا الدور لم يكن العالم على علم به ، لكن اليوم حيث يتحدثون عن الإمارات يحسون بالدور ، ولكن ليس لديهم الخلفيات التي تبين حجم تلك المبادرات وحجم القوة الناعمة ، الاستدامة التي نتحدث عنها في متابعة الإعلام من المهم أن يكون لدينا تصور لأهمية تلك القوة الناعمة ومحتواها ، وأهمية أن يكون لدينا صناعات محتوى ، واستثمار في صناعات المحتوى.

**سؤال فرعي: ما هي نسبة تأثير الإعلام الرقمي في تعزيز القوة الناعمة والعلاقات الدولية؟**  
الترويج هو الجزء الأكبر من العمل الناجح، اليوم نحن في عهد الإعلام الرقمي وبكيسة زر يكون الخبر منتشرًا حول العالم، والأهم من ذلك أنه من الممكن للصور فقط أن تعبر عن كل شيء، ومختلف وسائل التواصل لديها نسبة تأثير كبيرة وذات أولوية في إبراز القوة الناعمة، وبالتالي هي نسبة كبيرة جداً.

**الاستنتاجات:**

- الإعلام الرقمي يحتاج لتنسيق وتوحيد الجهود نحو استراتيجيته واستدامته في تغطية الاخبار
- المنصات الرقمية في الاعلام الحكومي تحتاج لتطوير وتمكين لتعزيزها خارجياً
- الاعلام الرقمي الحكومي انحصر دوره في خدمة العملاء واستقبال الشكاوى والاعلان عن خدماته للجمهور وبالتالي خرج عن الإطار العام المنشود للإعلام الرقمي في تعزيز القوة الناعمة

**التوصيات:**

- ضرورة الاهتمام بالإعلام الرقمي باستخدام كافة الوسائل المتاحة
- تنسيق وتوحيد الجهود نحو استراتيجية واستدامة الاخبار التي تمثل قوة ناعمة في الاعلام الرقمي
- توجيه الاعلام الرقمي الحكومي لتعزيز القوة الناعمة من خلال كسر حاجز محلية الخبر وانتقاله للعالم الخارجي

**معالي الفريق ضاحي خلفان تميم**

**3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟**

القوة الناعمة الإماراتية كثيرة ومتعددة وفرضت نفسها على الساحة العالمية والإعلام الرقمي قد يكون وسيلة قوية لا بد من استغلالها لتوظيف القوة الناعمة بل ان الواضح ان معظم هذه الوسائل تخاطب الجمهور المحلي فنحن نحتاج إلى صناعة محتوى للإعلام الرقمي الحكومي للوصول بالقوة الناعمة لدولة الامارات إلى ابعد الحدود، اما على الجانب الشرطي فقد قمنا بإنشاء أقسام متنوعة تشمل جميع أنواع الوسائل ومن بينها تصميم الجرافيك ضمن إدارة متخصصة في العمل الإعلامي تضم نخبة من الإعلاميين المتخصصين ويجري تأهيلهم بين حين وآخر مواكبة مع قفزة الاعلام الرقمي الحكومي وهذه الإدارة هي أيضاً وسيلة رقمية حكومية قادرة على إيصال وتعزيز القوة الناعمة.

**الاستنتاجات:**

- الاعلام الرقمي أداة ووسيلة قوية واداة لا بد من استغلالها لتوظيف القوة الناعمة
- نحتاج الى صناعة محتوى في الاعلام الرقمي الحكومي للوصول بالقوة الناعمة الى ابعد الحدود

**التوصيات:**

- لا بد ان يتوازي الاعلام الرقمي الحكومي مع حجم القوة الناعمة الإماراتية
- صناعة المحتوى اهم عمليات الاعلام الرقمي نحو تعزيز القوة الناعمة خارجياً
- تأهيل الكوادر المتخصصة أصبح ضرورة ملحة لمواكبة تطورات الاعلام الرقمي

**سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي**

**3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟**

بفضل البنية التحتية ونمو قطاع الاتصالات في الدولة، تتوسع شبكة مستخدمي الإنترنت في كافة المجالات ولا بد من مواكبة ذلك من خلال اعلام رقمي حكومي يستخدم كافة التقنيات لنقل الرسائل الحكومية ويسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية ومن بينها تعزيز القوة الناعمة.

**الاستنتاجات:**

- لا بد للإعلام الرقمي الحكومي ان يواكب تطور قطاع الاتصالات والبنية التحتية وان يسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية ومن بينها القوة الناعمة

### التوصيات:

- تحقيق الأهداف الاستراتيجية ومن بينها القوة الناعمة يعتمد على مدى استغلال الاعلام الرقمي للبنية التحتية وشبكات الانترنت المتطورة التي من خلالها نستطيع الوصول للعالمية

### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

#### 3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

جزء رئيسي ومهم من منظومة تعزيز القوة الناعمة، كونه قادر على استهداف شريحة واسعة من الجمهور وقدرته على التفاعل السريع مع تلك الشريحة وبالتالي الانتقال من التلقين الى التفاعل.

### الاستنتاجات:

- لا بد ان ينتقل الاعلام الرقمي الحكومي من مرحلة التلقين الى التفاعل حتى يصبح مكون رئيسي يسهم في تعزيز القوة الناعمة

### التوصيات:

- التفاعل والتسويق يعد المكون الرئيسي للإعلام الرقمي نحو تعزيز القوة الناعمة

### الدكتور عبد الخالق عبد الله

#### 3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوى الناعمة الإماراتية؟

القوى الناعمة الإماراتية تقوم اليوم على مجموعة من المرتكزات الصلبة، والإعلام ليس جزءاً من هذه المرتكزات حتى هذه اللحظة، فعلى سبيل يمكن اليوم التسويق للإمارات عبر الأب المؤسس الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان، طيب الله ثراه، فهو رجل عظيم له قدر وقيمة يمكن استغلالها في هذا الخصوص، وهذا يحدث في بلدان أخرى من خلال التسويق للدولة عبر رموزها كنيلسون مانديلا في جنوب إفريقيا، وغاندي في الهند، وجمال عبد الناصر في جمهورية مصر العربية، وغيرهم، فهناك قدر من الإجماع على الأب المؤسس محلياً وعربياً وعالمياً، كحاكم عربي وزعيم عالمي، وهذه أداة من الأدوات التي يمكن استغلالها.

واليوم أيضاً، من أهم الأدوات، حضور المرأة في الإمارات والقيمة التي يشكلها هذا الحضور إعلامياً كقوة ناعمة، كذلك فقد عززت الإمارات اليوم موقعها في وثيقة الأخوة وفي التسامح، خاصة في ظل وجود ٢٠٠ جالية على أرض الإمارات، وهم الآن يعيشون في وضع مثالي ولا يُمارس ضد أي منهم أي نوع من أنواع العنصرية، وربما لا يحدث هذا في أي دولة في العالم كما يحدث في الإمارات، كما أن الدولة لديها شركات عالمية ضخمة كطيران الإمارات وموانئ دبي واتصالات وغيرها، وكلها تمثل قوى ناعمة يمكن استغلالها دائماً في التسويق للدولة، والخاصة أن الإعلام هو الآخر ربما يكون رافداً قوياً ومطلوب استغلاله بشكل أكثر قوة لتحقيق حضور أبرز للدولة في المجالات كافة.

سؤال فرعي ١: ماذا لو أن الإعلام الرقمي الحكومي، كان رافداً مهماً نحو دعم هذه القوى الناعمة، فماذا يمكن أن يضيف؟

أعتقد أن بإمكان الإعلام أن يلعب دوراً مهماً بشكله الجماهيري العفوي التلقائي، ربما بشكل أفضل من أن يكون هناك طرف ما يوجهه، لأن التوجيه الإعلامي سيضر أكثر مما ينفع، أمريكا تسوّق نفسها بدون استراتيجية، وكذلك باريس، تسوّق نفسها كمدينة، بدون استراتيجية، وكفي أن لديها اللوفر وبرج إيفل الذي يجذب ٧٠ مليون زائر، وأعتقد أنه كلما خففنا من التوجيه الرسمي على الإعلام وعلى الثقافة والأدب والنشاط الإبداعي، كلما كان الخطاب أفضل.

### الاستنتاجات:

- القوة الناعمة الإماراتية تقوم على مجموعة من المرتكزات الصلبة والاعلام الرقمي الحكومي ليس جزءاً من هذه المرتكزات حتى هذه اللحظة
- يجب استغلال الاعلام الرقمي الحكومي حتى يكون رافداً قوياً لتحقيق حضور الدولة وتعزيز مواقفها في كافة المجالات محلياً وخارجياً

### التوصيات:

- لا بد من الاعتماد على الرسائل الإعلامية التلقائية والعفوية التي تلامس المتلقي
- ضرورة التخفيف من التوجيه الرسمي على الاعلام
- تنشيط الجانب الإبداعي للإعلام يعطي افضلية في التعاطي معه

### محمد جلال الريسي

### 3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

إذا كان الإعلام الرقمي الحكومي قوي فتأثيره سيكون أقوى لأن الدولة تمتلك الأحداث والفعاليات والإنجازات التي لا تحتاج لجهود كبيرة من أجل نقلها للعالم الخارجي ولكن تحتاج إلى فكر وتخصص وطريقة معينة تستقطب الآخرين لنقلها ونشرها.

#### الاستنتاجات:

- عندما يكون الإعلام الرقمي الحكومي قوي سيسهم في تحقيق مستهدفاته لأن الدولة تمتلك الكثير من الأحداث والمبادرات والإنجازات التي لا تحتاج لجهود كبيرة من أجل نقلها الى العالم الخارجي
- الإعلام الرقمي الحكومي يحتاج الى فكر وتخصص وطريقة تستقطب اهتمام العالم الخارجي لنقلها ونشرها بشكل واسع

#### التوصيات:

- تفعيل الفكر والتخصص والطريقة التي تستقطب اهتمام العالم الخارجي بشكل أوسع وأكبر

### عبدالله عبدالكريم الريسي

### 3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

أرى أن تأثير الإعلام الرقمي كبير، خاصة إذا ما وضعنا في الاعتبار أن التغييرات الحكومية والوزارية والقرارات الوطنية يتم الإعلان عنها عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر، بالإضافة إلى التأثير في توعية أفراد المجتمع (مثل الإحاطة الإعلامية)، ولذلك هناك تأثير جيد إن صح التعبير في بعض الملفات الاستراتيجية التي تخص الدولة، مثل ملف مسبار الأمل، في حين بعض الجهات "المحلية تحديداً" لها تأثير محدود وضئيل، وقد يرجع ذلك لغياب وجود رؤية موحدة أو أدلة استرشادية في هذا السياق.

وعليه، يمكن الإشارة إلى بعض المحددات العامة التي يمكن التوسع فيها والبحث من قبلكم بشكل أكبر، وهي:

- الإعلام الرقمي الحكومي والسياسة الإماراتية (مثال: تحليل مضمون الحسابات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي لوزارة الخارجية والتعاون الدولي).
- الإعلام الرقمي الحكومي والاقتصاد الإماراتي (مثال: تحليل مضمون الحسابات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي لوزارة الاقتصاد).
- الإعلام الرقمي الحكومي والثقافة الإماراتية (مثال: تحليل مضمون الحسابات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي لوزارة الثقافة والشباب).

ومن وجهة نظري أعتقد بأن مستوى تأثير الإعلام الرقمي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية، له تأثير يتراوح ما بين (المتوسط والجيد)، ولأن التثمة فرص للمضي قدماً في تعزيز القوة الناعمة للدولة يجب العمل على استثمارها بشكل منهجي ومدروس.

#### الاستنتاجات:

- تأثير الإعلام الرقمي كبير جداً إذا ما وضعنا في اعتبارنا الإنجازات الكبيرة للدولة
- تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة يتراوح بين المتوسط والجيد
- يجب على الإعلام الرقمي الحكومي ان يستثمر ألياته ودواته بشكل منهجي ومتطور حتى يتمكن من تعزيز القوة الناعمة للدولة خارجياً

#### التوصيات:

- ضرورة إتاحة المعلومات والبيانات وتوضيح الإجراءات المطلوبة وتقديم الطلبات عن طريق المواقع مما أدى إلى تكوين صورة إيجابية شكلت في الوقت ذاته قوة ناعمة للدولة.
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية".
- لا بد من التركيز على استثمار القوة الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي بشكل أفضل من خلال دراسة واستثمار ومنهجية

### حمد الكعبي

### 3- ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

مسؤولية كبرى تقع على الإعلام عموماً والرغم منه على وجه الخصوص في تقديم الدولة للعالم الخارجي، فدولة الإمارات- وفق تقارير عام ٢٠٢٠- تحتل المرتبة الأولى على مستوى الشرق الأوسط في مؤشر القوة الناعمة، وفي المرتبة ١٨ عالمياً في المؤشر ذاته .

من المهم أن تكون بوصلة الإعلام الحكومي الرقمي تسير في الاتجاه نفسه الذي يسير نحوه «مجلس القوة الناعمة لدولة الإمارات العربية المتحدة»، الذي تم تديشينه في ٢٧ أبريل عام ٢٠١٧ ويتبع بشكل مباشر مجلس

الوزراء وسيعم صياغة منظومة وطنية متكاملة تشمل الجهات الحكومية والخاصة والأهلية لنقل قصة الإمارات للعالم بطريقة جديدة. وينبغي أن يستمد الإعلام الحكومي الرقمي زخمه من مهمة «مجلس القوة الناعمة»، فهذا الأخير «يعمل على تطوير أدوات جديدة لإيصال قصة دولة الإمارات وتفردتها لكافة شعوب العالم بما يليق بمنجزات الدولة ويحقق مصالحها ورؤية قيادتها الرشيدة في أن تكون أفضل دولة في العالم سمعة ومكانة واحتراماً».

ونقل قصة الإمارات إلى العالم بصورة جيدة مطلب جوهري ومهمة استراتيجية للإعلام الحكومي الرقمي، ومن ثم بمقدور الإعلام الرقمي الحكومي تعزيز القوة الناعمة من خلال :  
-بناء رؤية واضحة لدى الجمهور المستهدف تجاه إنجازات الدولة .  
-رصد مجالات التميز مثل التسامح والسلام والطاقة المتجددة والتنمية المستدامة .  
-إنتاج رسالة تراعي طبيعة المجتمع بتنوعه الثقافي واللغوي والديني .  
-تعزيز القدرة على الوصول إلى شرائح عمرية متنوعة من خلال رسائل مناسبة .  
-سرد قصص النجاح سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات، وأيضاً إنجازات القيادة الحكيمة في تطور قطاعات محددة .

#### الاستنتاجات:

- المسؤولية الكبيرة تقع على الاعلام عموماً والرقمي خصوصاً في تقديم الدولة للعالم الخارجي
- من المهم ان نتجه بوصلة الاعلام الحكومي الرقمي في نفس الاتجاه الذي يسير نحوه مجلس القوة الناعمة للإمارات
- على الاعلام الرقمي الحكومي رصد مبادرات التميز مثل التسامح والسلام والطاقة المتجددة والطاقة المستدامة وبناء رؤية واضحة لدى الجمهور المستهدف تجاه إنجازات الدولة

#### التوصيات:

- ضرورة تعزيز القدرة على الوصول إلى شرائح عمرية متنوعة من خلال رسائل مناسبة.
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية.
- بناء رؤية واضحة للجمهور المستهدف تجاه إنجازات الدولة من خلال محتوى اعلامي يستقطب اهتمامات المتلقي الخارجي

#### خالد عبدالله عمران تريم

### 3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

قياس تأثير الإعلام الرقمي منعزلاً عن باقي أدوات تعزيز القوة الناعمة الإماراتية قد يبدو صعباً التعبير عنه بكلمات قليلة، وربما يحتاج لدراسات متخصصة، تضع مؤشرات محددة. لكن لا يمكن التغافل عما يقوم به هذا الإعلام من دور في ظل التوسع المتواصل في أدوات الإعلام الرقمي على مستوى العالم، ومن ثم التزايد المستمر لأعداد مستخدمي تلك الأدوات.  
إن المراتب المتقدمة التي تحوزها الدولة في العديد من المؤشرات، ومنها المؤشرات الخاصة بالقوة الناعمة تثبت أن ما ينجح على أرض الواقع ضخم جداً ومتزايد، ومن ثم من يقومون بنقله إعلامياً سواء كان ذلك عبر الإعلام التقليدي أو الرقمي لديهم معين لا ينضب من المنجزات التي يتبارى الجميع في نقل آثارها التي تنعكس في الكثير من أصقاع العالم.

#### الاستنتاجات:

- يحتاج الاعلام الرقمي الحكومي لدراسات متخصصة لقياس مدى تأثيره وان لا يكون منعزلاً عن باقي أدوات تعزيز القوة الناعمة الإماراتية

#### التوصيات:

- ضرورة دراسة وتقييم وقياس الاعلام الرقمي لرصد التباين والقصور حتى لا يكون منعزلاً عن أدوات تعزيز القوة الناعمة

#### عبد الحميد أحمد

### ٣. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

- مهم جداً. أغلب الجمهور المستهدف في هذه الرسالة هم من مستخدمي الاعلام الرقمي سواء الجمهور العادي أو حتى الجيل الجديد من المسؤولين حول العالم. لذلك لا يمكن تقليل أهمية الاعلام الرقمي في إيصال وتعزيز الرسالة الإعلامية الهادفة إلى إيصال رسالة الإمارات وتأكيد صورتها كقوة ناعمة في أذهان ذلك الجمهور.

- الوجود الدائم والمكثف لذلك الاعلام مهم جدا لترسيخ فكرة القومة الناعمة. لا ننسى ان جزءا كبيرا من قوة الولايات المتحدة الناعمة كان ولا يزال نتاجا لفعالية الإعلام الأمريكي بما في ذلك هوليوود التي خلقت صورا عدة في أذهان معظم سكان العالم عن الولايات المتحدة الديمقراطية العادلة ذات القيم الإنسانية والقوة الاقتصادية والجبروت العسكري، وهي صور ربما لا تعكس كل الحقيقة.
- دولة الامارات تمتلك قوة ناعمة حقيقة نمت خلال العقود الثلاثة السابقة، وهي تعكس صورة واقعية عن مسيرة تنمية فريدة ومجتمع متعدد متسامح ووجهة بارزة عالميا للعمل والسياحة. من المهم جدا أن يعمل الاعلام الرقمي على تعزيز وتكثيف هذه الصورة بشكل دائم من دون الحاجة إلى انتظار مناسبات وطنية او حملات متفرقة.

#### الاستنتاجات:

- لا يمكن تقليل أهمية الإعلام الرقمي في إيصال وتعزيز الرسالة الإعلامية وصور القوة الناعمة في أذهان الجمهور داخل وخارج الدولة
- من المهم جداً أن يعمل الاعلام الرقمي على تعزيز القوة الناعمة بشكل دائم دون الحاجة الى مناسبات وطنية او حملات متفرقة

#### التوصيات:

- تفعيل أدوار الاعلام الرقمي وتكثيف الصورة الرقمية بشكل دائم من دون الحاجة إلى انتظار مناسبات وطنية او حملات متفرقة
- الاهتمام بجوانب الاعلام المختلفة من مسلسلات او أفلام تعزيز أدوار القوة الناعمة للدولة

#### مصطفى اسماعيل الزرعوني

### 3-ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

اهتمت الحكومات بأدوات الإعلام الرقمي لكسب الرأي العام كونه هو المحرك الأول في تجييش الشعوب وهذا يظهر جلياً من الانتخابات الأمريكية التي فاز بها الرئيس السابق ترامب أو فوز رئيس وزراء الهند مودي أو حتى رئيس وزراء باكستان عمران خان وكيف أصبح للدولة و بعض الأحزاب السياسية جيوشاً على مواقع التواصل الاجتماعي ، مدعومة بقوات إعلامية في الشبكة العنكبوتية لأهمية الدفاع عن نفسها ضد الهجوم الذي تتعرض له ،مدفوعة بغايات سياسية او اقتصادية أو حتى محاولة السيطرة على الرأي العام وتوجيهه ..وذلك ترك العالم العربي في دهشة من الطرح الجريء في وسائل التواصل الاجتماعي وزحمة المواد في غضون ظهور ما يسمى بالربيع العربي .

ولكن هذه الطفرة بدأت تنخفض بشدة واعتاد الناس على مستويات الطرح التي كانت في معظمها شعوبية غير منطقية مما استدعى الحاجة لتعميق ثقافة الشعوب في التعامل الرقمي.

ولعل حكومة الإمارات كان لها دور مهم في تثقيف الشعوب العربية بعقد مؤتمرات كثيرة تحاكي الإعلام الرقمي وتكوين منصات لأقوى الشخصيات العربية تأثيراً في هذا الفضاء.

وكون مستوى الخدمات المقدمة عال في الإمارة باتت جميع المنصات الحكومية تفاعلية في الرد على استفسارات الجمهور بصورة دورية على هذه المنصات.

سؤال فرعي: هل انحصر دورها فقط على الرد على استفسار الجمهور ما هو دورها في تعزيز

#### القوة الناعمة في الإمارات؟

هي علاقة في معظمها نتجه في طريق واحد وغالباً ما تكون الإجابات في مواقع الجهات الحكومية أو في خدمة العملاء ولكنها تغيب عن الظهور في وسائل الإعلام ولأسباب مجهولة ترفض بعض الجهات الرد على بعض الاستفسارات وخاصة المتعلقة بالتأثيرات وحركات السفر وتتجنب التعامل مع وسائل الإعلام فيها مع أنها متوفرة عند الاتصال في خدمة العملاء ويرجع الانفتاح الإعلامي إلى شخصية المسؤول في فتح الأبواب من إغلاقها وتجنب التعامل مع معطيات التقييم على مدى الانفتاح على الجمهور وهنا يختلف التقييم بين قوة منصة الجهة الحكومية الإلكترونية وبين التعامل مع وسائل الإعلام .

#### الاستنتاجات:

- اهتمت الحكومات بأدوات الاعلام الرقمي لكسب الرأي العام كونه المحرك الأول للشعوب
- حكومة الإمارات كان لها دور مهم في ترسيخ قوة الاعلام من خلال تنظيمها لمؤتمرات عالمية تحاكي الاعلام الرقمي وتكوين منصات لأقوى الشخصيات العربية تأثيراً في الفضاء
- الاعلام الرقمي يغيب عن الظهور في وسائل الاعلام العالمية رغم توفر التطبيقات والبنية التحتية المتطورة
- تجنب التعامل مع معطيات التقييم والقياس ترك فجوة واضحة بين قوة منصات الاعلام الرقمي الحكومي وبين التعامل مع وسائل الاعلام الخارجية

### التوصيات:

- تعميق ثقافة الشعوب في التعامل مع الاعلام الرقمي
- ضرورة الاستفادة من مؤتمرات القمم الحكومية التي نظمتها الامارات في تطوير آليات وأدوات الاعلام الرقمي الحكومي وتوجيهه للعالم الخارجي
- أهمية وضع استراتيجية طموحة للشراكات مع وكالات ووسائل الاعلام الخارجية وتطوير المحتوى والمضمون للرسائل الإعلامية التي تستقطب اهتمام العالم الخارجي لتعزيز القوة الناعمة الإماراتية

### ريم محمد بن عانم المري

#### 3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

ضعيف نوعا ما.. تعتمد على الاجتهادات الشخصية وتوجيهات كل قائد لفريق عمله وعند الحديث عن التأثير هناك لغط يحصل في تعريف التأثير والوصول، احيانا يحقق الاعلام الرقمي الحكومي معدل وصول للجمهور يقاس ذلك بالمشاهدات والتفاعلات إذا ما تحدثنا عن القياس والوصول، اما التأثير فهنا ينبغي على الاعلام الرقمي وضع معايير للتأثير، والتي يمكن اختزالها في (التأثير على السلوك) وغياب التأثير هي لعدم وجود محفزات تنافسية بين مؤسسات الاتصال الحكومي في المؤسسات الحكومية، فعندما يغيب الابداع يغيب التأثير. وللوصول لهذه المرحلة لا بد من خطوات (الرصد والتحليل وجمع البيانات والمعلوم مرورا بالتقييم ومن ثم اعداد خطط موحدة والبدء فيها ومن ثم القياس والتقييم مجددا مثل الحلقة الدائرية تبدأ وتنتهي وتدور مره اخرى حتى تنجح بعد دراسة اسباب الفشل ومقومات النجاح.

#### الاستنتاجات:

- يعتمد على الاجتهادات الشخصية وتوجيهات قائد العمل في كل وسيلة الامر الذي يضعف المحتوى والمضمون والهدف
- ينبغي على الاعلام الرقمي وضع معايير واسس ومحتوى وابداع حتى يتمكن من استقطاب اهتمام الجمهور الخارجي

### التوصيات:

- لا بد من الاهتمام بخطوات الرصد والتحليل وجمع البيانات والمعلوم مرورا بالتقييم ومن ثم اعداد خطط موحدة والبدء فيها
- اعتماد معايير واسس ومحتوى وابداع كمنهجية للأعلام الرقمي الحكومي حتى يصل الى مستهدفه
- القيام بالتقييم مجددا مثل الحلقة الدائرية ضروري حتى الوصول الى اسباب الفشل ومقومات النجاح.

### الدكتور راشد خلفان النعيمي

#### 3. ما هو تأثير الإعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

الاعلام الرقمي الحكومي لديه من القوة لما تمتلكه الدولة من انجازات ونجاحات في كافة المجالات الامر الذي تتولد من خلاله الخبرة بما يتلاءم مع الفكر والتخصص لتعزيز القوة الناعمة الاماراتية.

#### الاستنتاجات:

- الاعلام الرقمي الحكومي لديه من القوة والمساحة لتحقيق مستهدفاته نظراً لما تمتلكه الدولة من إنجازات ومبادرات سامية تعزز القوة الناعمة الإماراتية

### التوصيات:

- لا بد من تطوير المنهجية والأدوات في الاعلام الرقمي حتى يتوازي مع الإنجازات والمبادرات التي تعزز القوة الناعمة

### السؤال الرابع:

#### معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

4. ماهي الأدوات التي يجب أن يسלט الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

كما ذكرنا في الإجابة عن السؤال ٣، يجب أولاً أن نحدد نقاط القوة والمميزات التي نمتلكها، بعد ذلك نحدد عناصر القوة الناعمة التي نريد تعزيزها. وهذا ما يحتاج إلى توضيح.

**سؤال فرعي: كيف يمكن لنا تحديد عناصر القوى الناعمة، هل هي عبارة عن أحداث ومبادرات معادة وما هي العناصر، كيف يمكن للإعلام الرقمي تطوير واستحداث آلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العالمي في صالح هذه المبادرات؟**

الذي يميز الإمارات في مختلف القطاعات أنها بنيت على أسس تساهم في أن تكون هناك مرونة في إدارتها للأعمال ، استراتيجية الإمارات الخارجية مبنية على أسس مد جسور التواصل والتعاون بين الإمارات ودول العالم و دولة الإمارات دائماً تهتم في مساعدة العالم في التصدي للتحديات وكذلك مساهمة دول العالم في حل مشاكلها من خلال الإمكانيات المتوفرة في الدولة أو محاولة إيجاد حلول لمساعدتهم ، لدينا العديد من الأمثلة على ذلك ، المساعدات الإنسانية كمثال أنا شخصياً في عام ٢٠٠٩ حين زرت دول عديدة في محاولة لاستقطاب تصويت عالمي للفوز باستضافة الوكالة الدولية للطاقة المتجددة في أبوظبي ، الذي لمسناه أن الذي زرعه الشيخ زايد في مجال الأعمال الإنسانية حصدها نحن في عام ٢٠٠٩ وحين نتحدث عن القوى الناعمة فهذه كانت أكبر دليل على القوى الناعمة رغم أنها لم تكن معروفة أو واضحة لكنها أدوات عمل عليها الشيخ زايد بدون إعلام واستطاع أن يبرهن فيها قوى ناعمة منفردة وكانت أمور تعنى بالشأن الإنساني ، فدولة الإمارات لديها إمكانيات وقدرات ساعدتها في إبراز قوتها الناعمة في مجالات ذات طابع إنساني مهم.

**سؤال فرعي: ماهي الأدوات التي تستخدمها الدبلوماسية الإماراتية في الإعلام الرقمي من أجل تعزيز القوى الناعمة، كيف يمكن تحديد الأدوات والعناصر التي يجب أن يوظفها الإعلام الرقمي تحديداً في نقل الرسالة الخارجية للدولة؟**

العناصر التي تستخدمها دولة الإمارات في إبراز قوتها الناعمة هي متمثلة بأفرادها ودبلوماسيتها في الخارج ، وطبعاً هذه العناصر يتم تغذيتهم بالرسائل الاستراتيجية من خلال وزارة الخارجية أو الجهات المعنية ذات العلاقة بالمواضيع الخاصة بها ، كذلك دائماً وأبداً نحن لدينا أولويات وطنية من خلالها نرسم ملامح لصورة عامة نستمد منها مصادر قوتنا التي نستطيع أن نوصل بها قوتنا الناعمة للخارج ، لدينا العديد من الملفات وأستطيع القول بأن دولة الإمارات أثبتت فيها قدرة خاصة واستطاعت أن تبرز من خلال وتبين فيها قوى ناعمة منفردة تختلف عن دول الجوار ، مثلاً ملف التغير المناخي أو الطاقة المتجددة ، اليوم نحن كدولة نفطية من سيتوقع أنها تحتل المركز الخامس من خلال مخزونها النفطي و السادس من خلال مخزون الغاز ، من توقع أنها يتكون من أوائل الدول المصدرة لمصادر تكنولوجيا الطاقة النظيفة وأن يكون لها شأن في معالجة قضية التغير المناخي ، من خلال هذا الملف استطاعت الإمارات أن تبرز لها إمكانية وقدرة خاصة في تمييز نفسها عن غيرها وأصبحت لها ذراع كقوة ناعمة تعزز من دور الإمارات على المستوى العالمي.

**الاستنتاجات:**

- نقاط القوة والمميزات والمبادرات الغير مسبقة التي تمتلكها الدولة
- المبادرات الغير مسبقة والتي تتمثل في ملف التغير المناخي او الطاقة المتجددة والريادة المتمثلة في انتزاع الدولة للمراكز الأولى عالمياً باعتبارها الدولة المنتجة لمصادر تكنولوجية الطاقة النظيفة كذراع من القوة الناعمة التي تعزز من دور الإمارات على المستوى العالمي
- المساعدات الإنسانية التي زرعتها الشيخ زايد منذ عام ٢٠٠٩ كانت أكبر دليل على القوة الناعمة رغم انها لم تكن معروفة في ذلك الوقت
- ساهمت هذه القوة الناعمة في استقطاب تصويت عالمي للفوز باستضافة الوكالة الدولية للطاقة المتجددة في ابوظبي

**التوصيات:**

- لا بد من وجود أولويات وطنية من خلالها نرسم ملامح لصورة عامة نستمد منها مصادر قوتنا التي نستطيع أن نوصل بها قوتنا الناعمة للخارج
- تحديد نقاط القوة والمبادرات الغير مسبقة التي تعزز القوة الناعمة والتركيز على نقلها للجمهور العالمي

**معالي نورة بنت محمد الكعبي**

**4. ماهي الأدوات التي يجب أن يسלט الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوى الناعمة الإماراتية؟**

- مكانة الإمارات ودورها السياسي.
- الإنجازات الاقتصادية والتنموية
- المؤتمرات والمعارض الدولية.
- الدبلوماسية الثقافية.
- الدور الإنساني على الصعيد الدولي.

- دورها في تعزيز السلم والأمن العالمي.
- فاعليتها في المؤسسات الدولية.

#### الاستنتاجات:

- المؤتمرات والمعارض الدولية
- الدور الإنساني على الصعيد الدولي
- دور الإمارات في تعزيز السلم والأمن العالمي والتعايش بين الشعوب

#### التوصيات:

- قيام الاعلام الرقمي الحكومي بالتركيز على الأولويات الوطنية والمتمثلة في الدور الإنساني وتعزيز قيم التسامح والتعايش والسلم العالمي والترويج والتسويق للمبادرات العالمية الجريئة وعلى رأسها وثيقة الأخوة الإنسانية ومعاهدة السلام الإماراتية الإسرائيلية

#### معالي ريم ابراهيم الهاشمي

4. ماهي الأدوات التي يجب أن يسלט الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

نستطيع القول إن الاعلام الرقمي يمكن له أن يزيد من فعاليته في تعزيز القوى الناعمة الإماراتية من خلال زيادة مستوى المشاركة الإلكترونية في بناء وتوصيل المحتوى المعلوماتي البناء عن دولة الامارات داخلها وخارجها في كافة المحافل والفعاليات والأنشطة من خلال تبني وسائل اضافية جديدة منها شبكات مشاركة الوسائط المتعددة، والمدونات وتطبيقات العمل التشاركي وأدوات النقاش وشبكات التواصل الاجتماعي المؤسسية. إضافة إلى زيادة مستوى التشاركية مع قنوات التواصل الاجتماعي للحكومات المحلية وكذلك المنصات الرقمية المتخصصة كمدينة دبي للإعلام.

#### الاستنتاجات:

- تكتيف مستوى المشاركة الإلكترونية في بناء وتوصيل المحتوى المعلوماتي البناء عن دولة الإمارات داخلياً وخارجياً في كافة المحافل والفعاليات والأنشطة من خلال استخدام وسائل وتطبيقات إضافية جديدة

#### التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالإعلام الرقمي باستخدام كافة الوسائل المتاحة
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية".

#### معالي الدكتورة أمل عبدالله القبسي

4. ماهي الأدوات التي تستخدمها الدبلوماسية الإماراتية في الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة ؟

وزارة الخارجية قائمة بدور جبار في هذا المجال ولعلنا ذلك من جانب الدبلوماسية الإماراتية ، و أنا سأحدث من جانب الدبلوماسية البرلمانية ، فنحن كنا نطمح أن تكون شركتنا أساسية مع الإعلام وكنا نرى بأنه جزء لا يتجزأ من عمل البرلمان ومن نجاحه ، فلذلك كان لدينا الكثير من المبادرات في اللقاءات مع الإخوة رؤساء التحرير ومد الإعلام بخططنا كدبلوماسيين إماراتيين وأهدافنا التي تحققت ، ليكونوا شركاء دائمين في أي مبادرات تتم من خلال سفرنا للخارج ، ونحرص على تواجد فريق إعلامي في كل رحلتنا الخارجية ، ليشاركونا ويطلعون بشكل أكبر على تلك المهمة والهدف منها والنتائج المرجوة من خلالها ، علاقاتنا مع سفرائنا كبيرة وهناك تنسيق كامل وكبير مع وزارة الخارجية وسفاراتنا في الخارج بحيث تكون جداول الزيارات والأجندة تكون بالتنسيق معهم ، وعندما كنا نجتمع مع المسؤولين في الخارج لم أكن أتحدث بصفتي الدكتورة أمل القبسي بل كنت أمثل المجلس الوطني الاتحادي ودولة الإمارات وأنقل وجهة نظر الدولة حتى وإن كانت تتعلق بجانب مختلف كدعم وتعزيز لها ، وهناك الكثير من المرات كنا نلقى جانباً من الترحيب، وهنا أعتقد بأن الإعلام يلعب دور كبير جداً في جانب الدبلوماسية الإماراتية ، الشراكة ما بين الإعلام والدبلوماسية الإماراتية الرسمية أو البرلمانية أساسية ومهمة جداً وجانب كبير من نقل رسالتنا كسياسيين في أي جانب من الجوانب إن لم يكن الإعلام حاضراً فيها بشكل جيد لن نحقق أهدافنا ولن يكون هناك أي صدى ضمن المضمون الذي نريده.

#### الاستنتاجات:

- الدبلوماسية البرلمانية المتمثلة في وزارة الخارجية والمجلس الوطني الاتحادي
- تفعيل الاعلام الرقمي في سفارات الدولة لدى دول العالم والحضور البرلماني الدولي الذي يمثل قوة ناعمة للدولة من خلال الترويج لمبادرات عالمية أطلقتها الدولة في مجال التسامح والتعايش السلمي بين الشعوب

#### التوصيات:

- تفعيل الشراكة بين الإعلام والدبلوماسية الإماراتية الرسمية أو البرلمانية
- تفعيل الدور للأعلام الرقمي في تعزيز وتكثيف هذه الصورة بشكل دائم من دون الحاجة إلى انتظار مناسبات وطنية أو حملات متفرقة

#### معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

4. ماهي الأدوات التي يجب أن يسלט الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

إذا ما تحدثنا عن الأدوات فيجب ان يستغل الاعلام الرقمي الحكومي وجود عدد من المنابر والمنصات العالمية الرقمية ومكانها مدينة دبي للأعلام واختيار الأنسب منها لدى الجمهور في الدول الأخرى فالواضح اننا في الامارات نركز على تطبيق تويتر ونتناسى عدد كبير من التطبيقات المستخدمة والمنتشرة في الدول الأخرى كلاً حسب ثقافته وبيئته، وهذا ما نسعى إليه في شرطة دبي من خلال التعاون مع هذه الشركات والتطبيقات وأصبحنا بذلك نعمل بحرفية في تحقيق تطلعات الحكومة الرشيدة في التحول الرقمي. وأكد على ان الأدوات الرئيسية التي يجب ان يسלט عليها الضوء تتمثل في كثير من المبادرات والقيم وهي على النحو التالي:

- 1 - المساعدات الإنسانية الواسعة التي تقدمها الامارات عبر العالم خدمة للإنسانية في شتى المجالات
- 2 - التعامل والتعايش وروح التسامح التي دعت اليها الامارات في الرؤية والاستراتيجية العالمية التي تهدف الى التآخي بين البشر
- 3- دعوة الامارات الى نبذ الخلافات بين الدول العربية والعمل على توحيد الصف العربي في مواجهة تحديات البطالة والفقر والأوضاع المتردية في الوطن العربي وخلق تنمية شاملة تخدم الانسان العربي وتسعى الى اعلاء مكانته بين الأمم
- 4 - خطوة الامارات الصادقة والجريئة الى خلق سلام اممي بالتصالح مع إيران وتركيا وإسرائيل والدعوة الى ارسال قواعد سلام وامن واستقرار إقليمي ودولي وما يدل على ذلك تسيير رحلات الطيران الى العديد من الدول من اجل تقديم الدعم في التصدي لجائحة كورونا

#### الاستنتاجات:

- المساهمات الإنسانية الواسعة التي تقدمها الدولة في شتى المجالات
- التعايش وروح التسامح التي دعت اليها الامارات في رؤية واستراتيجية عالمية تهدف الى التآخي بين البشر
- دعوة الامارات الى نبذ الخلافات وتوحيد الصف العربي في مواجهة البطالة والفقر وخلق تنمية شاملة لخدمة الانسان العربي
- استراتيجية الامارات الى خلق سلام اممي وامن واستقرار إقليمي ودولي
- استغلال المنابر والمنصات العالمية الرقمية ومكانها مدينة دبي للترويج للأدوات المذكورة. اعلاه

#### التوصيات:

- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية".
- ضرورة استقطاب عدد من الأشخاص والناشطين على هذه المنصات الرقمية واعطائهم الفرصة للمشاركة في احداث عالمية في الدولة
- اما الأدوات التي يجب ان يسלט عليها الضوء فتتمثل في المبادرات التالية:
  - المساهمات الإنسانية الواسعة
  - التعامل والتعايش والتسامح (وثيقة الاخوة الإنسانية)
  - خلق سلام أممي والدعوة لإرساء قواعد السلام والأمن والاستقرار (معاهدة السلام الإسرائيلية الأمريكية)

#### سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي

4. ماهي الأدوات التي تستخدمها الدبلوماسية الإماراتية في الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

اعلام يتبنى التقنيات، ادوات حديثة، صحف اونلاين، مواقع للتواصل الاجتماعي، رصد وبحث ودراسات من خلال مؤسسات متخصصة.

#### الاستنتاجات:

- التركيز على المبادرات والفعاليات الكبيرة التي تطلقها الدولة واختيار انسب التقنيات والتطبيقات للترويج لها في صورة القوة الناعمة

التوصيات:

- التأسيس لأعلام رقمي يستخدم الأدوات الحديثة والتقنيات المتطورة ويؤهل ناشطين من خلال مؤسسات متخصصة

#### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

4. ماهي الأدوات التي تستخدمها الدبلوماسية الإماراتية في الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

أصبحت دولة الإمارات مدركة لأهمية دور الإعلام الرقمي، حتى بات يشكل القناة الرئيسية لإيصال الرسائل، ولعل توظيف وسائل التواصل الاجتماعي مثل "تويتر" شاهد على توظيف الإعلام الرقمي في الدبلوماسية الإماراتية، حاله حال التوجهات الجديدة في الدبلوماسية الرقمية للعديد من الدول.

سؤال فرعي: الأمر يختلف بتفعيل أدوات أخرى، كيف يمكن أن نفعّل أدوات أخرى مثل سفارات الدولة لتعزيز القوى الناعمة خارجياً؟

أعتقد أن مفهومنا للسفارات وأدوارها لا يجب أن يكون فيما يتعلق بإدارة شؤون المواطنين فقط، أنا أعتقد أن سفاراتنا لديها من النضج التي استلهمت خططها وأهدافها من وزارة الخارجية والتي تستلهم خططها من خلال الرؤية العامة لدولة الإمارات، ولو تحدثنا عن المبادئ العشر لدولة الإمارات فالرؤية واضحة، التركيز على الجانب الاقتصادي وإرسال الرسائل الواضحة لدولة الإمارات فيما يتعلق بالتسامح وغيرها، السفارات هنا تلعب الدور المنوط بها، أولاً أن تكون الرسائل واضحة وأن تكون الرؤية والخطط واضحة لهذه السفارات من ثم استغلال و توظيف الإعلام الرقمي بالطريقة الصحيحة المناسبة القادرة على إيصال الرسالة.

الاستنتاجات:

- تويتر يمثل أبرز التوجهات الجديدة في الدبلوماسية الرقمية للعديد من الدول
- سفارات الدولة لديها من النضج في استلهم القوة الناعمة ونشرها من خلال الاستراتيجية الدبلوماسية
- استغلال وتوظيف الاعلام الرقمي بالطرق المتطورة القادرة على ارسال الرسالة
- المبادرات والاتفاقيات والمعاهدات التي تتسم بالتسامح والتعايش السلمي التي تمثل رؤية الدولة وتتوافق مع التوجهات العالمية

التوصيات:

- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية
- تفعيل دور السفارات في استلهم القوة الناعمة ونشرها من خلال الاستراتيجية الدبلوماسية

#### الدكتور عبد الخالق عبدالله

4. ما الأدوات التي يجب أن يسلط الإعلام الرقمي الحكومي الضوء عليها، من أجل تعزيز القوى الناعمة الإماراتية؟

اليوم لدينا مسارين في الإعلام، الأول هو المسار الإعلامي المحلي، بجناحيه التواصل الاجتماعي والتقليدي، وهناك مسار آخر ينبغي أن يتم توظيفه بشكل جيد، وهو وجود ما لا يقل عن ٢٠٠٠ منبر إعلامي عربي عالمي أجنبي في مدينة دبي للإعلام، وأعتقد إن أردت أن تصل إلى الرأي العام العالمي، يجب التركيز على هذا الأمر، فالآن الدولة تحلق أدبياً وثقافياً بجناحين، والذي سيجملك للخارج هو الجناح الآخر، وهذه فرصة غير موجودة في أي دولة عربية، فمدينة دبي للإعلام تعد عاصمة الإعلام العربي وحتى العالمي، وفي تقديري يجب أن أضع خطوطاً عامة للاستفادة القصوى من توظيف كل هذا الحضور الأجنبي، بدءاً من رويترز وسي إن إن وسي إن بي سي وغيرها من المنابر، ولا أعني استغلال هذا الحضور، وإنما أعني استخدامه بشكل أمثل وليس بشكل موجه.

أما الجناح المحلي فمهما رفرقت به، يظل موجهاً للداخل، وليته يُوجه بالشكل الأمثل للداخل طالما أن هذا هو مساره الذي لن يخرج عنه.

سؤال فرعي ١: إذا ما تحدثنا حول استغلال كم الجنسيات المتواجدة على أرض الدولة "٢٠٠٠ جنسية" .. ماذا لو استغل الإعلام الرقمي هذه الجاليات كوسيلة غير مباشرة لنقل القوى الناعمة الإماراتية عبر حساباتهم؟

توجد ٢٠٠ جنسية في الإمارات، لكن العدد الإجمالي حوالي ٩ مليون شخص، والأهم أنهم متغيرون باستمرار، ولو حسبت على مدى ٣٠ سنة، فهذا يعني أن الإمارات لديها سفراء ربما يتخطى عددهم ٣٠ ميوناً، فشخص ما يحمل الجنسية الفلبينية جاء وأقام في الدولة ٤ سنوات ثم رحل، وكذلك شخص ما عربي جاء واستمر مثلاً ٥ سنوات ثم رحل وأتى غيره، فهذا يعني أن للإمارات جيش متجدد من السفراء الإعلاميين، في كل بلاد العالم البالغ عددها ١٩٣ دولة، وكلهم محبون للإمارات، وهذا الكم الكبير من الحضور لا يحتاج لعمل خارق وجهد عبقري من أجل تسويق ونقل رسالة الدولة، لكن عليك أن تعرف كيف توظفهم للاستفادة منهم بشكل خلاق في الترويج للإمارات، من خلال هذا العدد الكبير للغاية، وليس صحيحاً أن تحسب فقط ٩ مليون أو ٢٠٠ جنسية، وإنما العدد الصحيح هو أنك كسبت ود وحب وقلب ١٠٠ إلى ٢٠٠ مليون إنسان منتشرون كل أنحاء العالم، يجب توظيفهم بشكل مثمر.

#### الاستنتاجات:

- إذا ما اردت الوصول الى الرأي العام العالمي فلا بد من التركيز على المنابر والمنصات العالمية وتوظيفها بشكل متطور
- وجود ما لا يقل عن ٢٠٠ منبر اعلامي عربي عالمي وأجنبي في مدينة دبي للأعلام يعطي افضلية لمستهدفات القوة الناعمة عن طريق الاعلام الرقمي
- الإمارات أصبح لها سفراء من كل بلاد العالم لما تحتوي عليه البلاد لأكثر من ٢٠٠ جنسية من مختلف الثقافات والمبادئ والاعراق لابد من استغلالها كقوة ناعمة غير مباشرة في الترويج عن الدولة

#### التوصيات

- ضرورة استقطاب عدد من الأشخاص والناشطين على هذه المنصات الرقمية واعطائهم الفرصة للمشاركة في احداث عالمية في الدولة
- التركيز على المنابر والمنصات العالمية المتواجدة في الامارات التي تمثل أكثر من ٢٠٠ جنسية في مختلف الثقافات واستغلالها كقوة ناعمة غير مباشرة في الترويج عن الدولة

#### محمد جلال الريسي

#### 4. ماهي الأدوات التي يجب ان يسلط الاعلام الضوء عليها من اجل تعزيز القوة الناعمة في الاعلام الرقمي الحكومي؟

لا بد ان نملك أدوات تقييم حتى نعرف واقعنا الحقيقي والى أين ذاهبين ويجب ان نقيم واقعنا الحقيقي هذه الأدوات سيساعدنا في تحقيق مستقبل أفضل والاستفادة من الأنشطة المتاحة بحيث نتمكن من الوصول للهدف في تعزيز القوة الناعمة للدولة خارجياً، القوة الناعمة لا تقتصر على مناسبات واحداث وفعاليات واحفالات نقوم بدعوة الناس اليها وبانتهاؤها ينتهي كل شيء فالعلاقات لابد ان تكون مستمرة لا تنقطع وان يكون هناك علاقة إعلامية و استفادة متبادلة من الطرفين مع وجود هذه الأمور سيكون هناك أثر وهذا الأثر لابد ان يقاس ويقيم كل فترة.

#### سؤال فرعي: من يقيس هذا الأثر شركات القياس مثلاً؟

يجب ان تكون هناك مراكز بحثية او شركات او مراكز حكومية دورها ان تدرس، لكن للأسف هذا الجزء يكاد ان يكون مفقود لا توجد لدينا مراكز لتقييم الاعلام محلياً كانت هناك دراسات قدمت للمجلس الوطني للأعلام لكنها كانت محدودة، ان وجود مركز متخصص لوسائل الاعلام امر ضروري اليوم حتى نتعرف على كثير من الامور ومنها سوق الاعلام وأحياناً ممكن ان نبني رؤى على اخبار وانشطة شركات لها مصالحها بطرق غير صحيحة ولكن عندما يكون هناك مركز متخصص فسيكون له رأي وتقييم في ذلك كذلك ندرس ما يحتاجه الرأي العام.

#### الاستنتاجات:

- الأدوات تتمثل في جزمة من المبادرات والمعاهدات والإنجازات العالمية التي حققتها الدولة في مختلف المجالات العلمية والاقتصادية والتجارية والإنسانية
- لابد من تقييم الوسائل التي تساعد في توظيف هذه الأدوات حتى نتعرف على الواقع الحقيقي لهذه الأدوات لتحقيق مستقبل أفضل
- استدامة الاحداث والتغطيات الإعلامية والشراكات مع العالم الخارجي
- ضرورة الوجود مراكز بحثية او شركات او مراكز حكومية حتى نتعرف على ما يحتاجه الرأي العام العالمي

#### التوصيات:

- ضرورة وجود مراكز بحثية لتقييم الواقع الحقيقي لوسائل وأدوات الاعلام

- استدامة الاحداث والتغطيات الإعلامية للمبادرات والاجازات التي حققتها الدولة
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية

#### عبدالله عبدالكريم الرئيسي

4- ما هي الأدوات التي يجب أن يسלט الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

بشكل عام، أدوات القوة الناعمة هي متعددة منها ما هو مرتبط بالإعلام الرقمي الحكومي، ومنها ما هو غير مرتبط بالإعلام مثل المراكز الثقافية، ولكن من بين أهم الأدوات التي يجدر بالإعلام الرقمي الحكومي استخدامها في وقتنا الراهن هي (منصات التواصل الاجتماعي لاسيما "تويتر، فيسبوك، انستجرام، يوتيوب"، والتطبيقات الذكية "خاصة ما يرتبط بالسياحة والاقتصاد والثقافة في الإمارات مثلاً).

كما أننا نحتاج إلى زيادة احتضان الأحداث العالمية بهدف تعزيز سمعة الدولة وقوتها الناعمة على غرار "صناع الأمل" أو المنتدى الدولي للاتصال الحكومي أو تحدي القراءة، وللتدليل على ذلك فإن مبادرة صنّاع الأمل اشتملت على ثلاثة محاور رئيسية، وهي على النحو الآتي:

- الجانب الإنساني العالمي: من خلال التركيز على الدور الإنساني والاهتمام بالعنصر البشري على المستوى الدولي.
- الانتقال خارج حدود الإمارات: أي أن مبادرة صنّاع الأمل لها رسائل استراتيجية تم تداولها والحديث عنها بشكل مكثف في عواصم ومدن متفرقة حول العالم.
- رجع الصدى الواسع: بمعنى وجود أصداء واسعة لمبادرة صنّاع الأمل لدرجة أنه أصبح هناك إعلام رقمي إماراتي يسانده إعلام رقمي دولي يبرز الرسائل الاستراتيجية لهذه المبادرة العالمية.

#### الاستنتاجات:

- أدوات القوة الناعمة متعددة وكثيرة منها ما يرتبط بالسياحة والاقتصاد والثقافة والجوانب الإنسانية
- الحاجة إلى احتضان مزيد من الأحداث العالمية بهدف تعزيز سمعة الدولة ومكانتها العالمية
- الانتقال بهذه القوة الناعمة خارج حدود الإمارات بأطلاق مبادرات تتوازي مع مبادرة صنّاع الأمل التي تحمل قيم إنسانية تحدث عنها الإعلام الرقمي الدولي في عواصم ومدن متفرقة حول العالم

#### التوصيات:

- ضرورة وجود أولويات وطنية من خلالها نرسم ملامح لصورة عامة نستمد منها مصادر قوتنا التي نستطيع أن نوصل بها قوتنا الناعمة للخارج
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية
- الاستفادة من الاصداء الواسعة للمبادرات ونقلها للعالم الخارجي من خلال الشراكة مع وسائل الاعلام العالمي

#### حمد الكعبي

٤- ما هي الأدوات التي يجب أن يسלט الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

تتنوع أدوات العالم الرقمي في توضيح وبناء وتعزيز قوة الإمارات الناعمة: أولاً: الأدوات التقنية: ويندرج تحتها نوع المنصة الرقمية: تويتر- انستجرام -فيسبوك- يوتيوب- كلوب هاوس، تطبيقات على الهواتف المحمولة .

ثانياً: المحتوى، الذي ينبغي أن يتميز برسائل واضحة تتضمن الآتي .  
-تقديم مكافآت التميز في الأداء الحكومي: الحكومة الذكية، قوانين التعايش -جودة الحياة- حقوق الطفل والمرأة- وأصحاب الهمم- نسبة تمثيل الشباب والمرأة في الحكومة- مناطق إعلامية حرة- استقطاب الموهوبين- ريادة الفضاء من خلال مسبار الأمل .

-من المهم التركيز على محتوى متجدد ومتنوع ومناسب لشرائح متعددة لتقديم إنجازات الدولة، مع مراعاة خصوصية كل منصة، فأدوات الجاذبية تختلف حسب المنصة الرقمية، التي يتم استخدامها، فمنصة تويتر تعتمد على تكثيف شديد للرسالة المطلوبة في مدة زمنية قصيرة خاصة عند تقديم مادة فيلمية، وموقع يوتيوب يتيح مدة أطول لشرح المحتوى، ومنصة انستجرام تستند إلى الإبهار البصري .

-تقديم النماذج الملهمة: كوادر بشرية حققت إنجازات علمية- مؤسسات لعبت دوراً في ابتكارات مهمة- مبادرات مجتمعية خلاقة.

-تطوير إنتاج المحتوى ليصدر بلغات عالمية قدر المستطاع، لتوصيل الرسالة على الصعيد العالمي .  
ثالثاً: بناء الكوادر الإعلامية المتخصصة

ليس الإعلام الرقمي مجرد حسابات ومنصات فقط، بل يلعب العنصر البشري دوراً محورياً في تفعيل دور هذه المنصات وتوصيل الرسالة المرجوة منها. وضمن هذا الإطار تأتي أهمية التدريب وبناء الكوادر المتخصصة، التي لديها القدرة على صناعة المحتوى وفي الوقت ذاته تستطيع خوض غمار المستجدات التقنية ومواكبة الطفرة الجديدة في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات .

#### الاستنتاجات:

- التركيز على محتوى متجدد ومتنوع ومناسب لشرائح متعددة لتقديم إنجازات الدولة
- أدوات القوة الناعمة والجادبية تختلف باختلاف المنصات الرقمية التي يتم استخدامها
- منصة تويتر تعتمد على تكثيف شديد للرسالة المطلوبة في مدة زمنية قصيرة
- موقع يوتيوب يتيح مدى أطول لشرح المحتوى
- منصة انستغرام تعتمد على الابهار البصري
- تقديم النماذج الملهمة المتمثلة في القيم والجوانب الإنسانية التي تعتبر اهم مكونات القوة الناعمة

#### التوصيات:

- استخدام منظم التطبيقات الرقمية المتاحة والمعروفة لدى العالم في تقديم النماذج الملهمة التي تمثل القوة الناعمة للامارات
- ضرورة التركيز على محتوى متجدد ومتنوع لشرائح متعددة لتقديم إنجازات الدولة

#### خالد عبدالله عمران تريم

4. ما هي الأدوات التي يجب أن يسلط الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

من المؤكد أن القائمين على أمر الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي لديهم قواعد ومبادئ تحكم عملهم. ومن ثم فهم يعرفون جيدا المناسب من الأدوات التي تستخدم. فإذا كان المقصود أدوات فنية فكما سبق القول لدى الدولة الأحدث منها، وإذا كان المقصود أدوات فكرية فإن فرق العمل لديها الأسس الواضحة ليس فقط لما هو آني وإنما لما هو مستقبلي ولتحقيق ذلك لا بد من الاهتمام بالأدوات الفكرية التي تتمثل في تأهيل عناصر قادرة على التعامل بشكل احترافي مع وسائل الاعلام الرقمي حتى يكونوا الجسر الدائم نحو تعزيز القوة الناعمة.

#### الاستنتاجات:

- الاهتمام بالأدوات الفكرية التي تتمثل في تأهيل عناصر قادرة على التعامل بشكل احترافي مع وسائل الاعلام الرقمي حتى تكون الجسر الدائم نحو تعزيز القوة الناعمة

#### التوصيات:

- لا بد من الاهتمام بالأدوات الفكرية التي تتمثل في تأهيل عناصر قادرة على التعامل بشكل احترافي مع وسائل الاعلام الرقمي حتى يكونوا الجسر الدائم نحو تعزيز القوة الناعمة

#### عبد الحميد أحمد

4. ماهي الأدوات التي يجب أن يسلط الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

- هناك أدوات عدة:
- الصحف ومواقعها وهي أدوات مهمة بسبب مصداقيتها وخبرة العاملين فيها وانتشارها بين الجمهور.
- وسائل التواصل الاجتماعي، وهي أدوات تحظى باهتمام الجيل الجديد من الجمهور الذي يقضى وقتاً طويلاً على هذه الوسائل بلا استثناء.
- وسائل الاعلام المرئية، وهي مهمة لقدرتها على إيصال الرسالة كاملة من كل جوانبها، الكلمة الصورة والفيديو لحظة بلحظة.
- فعاليات ومؤتمرات متخصصة في هذا الشأن تسهم في نقل الخبرات والمعلومات.

سؤال فرعي: ألا تعتقد أن الحضور الأجنبي المتعدد في الدولة يعد أداة من الممكن الاستفادة منها في تعزيز القوى الناعمة خاصة وأن هذا الحضور يملك حسابات في وسائل التواصل الاجتماعي؟  
هناك أكثر من ٢٠٠ جالية تعيش في الإمارات هي جاءت من مل دول العالم وبخلفيات ثقافية وفكرية وسياسية مختلفة، وأعتقد بأن وجود هذه الجاليات وبمفهوم القوى الناعمة فوجودها إيجابي من هذه الناحية، لأن بوجودها نحن نوصل رسائلنا بلغاتهم وليس شرطاً أن تكون بلغتنا.

#### الاستنتاجات:

- الفعاليات والمؤتمرات المتخصصة في هذا الشأن تسهم في نقل الخبرات والمعلومات
- وجود أكثر من ٢٠٠ جالية في الامارات بخلفياتهم الثقافية والفكرية والسياسية تمثل جانب غير مباشر نحو إيصال صور للقوة الناعمة بلغاتهم المختلفة

#### التوصيات:

- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية المختلفة
- ضرورة استغلال ناشطي الجاليات المتواجدة في الامارات بخلفياتهم الثقافية والفكرية وتحفيزهم للمشاركة في مبادرات الدولة لإيصال القوة الناعمة بلغاتهم المختلفة

#### مصطفى إسماعيل الزرعوني

٤- ماهي الأدوات التي يجب أن يسלט الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

كان هناك تباين بين الجهات الحكومية المختلفة لذلك جاء التشديد على وضع سياسات التطوير المستمرة وتقييم الأداء الدائم لهم ولا نزال نسير بخطوات سريعة مقارنة بالدول العربية والتوجه الملاحظ نحو توحيد المنصات الإلكترونية " المواقع " وخاصة المرتبطة بدفع الرسوم.

سؤال فرعي: للوصول إلى العالم الخارجي ما هي الأدوات والوسائل التي يجب أن يتعامل معها الإعلام الرقمي لتعزيز القوة الناعمة؟

ترتكز الحملات التي تقام على اللغة العربية حيث لا تملك الحكومة مؤسسات تلفزيونية ناطقة باللغة الإنجليزية سوى واحدة وكذلك دور الصحافة الانجليزية الخاصة التي تعاني من ضعف المدخول مع عدم وجود دعم وترجع سياستها التحريرية إلى من يترأس تحريرها. الإعلام بشكل عام هو إعلام خدمي للداخل ورسائله للخارج ضعيفة جدا حيث لا يوجد مؤسسات تهدف لعمل فئة مستهدفة إقليميا أو دولية أو حتى تفصيلية إن كانت رياضية أو اقتصادية مع وجود مؤسسة أخباريه واحدة تتجه لعالم العربي وهي سكاى نيوز. وعمل مكتب حكومة الإمارات مؤخرا على جذب بعض المؤثرين في وسائل التواصل فيما أطلقوا عليه أكاديمية الإعلام الجديد لجلب مختلف اللغات.

#### الاستنتاجات:

- وضع سياسات التطوير المستمرة وتقييم الأداء الدائم لتأهيل أدوات الاعلام الرقمي الحكومي حتى تكون قادرة على إيصال القوة الناعمة
- إيجاد مؤسسات تهدف للتعاطي مع الجهات الإقليمية والدولية
- العمل على جذب بعض المؤثرين ذوي المضمون والمحتوى الرصين لوسائل التواصل الاجتماعي للترويج للقوة الناعمة

#### التوصيات:

- تطوير وتقييم أدوات الاعلام الرقمي الحكومي حتى تكون قادرة على إيصال القوة الناعمة
- توحيد المنصات الإلكترونية للتعاطي مع الجهات الإقليمية والدولية
- جذب المؤثرين ذوي المضمون والمحتوى بالترويج للقوة الناعمة

#### ريم محمد بن غانم المري

4. ماهي الأدوات التي يجب أن يسלט الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟

- الادوات كافة.. مع متابعة المستجدات
- اللغات مهمة لهذا التعزيز
- الصورة والصوت والمدة كلها يجب اخذها في عين الاعتبار
- يمكن ايضا ضم شبكة وطنية فعالة او افراد لهم خلفية او موهبة اعلامية وكاريزما تتوافق مع مبادئ واخلاقيات العمل الاعلامي
- تنويع الادوات الاعلامية ما بين التقليدية و الرقمية الحديثة
- الايمان بالكوادر الوطنية الشابة و تبني المواهب

- تكريم و تشجيع المواهب وصناع المحتوى
  - تعدد اللغات و المنصات الرقمية
  - اختيار الوقت الصحيح و الظرف الصحيح لنشر الرسالة الإعلامية
  - تعاون مع شركات علاقات عامه خارجيه
  - تدريب و تطوير الكوادر الوطنية في المؤسسات الإعلامية الرقمية لمعرفة الخوارزميات الصحيحة عند التسويق الرقمي
- الاستنتاجات:**

- الصورة والصوت وقصر مدة الرسالة لإيصالها للمتلقي
- تعدد اللغات والمنصات الرقمية
- اختيار الوقت المناسب والمحتوى الملائم لنشر الرسالة الإعلامية
- التعاون والشراكات مع الوكالات ووسائل الاعلام العالمية

#### التوصيات:

- الاهتمام بتدريب وتطوير الكوادر الوطنية في المؤسسات الإعلامية الرقمية لمعرفة الخوارزميات الصحيحة عند التسويق الرقمي
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية

#### الدكتور راشد خلفان التميمي

**4. ماهي الأدوات التي يجب أن يسلط الضوء عليها الإعلام الرقمي الحكومي من أجل تعزيز القوة الناعمة الإماراتية؟**

قنوات التواصل الاجتماعي لها دور رئيسي في رسم الصورة المناسبة التي تسعى الحكومة في وضعها في أذهان الأشخاص سواء كان على المستوى المحلي أو العالمي على كافة الأصعدة والمجالات فعلى سبيل المثال قيام ما يسمى بالربيع العربي في بعض الدول العربية كان المحرك الرئيسي لها تويتر وفيسبوك ونرى في المجال الاقتصادي كيف تأثير الإشاعات التي يكون مصدرها الأساسي تويتر وفيسبوك وقس على ذلك فالوجود المباشر وغير مباشر في هذه المنصات سوف يعزز توجيه الرأي العام والقوة الناعمة الإماراتية

**سؤال فرعي: ماهي الأدوات التي يجب ان يستخدمها الاعلام الحكومي لتعزيز القوة الناعمة؟**

من الممكن ترى ان الامارات تركز على تطبيق تويتر من خلال قرارات الشيخ محمد بن راشد رئيس مجلس الوزراء. والشيخ محمد بن زايد ولي عهد ابوظبي الموجهة بشكل مباشر للجمهور، اليوم تويتر يعتبر التطبيق والمنصة الأولى الرسمية للأخبار الحكومية والكل لاحظ ذلك عندما تم الإعلان عن تشكيل حكومة الامارات الجديدة من خلال تويتر وشركة تويتر هي من تقوم بإعادة بث جميع التغريدات وهو التطبيق الأنسب محلياً وخارجياً.

#### الاستنتاجات:

- رسم الصورة المناسبة التي تسعى الحكومة لتسيخها في اذهان المتلقي على المستوى المحلي او العالمي
- التواجد المباشر وغير المباشر في المنصات الرقمية العالمية يعزز توجيه الرأي العام نحو القوة الناعمة الإماراتية

#### التوصيات:

- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية
- إمكانية التنوع في وسائل التواصل الاجتماعي والتواجد المباشر وغير المباشر في المنصات الرقمية العالمية.

### السؤال الخامس

#### معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

**5. ما مدى التعاون أو الشراكات بين أدوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة أنباء الامارات؟**

- هناك الكثير من الفرص لتطوير وتعزيز التعاون من خلال وضع إطار محدد يضمن التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة أنباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة.
- ويمكن أيضاً لوكالة أنباء الإمارات أن تعزز دورها وحضورها وتصبح منصة إعلامية متعددة اللغات لإعداد ونشر محتوى متميز وأخبار متنوعة.

**الاستنتاجات:**

- لا بد من التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة أنباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة

**التوصيات:**

- تعزيز الدور الإعلامي لوكالة أنباء الإمارات أن تعزز وحضورها وتصبح منصة إعلامية متعددة اللغات لإعداد ونشر محتوى متميز وأخبار متنوعة
- التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة أنباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة.

**معالي نورة بنت محمد الكعبي**

5. ما مدى التعاون او الشراكات بين ادوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة انباء الامارات؟  
خاص بوكالة انباء الإمارات

**الاستنتاجات:**

- خاص بوكالة انباء الإمارات

**معالي ريم إبراهيم الهاشمي**

5. ما مدى التعاون او الشراكات بين ادوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة انباء الامارات؟  
تعد وكالة أنباء الإمارات هي الحاضنة الأساسية لوسائل الاعلام الحكومي والرقمي، فهي مصدر أساسي لجميع وسائل الإعلام التي تتناول الشأن الإماراتي، ولديها اليوم إمكانية نشر الأخبار ب 19 لغة من لغات العالم، وقد استطاعت الوكالة أن تطور أدواتها الإعلامية نحو العالمية لتكون منصة لتطوير الإعلام على مستوى العالم، وقد ساهم ذلك في خلق مساحة واسعة من المشاركة مع كافة وسائل الاعلام الرقمي الحكومي الإماراتي خاصة في صناعة المحتوى والوصول إلى أبعد مدى ممكن بكل ما هو جديد عن رفعة ومكانة دولة الإمارات ، لذلك يمكن القول بأنها علاقة تكاملية في المقام الأول أكثر منها تنافسية.

**الاستنتاجات:**

- الوكالة تعتبر مصدر أساسي لجميع وسائل الاعلام التي تتناول الشأن الاماراتي
- وكالة الانباء الإماراتية طورت ادواتها الإعلامية نحو العالمية وأصبحت تنشر اخبارها ب 19 لغة عالمية لتكون منصة قادرة على توظيف القوة الناعمة على مستوى العالم
- يجب ان تكون العلاقة والشراكات تكاملية أكثر من كونها تنافسية

**التوصيات:**

- تعزيز الدور الإعلامي لوكالة أنباء الإمارات أن تعزز وحضورها وتصبح منصة إعلامية متعددة اللغات لإعداد ونشر محتوى متميز وأخبار متنوعة
- التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة أنباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة.

**معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي**

5. ما مدى التعاون والشراكات بين ادوات ووسائل الاعلام الحكومية الرقمية ووكالة انباء الإمارات من جهة ووزارة الخارجية من جهة أخرى؟

سأترك الإجابة لهم، ولكن بالتأكيد هي أجهزة تعمل بالتنسيق الكامل مع بعضها البعض وبالتالي هم مع تطور الوقت والخبرات والكفاءات الموجودة بقدر الإمكان يسعون لإيصال رسالتنا السياسية الخارجية بشكل موحد، نحتاج أن نسلط الضوء على أهدافنا لأن هناك نجاحات كبيرة تتحقق على أرض الواقع وأن نعطي الزخم لها خارجياً.

**الاستنتاجات:**

- هي أجهزة تعمل بالتنسيق الكامل مع بعضها البعض

- الوكالة تعمل باستراتيجية جديدة للإيصال رسالة الامارات وقوتها الناعمة بشكل موحد
  - الشراكات بين وسائل الاعلام والوكالة يجب ان تأخذ زخم كبير في تعاطيها مع وسائل الاعلام العالمي
- التوصيات:**
- ضرورة توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية".
  - ضرورة استقطاب عدد من الأشخاص والناشطين على هذه المنصات الرقمية واعطائهم الفرصة للمشاركة في احداث عالمية في الدولة

### معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

**5. ما مدى التعاون او الشراكات بين ادوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة انباء الامارات ؟**

رغم التطور الذي حققته وكالة انباء الامارات خارجياً لكن يبقى هذا التعاون مهم فكل وسيلة تحاول الاستقلال بنفسها في نشر الاخبار ونحن نحتاج لتحديد الوسائل والمنصات ذات المحتوى والمضمون والتي تخاطب الرأي العام بلغات وأدوات مختلفة، ولابد من وجود صيغة للتعاون بين هذه المؤسسات وتحديد وكالة انباء الامارات التي نعتبرها المصدر الرسمي للخبر وهذا ما نسعى إليه في شرطة دبي في تزويد الوكالة بالأخبار التي نستهدف ايصالها إلى العالم الأمر الذي يساعدنا كثيراً في استقطاب عدد من وكالات الانباء العالمية التي تقوم بمتابعات للخبر بالرجوع الى منصاتنا الرقمية.

### **الاستنتاجات:**

- يبقى هذا التعاون مهم حتى وان حاولت كل وسيلة الاستقلال بنفسها بنشر الاخبار
  - نحتاج لتحديد الوسائل والمنصات ذات المحتوى والمضمون والتي تخاطب الرأي العام بلغات وأدوات مختلفة
  - لابد من وجود صيغة للتعاون بين هذه الوسائل ووكالة الانباء التي تعتبر المصدر الرسمي للخبر
- التوصيات:**
- إيجاد صيغة للتعاون والشراكة بين وسائل الاعلام ووكالة انباء الامارات في نقل الاخبار للعالم الخارجي
  - الحاجة لأثراء المحتوى والمضمون واستخدام اللغات المختلفة لمخاطبة الرأي العام العالمي

### سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي

**5. ما مدى التعاون او الشراكات بين ادوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة انباء الامارات من جهة ووزارة الخارجية من جهة اخرى ؟**

فيما يتعلق بالأهداف الاستراتيجية للدولة فهناك عمل إعلامي مشترك يتمثل بمكتب الاعلامي لحكومة الإمارات، كما تعمل كافة المؤسسات الاعلامية الحكومية وفق منظومة تعاون وتكامل كلا في اختصاصه تحت الأهداف الاستراتيجية لحكومة الإمارات.

### **الاستنتاجات:**

- تعمل كافة المؤسسات الإعلامية الرقمية وفق منظومة تعاون وتكامل كل في اختصاصه
  - المكتب الإعلامي لحكومة الإمارات هو الجهة المعنية بتحقيق الأهداف الاستراتيجية للدولة
- التوصيات:**
- تكاتف التعاون والتنسيق الكامل والمستمر بين وسائل الاعلام الرقمي ووكالة انباء الامارات ووزارة الخارجية للعمل تحت مظلة الاستراتيجية العامة لحكومة الامارات

### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

**5. ما مدى التعاون او الشراكات بين ادوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة انباء الامارات من جهة ووزارة الخارجية من جهة اخرى ؟**

يحتاج الى دراسة استقصائية للوصول الى الإجابة الوافية

### **الاستنتاجات:**

- يحتاج الى دراسة استقصائية للوصول الى الإجابة النموذجية
- التوصيات:**
- الحاجة الماسة والعاجلة لعمل دراسات استقصائية لرسم ملامح هذه الأدوار

## 5. كيف ترى مدى التعاون والشراكات بين وسائل الإعلام الرقمي في الدولة وبين وكالة أنباء الإمارات؟

أرى أن وكالة أنباء الإمارات هي آخر ما يمكن الاعتماد عليه، وكذلك أيضاً المنابر الإعلامية التقليدية في الدولة، فهم غائبون ومغيبون، فمثلاً خبر، كزيارة سمو الشيخ طحنون بن زايد آل نهيان إلى إيران، متداول منذ أسبوعين في وكالات الأنباء، ولم يشر أي منبر محلي لهذا الخبر، فهل هذا تخييب بقصد أم أن هؤلاء مغيبون؟ والسؤال موجه لكل المنابر الإعلامية ومنها الوكالة: لماذا هذا الغياب والتخيب عن أخبارنا المحلية، حقيقة أنا لا أعول على هذه الوسائل.

### الاستنتاجات:

- لا يمكن الاعتماد على وكالة أنباء الإمارات والمنابر الإعلامية التقليدية في الدولة وهناك كثير من الأخبار الهامة مثل زيارة الشيخ طحنون بن زايد إلى إيران وهي من الأخبار الهامة والحساسة التي غابت عنها وسائل الإعلام الرقمية في الدولة

### التوصيات:

- الاعتماد على جميع وسائل الإعلام الرقمية الخاصة والتابعة للأفراد تعطي مردود أسرع
- التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة أنباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة.

## **محمّد جلال الرّيسي**

## 5. ما مدى التعاون أو الشراكات بين أدوات و وسائل الإعلام الرقمي الحكومي وبين وكالة انباء الإمارات؟

بدأت هذه الشراكة تتجسد الآن في نوع من العلاقة في التعاون بيننا وبين بقية وسائل الإعلام الرقمي الحكومي في الإمارات وسبعينا منذ تأسيس المجلس الوطني للأعلام ان تكون بيننا فرق عمل، فهذا الفضاء سواء كان في القروبات او الواتساب ساعدنا في ان يكون هناك تنسيق مشترك فعندما يكون هناك حدث مهم في الدولة يتم توضيحه لهم فيبدوون بتجهيز أنفسهم فيكون هناك تفاعل وتشارك بيننا وبينهم لكن هذا التنسيق لابد ان يكون دائم ومبني على أسس أفضل وان يكون عمل مؤسسي لا عمل افراد.

الصورة أصبحت مقلوبة الان فقبل سنوات عندما نذهب لتغطية مؤتمر او الالتقاء بمسؤول دائما ما نكون في مؤخرة فرق التغطية حيث تكون الأولوية لوسائل الإعلام ولم تكن نعطي الفرصة وكان دائماً السبق الخيري للوزارات تظهر على حسابات تويتر قبل ان نقوم بنشرها الوكالة فكان هناك تحدي كبير في كيفية اخذ موقعك ومكانك المناسب.

فقمنا بالعمل على عدة محاور ومنها:

- تعزيز وتطوير العمل وتعزيز الشراكات مع بقية وسائل الإعلام الرقمي داخل وخارج الدولة.
- تغيير النظام المعمول به في الوكالة منذ تأسيس الدولة، في اختصار واختزال الاخبار والصور المعبرة.
- إحلال وتجديد وضخ ودماء شابة مواكبة للتغيير والتقدم الذي شهده الإعلام الجديد وهنا كنت أتساءل لماذا الوكالة بطيئة في بث الاخبار فاكثفت ان المسؤول عن هذا النشرات اشخاص كبار في السن في حين ان الإعلام الجديد يحتاج لشباب واعد قادر على التجديد ومواكبة الاعلام الجديد.
- الان انعكست الصورة ففي أي فعالية فان المسؤول يبحث عن الميكرفون وكاميرا الوكالة لأننا استطعنا الوصول عبر الاعلام الرقمي للجميع.
- انتهجت الوكالة أيضا طريقة جديدة في وضع ترجمة على الصورة بعدد من اللغات للرسائل المحلية حتى تصل لجمهور من المقيمين.
- تم تنويع اللغة في حساباتنا عبر الاعلام الرقمي الحكومي.

### الاستنتاجات:

- التفاعل والتشارك كبير لكنه يحتاج لمزيد من التنسيق وان يكون مبني على أسس أفضل ذو عمل مؤسسي وليس عمل أفراد
- الحرص على تعزيز وتطوير العمل والشراكات مع بقية وسائل الإعلام الرقمي داخل وخارج الدولة

### التوصيات:

- تعزيز الدور الإعلامي لوكالة أنباء الإمارات أن تعزز وحضورها وتصبح منصة إعلامية متعددة اللغات لإعداد ونشر محتوى متميز وأخبار متنوعة
- التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة أنباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة.

- تعزيز وتطوير العمل وتعزيز الشراكات مع بقية وسائل الاعلام الرقمي داخل وخارج الدولة.
- تغيير النظام المعمول به في الوكالة منذ تأسيس الدولة، في اختصار واختزال الاخبار والصور المعبرة

### عبدالله عبدالكريم الرئيسي

**5- ما مدى التعاون أو الشراكات بين أدوات ووسائل الإعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة أنباء الإمارات؟**  
بشكل عام يوجد تعاون كبير بين الوكالة وبعض الوزارات السيادية مثل وزارة الخارجية والتعاون الدولي، وأحياناً يتم النشر بشكل متوازي وفي نفس الوقت.

لدى وكالة أنباء الإمارات حسابات رسمية على عدد من منصات التواصل الاجتماعي (وهي تويتر وإنستغرام ويوتيوب وفيسبوك)، ولديها خطة في التوسع لاستخدام منصات أخرى مثل (سناب شات وتيك توك)، مع العلم بأنه لا توجد اتفاقيات موقعة مع هذه الشركات بشكل عام، بل يتم توثيق الحسابات الرسمية لأغراض حقوق النشر والخصوصية، ولذلك فالوكالة هي مستخدم لهذه المنصات كحال الكثير من المؤسسات الإعلامية، وليس لديها اتفاقية شراكة موقعة مع وسائل الإعلام الرقمي الإماراتي.

#### **الاستنتاجات:**

- هناك تعاون كبير بين الوكالة وبعض الوزارات السيادية مثل وزارة الخارجية
- يتم نشر الاخبار بشكل متوازي وينفس التوقيت
- لا توجد اتفاقيات موقعة بل هناك توثيق للحسابات الرسمية لأغراض حقوق النشر
- الوكالة هي مستخدم للمنصات كحال كثير من المؤسسات الإعلامية

#### **التوصيات:**

- تعزيز الدور الإعلامي لوكالة أنباء الإمارات أن تعزز وحضورها وتصبح منصة إعلامية متعددة اللغات لإعداد ونشر محتوى متميز وأخبار متنوعة
- ضرورة وجود اتفاقية شراكة موقعة بين مؤسسات التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام الرقمي الإماراتي للاستفادة المتبادلة بينهما

### حمد الكعبي

**5- ما مدى التعاون أو الشراكات بين أدوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة انباء الإمارات؟**

دأبت وكالة أنباء الإمارات على ترسيخ صورة الدولة الإيجابية وإيصال أخبارها وإبراز إنجازاتها عالمياً من خلال بث الأخبار والمعلومات والتقارير بأكثر لغات العالم انتشاراً. وتعتبر الوكالة مصدراً موثقاً للأخبار الرسمية التي تستند إليها وسائل الإعلام المحلية كافة، كما تمتلك الوكالة منصات رقمية بمحتوى خبري غزير يتوجه للعالم أجمع بنحو ١٩ لغة.

ولدى وكالة أنباء الإمارات القدرة على تأهيل الكوادر الإعلامية، وتحفيز ذوي المهارات الإعلامية، وبالفعل أبرمت الوكالة في ٢٧ سبتمبر الماضي مذكرة تفاهم مع كل من مركز الشباب العربي والمؤسسة الاتحادية للشباب و«جناح الشباب» في «إكسبو 2020 دبي» لتمكين المواهب والكفاءات الإعلامية العربية الشابة طيلة فترة انعقاد «إكسبو ٢٠٢٠ دبي» من أول أكتوبر ٢٠٢١ حتى نهاية مارس ٢٠٢٢.

وتعمل الوكالة على إنتاج محتوى رقمي متنوع يغطي مجالات متنوعة، ويشكل مصدراً موثقاً للأخبار والمعلومات لجميع وسائل الإعلام الرقمية المحلية والدولية.

#### **سؤال فرعي: هل فتحت «وام» شراكات مع وكالات عالمية؟**

لدى وكالة أنباء الإمارات «وام» قناعة بأهمية عقد شراكات مع المؤسسات الإعلامية في شتى مناطق العالم، وخلال الشهور الأخيرة أجرت الوكالة ٣ شراكات واتفاقيات في مجال التعاون الإعلامي وتبادل المحتوى الإخباري، الأول في ٧ أبريل ٢٠٢١ حيث وقعت «وام» اتفاقية تعاون مع وكالة «TPS» الإسرائيلية بهدف تعزيز التعاون المشترك بين الجانبين على صعيد تبادل المحتوى الإخباري والعمل على إبراز أوجه التطور في التعاون الثنائي بين دولة الإمارات ودولة إسرائيل وتسهيل الضوء على المشاريع المشتركة بينهما وذلك في إطار الاتفاق الإبراهيمي للسلام بين البلدين والذي تم توقيعه شهر سبتمبر من العام الماضي.

وفي ١١ أغسطس ٢٠٢١ وقعت «وام» مذكرة تفاهم مع مؤسسة التيمبو الصحفية الكولومبية لتعزيز التعاون بينهما في مجال التبادل الإخباري والمحتوى الإعلامي.

مشتركة بينهما وذلك في إطار الاتفاق الإبراهيمي للسلام بين البلدين والذي تم توقيعه شهر سبتمبر من العام الماضي.

وفي 7 أكتوبر 2021 وقعت «وام» اتفاقية تعاون إعلامي مع تحالف أميركا اللاتينية للمعلومات «AIL» المنظمة الإعلامية التي تضم 22 شبكة تلفزيونية خاصة في أميركا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، وذلك أثناء مشاركة الوكالة في مؤتمر مؤسسة «إينكس» ENEX السنوي الذي عقد في جزيرة كوراساو في البحر الكاريبي بأمريكا اللاتينية في الفترة من 7 إلى 9 أكتوبر 2021 بمشاركة مؤسسات إعلامية من 18 دولة حول العالم

اتفاقية التعاون الإعلامي مع تحالف أميركا اللاتينية للمعلومات تأتي في إطار مواصلة تعزيز الشراكات مع كبرى المؤسسات الإعلامية على مستوى دول أميركا اللاتينية بما يتماشى مع المشاريع الاستراتيجية الكبرى التي تطلقها دولة الإمارات للخمسين عاماً المقبلة، ويتسق في الوقت نفسه مع مبادئ «وثيقة الخمسين» وجهود الدولة في مجال إرساء مبادئ السلام والتسامح والحوار والأخوة الإنسانية عالمياً.

- وبالتأكيد سنتجه وام، إلى تطوير المزيد من الشراكات من أجل تقديم خدمة إعلامية قوية وسريعة تعبر عن اتجاهات الدولة واهتماماتها الأساسية.

#### الاستنتاجات:

- تعتبر الوكالة مصدراً موثقاً للأخبار الرسمية التي تستند إليها كافة الوسائل الإعلامية المحلية
- تمتلك الوكالة منصات رقمية بمحتوى خبري غزير يتوجه للعالم ب 19 لغة
- تنتج الوكالة محتوى رقمي متنوع يشكل مصدراً موثقاً للأخبار والمعلومات لجميع وسائل الأخبار الرقمية المحلية والدولية

#### التوصيات:

- تعزيز الدور الإعلامي لوكالة أنباء الإمارات أن تعزز وحضورها وتصبح منصة إعلامية متعددة اللغات لإعداد ونشر محتوى متميز وأخبار متنوعة
- التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة أنباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة.

#### خالد عبدالله عمران تريم

5. ما مدى التعاون أو الشراكات بين أدوات ووسائل الإعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة أنباء الإمارات؟

وكالة أنباء الإمارات باعتبارها المصدر الرسمي الأول لكل ما يتعلق بأخبار الإمارات، وبحكم الخبرات التي تراكمت لديها عبر سنوات، وبحكم الإمكانيات البشرية والتقنية والمادية المتاحة لها، وبحكم الحرص المتبادل بينها وبين كل المؤسسات بالتعاون والشراكات كما ذكرتم تعد مسلماً، ونتائج هذا التعاون وتلك الشراكات تنعكس في الفضاء الإلكتروني بجلاء وتعد وكالة أنباء الإمارات هي المصدر الرسمي للأخبار وتأتي في ترتيب أولويات الحكومة في نشرها للأخبار التي تمثل الدولة.

#### الاستنتاجات:

- الوكالة هي المصدر الرسمي للأخبار وتحظى بأولويات الحكومة بنشر أخبارها
- نتاج التعاون والشراكات ينعكس في الفضاء الإلكتروني بوضوح

#### التوصيات:

- تعزيز الدور الإعلامي لوكالة أنباء الإمارات باعتبارها المصدر الرئيسي لنشر الأخبار الرسمية
- تعزيز التعاون والشراكات مع الوكالة ينعكس بصورة إيجابية في الفضاء الإلكتروني

#### عبد الحميد أحمد

5. ما مدى التعاون أو الشراكات بين أدوات ووسائل الإعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة أنباء الإمارات؟

- يوجه السؤال إلى الوكالة

#### الاستنتاجات:

- يوجه السؤال إلى الوكالة

#### مصطفى إسماعيل الزرعوني

5- ما مدى التعاون أو الشراكات بين أدوات ووسائل الإعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة أنباء الإمارات؟

شهدت المرحلة الماضية تقارب كبير بين وكالة الأنباء الإماراتية ووسائل الإعلام في الدولة ومكاتب العلاقات العامة التابعة للجهات الحكومية بتوقيع عدد من مذكرات التعاون وفتح نوافذ مباشرة بين بعضهم البعض ما سهل

عملية نشر الأخبار، كما تم تحديث أنظمة رقمية لنشر الأخبار عبر برامج أنية مختلفة عن السابق والتي كانت تعتمد على نقل الخبر من موقع الوكالة.

#### الاستنتاجات:

• هناك تقارب كبير بين الوكالة ووسائل الاعلام في الدولة ومكاتب العلاقات العامة التابعة للجهات الحكومية

• تم تحديث أنظمة رقمية لنشر الاخبار عبر تقنية استقادات منها وكالة انباء الامارات

#### التوصيات:

- تعزيز الدور الإعلامي لوكالة انباء الإمارات أن تعزز وحضورها وتصبح منصة إعلامية متعددة اللغات لإعداد ونشر محتوى متميز وأخبار متنوعة
- التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة انباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة.

#### ريم محمد بن غانم المري

5. ما مدى التعاون او الشراكات بين ادوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة انباء الامارات ؟

التعاون حالياً موجود ولكن يمكن تعزيزه وتطويره للوصول الى ما هو مطلوب وفي الحديث عن الوكالات و المؤسسات الإعلامية يجب ان ندرك ان الوكالات وظيفتها الأساسية يجب ان تكون جمع المعلومات و بيعها كحال رويترز و الوكالة الفرنسية و السوفييت برس و غيرها من الوكالات ، لكن هذا الدور لا يزال مبكراً على وكالة انباء الامارات ، فدرى اليوم بدلا من ان تكون الوكالة مزود عالمي للأخبار للمؤسسات الحكومية اصبحت كل مؤسسة حكومية تعتمد على مراسليها في الخارج في تلقي الاخبار ، و لربما التعاون يقتصر على مستوى الرسائل والمحددات في التعاطي مع بعض الملفات و التي لا تزال المحددات و الرسائل عامه لا تراعي الفرق بين القنوات و مواقع التواصل الاجتماعي.

#### الاستنتاجات:

- التعاون موجود ولكن يجب تطويره للوصول الى الهدف
- الوكالة لا بد وان تكون مزود عالمي للأخبار تجاه المؤسسات الحكومية في ظل السباق للحصول على الخبر
- كل مؤسسة أصبحت تعتمد على مراسليها في الخارج
- التعاون يقتصر على مستوى الرسائل والتوجهات في التعاطي مع بعض الملفات

#### التوصيات:

- تعزيز الدور الإعلامي لوكالة انباء الإمارات أن تعزز وحضورها وتصبح منصة إعلامية متعددة اللغات لإعداد ونشر محتوى متميز وأخبار متنوعة
- التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة انباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة
- تعزيز دور مراسلي الوكالات والمحطات التلفزيونية في الخارج لتمكينهم من التعاطي مع ملفات الدولة التي تجسد القوة الناعمة

#### الدكتور راشد خلفان النعيمي

5. ما مدى التعاون او الشراكات بين ادوات ووسائل الاعلام الحكومي الرقمي وبين وكالة انباء الامارات ؟

خاصة بوكالة انباء الامارات

سؤال فرعي: لكن ماذا عن رؤيتك كونك المدير التنفيذي لمكتب تنظيم الاعلام؟

وكالة الانباء كانت جزء من المجلس الوطني للأعلام الذي كنت اعمل به تحت مسمى المدير التنفيذي لقطاع الشؤون الإعلامية، وام وكالة ومنصة حكومية معنية بنشر الاخبار الحكومية بعدة لغات للوصول لجميع الجاليات في الامارات وخارجها، فالوكالة تعمل على الصعيدين الداخلي. والخارجي ومنها احتواء المنصات الإخبارية الخاصة داخل الامارات للتأكد من دقة نقل الاخبار الصحيحة بالإضافة الى انها عملت على تكوين شراكات واتفاقيات عدة مع عدد من الوكالات العالمية لتعزيز سمعة الدولة الخارجية.

#### الاستنتاجات:

- الوكالة تعمل على الصعيدين الداخلي والخارجي ومنها احتواء المنصات الخيرية الخاصة داخل الامارات للتأكد من دقة نقل الاخبار

- الوكالة نجحت في تكوين شراكات واتفاقيات عالمية لتعزيز سمعة الدولة خارجياً

#### التوصيات:

- تفعيل الشراكات الإعلامية بين المؤسسة ووسائل الاعلام الاجتماعي
- التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة أنباء الإمارات وتطوير آلية نشر الأخبار والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة

### السؤال السادس:

#### معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد

الرسالة الإعلامية للدولة؟

- حتى الآن، يتم إنشاء وحدات أو جهات إعلامية من حين لآخر، دون وجود منظومة إعلامية شاملة. من الضروري تحديد الجهات الإعلامية الحالية وتقييم اختصاصاتها، ووضع آلية للتعاون والتنسيق فيما بينها ضمن منظومة موحدة وأطر عمل مناسبة.
- وفي هذا السياق، هناك الكثير من الجوانب التي يمكن تطويرها لضمان التعاون والتنسيق بين الجهات المختلفة بشكل أفضل، وضمان وصول أخبار الدولة ورسالتها الإعلامية إلى عدد أكبر من الجمهور عبر المنصات الرقمية.
- بشكل عام، يجب حشد وتوحيد الجهود والموارد وعناصر التميز والإبداع في مجال إنشاء وإدارة المحتوى، وبناء شبكة قوية لنشر الأخبار وإيصالها إلى أكبر عدد من الجمهور في مختلف المنصات الرقمية، ومجموعات الـ "WhatsApp" وغيرها من وسائل الإعلام والترويج.

#### الاستنتاجات:

- لا توجد منظومة إعلامية شاملة أو آلية للتعاون والتنسيق فيما بينها ضمن اطر موحدة وعمل مناسب
- لا بد من التعاون والتنسيق لوصول اخبار الدولة ورسالتها الإعلامية الى أكبر عدد من الجمهور. عبر المنصات الرقمية
- لا بد من حشد وتوحيد الجهود والموارد وعناصر التميز والابداع في مجال انشاء وإدارة المحتوى
- الحاجة لبناء شبكة قوية لنشر الاخبار وإيصالها الى أكبر عدد من الجمهور في مختلف المنصات الرقمية

#### التوصيات:

- يجب حشد وتوحيد الجهود والموارد وعناصر التميز والإبداع في مجال إنشاء وإدارة المحتوى، وبناء شبكة قوية لنشر الأخبار وإيصالها إلى أكبر عدد من الجمهور في مختلف المنصات الرقمية، ومجموعات الـ "WhatsApp" وغيرها من وسائل الإعلام والترويج
- تحديد الجهات الإعلامية الحالية وتقييم اختصاصاتها، ووضع آلية للتعاون والتنسيق فيما بينها ضمن منظومة موحدة وأطر عمل مناسبة.

#### معالي نورة بنت محمد الكعبي

6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد

الرسالة الإعلامية للدولة؟

- اعتمد مجلس الوزراء العام الماضي فريق الإعلام الوطني في الدولة، والذي يعد بمثابة لجنة وطنية تعمل تحت إدارة المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات، تهدف إلى تطوير رؤية استراتيجية جديدة للإعلام الإماراتي واقتراح الأفكار والمبادرات الكفيلة بدعم المنظومة الإعلامية بمكوناتها.
- يضم الفريق مجموعة من الفاعلين والمؤثرين في المشهد الإعلامي في الدولة
- كما يأتي على رأس أولويات الفريق توحيد الرؤية الإعلامية والخطاب الإعلامي للدولة بشكل متسق يعكس التطورات التي تشهدها الإمارات ويبرز الإسهامات التي تشارك بها القطاعات المختلفة في مجمل العملية التنموية.
- اعلامنا يتمتع بسقف من الحرية فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي، لدينا معايير محتوى عامة تتناسب مع قيمنا المجتمعية.

#### الاستنتاجات:

- اعتمد مجلس الوزراء في السابق على فريق الاعلام الوطني في الدولة الذي يعمل تحت إدارة المكتب الإعلامي لحكومة الامارات
- يهدف الفريق الى تطوير رؤية واستراتيجية جديدة للأعلام واقتراح الأفكار والمبادرات الكفيلة بدعم مكونات المنظومة الإعلامية

#### التوصيات:

- توحيد الرؤية الإعلامية والخطاب الإعلامي للدولة بشكل متنسق
- إبراز الإسهامات التي تشارك بها القطاعات المختلفة في مجمل العملية التنموية.

#### معالي ريم إبراهيم الهاشمي

#### 6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟

بالطبع توجد حالياً منظومة حاضنة للإعلام في دولة الإمارات ففي يناير ٢٠٢٠، اعتمد مجلس الوزراء خلال جلسته الإطار العام للاستراتيجية الإعلامية لدولة الإمارات والتي يشرف عليها المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات، حيث تضم أهم التوجهات والمبادرات لتعزيز مكانة وسمعة الإمارات على الصعيد الإقليمي والعالمي. وستعمل هذه الاستراتيجية على تعزيز أدوار الاتصال الحكومي في الجهات الاتحادية، وترسيخ مفهوم الشراكة والتعاون وتكامل الجهود بين مختلف الجهات الإعلامية في الدولة، وبناء الشراكات مع المؤسسات الإعلامية العالمية، وإدارة سمعة الدولة وإنجازاتها إعلامياً على الصعيدين المحلي والدولي، وتوفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم.

كما ستركز الاستراتيجية الإعلامية لدولة الإمارات على عدد من الملفات الوطنية ذات الأولوية مثل: التواجد الفعال والصوت الحكومي المؤثر في مختلف وسائل الإعلام، والترويج للثقافة والهوية الوطنية عبر مختلف قنوات الاتصال، واستخدام التكنولوجيا الحديثة والإعلام الرقمي في الاتصال والتفاعل مع مختلف فئات الجمهور.

#### الاستنتاجات:

- يشرف المكتب الإعلامي لحكومة الامارات على الإطار العام للاستراتيجية الإعلامية
- تحتوي الاستراتيجية على اهم المبادرات والتوجهات لتعزيز مكانة وسمعة الامارات على الصعيد الإقليمي العالمي
- ستعمل هذه الاستراتيجية على بناء الشراكات مع المؤسسات العالمية لأدراه سمعة الدولة وانجازاتها
- لا بد من توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات وتتفاعل مع العالم من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة والاعلام الرقمي في الاتصال والتفاعل مع مختلف فئات الجمهور

#### التوصيات:

- تعزيز أدوار الاتصال الحكومي في الجهات الاتحادية، وترسيخ مفهوم الشراكة والتعاون وتكامل الجهود بين مختلف الجهات الإعلامية في الدولة
- الترويج للثقافة والهوية الوطنية عبر مختلف قنوات الاتصال، واستخدام التكنولوجيا الحديثة والإعلام الرقمي في الاتصال والتفاعل مع مختلف فئات الجمهور
- خلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات وتتفاعل مع العالم من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة والاعلام الرقمي في الاتصال والتفاعل مع مختلف فئات الجمهور

#### معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي

#### 6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية في الدولة؟

كمفهوم يجب أن يكون المجلس الوطني للإعلام هو المظلة، لكننا شاهدنا وعلى مدار السنوات أن هناك نوع من عدم وضوح الأهداف، وأعتقد أن مجال الحرية ومجال العمل على مستوى الإعلام المحلي مهم جداً للحفاظ على التوازن فيه، المجلس الوطني للإعلام يجب أن يكون هو المظلة وتكون مكاتب الإعلام المحلية الموجودة حالياً لديها نظرة توافقية مشتركة كخطوط وأهداف محددة يعلمها الجميع.

#### الاستنتاجات:

- يجب إعادة انشاء المجلس الوطني للأعلام ليكون المظلة الرئيسية وتكون مكاتب الاعلام المحلية لديها نظرة توافقية مشتركة واهداف محددة واضحة للجميع

#### التوصيات:

- يجب أن يكون المجلس الوطني للإعلام هو المظلة الحاضنة لجميع وسائل الاعلام

#### معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة ؟  
في الوقت الحالي لا توجد منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة توحد الخطاب الإعلامي وطريقة توظيف القوة الناعمة خاصة بعد إلغاء وزارة الاعلام والثقافة ونقل اختصاصات المجلس الوطني للإعلام الى قطاع في وزارة الثقافة والشباب الا انه يجب التركيز على قنوات التواصل الاجتماعي وان يدرك كل طرف المبتغى والمطلوب القيام به.  
الاستنتاجات:

- لا توجد منظومة حاضنة ذات مرجعية لوسائل الاعلام الرقمي الحكومي
  - اختصاصات المجلس الوطني للإعلام تم نقلها لوزارة الثقافة وهي غير قادرة على احتواء جميع الأذرع الإعلامية
  - من خلال قنوات التواصل الاجتماعي يدرك كل طرف المبتغى والهدف والمطلوب
- التوصيات:
- ضرورة وجود منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة
  - تعزيز مسؤولية الناشطين في الاعلام الرقمي بالدور المناط بهم والمطلوب تقديمه في إطار محتوى اعلامي يحقق المستهدفات

#### سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي

6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة ؟  
هناك المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات الذي يختص بنقل رسائل الدولة الاستراتيجية وتغطية الفعاليات الوطنية تحت مظلة رئاسة الوزراء وهناك مجالس اعلامية ورؤية موحدة للعمل الحكومي في المجالات الاعلامية تعمل في ضمان توحيد الرسائل الاعلامية لضمان وصولها وتأثيرها الايجابي.  
الاستنتاجات:

- هناك مجالس إعلامية ورؤية موحدة للعمل الحكومي في المجالات الإعلامية تعمل على ضمان وتوحيد الرسائل الإعلامية ووصولها للمتلقي
- التوصيات:
- ضرورة وجود تنسيق كامل ومستمر ورؤية موحدة بين مؤسسات الاعلام الرقمي لضمان توحيد الرسالة الإعلامية

#### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة ؟  
هل نحن بحاجة إلى منظومة بقدر الحاجة إلى عملية تنسيق فيما يتعلق بالقضايا التي تهم دولة الإمارات، إضافة إلى الحاجة لتناغم الرسائل الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية.  
الاستنتاجات:

- نحن بحاجة لعملية تنسيق فيما يتعلق بالقضايا التي تهم دولة الامارات
  - الحاجة لتناغم الرسائل بين المؤسسات الاعلامية
- التوصيات:
- ضرورة التنسيق فيما يتعلق بالقضايا التي تهم دولة الإمارات، إضافة إلى الحاجة لتناغم الرسائل الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية.

#### الدكتور عبد الخالق عبدالله

6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام، ومن بينها الإعلام الرقمي، تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟

لا توجد هذه الحاضنة الآن، وحقيقة لا أرغب في وجودها، كنا نعول على المجلس الوطني، وكنا نعتقد أنه هو المناب بهذا الإعلام، لكن المجلس الوطني توزع الآن إلى مكونات، الإعلام الاتحادي ووكالة الأنباء، ولم يعد قادراً على أن يقوم بدوره الذي كان يؤديه عندما كان موحداً، بعد أن توزع.

**الاستنتاجات:**

- لا توجد مؤسسة حاضنة لوسائل الإعلام ولا أرغب في وجودها
  - مكونات الإعلام الحكومي غير قادرة على القيام بدورها عندما كانت موحدة ولا بد من توزيع الأدوار
- التوصيات:**
- تفعيل دور المجلس الوطني للإعلام ليكون المرجعية لجميع وسائل الإعلام الرقمي الحكومي في الدولة

**محمد جلال الرئيسي**

**6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام من بينها الإعلام الرقمي الحكومي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟**

في الوقت الحاضر لا توجد منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى توحيد الرسالة الإعلامية للدولة رغم أنه في السابق كانت هناك وزارة للإعلام والثقافة ثم تحولت إلى المجلس الوطني للإعلام الذي تم الغاؤه مؤخراً ودمجه كقطاع تحت مظلة وزارة الثقافة وهو بذلك غير قادر على تنسيق وتوحيد الرسالة العالمية للدولة.

**الاستنتاجات:**

- لا توجد منظومة حاضنة لوسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى توحيد الرسالة الإعلامية للدولة
  - أصبح الإعلام عبارة عن قطاعات تحت مظلة وزارة الثقافة وهو بذلك غير قادر على تنسيق وتوحيد الرسالة العالمية للدولة
- التوصيات:**
- ضرورة وجود منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الإعلام الرقمي الحكومي في الدولة

**عبدالله عبدالكريم الرئيسي**

**6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام من بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟**

حالياً لا توجد جهة موحدة، ولكن يوجد فريق مكون من عدة ممثلي لمختلف المؤسسات الإعلامية بهدف توحيد الرسالة الإعلامية.

وعلينا التفريق بين نوعين من وسائل الإعلام في دولة الإمارات، إذ توجد وسائل إعلام تتبع الحكومات المحلية، ووسائل إعلام اتحادية مثل وكالة أنباء الإمارات، ولكن بشكل عام جميع المؤسسات الإعلامية في الدولة (الاتحادية والمحلية) تلتزم بالرسائل الإعلامية والاتصالية الموحدة الصادرة من المكتب الإعلامي لحكومة الإمارات (مكتب الاتصال الحكومي سابقاً) التابع لرئاسة مجلس الوزراء، فهذا المكتب هو من يتولى توحيد الرسالة الإعلامية (في الأصل).

**سؤال فرعي:**

كيف هو الوضع الآن بخصوص وجود حاضنة لجميع وسائل الإعلام؟  
حالياً لا يوجد منصة موحدة معنية بشكل أساسي في مسألة تنسيق وتوحيد جهود الإعلام الرقمي فيما يتعلق الرسائل الاستراتيجية للدولة.

**الاستنتاجات:**

- لا توجد جهة موحدة ولكن يوجد فريق مكون من عدد من ممثلي مختلف الوسائل الإعلامية لتوحيد الرسالة الإعلامية
  - لا توجد منصة موحدة معنية بشكل أساسي في مسألة توحيد الرسائل الاستراتيجية للدولة
- التوصيات:**
- ضرورة وجود منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الإعلام الرقمي الحكومي في الدولة
  - تفعيل دور المجلس الوطني للإعلام ليكون المرجعية لجميع وسائل الإعلام الرقمي الحكومي في الدولة

**حمد الكعبي**

## ٦- هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟

وفق الهيكل الجديد للحكومة الاتحادية، فإن مكتب تنظيم الإعلام بوزارة الثقافة والشباب، يتولى عدداً من الاختصاصات والمهام التي كانت ضمن مسؤولية المجلس الوطني للإعلام سابقاً. ويضم المكتب إدارتين رئيسيتين هما، إدارة التنظيم الإعلامي، وتنوط بها مسؤولية إعداد الأبحاث والدراسات الاستشرافية المتعلقة بمجال الإعلام، وصياغة التشريعات والأنظمة والمعايير والأسس الخاصة بتنظيم وترخيص وسائل الإعلام والأنشطة الإعلامية، وإدارة التراخيص ومتابعة المحتوى الإعلامي، والتي بدورها تتولى ضمان تطبيق التشريعات والأنظمة والمعايير المتعلقة بالخدمات الإعلامية والمحتوى الإعلامي. يقوم «مكتب تنظيم الإعلام» بدراسة واقتراح وصياغة التشريعات والأنظمة والمعايير والأسس اللازمة لتنظيم قطاع الإعلام في الدولة. كما يتم إعداد دراسات استشرافية لمستقبل قطاعي صناعة الإعلام وصناعة النشر لضمان مواكبة التطورات المتسارعة للقطاع، كما يقوم المكتب بضمن تطبيق التشريعات والأنظمة والمعايير والأسس المتعلقة بالخدمات الإعلامية المرتبطة بالتراخيص وأذونات المحتوى الإعلامي. ويوجد إطار قانوني ينظم الشؤون المتعلقة بالمحتوى الإعلامي، حيث نصّت المادة ١٥ من قرار مجلس الوزراء رقم (٢٣) لسنة 2017 في شأن المحتوى الإعلامي، على تشكيل لجنة تسمى «لجنة رقابة المواقع الإلكترونية» برئاسة ممثل عن المجلس الوطني للإعلام، وعضوية ممثل عن وزارة الداخلية، والهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات، والهيئة الوطنية للأمن الإلكتروني، ويجوز الاستعانة بمن تراه مناسباً من ذوي الخبرة والاختصاص، من دون أن يكون له حق التصويت على قرارات اللجنة.

### الاستنتاجات:

- مكتب تنظيم الإعلام بوزارة الثقافة يقوم بنفس اختصاصات المجلس الوطني للإعلام سابقاً
- يجب الاستعانة بالأشخاص ذوي الخبرة والاختصاص لتطوير الإعلام الرقمي

### التوصيات:

- مكتب تنظيم الإعلام بوزارة الثقافة يتولى الآن الاختصاصات والمهام التي كانت ضمن صلاحيات المجلس الوطني للإعلام سابقاً
- دعم الاستعانة بالأشخاص ذوي الخبرة والاختصاص لتطوير الإعلام الرقمي

## خالد عبدالله عمران تريم

## 6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟

أعتقد في إجابة السؤال السابق جزء كبير من الإجابة عن هذا السؤال، وكذلك السؤال التالي. فالأمر بديهي ومنطقي أيضاً، في الوقت الحالي لا توجد منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ولكن هناك مكاتب ومؤسسات وهيئات في الجهات المعنية تقوم بهذا الدور.

### الاستنتاجات:

- لا توجد منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ولكن هناك مكاتب ومؤسسات وهيئات في الجهات المعنية تقول بهذا الدور
- الحاجة ضرورية لإيجاد مؤسسة حاضنة وداعمة

### التوصيات:

- ضرورة انشاء مؤسسة قادرة على احتواء جميع الجهات الإعلامية في الدولة

## عبد الحميد أحمد

## 6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟

- هناك مكاتب إعلامية حكومية (محلية) بالإضافة الى المكتب الإعلامي الاتحادي. حسب علمي، هناك تنسيق واجتماعات تحت مظلة هذا المكتب حيث يضم في مجلس ادارته رؤساء المكاتب الإعلامية المحلية. كما أن هناك قطاع النشر والإعلام في وزارة الثقافة والشباب الذي ينظم ويراقب المحتوى في وسائل الإعلام. لا بد من الإشارة هنا إلى أنه هناك دائماً حاجة إلى مزيد من التنسيق.
- من المهم في هذا الإطار التنسيق مع المؤسسات الإعلامية الخاصة والتي تمتلك خبرة وإمكانات وكوادر قادرة قد لا تتوفر للمؤسسات الحكومية. من المهم ان نتذكر أن تجربة المكاتب الإعلامية الحكومية قصيرة زمنياً مقارنة بمعظم المؤسسات الخاصة والتي لعبت الدور الرئيسي خلال العقود الماضية في نشر وتعزيز رسالة دولة الإمارات محلياً وإقليمياً ودولياً.

#### الاستنتاجات:

- هناك مكاتب إعلامية محلية وحكومية بالإضافة للمكتب الإعلامي الاتحادي
- هناك حاجة لمزيد من التعاون والتنسيق
- المؤسسات الإعلامية الخاصة تلعب دوراً هاماً في تعزيز ونشر رسالة الامارات اقليمياً ودولياً

#### التوصيات:

- الحاجة لمزيد من التعاون والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية الخاصة ليكون لها دور في تعزيز ونشر رسالة الامارات اقليمياً ودولياً

#### مصطفى اسماعيل الزرعوني

٦- هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟  
لكل مؤسسة إعلامية سياستها التحريرية الخاصة ولكن هناك تنسيق مستمر مع مختلف الجهات الحكومية لمعرفة إستراتيجيتهم المستقبلية.

#### الاستنتاجات:

- لكل مؤسسة إعلامية سياسة تحريرية وهناك تنسيق مستمر مع مختلف الجهات الحكومية

#### التوصيات:

- تفعيل التنسيق مع مختلف الجهات الحكومية لمعرفة إستراتيجيتهم المستقبلية

#### ريم محمد بن خالد المري

6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟

لا توجد هناك منظومة حاضنة وان وجدت يجب ادارتها بذكاء وحكمة فالوضع الاعلامي اشبه بجزر متفرقة في الدولة ولكن تقع ضمن مياه اقليميه واحدة، ولا توجد مركزيه في التعاطي مع الاحداث وهذا ينعكس سلبا في تأخر الرسالة لبعض المؤسسات مما يفقدها احيانا جودة المحتوى ولا بد ان يرعى ويفصل ما بين الاعلام التقليدي والرقمي ان وجدت اي حاضنه.

#### الاستنتاجات:

- لا توجد منظومة حاضنة
- الوضع الاعلامي اشبه بجزر متفرقة لكنها تقع ضمن مياه اقليمية واحدة
- لا توجد مركزية للتعاون مع الاحداث وهذا ينعكس سلبا في تأخر الرسالة الإعلامية ويفقدها جودة المحتوى

#### التوصيات:

- تفعيل دور المجلس الوطني للأعلام ليكون المرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة

#### الدكتور راشد خلفان النعيمي

6. هل هناك منظومة حاضنة لجميع وسائل الإعلام ومن بينها الإعلام الرقمي تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة؟

للأسف لا توجد منظومة واضحة تساهم في رسم الرسالة الإعلامية بشكل ممنهج ومنسق الذي بدوره سوف يساعد في قوة النشر والتأثير صحيح في نظام تشريعي واسبس عامة لكن على المستوى الأدنى نرى قصور في التعاون والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية المنتشرة في الدولة المملوكة للحكومات المحلية

#### الاستنتاجات:

- لا توجد منظومة واضحة تؤسس للرسالة الإعلامية
- هناك قصور في التعاون والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية المنتشرة في الدولة

#### التوصيات:

- ضرورة وجود منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة
- تفعيل دور المجلس الوطني للأعلام ليكون المرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة

## السؤال السابع:

معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

7. ما ضرورة وجود منظومة أو مؤسسة إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتنسيق بين وسائل الاعلام

الرقمي؟

لا شك أن وجود منظومة أو مؤسسة إعلامية ذات مرجعية أمر في غاية الأهمية، ولكن بشرط أن تتمتع بالمرونة والكفاءة وأن تكون قادرة على مواكبة سرعة ومرونة العمل الإخباري، خاصة على المنصات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي.

ومن المهم ألا تكون هذه المنظومة أو المؤسسة بمثابة عائق أو أداة للمراقبة والتحكم، وإنما يجب أن تسهم في تهيئة البيئة المناسبة والداعمة لإنشاء ونشر المحتوى والترويج لأخبار الدولة ورسالتها على نطاق واسع.

الاستنتاجات:

- وجود منظومة أو مؤسسة إعلامية ذات مرجعية أمر في غاية الأهمية
- لا بد ان تتمتع هذه المنظومة بالمرونة والكفاءة وقادرة على مواكبة سرعة ومرونة العمل الخبري
- ان تكون مهينة لإنشاء ونشر المحتوى والترويج لأخبار الدولة على نطاق واسع

التوصيات:

- أهمية وجود منظومة أو مؤسسة اعلامية ذات مرجعية
- يجب ان تكون الجهة الحاضنة متمتعة بالمرونة والكفاءة وأن تكون قادرة على مواكبة سرعة ومرونة العمل الإخباري، خاصة على المنصات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي.

معالي نورة بنت محمد الكعبي

7. ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسسه اعلاميه حاضنه ذات مرجعيه للتنسيق بين وسائل الاعلام

الرقمي؟

- وجود منظومة أو مؤسسة اعلامية للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي هو امر على الصعيد التنظيمي وليس على صعيد المحتوى فالتنوع والاختلاف هو من المظاهر الصحية، والمناقسة في الطرح فيه فائدة للمؤسسات والجمهور.
- تساعد المؤسسة الاعلامية الحاضنة على تحليل تحديد التحديات وطرق معالجتها، واستكشاف الفرص المستقبلية لتنمية صناعة الاعلام الجديد في الدولة

سؤال فرعي: ما مدى ضرورة وجود منظومة أو مؤسسة إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتنسيق تهدف لتعزيز

الخطاب الإعلامي الموحد خارجياً؟

أنا ضد أن تكون هناك جهة لتوحيد الخطاب الإعلامي وذلك لعدة أسباب هي، الجهات الوطنية الإعلامية والمسؤولين عنها على أشد العلم بالرسالة الوطنية، وأيضاً نرغب بأن تقوم الجهات الإعلامية أو الإعلاميون هم من يبحثون في الخبر وهم من يجتهدون فيه، ونصنع تغييراً في ملامح الأخبار لدينا، طريقتنا في تقصي الأخبار يجب أن تتغير وأن تجد الحرية في طريقة التقصي وموضوعية الخبر.

الاستنتاجات:

- لا توجد ضرورة لوجود منظومة أو مؤسسة إعلامية حاضنة لتوحيد الخطاب الإعلامي
- الجهات الوطنية الإعلامية اعلم وأقرب للرسالة الإعلامية الوطنية
- لا بد لهذه الجهات ان تبحث عن الخبر وتصنع محتوى له
- انا مع التنظيم والتمكين والحماية للإعلام لتحقيق الاستدامة
- أصبحت الحاجة ملحة للتنسيق والتعاون في نشر الاخبار والمعلومات وطريقة التعامل مع الخبر لإيصاله الى العالم الخارجي

التوصيات:

- أهمية التنسيق والتعاون في نشر الاخبار والمعلومات وطريقة التعامل مع الخبر لإيصاله الى العالم الخارجي
- أهمية التنظيم والتمكين والحماية للإعلام لتحقيق استدامته
- الحاجة ملحة للتنسيق والتعاون بين الجهات الإعلامية الوطنية نحو نشر الاخبار والمعلومات وإيصالها للعالم الخارجي

معالي ريم إبراهيم الهاشمي

## 7. ما ضرورة وجود منظومة أو مؤسسة إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي؟

دولة الامارات لا تدع مجالاً من مجالات العمل الا وتخطط له بقوة واقتدار نحو تحقيق الاستفادة القصوى من كافة المكنات والأدوات اللازمة لخدمة الأهداف الاستراتيجية لدولة الامارات خاصة ذات الصلة بهوية وسمعة دولة الامارات دولياً، فكما سبق القول تم وضع استراتيجية وطنية للإعلام ومنها الاعلام الرقمي كمرجعية أساسية للعمل. إضافة إلى وجود الجهات المنظمة للإعلام سواء على المستوى المحلي أو الاتحادي كمكتب تنظيم الإعلام الذي يتولى إدارة وتنظيم الأنشطة الإعلامية في دولة الإمارات، بما في ذلك المناطق الحرة. ويعمل المكتب تحت إشراف وزارة الثقافة والشباب، ويتولى عدداً من الاختصاصات والمهام التي كانت ضمن مسؤولية المجلس الوطني للإعلام سابقاً. كما يوفر المكتب العديد من الخدمات الإلكترونية في المجال الإعلامي، وذلك للأفراد والجهات الحكومية.

وعلى مستوى الإطار التنظيمي للأنشطة الإعلامية فإنه على كافة المؤسسات الإعلامية التي تُعنى بمختلف أنواع المحتوى الإعلامي السمعي والمرئي والمطبوع والرقمي في كافة إمارات الدولة ومناطقها الحرة أن تمتثل لمعايير المحتوى الإعلامي الواردة في القوانين واللوائح المعمول بها في الدولة.

### الاستنتاجات:

- تم وضع استراتيجية وطنية للأعلام ومنها الاعلام الرقمي
- يتولى مكتب تنظيم الاعلام إدارة وتنظيم الأنشطة الإعلامية ويعمل تحت اشراف وزارة الثقافة
- على كافة المؤسسات الإعلامية ان تمتثل لمعايير المحتوى الإعلامي الواردة في القوانين واللوائح المعمول بها في الدولة

### التوصيات:

- ضرورة العمل على تحديد التحديات وطرق معالجتها، واستكشاف الفرص المستقبلية لتنمية صناعة الاعلام الجديد في الدولة عن طريق مؤسسة حاضنة
- الالتزام بمعايير المحتوى الإعلامي الواردة في القوانين واللوائح المعمول بها في الدولة
- أهمية وضع استراتيجية وطنية للأعلام وعلى رأسها الاعلام الرقمي

## معالي الدكتورة امل عبدالله القبسي

## 7. ما ضرورة وجود منظومة أو مؤسسة إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتنسيق بين وسائل الإعلام بعد غياب المجلس الوطني للإعلام؟

نحتاج حالياً لمنصة تنسيقية تكون مرجعية، وكما أذكر في أحد الأحداث عندما حدثت الحادثة المؤسفة في اليمن حصل نوع من الريبة في وقتها وكيف لوسائل الإعلام توحيد الخطاب الإعلامي ونوعية الحداد، فهذه نقطة بينت أن نحن بحاجة لسياسة موحدة في هذا الجانب أيضاً، لذلك هناك جزئيات عامة تحتاج أن يكون هناك توافق وتنسيق ما بين الجهة والأخرى ويجب أن تكون هناك مرجعية ومظلة وفي نفس الوقت لا تكون مقيدة لأن الإعلام بحاجة لمساحة من الحرية والتميز وفي نفس الوقت يكون هناك جهة تنسيقية تستطيع أن توحد الخطاب.

### الاستنتاجات:

- الحاجة ماسة لإنشاء منصة خبرية تنسيقية تكون بمثابة المرجعية
- لا بد من توحيد الخطاب الإعلامي وتحديد الأزمات وحالات الطوارئ
- يجب ان تكون هناك مرجعية ومظلة وان لا تكون مفيدة لحرية الاعلام قادرة على تنسيق وتوحيد الخطاب

### التوصيات:

- ضرورة وجود منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة وان لا تكون مقيدة لحرية الاعلام
- توحيد الخطاب الاعلامي وخاصة اثناء الازمات وحالات الطوارئ

## معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

## 7. ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسسه إعلاميه حاضنه ذات مرجعيه للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي؟

يجب بناء شبكات قوية للأخبار في مختلف المنصات الرقمية ذات مرجعية قادرة على التسويق والترويج للقوة الناعمة للدولة

ولا شك ان وجود منظومة إعلامية قادرة على مواكبة سرعة انتشار الخبر خاصة على المنصات الرقمية لا بد ان تكون هذه المنظومة مهينة وداعمة لإنشاء المحتوى ونشر الاخبار على نطاق واسع وان لا نكتفي بالاعتماد على بعض المنصات الإخبارية المتفرقة وعدد من الناشطين على وسائل التواصل الاجتماعي.

**الاستنتاجات:**

- لا بد من وجود منظومة إعلامية قادرة على مواكبة سرعة انتشار الخبر خاصة على المنصات الرقمية
- بناء شبكات قوية للأخبار في مختلف المنصات الرقمية ذات مرجعية قادرة على التسويق والترويج للقوة الناعمة للدولة

**التوصيات:**

- ضرورة وجود منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة
- بناء شبكات قوية للأخبار في مختلف المنصات الرقمية ذات مرجعية وقادرة على الترويج للقوة الناعمة للدولة

**سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الريسي**

7. ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسه إعلاميه حاضنه ذات مرجعيه للتسيق بين وسائل الاعلام الرقمي ؟

بلا شك وجود منظومة موحدة كمرجعية يسهم في توحيد الرؤية الإعلامية.

**الاستنتاجات:**

- وجود منظومة موحدة كمرجعية يسهم في توحيد الرؤية الإعلامية

**التوصيات:**

- ضرورة وجود منظومة موحدة كمرجعية يسهم في توحيد الرؤية الإعلامية

**سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي**

7. ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسه إعلاميه حاضنه ذات مرجعيه للتسيق بين وسائل الاعلام الرقمي ؟

التسيق هو المطلوب في المقام الأول، بحيث يعطي أريحية لتناول الرسالة الإعلامية بطرق إبداعية، ولكن تبقى في نهاية المطاف خدمة الرسالة الإعلامية الرئيسية للدولة هي الهدف الأسمى.

**الاستنتاجات:**

- التسيق اهم من وجود منظومة إعلامية لأنه يساعد على تناول الرسائل الإعلامية بطرق إبداعية تجسد الهدف للدولة

**التوصيات:**

- التسيق بين الجهات الإعلامية اهم من وجود منظومة ولا بد من الاعتماد على الطرق الإبداعية في محتوى الرسالة الإعلامية للوصول الى الهدف

**الدكتور عبد الخالق عبدالله**

7. ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسه إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتسيق بين وسائل الإعلام الرقمي؟

هذه المرجعيات تخيفني أكثر مما تسعدني، فقد اتضح خلال الخمسين سنة الماضية، أنها معيقة أكثر من أن تكون عاملاً مسرعاً، وبالتالي حقيقة لا يفرحني هذا الأمر إن وجد، بالعكس أنا فرح بوجود تنافس حالياً بين أبو ظبي ودبي والشارقة لبث صورة عن الإمارات، وأعتقد أن الدولة استفادت بقوة من هذا التنافس، التنافس بين إمارات الدولة ومنها الإعلام، أراه مصدر قوة، على خلاف الوضع لو وجدت حاضنة واحدة.

سؤال فرعي 1: التنافس والتنوع مطلوب، لكن هل تعتقد أنه من الممكن أن تتماشى الرسالة الإعلامية بنقل مبادرة أو فعالية أو قوى ناعمة للدولة خارجياً بنفس النوجه المطلوب، أو قد تكون هناك اجتهادات، بحيث لا توجد مرجعية موحدة أو جهة حاضنة، ثم يساء استخدام الخبر فيها أو الرسالة؟

حتى الآن لم يحدث هذا، ومن خلال استعراضنا، فلا توجد حادثة واحدة شهدت خطأ أو سوء فهم في حق وسمعة الإمارات، وطالما لم يحدث ذلك، فهذا يعني أن الكل يعرف على الأقل الحد الأدنى مما هو ممكن، وأعتقد هناك اتفاق على أمرين، وهما الحد الأقصى مما يمكن أن نصل إليه في الرسالة الإعلامية المحددة، وكذلك الحد الأدنى مما يمكن أن نصل إليه عبر الوسائل الإعلامية لدولة الإمارات العربية المتحدة، وأنصوّر أن الحد الأدنى

متحقق وبغفوية وتلقائية وبالاجتهاد، ويبدو أن هناك تنسيق في الحد الأدنى، وهو أمر جيد، فالتنسيق يجب أن يكون في الحد الأدنى، وليس في الحد الأقصى.

#### الاستنتاجات:

- مرجعية المنظومة الإعلامية معيقة أكثر من ان تكون عاملاً مسرعاً للأخبار
- اعتقد ان الدولة استفادت بقوة من التنافس بين وسائل الاعلام في مختلف امارات الدولة على خلاف
- لو وجدت منصة حاضنة واحدة
- التنسيق بين وسائل الاعلام يجب ان يكون في الحد الأدنى وليس في الأقصى

#### التوصيات:

- دعم التنافس بين وسائل الاعلام في الامارات اهم بكثير من وجود منظومة حاضنة
- اهمية التنسيق بين وسائل الاعلام لا بد ان يكون في الحد الأدنى حتى يتنوع المحتوى والمضمون

#### محمد جلال الريسي

7. ما ضرورة وجود منظومة او مؤسسة إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي؟

اصبح وجود منظومة او مؤسسة إعلامية ذات مرجعية للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي ضرورة ملحة في ظل وجود عدد متخصص للمؤسسات والوزارات المعنية في كل مجال ويبقى وجود منظومة إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتنسيق امر هام جدا في ظل مبادئ الدولة ونظرتها المستقبلية للخمسين عام القادمة وتعدد المبادرات والاحداث والفعاليات التي تستضيفها الدولة بالإضافة للخطاب الإعلامي الموجه خارجياً والذي يمثل في كثير من الأحيان قوة ناعمة تحتاج لتنسيق وتعزيز وتوظيف في وسائل الاعلام الرقمي رغم ان هناك منظومات متخصصة جزء منها للتراخيص وجزء منها للسمعة وجزء منها للأخبار ولكن كمنظومة شاملة لا توجد، كما تكررت سابقاً أنك ستقوم بإنشاء اكاديميات فما هو دورها وما هو هدفها والسؤال الأهم ماهي استراتيجيتها؟ انا من الممكن ان اوجد أدوات كثيرة تصنع لي أشياء هل هدفي في الأخير ان اصنع منها سيارة او اصنع طيارة انا هدفي اليوم ان اكون اعلامي وصوتي يصل للعالم هذه الأدوات الموجودة من المفترض ان تساهم بطريقة او أخرى لهذه الاستراتيجيات.

لو كانت الرؤية، والاستراتيجية واضحة وموجودة ستري هذه المؤسسات والوكالات التي تعمل اليوم ستقوم بنفس الدور. على سبيل المثال هناك طالب يتخرج صحافة من الجامعة ماذا نحتاج من الصحافة اليوم هناك من يقول لا يوجد لدي مواطنين او تونين في الاعلام فكيف يمكن ان نعالج هذه المشكلة لان جميعها اجتهادات مؤسسية لكن في النهاية لا تملك مظلة حاضنة توحد الرسالة الإعلامية.

#### الاستنتاجات:

- وجود منظومة للأعلام ضرورة ملحة في ظل وجود عدد متخصص للمؤسسات والوزارات المعنية
- تعتبر وجود منظومة ذات مرجعية امراً هاماً في ظل مبادئ الدولة ونظرتها المستقبلية للخمسين عام القادمة

#### التوصيات:

- ضرورة وجود منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة في ظل مبادئ الدولة ونظرتها المستقبلية للخمسين عام القادمة
- ضرورة العمل على تحديد التحديات وطرق معالجتها، واستكشاف الفرص المستقبلية لتنمية صناعة الإعلام الجديد في الدولة عن طريق مؤسسة حاضنة

#### عبدالله عبدالكريم الريسي

7. ما ضرورة وجود منظومة أو مؤسسة إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتنسيق بين وسائل الإعلام الرقمي؟

نرى ضرورة وجود مؤسسة موحدة ذات مرجعية للتواصل بالنسبة للملفات الاستراتيجية كالحملات الوطنية مثلاً.

كما أن وجود منظومة إعلامية حاضنة ذات مرجعية مهم، ولكن لا يعني بالضرورة أن تكون هذه المنظومة ذات التوجه المطلق في كل ما يتعلق بوسائل الإعلام الرقمية في الإمارات من حيث الأنظمة والقوانين والسياسات والإجراءات ونوعية الرسائل، بل أن الأهم من ذلك هو وجود موجهاً استرشادية عامة تعمل على أن تكون الرسائل الإعلامية ذات نسق متوازن مع الملفات والموضوعات المختلفة لدولة الإمارات في مختلف القطاعات والمجالات.

#### الاستنتاجات:

- وجود هذه المنظومة ضرورة للتواصل مع الملفات الاستراتيجية للدولة
- الأهم وجود موجهاً استرشادية عامة تعمل على ان تكون الرسائل الإعلامية ذات نسق متوازن مع الملفات والموضوعات لمختلف القطاعات والمجالات

#### التوصيات:

- ضرورة وجود منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الاعلام الرقمي الحكومي في الدولة
- ضرورة أن تكون الرسائل الإعلامية ذات نسق متوازن مع الملفات والموضوعات المختلفة لدولة الإمارات في مختلف القطاعات والمجالات.

#### حمد الكعبي

7- ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسه إعلامية حاضنه ذات مرجعيه للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي؟

تحتاج وسائل الإعلام إلى مصادر معلومات موثوقة من الجهات المختصة بما يضمن مصداقيتها أمام جمهورها، خاصة في أوقات الأزمات والتوترات السياسية، وأيضاً بما يعزز الاستقرار الوطني والتكامل القومي والمصلحة الوطنية العليا.

وعادة ما تحتاج وسائل الإعلام إلى مواقف واضحة تجاه التطورات أو المستجدات الاقتصادية والتقنية وبما يحقق ثبات واستقرار مداخلها الإعلانية، وضمن هذا الإطار من الضروري وجود مرجعية واحدة للتدقيق في المعلومات والالتزام بالاعتبارات الوطنية.

#### الاستنتاجات:

- من الضروري وجود مرجعية واحدة للتدقيق على الاخبار والالتزام بالمعايير الوطنية خاصة في أوقات الازمات والتوترات السياسية

- وجود هذه المنظومة يعزز الاستقرار الوطني والتكامل القومي والمصلحة الوطنية العليا

#### التوصيات:

- تحتاج وسائل الإعلام إلى مصادر معلومات موثوقة من الجهات المختصة بما يضمن مصداقيتها أمام جمهورها، خاصة في أوقات الأزمات والتوترات السياسية، وأيضاً بما يعزز الاستقرار الوطني والتكامل القومي والمصلحة الوطنية العليا

#### خالد عبدالله عمران تريم

7. ما ضرورة وجود منظومة إعلامية حاضنة ذات مرجعية للتنسيق بين وسائل الإعلام الرقمي؟

لدينا في الإمارات مكتب تنظيم الإعلام. والذي يتولى "إدارة وتنظيم الأنشطة الإعلامية". وله مهام ومسؤوليات واضحة ومحددة، بما في ذلك تلك التي كانت موكلة إلى المجلس الوطني للإعلام في السابق.

#### الاستنتاجات:

- يتولى مكتب تنظيم الاعلام إدارة وتنظيم الأنشطة الإعلامية بما فيها الاختصاصات التي كانت موكلة للمجلس الوطني للإعلام

#### التوصيات:

- يتولى مكتب تنظيم الاعلام في الدولة التنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي

#### عبد الحميد أحمد

7. ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسه إعلامية حاضنه ذات مرجعيه للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي؟

- ليس بالضرورة أن تكون حاضنة ولكن وجود جهة منظمة ضروري جدا لحماية صناعات المحتوى، لا سيما المؤسسات الإعلامية التقليدية، كالصحف ومحطات التلفزة والإذاعة، من عملية انتهاك حقوق النشر والملكية التي تقوم بها كثير من المواقع والحسابات على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي الأمر الذي يخلق وضعاً فوضوياً قد يضر أو يشوه الرسالة الإعلامية، ويقلل من مصداقيتها وأحياناً يضلل الرأي العام عبر النقل غير الدقيق.

- كما من المهم أيضاً دعم المؤسسات والصحف الخاصة لتطوير أدواتها الرقمية لا سيما ان كثيراً من هذه المؤسسات قد لا تمتلك المصادر المالية الكافية لتحديث أدوات النشر في ظل الأزمات المالية المتلاحقة.

- هذا التعاون مهم لإبراز وتعزيز رسالة الدولة وقوتها الناعمة إقليمياً ودولياً. العالم يشهد تطورات متسارعة في هذا المجال فمن الضروري مواكبة تلك التطورات لخلق منظمة إعلامية متكاملة وحديثة وفعالة.

#### الاستنتاجات:

- ليس بالضرورة ان تكون منظومة حاضنة ولكن ان تكون جهة منظمة لحماية صناعات المحتوى والأهم دعم المؤسسات والصحف الخاصة لتطوير ادواتها الرقمية
- التعاون والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية الرقمية المختلفة يعزز رسالة الدولة وقوتها الناعمة اقليمياً ودولياً

التوصيات:

- الحاجة لوجود منظمة لحماية صناعات المحتوى والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية الرقمية لتعزيز رسالة الدولة وقوتها الناعمة اقليمياً ودولياً

### مصطفى اسماعيل الزرعوني

7- ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسه إعلاميه حاضنه ذات مرجعيه للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي؟  
مهم جدا وهناك اليوم لمكتب الإعلامي لحكومة الإمارات ووكالة أنباء الإمارات وكل إمارة لديها مكتب إعلامي خاص بها، يتفاوت مستوى التنسيق بينهما من جيد إلى ضعيف.

سؤال فرعي: كيف يمكن تنسيق وتوحيد الخطاب السياسي والإعلامي للدولة في ظل عدم وجود مرجعية لمختلف وسائل الإعلام؟

هناك سياسات عامة للصحف في تناول القضايا المختلفة متعارف عليها وفي حال وجود تحديث على السياسات العامة يمكن فهمها من قبل إدارات التحرير ويمكن التواصل مع الجهات المختلفة مباشرة ك وزير الدولة للشؤون الخارجية أو مدير عام وكالة أباء الإمارات وطرح عليهم الاستفسارات. والاتصال في الوزير المسؤول عن المسألة

الاستنتاجات:

- وجود منظومة ومرجعية امر مهم جداً على مستوى التنسيق رغم وجود المكتب الإعلامي لحكومة الامارات

التوصيات:

- ضرورة وجود منظومة منظمة ذات مرجعية للتنسيق بين وسائل الاعلام رغم وجود المكتب الاعلامي لحكومة الامارات

### ريم محمد بن غانم المري

7. ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسه إعلاميه حاضنه ذات مرجعيه للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي؟

ضرورية جدا وذلك للتواصل مع المورد الأساسي والتوجيهات دون الاعتماد على الرسائل التي يمكن فهمها او لا كونها ما بين السطور

ضرورة وجود مرجعية للإعلام الرقمي مع العلم ان هناك صعوبة تواجهها الدول في التحكم بالإعلام الرقمي، لذا في حال تقرر بالفعل هذا الامر يجب ان تدار المنصات الرقمية الفرعية عبر موظفين معروفين لدى المؤسسات الإعلامية المسجلة، ويجب ادارة وانشاء الشبكات الرقمية بذكاء على طابع مبادرات لا مؤسسات حكومية ليتم تقبل الرسائل بشكل غير مباشر وغير موجه

الاستنتاجات:

- وجود منظومة امر ضروري جداً للتواصل مع المصدر الرئيسي دون الاعتماد على الرسائل والايخبار التي قد يساء فهم مضمونها

- ضرورة وجود مرجعية للأعلام الرقمي رغم صعوبة تحكم الدول في الاعلام الرقمي

التوصيات:

- ضرورة وجود منظومة ذات مرجعية للتواصل مع المصدر الرئيسي للخبر للتأكد من مصداقيته
- اهمية وجود مرجعية للإعلام الرقمي رغم صعوبة تحكم الدول في الاعلام الرقمي

### الدكتور راشد خلفان النعيمي

7. ما ضرورة وجود منظومه أو مؤسسه إعلاميه حاضنه ذات مرجعيه للتنسيق بين وسائل الاعلام الرقمي؟

طبعاً مما لا يترك مجال للشك وجود منظومة عمل ممنهجة ومؤسسة إعلامية رئيسية تكون هي المحرك الأساسي وهي الموجه الرئيسي ويكون لها دور واضح في التنظيم والتنسيق ما بين كل وسائل الإعلام الرقمي

لان بوجودها سوف ترى تأثير كبير للأعلام وبالأخص الجانب السياسي والاقتصادي رصد الهجمات الممنهجة ضد دولة الإمارات كما حصل من قبل قناة الجزيرة ومن هم على شاكلتها الذين سعوا الى تشويه صورة الإمارات في أعين العالم واوهام الناس فوجود منظومة موحد سوف تدعم بشكل قوي في التصدي لمثل هذه الهجمات

#### الاستنتاجات:

- لا بد من وجود منظومة عمل ممنهجة ومؤسسة إعلامية رئيسية تكون الموجه الرئيسي في التنظيم والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية
- وجود منظومة إعلامية سيكون لها تأثير كبير وبالأخص على الجوانب السياسية والاقتصادية والتصدي للإشاعات والهجمات المعرصة

#### التوصيات:

- ضرورة وجود منظومة ذات مرجعية لتكون الموجه الرئيسي في التنظيم والتنسيق بين المؤسسات الاعلامية والتصدي للإشاعات والهجمات المعرصة

### السؤال الثامن:

معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

1.8 ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهمتها في تكوين شركات مع وسائل الاعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟

- على المستوى المحلي، للوزارة دور مهم بالتأكد من أن تكون وسائل الإعلام المحلية على اطلاع دائم بأخر المستجدات المتعلقة بالرسائل والأهداف الرئيسية لاستراتيجية الدولة فيما يخص الاتصال والإعلام الدولي.
- وعلى المستوى الخارجي، يتمحور دور الوزارة حول إرسال وتوضيح موقف دولة الإمارات بشأن القضايا المهمة على الساحة الدولية.
- ويمكن للوزارة أيضاً بأن تقوم بدور محوري في بناء وتعزيز الشركات مع مسؤولي ورؤساء التحرير في كبرى وسائل الإعلام حول العالم.
- ويمكن لمكتب الاتصال الاستراتيجي أن يبدأ بهذا الدور، ولكن يجب تحديث نموذج أعماله بحيث يعمل وفق نهج استباقي، ويقوم على سبيل المثال بإنشاء شبكة رسمية وغير رسمية تتضمن وسائل إعلام محلية ودولية تساعد في نشر أخبار الدولة ورسالتها بدقة على نطاق واسع وفي أسرع وقت.

#### الاستنتاجات:

- للوزارة دور مهم للتأكيد على أحر المستجدات المتعلقة بالرسائل والأهداف الرئيسية لاستراتيجية الدولة فيما يخص الاتصال والإعلام الدولي
- يتمحور دورها خارجياً على توضيح موقف الإمارات بشأن القضايا المهمة في الساحة الدولية
- يمكن ان تقوم بدور محوري في تعزيز الشركات مع مسؤولي ورؤساء التحرير في كبرى وسائل الاعلام العالمي
- إمكانية إنشاء شبكة رسمية وغير رسمية تتضمن وسائل اعلام ومحلية ودولية تساهم بنشر اخبار الدولة بدقة على مستوى واسع

#### التوصيات:

- تحديث مكتب الاتصال الاستراتيجي بحيث يعمل وفق نهج استباقي ويقوم بإنشاء شبكة رسمية وغير رسمية تتضمن وسائل إعلام محلية ودولية تساعد في نشر أخبار الدولة ورسالتها بدقة على نطاق واسع وفي أسرع وقت
- التأكد من أن تكون وسائل الإعلام المحلية على اطلاع دائم بأخر المستجدات المتعلقة بالرسائل والأهداف الرئيسية لاستراتيجية الدولة فيما يخص الاتصال والإعلام الدولي
- تعزيز الشركات مع مسؤولي ورؤساء التحرير في كبرى وسائل الاعلام في العالم

معالي نورة بنت محمد الكعبي

**8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهمتها في تكوين شراكات مع وسائل الاعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟**

التعاون مستمر بين وزارة الثقافة ووزارة الخارجية من خلال تقديم تصاريح التصوير وتصاريح ادخال المعدات في الزيارات الرسمية بالتنسيق مع السفارات في الدولة لكن الحاجة أصبحت ملحة للتنسيق والتعاون في التنسيق في نشر الاخبار والمعلومات وطريقة التعامل مع الخبر في ابصال الرسالة الى العالم الخارجي.

**الاستنتاجات:**

• **التنسيق والتعاون في نشر الاخبار والمعلومات وطريقة التعامل مع الخبر لإبصال الرسالة الى العالم الخارجي**

**التوصيات:**

• **ضرورة التنسيق والتعاون مع وزارة الثقافة في نشر الاخبار والمعلومات وطريقة التعامل مع الخبر في ابصال الرسالة الواضحة الى العالم الخارجي**

**معالي ريم ابراهيم الهاشمي**

**8. ما هو دور وزارة الخارجية والتعاون الدولي كشريك اساسي للقوة الناعمة ومساهمتها في تكوين شراكات مع وسائل الاعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟**

تمثل وزارة الخارجية والتعاون الدولي منذ إنشائها مقومات المجتمع الإماراتي ونافذته على العالم الآخر، يُنشر من خلالها فكر ورؤية القيادة الإماراتية الرشيدة، التي تؤمن بأهمية أن يسود السلام والأمن العالمي ونشر القيم الإنسانية الرفيعة الداعية لتحقيق العزة والكرامة للجميع دون تفرقة أو تمييز، وتشكل الوزارة، عبر سفاراتها وإدارتها المختلفة وبعثاتها الدبلوماسية المنتشرة حول العالم، ومن خلال سفرائها وممثليها ودبلوماسيتها، صلة الوصل بين دولة الإمارات ودول وشعوب العالم بكافة أطيافه. فالوزارة تعمل على تعزيز أواصر الصداقة والتعاون بينها وبين دول العالم على مختلف الصعد والمجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والانسانية، وتتبنى مبادئ قيادتها التي تهدف إلى الحفاظ على الإنسان ورفع مستواه الفكري والحضاري، وتطوير قيم التنمية والحضارة الإنسانية، وتعزيز مقومات النهضة الاقتصادية والثقافية، وإرساء دعائم السلام والإخاء في العالم، وهو الأمر الذي عزز مكانة الدولة على الساحتين الإقليمية والدولية.

وبمراجعة بسيطة لـ "المؤشر العالمي للقوة الناعمة ٢٠٢١" نجد أن من أهم عناصر لقياس تنافسية الدول هو عنصر "الأمان والتأثير الدبلوماسي" فقد جاءت دولة الإمارات ضمن أهم عشر دول في التأثير عالمياً في الدوائر الدبلوماسية العالمية، تأكيداً لدورها المؤثر إقليمياً وعالمياً. وأيضاً الأولى عربياً وال ١٢ عالمياً من حيث التأثير العام، في إشارة إلى حجم الحضور الجيوسياسي والاستراتيجي والدبلوماسي للدولة ومبادراتها في المنطقة والعالم.

إضافة إلى جهود الدولة مقارنة بدول العالم في مجال تقديم وتسهيل وصول المساعدات الدولية في زمن الجائحة، وتوفير الدعم للقطاعات الأكثر تضرراً بتداعياتها، وتوفير الرعاية الصحية، وتطبيق الإجراءات الاحترازية والوقائية، ومستوى الالتزام العالي بالمعايير لدى السكان، وتعزيز البحث العلمي والتعاون الدولي لإنتاج اللقاح الناجح ضد فيروس كورونا المستجد.

وتوجد العديد من المحطات لنجاحات الوزارة منها جواز السفر الإماراتي الذي أصبح الأول على مستوى العالم، وقيل كل ذلك الدور الأكبر الذي لعبته وزارة الخارجية والتعاون الدولي كشريك أساسي للقوة الناعمة في حشد الجهود وجلب أصوات دول العالم في استضافة اكسيو ٢٠٢٠ والذي يعتبر أكبر قوة ناعمة للدولة الذي يعزز من مكانة الدولة بمشاركة ١٩٢ دولة واهتمام وسائل الاعلام الرقمي التابعة لها في نشر رسائل ايجابية بطريقة تلقائية للدولة. التعاون الدولي والمساعدات الخارجية تعتبر أحد أذرع القوة الناعمة الإماراتية وتلعب الوزارة دوراً هاماً في وضع السياسات المعنية بهذا القطاع وتنسيق مجهودات الدولة وتوثيقها ونشرها والترويج لها وخلق الشراكات مع المجتمع الدولي والإقليمي. بالتأكيد يمكن النظر الى مجهوداتنا في دعم الاستجابة الدولية لجائحة كورونا كمثال حي وإيجابي لما أقول.

**الاستنتاجات:**

- **هي نافذة على العالم الآخر ينشر من خلالها فكر ورؤية القيادة الإماراتية**
- **تعزيز أواصر الصداقة والتعاون بينها وبين دول العالم على مختلف الأصعدة السياسية والاقتصادية والإنسانية**
- **تعزيز مكانة الدولة على الساحتين الإقليمية والدولية**
- **كان لها دور في ان تأتي دولة الإمارات ضمن اهم ١٠ دول في التأثير العالمي من خلال الدوائر الدبلوماسية العالمية تأكيداً على دورها المؤثر إقليمياً وعالمياً**
- **أسهمت في تعزيز جواز السفر الإماراتي ليصبح الأول على مستوى العالم**

- دعمت جلب أصوات دول العالم لاستضافت اكسبو ٢٠٢٠
- اهتمام وسائل الاعلام الرقمي التابعة لها في نشر رسائل إيجابية للدولة.

التوصيات:

- تعزيز مكانة الدولة على الساحتين الإقليمية والدولية من خلال نشر فكر ورؤية القيادة الاماراتية
- تطوير وسائل الاعلام الرقمي التابعة لها في نشر رسائل ايجابية عن الدولة
- تعزيز اواصر الصداقة والتعاون مع دول العالم على مختلف الاصعدة السياسية والاقتصادية والانسانية

#### معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي

8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوى الناعمة ومساهمة وزارة الخارجية في تكوين شراكات مع وسائل الإعلام الرقمي الحكومي الداخلي و الخارجي لتعزيز القوة الناعمة؟  
اعتقد بأن هذا الدور مطلقه عليه وزارة الخارجية ويحاولون تعزيزه من خلال شراكاتهم مع الوسائل الإعلامية الداخلية والخارجية العالمية من خلال عمل السفارات وشركات العلاقات ووضع خطط اعلامية تتناسب مع رؤى وتوجهات السياسة الخارجية.  
الاستنتاجات:

- تطبيق استراتيجيات تتناسب مع رؤى وتوجهات سياسة الدولة الخارجية من خلال شراكاتهم مع وسائل الاعلام الداخلية والخارجية عبر سفاراتها لتعزيز القوة الناعمة للدولة

التوصيات:

- تعزيز الشراكة مع الوسائل الإعلامية الداخلية والخارجية العالمية من خلال عمل السفارات وشركات العلاقات ووضع خطط اعلامية تتناسب مع رؤى وتوجهات السياسة الخارجية.
- التأكيد من أن تكون وسائل الاعلام المحلية على اطلاع دائم بأخر المستجدات المتعلقة بالرسائل والأهداف الرئيسية لاستراتيجية الدولة فيما يخص الاتصال والإعلام الدولي.

#### معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهمتها في تكوين شراكات مع وسائل الاعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟  
دورها ملموس وقد تكون هي الوزارة الوحيدة التي حققت أكبر النجاحات ومن بينها جواز السفر الاماراتي الذي أصبح الأول على مستوى العالم كما ان لها دور كبير في إسناد رئاسة الانتربول الى أحد أبناء الامارات وقبل كل ذلك الدور الأكبر الذي لعبته وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة في حشد الجهود وجلب أصوات دول العالم في استضافة اكسبو ٢٠٢٠ والذي يعتبر أكبر قوة ناعمة للدولة الذي يعزز من مكانة الدولة بمشاركة ١٩٢ دولة واهتمام وسائل الاعلام الرقمي التابعة لها في نشر رسائل ناعمة بطريقة تلقائية للدولة.  
ويمكن تعزيز دور الوزارة من خلال تفعيل وسائل الاعلام الرقمي في معظم السفارات التي تمثل الدولة خارجياً، والحقيقة ان وزارة الخارجية تلعب دوراً بارزاً في تحقيق السمعة الطيبة التي تحظى بها دولتنا في العالم  
الاستنتاجات:

- تلعب دوراً بارزاً في تحقيق السمعة الطيبة التي تحظى بها دولة الإمارات في العالم
- كان لها دور كبير في اسناد رئاسة الانتربول الى أحد أبناء الدولة
- نجحت في ان تجعل جواز السفر الاماراتي الأول على مستوى العالم

التوصيات:

- تعزيز الشراكة مع الوسائل الإعلامية الداخلية والخارجية العالمية من خلال عمل السفارات وشركات العلاقات ووضع خطط اعلامية تتناسب مع رؤى وتوجهات السياسة الخارجية
- العمل على تحقيق السمعة الطيبة التي تحظى بها الإمارات في دول العالم من خلال تفعيل ادوات الاعلام الرقمي في السفارات

#### سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الريسي

8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهمتها في تكوين شراكات مع وسائل الاعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟  
تبنى القوة الناعمة للدول على مبادئها وقيمها ومعاملتها لمواطنيها والمقيمين على اراضيها والفرص التي توفرها لهم وغيرها من مقومات القوة الناعمة.

فالدولة تشكل هذه القوة الناعمة من خلال مؤسساتها الحكومية الرسمية وغير الرسمية بالإضافة إلى مجتمعها. ووزارة الخارجية تعد واجهة العالم للدولة، فتقع عليها، بجانب باقي مؤسسات الدولة المعنية، مسؤولية تعزيز هذه القوة الناعمة.

وتستطيع الوزارة القيام بهذا الدور، من خلال الترويج لرسالة ومواقف الدولة الرسمية في الخارج، وإبراز الجوانب الإيجابية في الدولة، وذلك بالتنسيق مع الجهات المعنية في الدولة مثل المكتب الإعلامي للحكومة ووزارة الثقافة وغيرها من وزارات ومؤسسات لإبراز هذا الجانب.

كما على وزارة الخارجية أن تعزز شراكاتها وعلاقاتها مع وسائل الإعلام الدولية التقليدية والرقمية لتوظيفها في إبراز مقومات القوة الناعمة للدولة، بالإضافة إلى تعزيز العلاقة مع المؤثرين في وسائل الإعلام الرقمية. ولطبيعة وسائل الإعلام الرقمية، باعتداده على تفاعل الأفراد، فإن نجاح تعزيز القوة الناعمة يكون من خلال التفاعل الإيجابي لكافة مؤسسات الدولة وأفراد مجتمعها.

**الاستنتاجات:**

- تعد واجهة الدولة للعالم من خلال تعزيزها للقوة الناعمة
- الترويج لرسالة ومواقف الدولة وإبراز الجوانب الإيجابية على مستوى العالم
- تتحمل مسؤولية تعزيز شراكاتها مع وسائل الاعلام الدولية التقليدية والرقمية لتوظيفها لإبراز مقومات القوة الناعمة

**التوصيات:**

- تعزيز الشراكة مع الوسائل الإعلامية الداخلية والخارجية العالمية من خلال عمل السفارات ووضع خطط إعلامية لإبراز الجوانب الإيجابية للدولة على مستوى العالم

**سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي**

8 ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهمتها في تكوين شراكات مع وسائل الاعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟

دور وزارة الخارجية كباقي المؤسسات والوزارات التي تساهم في وضع الخطوط العريضة للرسالة المراد إيصالها، وتنفيذها وفق تخصصها في مجالات الشؤون الخارجية ويسقط ذلك على بقية الوزارات كل وفق تخصصه.

**سؤال فرعي: هل من الممكن أن تقوم وزارة الخارجية والتعاون الدولي بوضع منهجية تتبعها تلك السفارات؟**

أعتقد بأن هذا جزء أصيل في أي وزارة خارجية من مختلف دول العالم أن ترسم الخطوط العريضة لأي سفارة ، و أعتقد بأن وزارة خارجيتنا لديها خطط واضحة وتلك الخطط منوطه بها سفاراتنا و مسألة تفعيلها والوصول بها إلى نتائج ملموسة ، نعم وزارة الخارجية لاشك أن لديها خطط ورسم المنهجية العامة التي يجب على سفاراتنا أن تقوم بهذا الدور و السفارات تلعب دور كبير جداً في هذا الجانب ، وفي اعتقادي أن ضرورة تفعيل الإعلام الرقمي للسفارات و تحقيق تواصل أكبر مع داخل مجتمعات هذه الدول سوف يلعب دور كبير في نقل رسالة دولة الإمارات بالطريقة الصحيحة في ظل بعض الرسائل المغلوطة.

**الاستنتاجات:**

- تساهم في وضع الخطوط العريضة للرسالة المراد إيصالها وفق تخصصها في مجالات العلاقات الدبلوماسية وهي اهم ذراع للدولة تجاه دول العالم
- إقامة شراكات بين دوائر الاعلام الرقمي في السفارات مع وسائل ووكالات الاعلام الأخرى في نفس الدول لتحقيق مزيد من السمعة وترسيخ العلاقات وإبراز القوة الناعمة

**التوصيات:**

- وضع استراتيجية واضحة المعالم لرسالة الدولة المراد إيصالها من خلال العلاقات الدبلوماسية التي تعد اهم ذراع للدولة تجاه دول العالم
- تعزيز الشراكة مع الوسائل الإعلامية الداخلية والخارجية العالمية من خلال عمل السفارات وشركات العلاقات ووضع خطط اعلامية تتناسب مع رؤى وتوجهات السياسة الخارجية.
- ضرورة تفعيل الإعلام الرقمي للسفارات وتحقيق تواصل أكبر مع داخل مجتمعات هذه الدول

**الدكتور عبد الخالق عبدالله**

8 ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوى الناعمة ومساهمتها في تكوين شراكات مع وسائل الاعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة، ومن بينها سفارات الدولة؟

الدبلوماسية الإماراتية حققت للإمارات ما لم يخطر على البال ولم يكن في الخيال، فعلى سبيل المثال، الدبلوماسية الإماراتية نجحت في إسناد تنظيم "إكسبو ٢٠٢٠ دبي" للإمارات، كما أنها دفعت جواز السفر الإماراتي ليكون الأول على مستوى العالم، وجعلت من العاصمة أبوظبي مركزاً للقرار الإقليمي، كما أنها أسندت رئاسة الإنتربول إلى أبناء الإمارات، وحققت للإمارات عضوية مجلس الأمن، وبمنتهى الوضوح فإن الدبلوماسية الإماراتية هي أنشط الدبلوماسيات، على المستوى العربي والخليجي في السنوات العشر الماضية، وربما لا يفوقنا في ذلك أكثر الدول تقدماً، فبالتالي عندما تأخذ محصلة هذه الدبلوماسية، نجد أن للإمارات اليوم علاقات عميقة مع كل العواصم الرئيسية في العالم، بدءاً من طوكيو وبكين ونيودلهي وواشنطن ومروراً بكل العواصم العالمية في آسيا وأوروبا، فالدبلوماسية الإماراتية ودون أن تكون موجهة ومقيدة بأي توجيهات وبأي حاضنة إعلامية، قامت بدورها وأكثر.

#### الاستنتاجات:

- الدبلوماسية الإماراتية نجحت في اسناد تنظيم اكسبو ٢٠٢٠ للإمارات
- دفعت جواز السفر الاماراتي لان يكون الأول على مستوى العالم
- جعلت من العاصمة ابوظبي مركزاً للقرار الإقليمي
- أسندت رئاسة الإنتربول الى أحد أبناء الامارات
- حققت للإمارات عضوية مجلس الامن
- بسخت علاقات الدولة وقوتها الناعمة دون ان تكون موجهة ومقيدة بأي حاضنة إعلامية

#### التوصيات:

- توفير مزيد من الدعم والمساحة دون ان تقييد بأي مؤسسة اعلامية حاضنة وذات مرجعية يعطيها مزيد من الانوار نحو تجسيد القوة الناعمة للدولة

#### محمد جلال الريسي

8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي في عمل شركات إعلامية بين الاعلام الرقمي الحكومي الاماراتي ووكالات الانباء العالمية؟

التعاون دائم ومستمر بيننا وبين وزارة الخارجية خاصة في الزيارات والاتفاقيات التي نقوم بإبرامها كوكالة انباء الامارات و ايضاً الاستفادة من وزارة الخارجية حول التوجه العام للدولة بالإضافة لاهتمامهم الكبير في ان يكون هناك استثمار حقيقي في منصاتهم الرقمية لهذه الوكالات لكن قد تكون هناك في بعض الأحيان معلومات حساسة ولهذا لاحظنا في الأونة الأخيرة ان وزارة الخارجية تبذل وتتفنن بنشر بعض الاخبار بوسائل متطورة مثل الانفوجرافيك او بطريقة مختلفة من خلال ممثل او مراسل يتحدث عن هذه المعلومات عبر رسائلهم الإعلامية لكن نتمنى ان تكون المساحة اكبر خاصة في سفاراتنا المنتشرة في العالم فبعضها تلمس تفاعله الكبير مع الجمهور واخرى لا يوجد لها نشاط في الاعلام الرقمي.

فالحاجة أصبحت ماسة لكثير من العمل لرفع مستوى المحتوى ولرفع التفاعل على مستوى التواصل الرقمي وان يكون هناك اشخاص مختصين لأنه من غير الجائز ان يتولى هذه الحسابات شخص غير متخصص، او ان يكلف بها شخص بالإضافة لعمله لان وجود هذه المنصات في سفارات الدولة يعزز من القوة الناعمة للدولة والوصول لمحيطها بنفس اللغة. أتذكر في ان هناك بيان طلب ان ينشر في صحيفة من الصحف المحلية هذا البيان كان مهم وحساس ويجب ان تصل رسالته الى العالم الخارجي وكان هناك حرص من الجهات المعنية ان يخص هذا الخبر لصحيفة صادرة لدولة الامارات ناطقة باللغة الإنجليزية ومن ثم تكون هي المصدر لبقية الصحف العالمية فلأسف لم يحقق ذلك نجاح لطريقة تعاملها مع الخبر الامر الذي جعل الكثير من الوكالات ان تتواصل معنا لكثير من التوضيحات فأوضحنا ان هذه الصحيفة غير مسؤولين عنها وبالتالي لا نستطيع ان نتثبت في صحة هذا الخبر.

#### الاستنتاجات:

- حققت قفزة هائلة في مجال الاعلام الرقمي من خلال ابداعها في صناعة المحتوى الاعلامي بوسائل متطورة مثل الانفوجرافيك وغيرها
- تقع عليها مسؤولية تطوير الجانب الاعلامي في سفاراتها المنتشرة في دول العالم
- أصبحت الحاجة ماسة لإدارة حساباتها الإعلامية في السفارات من قبل اشخاص متخصصين لرفع مستوى التفاعل في وسائل التواصل الرقمي
- تفعيل المنصات الإعلامية في سفارات الدولة يعزز من القوة الناعمة للدولة والوصول لمحيطها بنفس اللغة

#### التوصيات:

- ضرورة تطوير جانب الاعلام الرقمي في سفاراتها المنتشرة في دول العالم

- تأهيل وتعيين اشخاص متخصصين في ادارة الحسابات الاعلامية في السفارات لرفع مستوى التفاعل في وسائل الاعلام الرقمي
- زيادة تفعيل المنصات الاعلامية في سفارات الدولة لتعزيز القوة الناعمة

### عبدالله عبدالكريم الرئيسي

8- ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهماتها في تكوين شركات مع وسائل الإعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟

ربما الإجابة على هذا السؤال مرتبطة بوزارة الخارجية والتعاون الدولي بشكل أساسي، ولكن (من وجهة نظري) يمكن أن أشير هنا إلى أن هذه الوزارة تعمل مع كافة المؤسسات الإعلامية بمختلف أدواتها التقليدية والرقمية على تعزيز سمعة دولة الإمارات في شتى المجالات إقليمياً وعالمياً، لاسيما ما يرتبط بقوة الاقتصاد، وتوازن السياسة الخارجية، والمساعدات الخارجية، وقوة البنية التحتية والرقمية في الدولة، والقوانين والتشريعات المحفزة للاستثمار، والسياحة المتعددة التي تتمتع بها الدولة من بين أقرانها في المنطقة العربية وقارة آسيا مثلاً.

وبحسب خبرتي ومجال عملي، تفضل وزارة الخارجية والتعاون الدولي الوسائل التقليدية بشكل أكبر في إيصال رسائلها الإعلامية، مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون والموقع الإلكتروني الرسمي، ثم يتم البث في الإعلام الرقمي بناءً على ما تم نشره عبر الوسائل التقليدية، ما عدا بعض الاستثناءات التي تتمثل في قدرة بعض سفارات الدولة في استثمار أدوات التواصل الرقمي لإيصال رسالتها وإبراز دورها.

### الاستنتاجات:

- تعمل الوزارة مع كافة المؤسسات الإعلامية بمختلف أدواتها التقليدية والرقمية على تعزيز سمعة دولة الإمارات في شتى المجالات إقليمياً وعالمياً فيما يرتبط بقوة الاقتصاد وتوازن السياسة الخارجية والمساعدات الإنسانية والسياحة المتعددة التي تتمتع بها الدولة
- تحتاج للاستثمار والتطوير والانتقال من وسائل الاعلام التقليدية الى الاعلام الرقمي في كافة السفارات

### التوصيات:

- الاستثمار والتطوير والانتقال من وسائل الاعلام التقليدية الى الرقمية في كافة السفارات
- ضرورة تفعيل الإعلام الرقمي للسفارات وتحقيق تواصل أكبر مع داخل مجتمعات هذه الدول

### حمد الكعبي

8- ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهماتها في تكوين شركات مع وسائل الإعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟

-بداية وزير للدولة للشؤون الخارجية عضو في «مجلس القوة الناعمة»، ما يعني محورية دور الوزارة في تعزيز قوة الإمارات الناعمة، ومن خلال المعلومات الصادرة عن الوزارة، خاصة في مجال المساعدات الخارجية الإنسانية، تستطيع وسائل الإعلام الرقمية الاستفادة من مضامين التقارير، وأيضاً من المبادرات الخارجية ذات الطابع الإنساني، مثل وثيقة الأخوة الإنسانية، ومبادرات الوساطة مع أطراف النزاعات من أجل تسويتها، وأيضاً توصيل الرسائل الإيجابية الناتجة عن الشراكات الاستراتيجية وتوسيع نطاق التعاون مع جميع دول العالم .

-كل سفارة للدولة في الخارج قادرة على صناعة محتوى رقمي مكنز برسالة إيجابية عن الدولة، ومن ثم يقدم مادة ثرية للإعلام الرقمي الحكومي ينبغي تعظيم الاستفادة منها .

### الاستنتاجات:

- وزير الدولة للشؤون الخارجية هو عضو في مجلس القوة الناعمة مما يعنى محورية دور الوزارة في تعزيز قوة الامارات الناعمة
- تستطيع وسائل الاعلام الرقمية في السفارات الاستفادة من مضامين المبادرات ذات الطابع الإنساني مثل وثيقة الاخوة الإنسانية وغيرها من المبادرات
- باستطاعة كل سفارة بالخارج صناعة محتوى رقمي يحتوي على رسائل إيجابية يقدم مادة ثرية للأعلام الرقمي الحكومي في مختلف دول العالم.

### التوصيات:

- ضرورة استفادة وسائل الاعلام الرقمي في السفارات من المبادرات ذات الطابع الإنساني مثل وثيقة الاخوة الإنسانية وغيرها من المبادرات نحو تعزيز القوة الناعمة للدولة
- التركيز على صناعة محتوى رقمي للسفارات يقدم مادة ثرية في مختلف دول العالم

### خالد عبدالله عمران تريم

8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهماتها في تكوين شراكات مع وسائل الإعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز الرسالة؟

ما زالت الأسئلة تدور في إطار البديهيات. وزارة الخارجية في أي بلد شغلها الشاغل هو الدفاع عن مصالح البلد، وتدعيم العلاقات مع العالم الخارجي. وكلما كانت الدولة قوية فإن ذلك يساعد في إنجاز ما ترنو إليه. والقوة الناعمة لا يستهان بها. ولا شك أن هذا ينطبق على دولة الإمارات ووزارة الخارجية، والمسؤولون في الوزارة لا ينتظرون من يحدد لهم الأدوار. فهم يقومون بالعمل على الوجه الأفضل.

الاستنتاجات:

- تدعيم العلاقات الدبلوماسية مع العالم الخارجي
- ترسيخ سمعة وعلاقات الدولة الدبلوماسية

التوصيات:

- تدعيم العلاقات الدبلوماسية وترسيخ سمعة الدولة مع العالم الخارجي

### عبد الحميد أحمد

8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهماتها في تكوين شراكات مع وسائل الإعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة؟

- أعتقد أن وكالة أنباء الإمارات تقوم بهذا الدور حالياً عبر توقيع شراكات مع نظيراتها حول العالم. ولكن يمكن لوزارة الخارجية عبر السفارات الإماراتية في العالم تعزيز رسالة القوة الناعمة للدولة عبر تكثيف الاتصالات والتعاون مع وسائل الإعلام المؤثرة في تلك الدول، وهو أمر على سبيل المثال تقوم به سفارة الدولة في واشنطن بشكل ممتاز. ويعتبر مثالا جيدا لكيفية نشر الرسالة الإعلامية للدولة.

- من المهم أن تقوم وزارة الخارجية بتدريب وتأهيل كوادر دبلوماسية قادرة على التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة في كل دول العالم المؤثرة والتفاعل معها بشكل مستمر لإبراز قوة الإمارات الناعمة وتعزيز رسالتها الإعلامية والدفاع عن مصالحها وقضاياها.

الاستنتاجات:

- تعزيز رسالة القوة الناعمة للدولة عبر تكثيف الاتصالات والتعاون مع وسائل الإعلام المؤثرة في تلك الدول

- إن تسعى الوزارة بتدريب وتأهيل كوادر دبلوماسية قادرة على وسائل الإعلام المختلفة في دول العالم والتفاعل معها بشكل مستمر لإبراز قوة الإمارات الناعمة وتعزيز رسالتها الإعلامية

التوصيات:

- تدريب وتأهيل كوادر دبلوماسية قادرة على التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة في كل دول العالم المؤثرة والتفاعل معها بشكل مستمر لإبراز قوة الإمارات الناعمة وتعزيز رسالتها الإعلامية والدفاع عن مصالحها وقضاياها .
- ضرورة تفعيل الإعلام الرقمي للسفارات وتحقيق تواصل أكبر مع داخل مجتمعات هذه الدول

### مصطفى اسماعيل الزرعوني

8- ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهماتها في تكوين شراكات مع وسائل الإعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة ؟

- دورها مهم جدا.. ونأمل أن يتضاعف ويتجاوز ما هو عليه اليوم.

الاستنتاجات:

- دورها مهم باعتبارها شريك أساسي في تعزيز القوة الناعمة ولا بد من مضاعفة وتطوير هذا الدور في كيفية التعامل مع أحدث التطبيقات في وسائل الإعلام الرقمي

التوصيات:

- مضاعفة وتطوير دورها في كيفية التعامل مع تطبيقات في وسائل الإعلام الرقمي باعتبارها شريك أساسي في تعزيز القوة الناعمة

### ريم محمد بن غانم المري

8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهماتها في تكوين شراكات مع وسائل الإعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة ؟

اعتقد تفعيل دور السفارات في الجانب الاعلام الرقمي لتعزيز الرسالة سيكون امرا جدا رائع في اسرائيل وامريكا تم استحداث ادارات معنية الدبلوماسية الشعبية ومهمتها عبر المنصات الرقمية الفرعية لها التقارب من الشعوب وايصال الرسائل بطريقه شعبيه غير رسميه مثل منصة إسرائيل في الخليج او اسرائيل في دبي، والتأثير الذي حنته إسرائيل من ذلك هو سرعه القبول الشعبي بحيث عملت على هذا الهدف منذ سنوات عديدة.

#### الاستنتاجات:

- تفعيل جانب الاعلام الرقمي في السفارات لتعزيز الرسالة الإعلامية للدولة
- تفعيل الدبلوماسية الشعبية للتقارب مع الشعوب عبر المنصات الرقمية وهذا ما تم استحداثه في أمريكا وإسرائيل مؤخراً
- انتهاز طرق مبتكرة للتعاوي مع الشعوب في البلدان التي تتواجد فيها سفارات الدولة

#### التوصيات:

- تعزيز الشراكة مع الوسائل الإعلامية الداخلية والخارجية العالمية من خلال عمل السفارات ووضع خطط اعلامية مبتكرة للتعاوي مع الشعوب في البلدان التي تتواجد فيها سفارات الدولة
- ضرورة تفعيل الاعلام الرقمي للسفارات وتحقيق تواصل أكبر مع داخل مجتمعات هذه الدول

#### الدكتور راشد خلفان النعيمي

8. ما هو دور وزارة الخارجية كشريك أساسي للقوة الناعمة ومساهماتها في تكوين شراكات مع وسائل الاعلام الرقمي الداخلي والخارجي لتعزيز هذه الرسالة ؟

وزارة الخارجية هي واجهتنا للعالم وهي المحرك الرئيسي للتوجهات وتطلعات الدولة فوجودها كعنصر اساسي في منظومة الاعلام الرقمي شحي حتمي لا يدعو للنقاش فكل التوجهات تدعمها وسائل الاعلام الرقمي الجديد حيث ان مع هذا التطور الرهيب في تقنية الاعلام الرقمي أصبح الوصول الى الاشخاص أسهل والتأثير أكبر وعليه يعتبر دور الوزارة اساسي وضروري لتعزيز القوي الرسالة من خلال الحملات والكتابات والصوره الذهنية التي سوف تغرس في عقول الناس من خلال الاعلام الرقمي الحديث

#### الاستنتاجات:

- هي المحرك الرئيسي لتوجهات وتطلعات الدولة وعنصر أساسي في منظومة الاعلام الرقمي
- دورها أساسي في تعزيز الرسالة من خلال حملات وكتابات وصور ذهنية التي تغرس في عقول الجماهير من خلال الاعلام الرقمي الحديث

#### التوصيات:

- تعزيز دور الوزارة وسفاراتها من خلال المحتوى الاعلامي القادر على غرس صور ذهنية في عقول المتلقين من الجماهير من خلال استخدام تطبيقات الاعلام الرقمي الحديث
- تعزيز دورها لتكون المحرك الرئيسي لتوجهات وتطلعات الدولة

### السؤال التاسع:

#### معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

9. لماذا لم يحقق الاعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي

تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟

هناك الكثير من العوامل التي يمكن تكون سبباً في ذلك:

1. لا بد أن نحدد توقعاتنا بشأن ما يجب التركيز عليه ليكون محور اهتمام الإعلام الدولي. إذا كان تركيزنا ينصب على الحدث أو الفعالية نفسها، فهل ستحظى هذه الفعالية باهتمام إعلامي دولي؟ وهل قمنا بنشر إعلانات دولية كافية؟
2. يجب أن يكون التواصل بأسلوب غير مؤسسي أو رسمي، والتركيز أكثر على الجمهور العادي برسائل يسهل فهمها والتفاعل معها. ولكننا نميل إلى الإفراط في استخدام اللغة المؤسسية أو المتخصصة التي قد يصعب فهمها. لذلك، من المهم توجيه رسالتنا بأسلوب بسيط جداً يتناسب مع الجمهور المستهدف، وتصميمها وإخراجها في شكل مُقنع وملفت للاهتمام.
3. ومن التحديات الأخرى أن المحتوى الذي نقوم بإعداده يكون مُجرداً من العناصر المحركة للمشاعر أو العاطفة. مع العلم بأن ما يجذب اهتمام الجمهور في الوقت الحالي هي الأخبار التي تخاطب وجدانهم أو تحرك مشاعرهم. لذلك، يجب إعداد محتوى تلقائي وطبيعي، بعيداً عن التكلفة أو الاهتمام الزائد بالجودة.

4. وأخيراً، يجب إقامة علاقات بناءة مع أبرز وسائل الإعلام حول العالم.

**الاستنتاجات:**

- لا بد من تحديد الأولويات والفعاليات التي يجب ان تحظى بتغطية إعلامية
- يجب ان يكون التواصل بأسلوب غير رسمي والتركيز على الجمهور العادي المتلقي برسائل يسهل فهمها والتفاعل معها
- ان يكون المحتوى تلقائي وطبيعي ومشبعاً بالعناصر المحركة للمشاعر والوجدان والعاطفة
- إقامة شراكات بناءة مع أبرز وسائل الاعلام حول العالم

**التوصيات:**

- لا بد أن نحدد توقعاتنا بشأن ما يجب التركيز عليه ليكون محور اهتمام الإعلام الدولي. إذا كان تركيزنا ينصب على الحدث أو الفعالية نفسها، فهل سنحظى هذه الفعالية باهتمام إعلامي دولي؟ وهل قمنا بنشر إعلانات دولية كافية؟
- يجب أن يكون التواصل بأسلوب غير مؤسسي أو رسمي، والتركيز أكثر على الجمهور العادي برسائل يسهل فهمها والتفاعل معها. ولكننا نميل إلى الإفراط في استخدام اللغة المؤسسية أو المتخصصة التي قد يصعب فهمها. لذلك، من المهم توجيه رسالتنا بأسلوب بسيط جداً يتناسب مع الجمهور المستهدف، وتصميمها وإخراجها في شكل مُقنع وملفت للاهتمام.

**معالي نورة بنت محمد الكعبي**

**9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟**

لا أعتقد أن ذلك ينطبق على الجميع.. قد يكون هناك تفاوت بالمستوى الذي تحقق ولكن معظم الجهات الحكومية واكبت التطورات الحاصلة في هذا القطاع.

لدينا الكثير من المبادرات الناجحة في مجال الإعلام الرقمي، ونطمح من مؤسساتنا الإعلامية إلى مضاعفة جهودنا خلال المرحلة المقبلة. كما لا نخفل بعض المبادرات الشبابية في مجال الاعلام الرقمي والتي حققت نجاحات كبيرة، استطاعت الوصول إلى شريحة مهمة من الجمهور.

**الاستنتاجات:**

- هناك تباين في المستوى بين الاعلام الرقمي الحكومي رغم ان كثير من واكب التطورات في هذا القطاع
- هناك الكثير من المبادرات الناجحة في مجال الاعلام الرقمي
- الحاجة لمضاعفة الجهود وتأهيل ودعم المبادرات الشبابية في مجال الاعلام الرقمي لتمكينها من الوصول للجمهور المتلقي

**التوصيات:**

- استلهم المبادرات الناجحة في مجال الاعلام الرقمي ومواكبة تطوراته الحديثة
- مضاعفة الجهود وتأهيل ودعم المبادرات الشبابية في مجال الاعلام الرقمي لتمكينها من الوصول للجمهور المتلقي

**معالي ريم ابراهيم الهاشمي**

**9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟**

يمكن القول بأن تحقيق المستهدفات خاصة في مجالات الاعلام ومنها الرقمي يخضع لكثير من الاشتراطات النسبية لصعوبة القياس في الواقع العملي، لكن على كافة الأحوال فقد حاولت تلك المنصات الإعلامية الحكومية في الاستفادة من الاحداث والمبادرات التي تمثل قوة ناعمة للدولة من خلال نقل احداثها عبر منصات ووكالات عالمية، ولكن نحتاج إلى جهود أكبر لتطوير آلياته وادواته، لكي يتسم بالجرأة في نقل الاخبار الهامة والقوة الناعمة بمضمون ومكون ثقافي وبيئي يستقطب اهتمام العالم الخارجي بعيداً عن الإفراط في استخدام اللغات المؤسسية او الحكومية التي يصعب استيعابها لذلك من المهم توجيه رسائلنا التي تحمل رسائل ايجابية بشكل يستقطب اهتمامهم ويتناسب مع الجمهور المتلقي، كما يجب اعداد محتوى تلقائي دون تصنع وإقامة شراكات وطيدة ومستمرة مع ابرز وسائل الاعلام الخارجي.

**الاستنتاجات:**

- تحقيق المستهدفات في مجال الاعلام الرقمي يخضع لكثير من الاشتراطات النسبية لصعوبة القياس في الواقع العملي

- نحتاج لجهود أكبر لتطوير آليات وأدوات الاعلام الرقمي الحكومي لكي يتسهم في الجرة في نقل الاخبار والقوة الناعمة بمضمون ومكون ثقافي وبيني يستقطب العالم الخارجي
- عدم الإفراط في استخدام اللغات المؤسسية او الحكومية التي يصعب استيعابها
- اعداد محتوى تلقائي دون تصنع وإقامة شراكات وطيدة ومستمرة مع أبرز وسائل الاعلام الخارجي

**التوصيات:**

- البعد عن الإفراط في استخدام اللغات المؤسسية او الحكومية التي يصعب استيعابها لذلك من المهم توجيه رسائلنا التي تحمل رسائل ايجابية بشكل يستقطب اهتمامهم ويتناسب مع الجمهور المتلقي
- يجب اعداد محتوى تلقائي دون تصنع وإقامة شراكات وطيدة ومستمرة مع أبرز وسائل الاعلام الخارجي.

### **معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي**

**9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات و الأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوى ناعمة توفر المحتوى والمضمون؟**

صعب تحديد إذا تم تحقيق الأهداف والمستهدفات في حال غياب الأهداف المحددة وفي حال غياب أدوات القياس التفصيلية والدقيقة لها، لذلك فالبدائية يجب ان تضع ماهي الأهداف كي تستطيع وان تعرف إذا تمكنا من تحقيقها او لا، اليوم الإعلام الرقمي بشكل عام او الإعلام الاجتماعي من الذي يصنعه؟ ليست المؤسسات إنما الأفراد و هناك الكثير من الافراد الذين يعملون على مستوى الإعلام الاجتماعي، تأثير و مؤثرين أكثر من الإعلام الرقمي الحكومي، على سبيل المثال اليوم في الولايات المتحدة حساب دونالد ترامب و حساب بادين لديهم نسبة إطلاع و متابعة أكثر من حساب البيت الأبيض و دونالد ترامب من خلال حسابه كان أكثر متابعة من حساب بادين، فبالنظرة اليوم دور الإعلام الرقمي بشكل عام ليس الذي يصنع فيه المحتوى و الذي يحرك فيه التأثير فقط مؤسسات و لكن حتى الأفراد، لذلك بهننا اليوم نحن صناع هذا المحتوى قد يأتيك من عدة جوانب مثل المجلس التنسيقي ما بين منصات اعلام محلية أيضاً مجلس تنسيقي للإعلام الحكومي و أيضاً كيف نستطيع التنسيق بين رواد الإعلام الاجتماعي، الذين أعدادهم اليوم 15 مليون حساب موجود هؤلاء اذا لم نستطيع ان نخلق المحتوى المناسب لهم الذي يمكن تداوله بدون فرض قيود، لأنه في النهاية هذه المنصات تعتبر حرية شخصية تمكن الشخص من التعبير عنها و مؤثره أكثر من ما شاهدناه في حسابات اشخاص مؤثره أكثر من الحسابات الحكومية ، تأثيرها كبير على الإعلام الرقمي و تستثمر اليوم في صناعات هذا المحتوى و تستثمر فيهم بأنهم رواد لهذه الساحات الإعلامية اليوم و سمحت بأن تكون لديهم مصداقية و تعبيرهم يكون أصيل ليس مجرد تكرار او معاد تدويره من خلال وسائل أخرى مكرره، ساحات الإعلام الرقمي اليوم تأثيرها كبير في المستويات المختلفة و لكن اصبحت اكبر على مستوى الافراد وليس المؤسسة.

**الاستنتاجات:**

- يصعب تحقيق الأهداف في ظل غياب أدوات القياس التفصيلية والمقيدة
- لا بد من وضع الأهداف حتى نتمكن من معرفة مستوى تعاطي الاعلام الرقمي معها
- يستطيع الافراد والقادة صناعة محتوى مؤثر في الاعلام الرقمي أكثر من مؤسسات الاعلام نفسها والدليل على ذلك حسابات ترامب وبادين والشيخ محمد بن راشد الشخصية.
- عدم الاستثمار في الناشطين المؤثرين وتطويع محتواهم نحو تاصيل وتعزيز القوة الناعمة للدولة

**التوصيات:**

- البعد عن الإفراط في استخدام اللغات المؤسسية او الحكومية التي يصعب استيعابها لذلك من المهم توجيه رسائلنا التي تحمل رسائل ايجابية بشكل يستقطب اهتمامهم ويتناسب مع الجمهور المتلقي
- تمكين القادة والافراد من صناعة محتوى مؤثر في الاعلام الرقمي
- الاستثمار في الناشطين المؤثرين وتطويع محتواهم نحو تعزيز وتاصيل القوة الناعمة للدولة

### **معالي الفريق ضاحي خلفان تميم**

**9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات و الأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟**

الأحداث والمبادرات التي تمثل قوة ناعمة للدولة كبيرة جداً وتفرض نفسها كقوة ناعمة من خلال نقل أحداثها عبر منصات ووكالات عالمية وبالتالي يحتاج الاعلام الرقمي الحكومي لتطوير آلياته وادواته وان يتسهم بالجرة في نقل الاخبار الهامة والقوة الناعمة بمضمون ومكون ثقافي وبيني يستقطب اهتمام العالم الخارجي لكننا نميل الى الإفراط في استخدام اللغات المؤسسية او الحكومية التي يصعب استيعابها لذلك من المهم توجيه رسائلنا التي تحمل القوة الناعمة بشكل يستقطب اهتمامهم ويتناسب مع الجمهور المتلقي، كما يجب اعداد محتوى تلقائي دون

تصنع وإقامة شراكات وطيدة ومستمرة مع ابرز وسائل الاعلام الخارجي، وانا في اعتقادي ان الكثير من المستهدفات قد تحققت ولكن لا يمكن تحقيق كل شيء مرة واحدة لان هذه المستهدفات تحتاج فترات عمل وتطوير.

#### **الاستنتاجات:**

- حقق الاعلام الرقمي الكثير من المستهدفات ولكن لا يمكن تحقيق كل شيء في وقت واحد
- يحتاج الاعلام الرقمي الحكومي لتطوير آلياته وادواته في نقل الاخبار العامة والقوة الناعمة بضمون ومكون ثقافي يستقطب اهتمام العالم الخارجي
- اعداد محتوى تلقائي دون تصنع وإقامة شراكات مع وسائل الاعلام العالمي

#### **التوصيات:**

- يحتاج الاعلام الرقمي الحكومي لتطوير آلياته وادواته وان يتسم بالجرأة في نقل الاخبار الهامة والقوة الناعمة بضمون ومكون ثقافي ويبني يستقطب اهتمام العالم الخارجي
- يجب اعداد محتوى تلقائي دون تصنع وإقامة شراكات وطيدة ومستمرة مع أبرز وسائل الاعلام الخارجي

#### **سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي**

9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟  
على العكس يشهد هذا الجانب نجاحات متواصلة، لكن التطوير والتحديث صفة مستدامة حيث تسعى الإمارات دوماً لتحقيق وترسيخ نجاحاتها والبقاء في الصدارة في كافة المجالات واهمها الجانب الاعلامي.

#### **الاستنتاجات:**

- يحتاج الى التطوير والتحديث والاستدامة حتى يتمكن من ترسيخ نجاحات الدولة

#### **التوصيات:**

- التطوير والتحديث وصفة الاستدامة واستخدام التطبيقات الحديثة

#### **سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي**

9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟  
من الصعوبة الحكم على أن الإعلام الرقمي الحكومي لم يحقق مستهدفاته ويتطلب الأمر بدوره مزيد من البحث الاستقصائي، والتشخيص الدقيق للوصول الى نقاط القوة والضعف.

#### **الاستنتاجات:**

- يتطلب الامر مزيد من البحث الاستقصائي والتشخيص الدقيق للوصول لنقاط القوة والضعف

#### **التوصيات:**

- ضرورة التركيز على البحث الاستقصائي، والتشخيص الدقيق للوصول الى نقاط القوة والضعف.

#### **الدكتور عبد الخالق عبدالله**

9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته برغم كبر حجم الأحداث والمبادرات التي تفرض نفسها وتمثل قوى ناعمة للدولة؟

الإمارات تحتضن سنوياً ٩٢ معرضاً من المعارض الكبرى، على شاكله "أيدكس" و"جاينكس" وغيرها، وتجلب من وراء هذه المعارض ما لا يقل ٣,٥ مليون شخص يأتون إلى الدولة، أضف إلى ذلك، لا يمر يوم واحد في السنة، إلا ونشهد زيارة للدولة سواء من رئيس أو رئيس وزراء أو وزير أو مسؤول، وهناك حتماً إعلام سيهتم بذلك، إذن لدينا من الفعاليات الرسمية وغير الرسمية ما لا يمكن تصوره، وقد صارت دبي العاصمة الأولى عالمياً للمعارض، فالفعاليات كثيرة ومتنوعة ما بين عربية وإقليمية وعالمية، ومختلفة كذلك ما بين ثقافية واجتماعية ورياضية واقتصادية، وجميعها تمثل قوى ناعمة للإمارات، وإحفاقاً للحق فقد أصبحت دبي بمثابة أكبر سلاح للقوى الناعمة الإماراتية، بفضل ما تقوم به وما ستقوم به.

سؤال فرعي ١: مع حجم الفعاليات والمبادرات والأحداث والاستضافات والمكونات وغيرها، كان يفترض أن يكون للإعلام الرقمي الحكومي دور أيضاً في نقل هذه الرسالة.. فإذا كانت هذه الرسالة تجسد قوة ناعمة، نجد أن من يتناقلها هم الزوار أو الإعلام الخارجي الذي يقوم بالتغطية.. وأنا أبحث عن دور الإعلام الرقمي الحكومي.. كيف ترى ذلك؟

التقصير كثير، وإن أردت أن تكون في موضع محاسبة الإعلام الرقمي أو الإعلام الرسمي على قصوره، فيمكن أن نتحدث لساعات في هذا الخصوص، وفي تقديري هذا التقصير نابع مما يعيش في عقول المسؤولين عن الإعلام، وهو خشيتهم من الوقوع في الخطأ، أو خوفهم من الرقابة أو الوصاية.. فالوصاية القائمة على الإعلام تمنع الإعلام الرقمي والتقليدي والرسمي من أن يقوم بدوره.. فقط ارفع الوصاية وستراه ربما ينطاح أكبر وسائل الإعلام الرقمية وغير الرقمية في العالم.

**الاستنتاجات:**

- الإعلام الرقمي مقصر كثيراً لما يعيش في عقول القائمين عليه في وقوع للخطأ أو الخوف من الرقابة
- لا بد من رفع الوصاية حتى يتحرر الاعلام الرسمي والرقمي ويكون تلقائي وعفوي حتى يستقطب جمهوره ويصل للعالمية

**التوصيات:**

- ضرورة رفع الوصاية عن الاعلام الرقمي او الرسمي
- يجب اعداد محتوى تلقائي دون تصنع وإقامة شراكات وطيدة ومستمرة مع أبرز وسائل الاعلام الخارجي.

**محمد جلال الريسي**

**9. لماذا لم يحقق الاعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والاحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟**

اعتقد ان الأسباب هنا مشتركة تتعلق بالجهات التي ترعى هذه الاحداث وأحيانا تتعلق بوسائل الإعلام التي لا تملك روح المبادرة او ان تعلق في ان تضع نفسها في فوهة المدفع وأحيانا يكون لها محاولات طيبة ولكن للأسف عدم شهرتها ومعرفة العالم الخارجي بها يجعل هذا الخبر محدود الانتشار وهنا نعود للنقطة الأولى في البحث عن الوسيلة التي تستطع ان تصل بي الى العالم وهناك نوع من الاختلاف بين العمل المحلي والخارجي، ولهذا لا بد ان نعمل على:

- العمل على تطوير المحتوى الخبري محليا ودوليا.
- العمل على بناء شراكات مع أشهر الصحف والوكالات العالمية من خلال التنسيق مع هذه الوكالات في دولها.
- بناء علاقات في مناطق جغرافية معينة بالاعتماد واستخدام المؤسسات تمثل الدولة في هذه البلدان.
- بناء منظومة إعلامية ذات لغات مختلفة ومتنوعة.
- علاقة تعاون متبادلة بين وسائل الاعلام ووكالة الانباء في التعامل بالمثل.
- النشر بأسماء هذه الوكالات على سبيل المثال "أكدت وكالة الانباء الفلانية" وهذه العملية قادرة على توثيق العلاقة وتأكيد الخبر.
- هذه الأمور تكاد ان تكون مفقودة في مؤسساتنا المحلية.

**سؤال فرعي: كيف من الممكن ان اجعل من وسائل الاعلام الرقمي الحكومي ان تكون مصدراً خبيراً لبعض الصحف ووسائل الاعلام خارجياً؟**

عندما نتعاطى او نتخاطب مع اي جمهور لا بد من دراسة هذا الجمهور وتكويناته وثقافته فمن المهم ان نتعاطى مع هذا الجمهور بلغته او بطريقة تفكيره لان العالم في الغرب مختلف عن تفكير العالم في اسيا فعندما نتحدث عن جانب مهم او خبر في الغرب فلا بد من ان نخاطبهم بلغتهم وطريقة تفكيرهم واسلوبهم هنا سيكون في نوع من الاهتمام والواضح ان هناك شراكات دولية مع مؤسسات عربية معروفة في المنطقة ولكن لم نخرج خارج هذه المنظومة او البوتقة وعدم خروجنا من هذا المحيط لا يجعل الآخرين الاهتمام بأحداثنا و اخبارنا فعندما نقوم بزيارة من اجل بناء علاقة إعلامية لا بد من تعريف أصحابها على مكوناتك وبيئته وثقافتك واحداثك ومبادراتك وهذا ما سعيانا له في وكالة انباء الامارات لبناء شراكة قوية تشعرهم بأهمية الاخبار المرسله اليهم وتبادل معهم نفس الاخبار خاصة اخبار الامارات التي تغطي الاحداث والمبادرات الكبيرة حيث نقوم بالإيعاز لهم بأهمية هذا الخبر وانتشاره في بلدانهم من هذا المنطلق بدأت العلاقة الطيبة التي جعلت بقية وسائل الاعلام تهتم بإخبارنا.

**سؤال فرعي: انت تتحدث هنا عن الشراكة والشراكة جانب مهم في هذا المجال، فعندما نتحدث عن وثيقة التسامح لوكالات الانباء العالمية هل كانت هذه المبادرة او الشراكة مقصودة حتى يكون هناك اهتمام في اخبار الامارات لدى العالم الخارجي وهل ممكن ان تكون هذه الشراكة مهمة لبقية وسائل الاعلام الرقمي الحكومي؟**

فكرة وثيقة التسامح والاتفاقيات التي ابرمناها مع وكالات الانباء العالمية هي للفت النظر خاصة عندما التقينا بممثلي هذه الوكالات في زيارتهم لنا خلال مؤتمر القمة الحكومية فاتفقنا ان ننبنى فكرة سامية في العالم الذي

أصبح معظمه حروب ومشاكل وان نخرج بفكرة اتصفت بها الامارات وهي التسامح وان يتم إعلانها كميثاق لشراكة هذه الوكالات ولاقت هذه الفكرة. قبول عند الاخرين من وكالات الانباء العالمية الصديقة الذي توصلنا معهم وبدانا فعليا توقيع هذه الشراكة والعمل بها، وكان لدينا كل شهر اخبار وتقارير عن مبادرات التسامح في الامارات يتم ارسالها لهذه الوكالات ويقومون بالنشر لما يختارونه منها في دولهم وإذا كان هناك حدث عالميا للتسامح نتشارك جميعا في نشره، والتفاعل دائما يخلق الجدية في العمل لكن للأسف هناك الكثير من المؤسسات توقع اتفاقيات ولا تعمل بهذا ولكن عندما يكون هناك اهتمام. وتواصل ومتابعة تتغير الأحوال ولهذا لمسنا حجم اهتمامهم من خلال زيارتنا المختلفة ومن بينها روسيا، و كيفية تفاعلهم معنا والاشارة لقناعتهم بالأحداث والاخبار المرسله لهم عن الامارات كما ان السمعة الموجودة لدولة الإمارات تساعدنا نحن كوسائل الاعلام الرقمي وتسهل من مهامنا، أتذكر زيارتنا الأخيرة لهولندا وجدنا اهتمام وترحيب منقطع النظير من الاعلام ووكالات الانباء الهولندية خاصة عندما بدأنا بالحديث عن اكسبو لمسنا الاهتمام والانصات لان كثير من وكالات الانباء العالمية تنظر لنا من خلال هذه الزيارات اننا نسوق لأجندات حكومية ونتحدث باسم الحكومة فكان هناك تجاهل لهذه الاخبار لكننا عندما نتحدث عن احداث ومبادرات وفعاليات مستقلة تتغير النظرة ومعظم هذه المؤسسات والوكالات لديهم نفس النظرة والفكرة لكن هناك لغة مشتركة بين وسائل الاعلام لذا لا بد ان نتحدث بلغة وثقافة وفكر مشترك حتى نصل اليهم لكن عندما يكون التعاطي بأشياء مختلفة لا يوجد فيها قاسم مشترك فلن نصل الى نقطة التقاء.

#### الاستنتاجات:

- هناك أسباب مشتركة تتعلق بالجهات التي ترضى هذه الاحداث واحياناً بوسائل الاعلام التي لا تمتلك روح المبادرة
- عدم شهرة وسائل الاعلام الرقمي وتعاونها مع العالم الخارجي يجعل اخبارها محدودة الانتشار
- عدم استخدام الوسيلة المناسبة التي تستطيع ان تصل بها الى العالم
- عدم العمل على بناء شراكات مع أشهر الصحف والوكالات العالمية
- عدم استلهاهم حاجة جمهور المتلقي وتكويناته الثقافية يجعل اخبار هذه الوسائل غير مهمة
- لا بد من التحدث بلغة وثقافة وفكر مشترك حتى نصل لجمهور العالم الخارجي ولا بد من التعاطي معهم بجوانب يوجد فيها قاسم مشترك ونقطة التقاء

#### التوصيات:

- العمل على تطوير المحتوى الخيري محليا ودوليا.
- العمل على بناء شراكات مع أشهر الصحف والوكالات العالمية من خلال التنسيق مع هذه الوكالات في دولها.
- بناء علاقات في مناطق جغرافية معينة بالاعتماد واستخدام المؤسسات تمثل الدولة في هذه البلدان.
- بناء منظومة إعلامية ذات لغات مختلفة ومتنوعة.
- علاقة تعاون متبادلة بين وسائل الاعلام ووكالة الانباء في التعامل بالمثل.
- النشر بأسماء هذه الوكالات على سبيل المثال "اكادت وكالة الانباء الفلانية" وهذه العملية قادرة على توثيق العلاقة وتأكيد الخبر.

#### عبدالله عبدالكريم الربيسي

9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مسهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟

من وجهة نظري لعدة أسباب أوجزها في التالي:

- الإعلام الرقمي الإماراتي يركز بشكل كبير على الجانب المحلي.
- اقتصر استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وفق منظور وممارسات محلية.
- عدم الإلمام الكافي باستخدامات التطبيقات الجديدة وإدراك مدى تأثيرها وانتشارها على المستوى الدولي.
- ضعف إشراك الجاليات المقيمة في الدولة مع المحتوى الرقمي بشكل منهجي ومؤثر.
- الحاجة الملحة لاستثمار القواسم الثقافية المشتركة بين الإماراتيين والجاليات المقيمة.
- الحاجة لوجود بيانات وإحصائيات توضح استخدامات الجاليات لتطبيقات التواصل الاجتماعي.

#### الاستنتاجات:

- الإعلام الرقمي الإماراتي يركز بشكل كبير على الجانب المحلي.
- اقتصر استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وفق منظور وممارسات محلية.

- عدم الإلمام الكافي باستخدامات التطبيقات الجديدة وإدراك مدى تأثيرها وانتشارها على المستوى الدولي.
- ضعف إشراك الجاليات المقيمة في الدولة مع المحتوى الرقمي بشكل منهجي ومؤثر.
- الحاجة الملحة لاستثمار القواسم الثقافية المشتركة بين الإماراتيين والجاليات المقيمة.

#### التوصيات:

- الحاجة الملحة لاستثمار القواسم الثقافية المشتركة بين الإماراتيين والجاليات المقيمة
- الحاجة لوجود بيانات وإحصائيات توضح استخدامات الجاليات لتطبيقات التواصل الاجتماعي
- ضرورة الإلمام الكافي باستخدام التطبيقات الجديدة وأدراك مدى تأثيرها وانتشارها على المستوى الدولي

#### حمد الكعبي

٩- لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟

-الإعلام الرقمي الحكومي لا يزال في بداياته، فالجمهور لم يتخل بعد عن الوسائل التقليدية في الحصول على المعلومات، كما أن المؤسسات لا تزال تطور أدواتها في هذا القطاع الجديد، ومن المهم البناء على متحقق، وتقوية الهوية الرقمية للمؤسسات الحكومية، من خلال محتوى متنوع وقابل للتطوير .

-مطلوب أيضاً تجديد الإطلاقة من خلال منصات جديدة بالنسبة للجمهور مثل «بودكاست» و«سناپ شات» و«توك توك» و«كلوب هاوس» .

-الاعتماد على المؤثرين في إنتاج محتوى موجه للجمهور بجميع فئاته .

-التحلي بالجرأة في الطرح والتفاعل بإيجابية مع التعليقات والمداخلات الواردة عبر المنصات والتطبيقات، مع مراعاة الثوابت الوطنية والاعتبارات القانونية، فبعض الجمهور يتعامل مع الإعلام الرسمي الرقمي بتحفظ، ويلجأ إلى منصات أخرى تتيح له تفاعلاً أكثر وجرأة أكبر في تناول القضايا محل الاهتمام .

#### الاستنتاجات:

- الإعلام الرقمي الحكومي لا يزال يتمسك بوسائله التقليدية في الحصول على المعلومة
- المؤسسات لا تزال في دور تطوير أدواتها في هذا القطاع
- الحاجة لبناء هوية رقمية للمؤسسات الحكومية من خلال محتوى متنوع قابل للتطوير
- تجديد الإطلاقة من خلال أحدث المنصات والتطبيقات
- الاعتماد على المؤثرين في إنتاج محتوى موجه للجمهور بجميع فئاته

#### التوصيات:

- تجديد الإطلاقة من خلال منصات جديدة بالنسبة للجمهور مثل «بودكاست» و«سناپ شات» و«توك توك» و«كلوب هاوس» .
- الاعتماد على المؤثرين في إنتاج محتوى موجه للجمهور بجميع فئاته .
- التحلي بالجرأة في الطرح والتفاعل بإيجابية مع التعليقات والمداخلات الواردة عبر المنصات والتطبيقات، مع مراعاة الثوابت الوطنية والاعتبارات القانونية، فبعض الجمهور يتعامل مع الإعلام الرسمي الرقمي بتحفظ، ويلجأ إلى منصات أخرى تتيح له تفاعلاً أكثر وجرأة أكبر في تناول القضايا محل الاهتمام.

#### خالد عبدالله عمران تريم

9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟

من الذي قال إن الإعلام الرقمي الإماراتي لم يحقق مستهدفاته؟! ومن الذي قال إن ما ذكرتم لم يترجم إلى رصيد القوة الناعمة الإماراتية؟!

#### الاستنتاجات:

- اعتقد ان الاعلام الرقمي الحكومي حقق مستهدفاته وكان أداة مهمة لرصد القوة الناعمة الإماراتية

#### عبد الحميد أحمد

9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟

- لا اعلم بالضبط مدى دقة هذا الامر حيث لا توجد لدي أرقام أو احصائيات في هذا الشأن. ولكن ربما لم تنزل المسألة في بداياتها حيث قد نحتاج إلى مزيد من الخبرة والكوادر المدربة في هذا الشأن. نحتاج إلى تعاون مستمر بين كل الجهات المعنية لإبراز وتعزيز رسالة الدولة وقوتها الناعمة. كما نحتاج إلى تكامل بين الجهات الحكومية والخاصة عبر تنسيق مستمر يمكن معه تشكيل رسالة واضحة تعني بنشر وتعزيز هذه القوة الناعمة.

الاستنتاجات:

- يحتاج إلى مزيد من الخبرة والكوادر المدربة
- الحاجة إلى تعاون مستمر بين الجهات المعنية لإبراز وتعزيز القوة الناعمة للدولة
- التكامل بين الجهات الحكومية والخاصة لتشكيل رسالة واضحة تعني بنشر وتعزيز القوة الناعمة

التوصيات:

- يحتاج إلى مزيد من الخبرة والكوادر المدربة
- ضرورة وجود تكامل بين الجهات الحكومية والخاصة عبر تنسيق مستمر يمكن معه تشكيل رسالة واضحة تعني بنشر وتعزيز هذه القوة الناعمة

### مصطفى اسماعيل الزرعوني

٩- لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟ كما ذكر سابقاً أن وسائل الاعلام تلعب دور الناقل فقط وليس لديها تحليلات نوعية ومقالات خارج نسق التعقيب الإيجابي للقرارات الحكومية.

الاستنتاجات:

- لأنه يلعب دور الناقل فقط وليس له تحليلات ومقالات خارج نسق التعقيب الإيجابي للقرارات الحكومية
- عدم تحديث طرق صناعة المحتوى الذي يخاطب الجمهور

التوصيات:

- ضرورة تحديث طرق صناعة المحتوى التي يخاطب بها الجمهور العالمي
- الاعتماد على تحليلات ومقالات خارج نسق التعقيب الإيجابي للقرارات الحكومية حتى لا يكتفي بدور الناقل

### ريم محمد بن غانم المري

9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟

لا توجد مرجعية وان وجدت تكون توجيهاتهم متأخرة ويعتمد ايضا على قائد الفريق وحرصه وحذسه، بالإضافة لغياب المحتوى وصانع الرسالة الإعلامية واهدافها يجب تحديدها بشكل دقيق وتفصيل أكثر تحدد فيها محاور لكل جمهور، فلا يعقل ان يخاطب الجمهور الاجنبي بالاعلام الناطق باللغة الإنجليزية بنفس الرسالة الموجهة للجمهور العربي

سؤال فرعي: هل هناك استراتيجية واضحة في الإعلام الرقمي؟ لا توجد استراتيجية واضحة، لان الأساس لا توجد جهة معنيه للأعلام الرقمي او كيان معنوي لعلم جديد يختلف عن الاعلام التقليدي

الاستنتاجات:

- عدم وجود مرجعية يستخدمها الاعلام الرقمي الحكومي ضمن مستهدفاته
- غياب المحتوى وصانع الرسالة الإعلامية
- عدم تحديث محتوى الرسالة ومضمونها عند مخاطبة الجمهور الاجنبي

التوصيات:

- ضرورة وجود استراتيجية واضحة في الإعلام الرقمي
- الحاجة لصناعة المحتوى في الرسالة الاعلامية وتحديث مضمونها ونسقتها عند مخاطبة الجمهور الاجنبي

### الدكتور راشد خلفان النعيمي

9. لماذا لم يحقق الإعلام الرقمي الحكومي مستهدفاته رغم حجم المعاهدات والأحداث والفعاليات التي تعد بمثابة قوة ناعمة للدولة توفر المحتوى والمضمون؟

اعتقد قلة التواجد المواطن الإماراتي في الإعلام الرقمي الجديد وان كان موجود في الجوانب الترفيهية للأسف لكن نحن هنا نتحدث عن الاقتصاديين والسياسيين وحتى الإعلاميين المؤثرين على شبيل المثال لا الحصر لا نرى تواجد إعلاميين إماراتيين في القنوات الإخبارية ومراسلين وصحفيين وان وجدوا فهم قلة ولا يوجد تواجد لكتاب أمارتين بشكل قوي على قنوات الإعلام الحديث حتى في القنوات التلفزيون الوجود الإعلامي الإماراتي المؤثر يعتبر ضعيف وكما يقول المثل ( ما حك جلد مثل ظفرك ) والمقصود هنا لن يكون هناك تأثير قوي بالشكل المطلوب الا بوجود إعلاميين ومؤثرين بالشكل الذي يعكس رؤى وتوجهات الدولة ويعزز القوة الناعمة

الاستنتاجات:

- قلة العناصر المواطنة المتمرسه في الإعلام الرقمي الحديث
- قلة وجود خامات مواطنة عاملة في القنوات الإخبارية ومراسليها مما ينعكس سلباً على استراتيجية الدولة وتعزيز القوة الناعمة

التوصيات:

- ضرورة وجود إعلاميين إماراتيين في القنوات الإخبارية ومراسلين وصحفيين
- يجب اعداد محتوى تلقائي دون تصنع وإقامة شراكات وطيدة ومستمرة مع أبرز وسائل الإعلام الخارجي.

**السؤال العاشر:**

معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟

- عدم تحديد عناصر القوة الناعمة بشكل واضح.
- غياب الخطة الواضحة.
- عدم وجود محتوى إبداعي، والتركيز فقط على الرسائل القصيرة التي تبدو متكررة.
- عدم إنشاء محتوى تلقائي (بعيداً عن التكلف في الصياغة أو التحرير).
- الاستعانة بمجموعة محددة من الإعلاميين والمؤثرين الدوليين، مما يترك انطباعاً بأن إعلاناتهم مُمولة وغير تلقائية.

الاستنتاجات:

- غياب الخطة الواضحة وعدم تحديد عناصر القوة الناعمة بشكل واضح
- عدم وجود محتوى إبداعي، والتركيز فقط على الرسائل القصيرة التي تبدو متكررة.
- عدم إنشاء محتوى تلقائي (بعيداً عن التكلف في الصياغة أو التحرير).
- الاستعانة بمجموعة محددة من الإعلاميين والمؤثرين الدوليين، مما يترك انطباعاً بأن إعلاناتهم مُمولة وغير تلقائية.

التوصيات:

- ضرورة تحديد عناصر القوة الناعمة بشكل واضح
- ضرورة وجود محتوى إبداعي، وعدم التركيز فقط على الرسائل القصيرة التي تبدو متكررة.
- ضرورة إنشاء محتوى تلقائي (بعيداً عن التكلف في الصياغة أو التحرير).
- ضرورة الاستعانة بمجموعة محددة من الإعلاميين والمؤثرين الدوليين، مما يترك انطباعاً بأن إعلاناتهم مُمولة وغير تلقائية.

معالي نورة بنت محمد الكعبي

10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟

ربما نحتاج لمنظومة عمل تعمل فيها جميع الجهات الحكومية على تقديم الدعم المتبادل لإيصال الرسائل لأكثر جمهور عالمي ممكن.

الاستنتاجات:

- يكمن في منظومة العمل داخل جميع الجهات الحكومية

- عدم تقديم الدعم المتبادل لإيصال رسائل أكبر جمهور عالمي ممكن

التوصيات:

- ضرورة وجود منظومة عمل تعمل فيها جميع الجهات الحكومية على تقديم الدعم المتبادل لإيصال الرسائل لأكبر جمهور عالمي ممكن.

معالي ريم إبراهيم الهاشمي

**10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟**

الإعلام الرقمي مازال مجالاً حديث العهد خاصة للجهات الحكومية ويحتاج لكثير من التطوير والعمل الشاق نحو استيعاب تلك الطفرة الكبيرة في التأثير العالمي لما يتم نشره على تلك المنصات، لذلك فهو في حاجة دائمة نحو وجود بنية تحتية رقمية متطورة بالإضافة لتوفر جميع الأدوات والوسائل التقنية للإعلام الجديد. واعتقد ان أهم مناطق القوة التي يجب العمل عليها تكمن في أهمية تأهيل الكوادر الإعلامية التي تعتبر الجانب المهم في الإعلام الرقمي الحكومي.

الاستنتاجات:

- التطوير والعمل نحو استيعاب القفزة الكبيرة في التأثير العالمي لما يتم نشره على المنصات الإخبارية
- الحاجة الدائمة نحو وجود بنية تحتية رقمية متطورة بتوفير جميع الأدوات والوسائل التقنية للأعلام الجديد
- أهمية تأهيل الكوادر الإعلامية التي تعتبر الجانب المهم في الاعلام الرقمي الحكومي

التوصيات:

- العمل والتطوير المستمر لاستيعاب القفزة الكبيرة في التأثير العالمي لوسائل الاعلام الرقمي وما يتم نشره على المنصات الإخبارية
- الحاجة الدائمة نحو وجود بنية تحتية رقمية متطورة بتوفير جميع الأدوات والوسائل التقنية للأعلام الجديد
- أهمية تأهيل الكوادر الإعلامية التي تعتبر الجانب المهم في الاعلام الرقمي الحكومي

معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي

**10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال الرسائل الناعمة للإعلام الخارجي؟ في الطريقة والوسيلة والتطبيق وفي المكون وطريقة الاستقطاب والشراكات وطريقة نشر الخبر، ما هو الأهم؟**

جميعهم عبارة عن آليات وأدوات توضع ضمن استراتيجية ، يجب أن يكون لدينا استراتيجية واضحة ومحددة الاهداف تتعلق بالاعلام الرقمي الخارجي لنستطيع ان نوجه الرسائل الصحيحة خاصة إذا نتكلم عن الجزئية الخاصة في القوة الناعمة او نتكلم عن دولة الإمارات بشكل عام كيف صورتها في الخارج بشكل عام ونقل رسائلها على مستوى السياسة الخارجية وعلى مستوى جميع المبادرات والتعاون و أوجه التعاون الاقتصادية والثقافية التي نتكلم عنها وجميع الجوانب الاجتماعية أيضاً مهمة وكل الجوانب و المبادرات في دولة الإمارات التي توليها الدولة الأولوية مثل مبادرة التسامح ومبادرة السلام وغيرها، إذا لم تخلق الاستراتيجية الإعلامية الرقمية محددة الاهداف والرسائل التي تستطيع أن توصل الاهداف للإعلام الخارجي لكل الأدوات المطلوبة لها لن نستطيع ان تحققها.

الاستنتاجات:

- في استراتيجية الشراكات واختيار التطبيق ومحتوى الرسالة والوسيلة الأنسب للاستخدام العالمي
- التوصيات:
- الحاجة لاستراتيجية اعلامية رقمية محددة الاهداف تستطيع مخاطبة الاعلام الخارجي في مختلف ادواته ووسائله

معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

**10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟**

في ظل البنية التحتية الرقمية المتطورة بالإضافة لتوفر جميع الأدوات والوسائل التقنية للأعلام الجديد اعتقد ان القصور يكمن في تأهيل الكوادر الإعلامية التي تعتبر الجانب المهم في الاعلام الرقمي الحكومي وعدم انشاء

محتوى تلقائي واستعانة بعض المؤسسات ببعض الناشطين او المؤثرين الدوليين مما يولد انطباع بان هذه الاعلانات ممولة وغير تلقائية وهنا تكمن المشكلة.

ونحن في شرطة دبي نحاول تطوير كوادرننا الإعلامية بين فترة وأخرى وقمنا بالأونة الأخيرة بإنتاج عدد من الأفلام القصيرة المشوقة التي تستقطب اهتمام وكالات الأنباء العالمية في الكشف عن كبرى الجرائم التي تهم المتلقي في مختلف دول العالم، لكن تبقى العملية الأهم في كيفية مخاطبة العالم الخارجي بلغته ومكوناته الإنسانية والثقافية.

الاستنتاجات:

- يكمن في تأهيل الكوادر الإعلامية التي تعتبر الجانب المهم في الاعلام الرقمي
- انشاء محتوى تلقائي واستعانة بعض المؤسسات لبعض الناشطين مدفوعي الاجر فيكون محتواهم غير تلقائي وهنا تكمن المشكلة
- الحاجة لان يخاطب العالم الخارجي بلغته

التوصيات:

- تأهيل الكوادر الإعلامية التي تعتبر الجانب المهم في الاعلام الرقمي
- الحاجة لإنشاء محتوى تلقائي يخاطب العالم الخارجي بلغته ومكوناته الانسانية والثقافية

### سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي

10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟

من التحديات التي تواجهها الحكومة في الإعلام الرقمي الحكومي، هي سرعة مواكبة التغيرات وغياب المرونة في التعامل مع الإعلام، وذلك بسبب كثرة وسرعة التغيرات في هذا المجال. ويمكن تجاوز هذا بتمكين أفراد المجتمع والموظفين في مجال الإعلام الرقمي، من خلال ادراجها ضمن الدورات التدريبية والتوعوية وفي مناهج التعليم، لتشكيل تفاعل مجتمعي أكبر يساهم في إيصال رسالة الدولة. كما يجب تخصيص موارد أكبر لتشغيل منصات الإعلام الرقمي الحكومي بطريقة أكثر حرفية وابتكاراً وابداع.

الاستنتاجات:

- تكمن في سرعة مواكبة التغيرات وغياب المرونة في التعامل مع الاعلام بسبب كثرة وسرعة التغيرات في هذا المجال
- عدم تمكين افراد المجتمع والموظفين في مجال الاعلام الرقمي
- عدم تخصيص موارد أكبر لتشغيل منصات الإعلام الرقمي الحكومي بطريقة أكثر حرفية وابتكار وابداع

التوصيات:

- تمكين افراد المجتمع والموظفين الحكوميين في مجال الاعلام الرقمي
- استخدام وتفعيل منصات الاعلام الرقمي الحكومي بطريقة أكثر احترافية

### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟ ليس قصورا بقدر أهمية إجراء مراجعة دورية للخطط، بما يحقق توظيف هذه الوسائل بصورة أكثر فاعلية، وخصوصا في مخاطبة الجمهور الخارجي، للوصول الى الممارسة الفاعلة والمؤثرة.

الاستنتاجات:

- مراجعة دورية للخطط والاستراتيجيات بما يحقق توظيف هذه الوسائل بفعالية أكثر في مخاطبة الجمهور الخارجي
- محاولة الوصول الى الممارسة المؤثرة التي تجسد القوة الناعمة

التوصيات:

- تقييم الخطط والاستراتيجيات بما يحقق فعالية وسائل الاعلام الرقمي وطريقة مخاطبتها للجمهور الخارجي
- اهمية الوصول الى الممارسة المؤثرة التي تجسد القوة الناعمة

### الدكتور عبدالخالق عبدالله

10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي، بعيداً عن الوصاية، وما دورها في إيصال رسائل قوى ناعمة للعالم الخارجي؟

لا يوجد قصور في التقنية الوظيفية، فربما هي الأفضل في العالم، كما أن التكنولوجيا الموظفة هي الأفضل في العالم، ولكن القصور يكمن في الكوادر الوطنية والكوادر الإعلامية المؤهلة التي تتصف بالشجاعة والجرأة، والقصور الموجود إما في الإعداد أو في الشخصيات وفي القيادات، فالقيادات لها اعتباراتها، وهذا القصور له علاقة بتلك القضية الجوهرية التي نعاني منها في الإمارات، خاصة خلال سنوات الربيع العربي، وهذا القصور له علاقة بالتشريعات الصعبة، التي تدفع أي إنسان للتردد ألف مرة قبل أن يرسل تغريدة أو يكتب مقالاً أو يشارك موضوعاً، فالقوانين حقيقة ربما هي أكثر صرامة من أي قوانين أخرى قريبة وبعيدة، وأخيراً أعود إلى سقف الحريات، فسقف الحريات في الإمارات لا يتناسب مع طموحك ورغبتك في جعل المشهد الإعلامي الإماراتي يليق بإمارات القرن الحادي والعشرين.

**الاستنتاجات:**

- يكمن في الكوادر الوطنية والإعلامية المؤهلة التي تتصف بالشجاعة والجرأة
- القصور في الإعداد وفي قلة الشخصيات القيادية القادرة على التفاعل مع الأحداث السياسية
- التشريعات والقوانين التي تحجم سقف الحريات الذي لا يليق بالمشهد الإعلامي

**التوصيات:**

- الإسراع في تأهيل الكوادر الوطنية والإعلامية المؤهلة التي تتصف بالشجاعة والجرأة
- تأهيل فريق من الشخصيات القيادية الإعلامية القادرة على التفاعل مع الأحداث السياسية في مختلف المنصات والشبكات العالمية
- إتاحة مساحة من الحرية تليق بالمشهد الإعلامي

**محمد جلال الريسي**

**10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال القوة الناعمة للعالم الخارجي؟**

عدم وجود استراتيجية وخطة واضحة للوصول للعالم الخارجي لان استراتيجية الوصول للجمهور المحلي تختلف تماما عن استراتيجية الوصول للجمهور العالمي إذا كنت تبحث عن طريقة للوصول الى العالم الخارجي فيجب ان تبحث عن أمور اخري تتعلق بهذا الجمهور من حيث لغته وبيئته ومكونه الثقافي وأيضا ان تستخدم الرسائل التي تتناسب مع هذا الجمهور احيانا هناك فيديو بسيط باللغة العربية تجده واسع الانتشار في الدول الأجنبية ويكون هذا النوع من الفيديو مرغوب بهذه الدول نتيجة تغذية بصرية معينة وهذا النوع يحتاج للكثير من الدراسة إذا وضعت مؤسساتنا نصب عينها الوصول للعالم الخارجي فالانتشار لا يكون بالتسويق وانما بالعمل الذي يستقطب اهتمام وشغف الآخرين.

**الاستنتاجات:**

- عدم وجود استراتيجية و رؤية واضحة للوصول الى العالم الخارجي
- عدم تطوير الآليات واستخدام التطبيقات المناسبة والطريقة للوصول الى العالمية
- عدم مخاطبة العالم بلغته وبيئته ومكونه الثقافي الذي يجعل من الرسالة الإعلامية ذات اهتمام ويستقطب شغف الآخرين

**التوصيات:**

- استخدام الرسائل التي تتناسب مع هذا الجمهور احيانا هناك فيديو بسيط باللغة العربية تجده واسع الانتشار في الدول الأجنبية ويكون هذا النوع من الفيديو مرغوب بهذه الدول نتيجة تغذية بصرية معينة وهذا النوع يحتاج للكثير من الدراسة
- ضرورة وجود محتوى إبداعي، وعدم التركيز فقط على الرسائل القصيرة التي تبدو متكررة.
- الاعتماد على مخاطبة العالم بلغته وبيئته ومكونه الثقافي حتى تصبح الرسالة الإعلامية محط اهتمام واستقطاب شغف الآخرين

**عبدالله عبدالكريم الريسي**

**10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟**

قلة وجود الدراسات والأبحاث التي تُعنى بالتأثير والمتابعة، مع زيادة الوعي بين إدارة الاتصال والعلاقات العامة لتعزيز القوة الناعمة للدولة، بالإضافة إلى العمل على تأهيل كفاءات مهنية في الإعلام الرقمي الحكومي.

**الاستنتاجات:**

- قلة وجود الدراسات والأبحاث مع زيادة الوعي بين إدارة الاتصال والعلاقات العامة لتعزيز القوة الناعمة الإماراتية
- الحاجة الى تأهيل كفاءات مهنية في الاعلام الرقمي الحكومي

التوصيات:

- زيادة الوعي بين إدارة الاتصال والعلاقات العامة لتعزيز القوة الناعمة للدولة، بالإضافة إلى العمل على تأهيل كفاءات مهنية في الإعلام الرقمي الحكومي.

**حمد الكعبي**

١٠- أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟

- عنصر السرعة في البث، ربما لأسباب تنظيمية، وهذا يحرم منصات الإعلام الرقمي الحكومي من ميزة السبق .
- عنصر التفاعل الإيجابي مع الجمهور، بمعنى ضرورة تطوير وتفعيل منافذ التواصل والتفاعل مع المادة المنشورة .
- الاعتبارات الثقافية، خاصة اللغوية، فمن المهم توجيه الرسائل بلغات الجمهور المستهدف .
- ندرة المواهب الإعلامية المتخصصة في المنصات الرقمية .

الاستنتاجات:

- عنصر السرعة في بث الخبر يحرم منصات الاعلام الرقمي من ميزة السبق
- تطوير وتفعيل وسائل التواصل مع المادة المنشورة لزيادة التفاعل الإيجابي مع الجمهور
- الاعتبارات الثقافية واللغة
- ندرة المواهب الإعلامية المتخصصة في المنصات الرقمية

التوصيات:

- ضرورة تطوير وتفعيل منصات الاعلام الرقمي بعنصري السبق والسرعة في نشر الخبر لزيادة التفاعل الإيجابي مع الجمهور
- توجيه الرسائل الإعلامية بلغات الجمهور المستهدف
- ندرة المواهب الإعلامية المتخصصة في المنصات الرقمية

**خالد عبدالله عمران تريم**

10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟

حتى لو كانت هناك بعض الملحوظات التي يوردها البعض نجد القائمين على الإعلام الرقمي الحكومي سبقون إلى الأخذ بكل ما يطور عملهم ويلهم أنشطتهم، فالعملية الإعلامية لا تتضح دفعة واحدة، وإنما تستفيد من التجارب التي تعيشها. فالعبرة تكمن في التطوير المتواصل للأدوات المستخدمة للوصول إلى الأهداف المطلوبة.

الاستنتاجات:

- في التطوير المتواصل للأدوات المستخدمة للوصول إلى الأهداف المطلوبة
- الاستفادة من التجارب العالمية

التوصيات:

- الاستفادة من التجارب العالمية والتطوير المتواصل للوسائل والأدوات المستخدمة للوصول إلى الأهداف المطلوبة

**عبد الحميد أحمد**

10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟

- هناك بالطبع عدة أمور يمكن تطويرها في هذا الخصوص مثل توسيع مدى الشفافية في المعلومات وسرعتها حيث يعتمد الاعلام الجديد على توفير الأرقام والبيانات بشكل سريع ما يسهم في تقوية الرسالة المراد نقلها، كما قد نحتاج إلى توفير متحدثين متخصصين متوفرين لوسائل الإعلام الرئيسية لتوفير المعلومة والرأي والحقائق بدلا عن انتشار الاخبار الزائفة في الحسابات والمواقع غير المنظمة، كما نحتاج إلى التعاون مع الوسائل الإعلامية التقليدية في الدولة والتي لا تزال تمتلك التأثير الأكبر داخليا وخارجيا وخاصة تلك الناطقة او الصادرة باللغة الإنجليزية والتي تتمتع بانتشار واسع خارجيا.

- كما يتطلب الأمر توفير المرونة الكافية في القانون لإعطاء تلك الوسائل والمؤسسات الوطنية مزيدا من الحريات في النشر والتحليل.
- مهم أيضا توفير ميزانيات كافية تمكن هذه الجهات من تحديث أدوات النشر الرقمي واستقطاب كفاءات إعلامية ذات خبرة في هذا المجال.
- الفضاء الإعلامي يشهد منافسة شرسة إقليميا ودوليا ولا بد أن نمتلك الأدوات التي تمكن مؤسساتنا من المنافسة والتفوق.

#### الاستنتاجات:

- توسيع مدى الشفافية في المعلومات وسرعتها يساهم في تقوية الرسالة المراد نقلها
- تأهيل متحدثين متخصصين تكون لهم مساهمات فعالة في نقل المعلومة والرأي والحقائق والتصدي للشائعات في المنصات والمحطات الإعلامية
- زيادة الدعم المالي لتمكين الجهات الإعلامية الرقمية من تحديث ادواتها واستقطاب كفاءات إعلامية ذات خبرة

#### التوصيات:

- توسيع مدى الشفافية في المعلومات وسرعتها حيث يعتمد الاعلام الجديد على توفير الأرقام والبيانات بشكل سريع ما يساهم في تقوية الرسالة المراد نقلها
- نحتاج إلى توفير متحدثين متخصصين متوفرين لوسائل الإعلام الرئيسية لتوفير المعلومة والرأي والحقائق بدلا عن انتشار الاخبار الزائفة في الحسابات والمواقع غير المنظمة، كما نحتاج إلى التعاون مع الوسائل الإعلامية التقليدية في الدولة والتي لا تزال تمتلك التأثير الأكبر داخليا وخارجيا وخاصة تلك الناطقة او الصادرة باللغة الإنجليزية والتي تتمتع بانتشار واسع خارجيا.
- توفير المرونة الكافية في القانون لإعطاء تلك الوسائل والمؤسسات الوطنية مزيدا من الحريات في النشر والتحليل.
- توفير ميزانيات كافية تمكن هذه الجهات من تحديث أدوات النشر الرقمي واستقطاب كفاءات إعلامية ذات خبرة في هذا المجال.

#### مصطفى اسماعيل الزرعوني

١٠- أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟

تفوق وسائل الإعلام في دور الناقل من طرف أحادي.

#### الاستنتاجات:

- تفوق وسائل الإعلام في دور الناقل من طرف أحادي فقط

#### التوصيات:

- توسيع وسائل الاعلام الرقمي من خلال تنوع المحتوى الخبري وطريقة صياغته حتى ينال اهتمام الجمهور المتلقي

#### ريم محمد بن غانم المري

10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟

غياب القصة الإعلامية، فعلى سبيل المثال (الامارات تستثمر بقيمة ٢٠ مليار درهم في الدولة X) وينتهي الخبر دون ذكر القصة والقصة هنا يجب ان تكون مستهدفة لجمهور الدولة الاخرى يذكر فيها الارقام كم فرصه وظيفيه ستخلق هذه الاستثمارات كم اسرة ستستفيد كم وكم ... ومو ثم تقرير عن وضع العاملين في تلك المؤسسات وقس على ذلك في الاعمال الخيرية وغيرها. مهم التركيز على قصص القوة الناعمة ومرآحتها لا الاكتفاء بعناوين فقط.

الابتكار في صناعه المحتوى يجب ان يكون من خارج المؤسسات الحكومية فالمجتمعات الخارجية لا تتقبل بشكل عام التسويق الحكومي.

اضافة عنصر الجذب مهمه والتي تتمثل في القصة والمحتوى المناسب لكل جمهور

تحديد الفئات وتوظيف الصياغة والمونتاج لهذه الفئات

الاعتماد على مشاهير عالميين

#### الاستنتاجات:

- غياب الحكمة والقصة الإعلامية التي تستهوي الجمهور المتلقي
- الابتكار الرقمي في صناعة محتوى اعلامي يخاطب المكون الثقافي والإنساني بلغات متعددة نحو نشر القوة الناعمة
- إضافة عنصر الجذب الذي يتمثل في صياغة الخبر والمحتوى الذي يتناسب مع كل جمهور على حدى

#### التوصيات:

- التركيز على قصص القوة الناعمة ومراحلها لا الاكتفاء بعناوين فقط.
- الابتكار في صناعه المحتوى يجب ان يكون من خارج المؤسسات الحكومية
- إضافة عنصر الجذب مهمة والتي تتمثل في القصة والمحتوى المناسب لكل جمهور
- تحديد الفئات وتوظيف الصياغة والمونتاج لهذه الفئات
- الاعتماد على مشاهير عالميين

#### الدكتور راشد خلفان النعيمي

**10. أين تكمن أوجه القصور في الإعلام الرقمي الحكومي ودوره في إيصال رسائل ناعمة للعالم الخارجي؟**

عدم توحيد الجهود تحت مظلة واحدة تساهم كلها في إيصال الرسائل المطلوبة

**سؤال فرعي: ولكن ماذا عن الأدوات والعناصر؟**

هناك قصور واضح في الاعلام الرقمي الحكومي كونه انه مكتب تنظيم الاعلام هو المسؤول عن ترخيص المنصات الرقمية في الدولة ومتابعة محتواها وهو المسؤول عن عمل الاستراتيجيات والإحاطات الإعلامية، فبالتالي نلمس ان هناك قصور في تبني وإرسال الرسائل الناعمة لإنجازات الدولة للعالم الخارجي والحلول تكمن في استحداث منظومة إعلامية تحتضن جميع القطاعات الإعلامية في الدولة منها الاعلام الداخلي والخارجي والمرئي والمسموع ونحن بحاجة لإعادة انشاء مؤسسة شبيهة للمجلس الوطني للاعلام تعنى بهذه المهام.

#### الاستنتاجات:

- عدم توحيد الجهود تحت مظلة واحدة تساهم في إيصال الرسالة المطلوبة
- قصور في تبني وإرسال الرسائل الناعمة لإنجازات الدولة للعالم الخارجي
- عدم استحداث منظومة إعلامية تحتضن جميع مؤسسات الاعلام الرقمي في الدولة
- إعادة انشاء مؤسسة شبيهة بالمجلس الوطني للاعلام تعنى بهذه المهمة

#### التوصيات:

- ضرورة توحيد الجهود تحت مظلة واحدة تساهم في إيصال الرسالة المطلوبة
- استحداث منظومة اعلامية تحتضن جميع مؤسسات الاعلام الرقمي في الدولة وتبني ارسال رسائل ذات مضمون ومحتوى بإنجازات الدولة كقوة ناعمة للعالم الخارجي

#### السؤال الحادي عشر:

#### معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

**11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث أدواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والأحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

- كل ما سبق ذكره يعتبر إجابة عن هذا السؤال.
- ولا شك أن تعدد اللغات في نشر المحتوى الإعلامي هو خيار ممتاز. ولكن، عند مخاطبة جمهور فرنسي، على سبيل المثال، يجب أن يكون المحتوى مكتوباً ومصمماً بشكل يجذب اهتمامهم، وليس مُترجماً حرفية. لذلك، يجب معرفة كيفية مخاطبة عقولهم ووجدانهم، ومن ثم صياغة وتوجيه الرسالة على هذا الأساس. وهذا قد ينطبق على بعض الأخبار مثل أخبار إكسبو. أما بخصوص الأحداث العالمية أو الأخبار المتعلقة بأسلوب الحياة أو الترفيه، فيمكن أن تكون بأسلوب عام (مثل

فورميولا ١، ورحلات الطيران إلى دولة الإمارات عبر خطوط طيران محددة، وعروض الفنادق وقضاء العطلات).

- باختصار، لا يوجد نهج أو حل واحد يتناسب مع جميع الظروف، ويجب أن نفكر في جميع الحلول الممكنة، مع ضروه العمل وفق خطة واضحة.

**الاستنتاجات:**

- كل ما سبق ذكره في سؤال ١٠ يعتبر إجابة
- تعدد اللغات في نشر المحتوى الإعلامي وان يكون مكتوباً ومصمماً بشكل يجذب اهتمام الجمهور حسب مكونه الثقافي ولغته
- تكريس النهج الذي يتناسب مع جميع الظروف والتفكير في جميع الحلول الممكنة مع ضرورة العمل وفق خطة واضحة المعالم

**التوصيات:**

- يجب أن يكون المحتوى مكتوباً ومصمماً بشكل يجذب اهتمامهم، وليس مُترجماً ترجمة حرفية.
- يجب معرفة كيفية مخاطبة عقولهم ووجدانهم، ومن ثم صياغة وتوجيه الرسالة على هذا الأساس. وهذا قد ينطبق على بعض الأخبار مثل أخبار إكسبو
- التركيز على المحتوى الإعلامي الذي يعتمد على الرسائل القصيرة والتلقائية
- العمل وفق منهجية تناسب مع جميع الظروف والتفكير في جميع الحلول الممكنة مع ضرورة العمل وفق خطة واضحة المعالم

**معالي نورة بنت محمد الكعبي**

**11 كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث ادواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والاحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

- يجب تحديد الرسائل الرئيسية واختيار الأدوات الإعلامية المناسبة.
- الثقافة والفنون عامل مهم تعزيز حضور الدولة في المحافل الدولية، فمن خلال توظيف الموسيقى والفن وعناصر الثقافة والتراث، نستطيع إحداث تأثير على الساحة الدولية وتعريف العالم على ثقافتنا بسهولة.. فالثقافة الطريق الأسرع لإيصال الرسالة للجمهور خصوصاً في ظل ما نعيشه من ثورة رقمية متسارعة.
- مكتب الدبلوماسية الثقافية في وزارة الخارجية والتعاون الدولي وبالتنسيق مع وزارة الثقافة والشباب

**الاستنتاجات:**

- تحديد الرسائل الرئيسية واختيار الأدوات الإعلامية المناسبة في المحافل الدولية
- توظيف الموسيقى والفن وعناصر الثقافة والتراث لإحداث تأثير على الساحة الدولية
- من خلال تعريف العالم على ثقافتنا لأنها الطريق الأسرع للإيصال الرسالة للجمهور المتلقي

**التوصيات:**

- يجب تحديد الرسائل الرئيسية واختيار الأدوات الإعلامية المناسبة.
- توظيف الموسيقى والفن وعناصر الثقافة والتراث، نستطيع إحداث تأثير على الساحة الدولية وتعريف العالم على ثقافتنا بسهولة..

**معالي ريم إبراهيم الهاشمي**

**11 كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث ادواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والاحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

- لا بديل عن زيادة مستوى الاعتماد على البحوث والتطوير في بناء مؤسسات وكوادر تنظيمية تساهم في توفير البيئة الحاضنة للإعلام الرقمي الحكومي ومساعدته على استخدام الأدوات والآليات والتطبيقات التي تتناسب مع الوسائل التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة بالإضافة لتعدد اللغات وصياغة الرسالة بمحتوى يتناسب مع فكر وبيئة المكون الثقافي للجماهير المراد مخاطبتها بالإضافة لتدعيم الخبر بتغذية بصرية وسمعية وقصة تجسد بها الجوانب الإنسانية التي تستقطب اهتمام المتلقي في البلدان المستهدفة.

**الاستنتاجات:**

- زيادة مستوى الاعتماد على البحوث والتطوير في بناء مؤسسات وكوادر تنظيمية تساهم في توفير البيئة الحاضنة للإعلام الرقمي الحكومي

- استخدام الأدوات والآليات والتطبيقات التي تتناسب مع الوسائل التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة
- تعدد اللغات وصياغة الرسالة بمحتوى يتناسب مع فكر وبيئة والمكون الثقافي للجماهير المراد مخاطبتها
- تدعيم الخبر بتغذية بصرية وسمعية وقصة تتجسد بها الجوانب الإنسانية لاستقطاب المتلقي

#### التوصيات:

- زيادة مستوى الاعتماد على البحوث والتطوير في بناء مؤسسات وكوادر تنظيمية تساهم في توفير البيئة الحاضنة للإعلام الرقمي الحكومي ومساعدته على استخدام الأدوات والآليات والتطبيقات التي تتناسب مع الوسائل التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة
- تعدد اللغات وصياغة الرسالة بمحتوى يتناسب مع فكر وبيئة والمكون الثقافي للجماهير المراد مخاطبتها
- تدعيم الخبر بتغذية بصرية وسمعية وقصة تتجسد بها الجوانب الإنسانية التي تستقطب اهتمام المتلقي في البلدان المستهدفة

#### معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي

11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستهداف أدوات وآليات نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح هذه المبادرات والفضايا الإماراتية وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي أو أي مكون آخر يستقطب اهتمام العالم الخارجي؟

طبيعة كتابة المحتوى ، طبيعة التركيز على الأسلوب الذي نحاول أن يقدم فيه المحتوى الجوانب التي نريد أن نركز عليها في نقل المحتوى بحيث أن تتحقق الأهداف أو النتائج التي نريد أن نأخذها من خلال هذه المبادرة أو من خلال السياسات، لازل لدينا الكثير لنعمل عليه، نحتاج إلى منصات خارجيه إذا اردنا أن نوصل بدورنا ، نحتاج إلى خلق منصة لوسائل الإعلام الرقمي، ليس لدينا صحف و معظمها تتابع من قبل الجاليات الموجودة في الدولة لكن اليوم المطلع الخارجي الذي نريد أن توصل إليه هذه الرسالة أو الصورة ، ما هي الوسيلة الإعلامية التي لها انتشار العلمي التي تستطيع من خلالها ان تصل له ، الجانب الثاني دور الإعلام كشريك مع مؤسسات الفكر كي يستطيع أن تصل عن طريق الدور الثقافي و الدور كبير الذي تلعبه العقليات المختلفة في إيصال المحتوى ، الوسائل المختلفة التقليدية التي لدينا تحتاج لوقفة لمراجعتها سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي لتقييم نتائجها على هذا المدى ، إذا حققت هل فعلاً توافقت مع طموحنا و اليوم اكملنا ٥٠ عام ونستعد لـ ٥٠ عاما قادمة ، اليوم اكملنا مسارتنا إلى المريح و نتطلع إلى كويكبات الزهرة، نحتاج إعلام أن يكون أكثر منطلق لأننا نريده بأن يضيئ لنا السماء التي نريد أن نصلها وفي نفس الوقت نريد صناعات غير مختلفين ، نريد أن يكونون صناعات أصيلين يستمدون جذورهم ، ليبرزوا جانب من رأس مال دولة الإمارات وجانب يبين الأهداف المستقبلية للدولة و التي تصنع بها مستقبل المنطقة ، وهذا يتعلق بجوانب مختلفة ، لأن الإمارات أصبحت لها دور قيادي وأصبحت مؤثرة وقوة ينظر لها الجميع ، وبالتالي يجب أن يكون الإعلام دائماً مستعداً ومبادراً وليس فقط مدافعاً، ويجب أن يعمل دائماً بطريقة تنقل الرسالة بالشكل الصحيح و لا يكون مجرد رد فعل على المواقف أو التقارير أو الأحداث المستجدة.

#### الاستنتاجات:

- يجب ان يكون الاعلام دائماً مبادراً وليس مدافعاً
- يجب ان يعمل الاعلام بطريقة تنقل الرسالة بشكل نموذجي ولا يكون مجرد رد فعل على المواقف او الاحداث المستجدة
- نحتاج الى منصات خارجية نستطيع ان نصل برسالة الدولة لها او صناعة منصة واسعة دولية في مجال الاعلام الرقمي
- التركيز على صناعة المحتوى واستخدام الأسلوب المناسب الذي نركز فيه على نقل القوة الناعمة بطريقة غير مباشرة

#### التوصيات:

- العمل على استراتيجية وطريقة واضحة لنقل الرسالة الاعلامية بشكل نموذجي وان لا يكون نتيجة ردة فعل على مواقف او احداث مستجدة وان يكون الاعلام دائماً مبادراً وليس مدافعاً
- انشاء منصات دولية واسعة الانتشار تستطيع ان تصل برسالة الدولة خارج الحدود
- استخدام المحتوى المناسب الذي نركز فيه على نقل القوة الناعمة بطريقة غير مباشرة

#### معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

**11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث ادواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الراي العام العالمي في صالح المبادرات والاحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

ان يعتمد الاعلام الرقمي الحكومي على استخدام الأدوات والآليات والتطبيقات التي تتناسب مع الوسائل التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة بالإضافة لتعدد اللغات وصياغة الرسالة بمحتوى يتناسب مع فكر وبيئة والمكون الثقافي للجماهير المراد مخاطبتها بالإضافة لتدعيم الخبر بتغذية بصرية وسمعية وقصة تتجسد بها الجوانب الإنسانية التي تستقطب اهتمام المتلقي في البلدان المستهدفة وهذا النهج قد قمنا بتطبيقه في الآونة الأخيرة واستحوذ على اهتمام كبير من وكالات ومنصات العالم الإخبارية وهو بحد ذاته يمثل جانب من القوة الناعمة في سعي الامارات في الكشف عن الجريمة المنظمة وارسال صورة صادقة تجسد الامن والسلامة والأمان في الامارات وهو جانب مهم مؤثر في القوة الناعمة يعزز مكانة الدولة عالمياً.

وربما لاحظنا خلال العدوان الحوثي على الامارات كيف ان العالم اجمع وقف مع قضية الامارات وقفة صادقة تدين العدوان الحوثي على المنشآت المدنية وكان للإعلام الرقمي الاماراتي تأثيراً بالنتديد لهذا العدوان وهذا يرسخ مكانة دولة الامارات في المجتمع الدولي.

**الاستنتاجات:**

- اعتماد الاعلام الرقمي الحكومي على استخدام الأدوات والتطبيقات المناسبة التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة
- تعدد اللغات المصاحبة للرسالة الإعلامية وان تكون ذات مكون انساني يخاطب وجدان الجماهير المتلقية
- العمل على استقطاب اهتمام الوكالات ومنصات العالم الإخبارية وهذا ما لمسناه من موقف دول العالم نحو إدانة العدوان الحوثي على الامارات.

**التوصيات:**

- يجب ان يعتمد الاعلام الرقمي الحكومي على استخدام الأدوات والآليات والتطبيقات التي تتناسب مع الوسائل التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة
- يجب ان يكون هناك تعدد اللغات وصياغة الرسالة بمحتوى يتناسب مع فكر وبيئة والمكون الثقافي للجماهير المراد مخاطبتها بالإضافة لتدعيم الخبر بتغذية بصرية وسمعية وقصة تتجسد بها الجوانب الإنسانية التي تستقطب اهتمام المتلقي في البلدان المستهدفة
- توحيد الخطاب الاعلامي خاصة نحو القضايا الاستراتيجية والسياسية الخاصة في الدولة ومنها طريقة التعاطي في التنديد لاي عدوان

**سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي**

**11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث ادواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الراي العام العالمي في صالح المبادرات والاحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

يسهم التنوع وتبادل الخبرات في تمكين وتعزيز قدرات المؤسسات الاعلامية وتنويع المصادر الثقافية وبناء كوادر مواطنة مطلعة وأكثر اطلاعا على الثقافات والتغيرات العالمية ويسهم ذلك إيجابياً في تطوير الرؤى الإعلامية.

**سؤال فرعي: كيف يمكن أن نوظف أشكال القوى الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي الذي هو مصدر لنقل الأخبار عالمياً؟**

القوى الناعمة دائماً تأتي بالتواصل وبمعرفة مراكز القوى والشراكات ، أكبر مجلة موجودة في السنغال وقراءها من ١٥ دولة يتكلم أهلها باللغة الفرنسية ، أبني علاقة وشراكة مع هذه الجهة وأنقل كل معلوماتي إلكترونياً وأنا شخصياً عملت على ذلك خلال حملتي الانتخابية وكنت أتصدر صفحات تلك المجلات الإلكترونية من خلال علاقاتي الشخصية ، أنا شخص وبطريقتي الخاصة استطعت أن أول معلوماتي في الصفحة الأولى وبأشهر جريدة أفريقية ، أعتقد كدولة أستطيع أن أصل للعالم كله ، فذلك كله بالشراكة وطريقة نقل المعلومة وتبني علاقة متميزة مع محاور معينة ومراكز ثقل إعلامياً ، كيف تصل بدون أن تكون لديك علاقات وقوى ناعمة بأسلوب شراكة مميزة وحسن نوايا وخطة استراتيجية كما وضعتها لترشحي لرئاسة الإنتربول، لذلك يجب أن تختار مراكز ثقل لاستغلالها في التأثير على دول أخرى ، العالم أصبح قرية صغيرة في كل شيء وخصوصاً إعلامياً.

**الاستنتاجات:**

- تنوع المصادر الثقافية وتبادل الخبرات وبناء كوادر مواطنة أكثر اطلاعاً على الثقافات والمتغيرات الإعلامية يساهم في تطوير الرؤى الإعلامية
- الشراكات الدولية وطريقة نقل المعلومة وإقامة علاقات متميزة مع منصات ومراكز إعلامية تمثلت دولياً

التوصيات:

- تفعيل الشراكات وطريقة نقل المعلومة وتبني علاقات متميزة مع وسائل اعلام واسعة الانتشار
- بناء كوادر مواطنة أكثر اطلاعاً على الثقافات والمتغيرات الإعلامية قادرة على إيصال رسالة الدولة للعالم الخارجي

### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث أدواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والأحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغوي المختلفة في تحقيق ذلك؟

يمكن ذلك عبر عدة أمور، منها:

1. بناء فرق متخصصة ومدربة.
2. الاحترافية والابتكار في إيصال الرسائل
3. استخدام الأدوات المناسبة لكل دولة أو منطقة (راديو/ تلفزيون/ وسائل التواصل الاجتماعي..... إلخ)
4. فهم المجتمعات المستهدفة وثقافتها؛ لاستخدام الطريقة المثلى لإيصال الرسائل المطلوبة ومخاطبة الشعوب بلغاتها، والاستفادة من التنوع الثقافي في دولة الإمارات لإيصال الرسائل (الاستفادة من شريحة الجنسيات المتنوعة في دولة الإمارات).

الاستنتاجات:

- بناء فرق متخصصة ومدربة بالإضافة لاحترافية الابتكار في إيصال الرسائل واستخدام الأدوات المناسبة في كل دولة
- فهم المجتمعات المستهدفة وثقافتها؛ لاستخدام الطريقة المثلى لإيصال الرسائل المطلوبة
- مخاطبة الشعوب بلغاتها، والاستفادة من التنوع الثقافي في دولة الإمارات لإيصال الرسائل (الاستفادة من شريحة الجنسيات المتنوعة في دولة الإمارات)

التوصيات:

- استخدام الطرق التكنولوجية لإيصال الرسائل المطلوبة بعد استلهام ثقافة المجتمعات المستهدفة
- ضرورة تأهيل فرق إعلامية متخصصة ومدربة لديها القدرة على استخدام التطبيقات المناسبة لكل بلد وتجييرها لإيصال الرسائل المستهدفة
- الاستفادة من شريحة الجنسيات المتنوعة في الدولة وثقافتها المتنوعة في إيصال رسائل القوة الناعمة لشعبها

### الدكتور عبدالخالق عيادش

11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث أدواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والقضايا الإماراتية؟. بمعنى كيف يمكن لي كإعلام حكومي أو محلي أن يستقطب اهتمام الطرف الآخر؟

أخفقنا في ذلك بشكل شنيع، وأبرز مثال على ذلك، خلال فترة المقاطعة، فكم كنا في موقع وموضع بائس، ونحن في معمرة الصراع مع قطر ومنابر الإعلام لديها، فعندما تقيس نفسك خلال ثلاث سنوات ونصف هي فترة المقاطعة، وكيف استطاعت دولة صغيرة كقطر بإعلامها أن تكسب الجولات مع أربع دول مارست المقاطعة، بمن فيهم مصر بوجود ١٠٠ مليون مصري وبما لديها من خبرات إعلامية تمتد إلى أكثر من نصف قرن، وكذلك السعودية والبحرين، فقد اتضح خلال تلك الفترة أن إعلامنا لم يكن فقط غير قادر على أن يجاري، وإنما فشل فشلاً ذريعاً، فخسرنا معركة كانت في غاية الأهمية.

سؤال فرعي: هل تقصد إعلام المنصات؟

أقصد الإعلام الرسمي وكذلك منصات التواصل الاجتماعي، فكلنا حقيقة أخفقنا، وقد كان خطابنا على مستوى لا يليق، كما لم نستطع أن نجاري خطاب الطرف الآخر، خطاب الآخر كان حذقاً ذكياً، وضع نفسه في خانة المستهدف، أما نحن فتحذقنا ولم تكن مبادرين، والتخذق الإعلامي الذي حدث في تلك الفترة لم يكن يليق لا

بالإمارات ولا الدول الأخرى، ولا زال هذا التخندق قائماً حتى يومنا هذا، فلم نوصل رسالتنا للرأي العام العربي والعالمي بالشكل الذي كان يجب إيصالها به.

#### الاستنتاجات:

- تخندق الاعلام في وقت الازمات وغيابه عن التفاعل مع المنصات الرقمية العالمية
- عدم الوصول برسالة الدولة وقوتها الناعمة للرأي العالمي بالشكل الذي يجعلها أكثر استقطاباً واستلهاماً بجمهور المتلقي

#### التوصيات:

- ضرورة انفتاح جميع وسائل الاعلام على العالم الخارجي من خلال مشاركتها وتفاعلها مع الاحداث العالمية
- ضرورة استلهام التجارب العالمية والاستفادة منها لتطوير ادوات ووسائل الاعلام الرقمي في الدولة

#### محمد جلال الريسي

**11. كيف يمكن للأعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث ادواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والاحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟؟**

تمكين المنصات والمؤسسات وتقوية الجوانب المتخصصة بالمعلومة السريعة وصناعة محتوى ومتحدثين، اليوم الأمور أسهل مما كانت عليه سابقاً شاشةً وجهازاً هاتفاً تتسحقها وتوضحها وترسل للعالم، التغريدة تخرج من حساب مؤسسي وتستطيع وسائل الاعلام ان تنقلها للعالم بأسره ولكن بشرط ان تكون تغريدة ملفتة عندما تكتب بأسلوب يلهمه الآخرون فيه نوع من التحيز للحكومة فلا يهتمون به.

عندما يكون هناك تأسيس وتحضير جيد او توجه مستقبلي سيكون موجود وواضح، على سبيل المثال إذا كان لدينا في سنة ٢٠٣٠ المؤتمر الخاص في البيئة (الحياد المناخي) يفترض من الان ان نعمل كمؤسسات إعلامية في مختلف أنماط العمل والطرق التي نملكها حتى نصبل للجمهور الخارجي بالطريقة او النوعية التي يحبها وتستقطبه على سبيل المثال المجتمع الأمريكي له نمط مختلف اسيا فكر اخر لو قمنا بتخطيط علمي مدروس نصبل اما ان نعمل بطريقة فجائية وغير منظمة وثقافية وأنية دون تخطيط، فلن تحقق هذه المعادلة.

**سؤال فرعي: هل العمل بنمط متخصص بالتعاطي مع بيئة بتكوينها وثقافتها ولغتها سيكون فيها شغل للطرف الآخر؟**

الجاهزية والتخطيط دائماً لها نتيجة وأثر من المهم جداً ان يكون لدى القيادة الإعلامية بعد او رؤية استراتيجية تؤسس لعدد قادم من السنوات مثلاً ان يكون لوكالة انباء هدفاً لتصبح عالمية خلال سنوات فكيف أصل لهذا الهدف؟ رؤية واستراتيجية حتى أصل فالحمد لله الإمكانيات مسخرة والدعم موجود سواء كانت مؤسسات او حكومات اليوم الامارات تقدم كل الدعم لكل الجوانب فلماذا نكون انكاليين ونترك كل شيء للصدفه؟

**سؤال فرعي: نحن بالنسبة للغرب اعلام غير معروف كيف يمكن لنا ان نبني مؤسسة او مصدر او اعلامي ينال ثقتهم يثير فضولهم واهتمامهم سواء عن طريق توتير او الاعلام الرقمي كيف يمكن ان نعرز هذه الادوات؟**

كثير من الصحافة الغربية تعتمد على المحتوى والاثارة والجوانب التي تتسم بالإنسانية او اظهار خفايا سياسية وماشاه ذلك فهم يحتاجون بان تتعاطى مع هذه اللغة معهم ليس شرطاً ان تتحدث عن المكان الذي تتواجد فيه ولكن ان تتحدث عن المكان الذي يتواجدون فيه بطريقة منيرة ستشعر بان المتلقين يهتمون بما تقول أيضاً وجود هذا الخبر بلغتهم يساعد كثيراً على سبيل المثال اذا تملك المحتوى والهاشتاق والتخصيص وجميع الأدوات في وسائل التواصل فمن الممكن ان تصل لهم بسهولة هم لا ينظرون الينا كأشخاص غير معروفين لكننا لم نصل اليهم واعتقد هذه الجزئية مهمة فعندما نتحدث وبتناقش معهم يصيبهم الاستغراب والاعجاب بنفس الوقت لأسلوبنا في النقاش هم يعتقدون اننا لم نستلهم حتى هذه اللحظة الأدوات والتعاطي في هذا الاعلام.

**سؤال فرعي: هل تعزيز هذه الأدوات في الاعلام الرقمي تحتاج لمقابلة او لقاء في ظل ثورة صناعية والاعلام الجديد ممكن ان نستخدم التقنيات في هذا المجال؟**

التقنيات الحديثة الموجودة تبدأ بالمنصات فهل لدينا منصة مشتركة تجمعنا بالغرب نحن ممكن عربياً نجتمع في أشياء لكن لا توجد أي وسيلة تجمعنا نحن كإعلاميين على مستوى العالم وهذه نقطة ضعف من المفروض ان نعمل على التواجد في مؤتمراتهم وهم كذلك في مؤتمراتنا حتى يحدث تواصل أكثر ولكن هم بعيدون ونحن

بعيدون ولا يد من عدم الاستثناء من بعض الإعلاميين أو الجهات الإعلامية في دول معينة لأنه مع مرور الوقت وخلق الشراكات ستفرض قوتك عليهم.  
هناك تقصير في علاقاتنا الإعلامية مع الشرق مثل الدول الصديقة الصين وكوريا وغيرها وهي قوة لا يستهان بها لا يوجد تواصل اعلامي اماراتي لديهم.

**سؤال فرعي: كيف لوسائل الاعلام الرقمي الحكومي ان تتواجد في دول مجتمعات شرق اسيا وان تكون مصدر للخبر وكيف يستفاد منها كقنوات ووسائل في دول شرق اسيا؟**

هل كل من تواصل معنا من الجهات الأخرى هم وكالات انباء بطبيعة الحال الإجابة لا هم منصات سواء كانت رقمية أو صحف في هذه البلدان الان دور الشراكات بان تأتي بصحافة ووكالة بان تبني معها علاقة لتستفيد من اخبارها. المظلة الشاملة المقفودة التي تجمعنا معهم هي قد تكون سبب ثم اننا لا نستشعر المسؤولية بضرورة عمل شراكات تربط بين الشرق والغرب ويمكن اننا سعداء بان نغطي المحيط العربي بكثير من الاخبار لكن هناك رغبة في كثير من الدول الذي قمنا بزيارتها في ان تبني علاقات مباشرة حتى مع الصحف لكن لا يوجد تواصل

**سؤال فرعي: كيف يمكن لإعلامنا الحكومي أو شبه الحكومي الرقمي ان يكون مصدر للخبر؟**

كما هو الحال لوأشطن بوست وسي ان ان CNN ومونتيكارلو كيف يمكن ان يكون لتلفزيون ابوظبي ان يكون سي ان ان واحد الصحف الشبه حكومية ان تكون واشطن بوست، وإذاعة ابوظبي تكون بمثابة مونتيكارلو؟

ان تتناسب السياسة التحريرية مع ما يريده العالم وليس محليا ستلمس ان العالم سيستمع لها لكن عندما أكون في فرنسا واقوم بفتح إذاعة محلية تتحدث بلغتهم ومواضيعهم لا يجذبني الحديث ولا الطرح لكن عندما تفتح إذاعة في أمريكا وانت ليس مواطن امريكي ستلمس ان هناك شيء يثير انتباهك ويبهرك في الأسلوب والطرح وهذا الأمر الذي يساهم في الانتشار وانا لا اشعر بان من الصعب الوصول إلى هذه المرحلة ولكن نحتاج أسلوب وطرح وامكانيات فمثلاً عندما نتحدث عن ثقافة وسياسة دولة من دول العالم وجاليتها تتواجد على ارض الامارات فكيف تتعاطي مع هؤلاء بحد ذاته يعطيك ممارسة وخبره في ابهار الآخرين عن طريق الاخبار.

- هناك مبادرة في وكالة الانباء للسنة القادمة هدفها ان تجمع العالم من الشرق والغرب نتحدث فيها عن تطور الاعلام وعن الجوانب التي نختلف فيها نحن العرب عن الاعلام الغربي سيكون هناك مؤتمر للمتحدثين من الجامعات وسيكون هناك ورش عمل ومنتدبين من دول العالم هذه المنصة ستكون فرصة لفتح خط وعلاقة مع جماعة في أمريكا اللاتينية فنحن نريد الانتشار هناك وهم يريدون الانتشار هنا والامر يحتاج لخطوة أولى.

**الاستنتاجات:**

- تمكين المنصات والمؤسسات وتقوية الجوانب المتخصصة بالمعلومة السريعة وصناعة محتوى وتأهيل متحدثين مع بقية وسائل الاعلام العالمية
- تخطيط علمي مدروس ورؤية واستراتيجية طويلة الأمد ومستدامة لتمكين الاعلام الرقمي واستحداث ادواته وآلياته
- ان تتولى القيادة الإعلامية تأسيس استراتيجية ورؤية واضحة لمستهدفات الاعلام الرقمي على المدى البعيد
- ان تكون لدينا منصة مشتركة تجمعنا بالغرب وان نتواجد في مؤتمراتهم وتبادل المعلومات والزيارات معهم
- التركيز على تدعيم علاقاتنا الإعلامية مع دول الشرق الصديقة والكبيرة مثل الصين وكوريا باعتبارها قوة لا يستهان بها تعزز القوة الناعمة للدولة
- ضرورة عمل شراكات تربط بين الشرق والغرب وبناء علاقات مباشرة من خلال تبادل الاخبار الهامة والمؤثرة
- ان تتناسب السياسة التحريرية مع ما يريده العالم وليس ما نريده محلياً
- الحاجة الى أسلوب وطرح وسيناريوهات مبدعة ومحتوى اعلامي ينال استقطاب الجاليات الكبيرة المتواجدة على ارض الدولة لاستخدامهم كمصدر لانتشار الخبر في بلدانهم من خلال حساباتهم النشطة والواسعة الانتشار

**التوصيات:**

- تمكين المنصات الاخبارية ووسائل الاعلام الرقمي بالمعلومات السريعة وصناعة المحتوى وتأهيل المتحدثين مع بقية وسائل الاعلام العالمية

- استحداث استراتيجيات علمية مدروسة طويلة الامد لتمكين الاعلام الرقمي لاستحداث ادواته وآلياته
- تبني القيادة الاعلامية تأسيس استراتيجيات لمستهدفات الاعلام الرقمي نحو تجسيد القوة الناعمة للدولة
- استقطاب الجاليات المتواجدة في الدولة وحساباتهم النشطة لاستخدامها كوسيلة لانتشار الخبر في بلدانهم
- يجب ان تتناسب السياسة التحريرية مع ما يريده العالم وليس محليا
- تفعيل العلاقات الاعلامية مع الشرق مثل الدول الصديقة الصين وكوريا وغيرها وهي قوة لا يستهان بها لا يوجد تواصل اعلامي اماراتي لديهم.

### عبدالله عبدالكريم الربيعي

**11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث أدواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والأحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

الإعلام التقليدي أو الإعلام الجديد الرقمي ما هو إلا مرآة لواقع المجتمع من مبادرات وقضايا وأحداث، ومسألة تشكيل رأي عام عالمي في صالح ما تقوم به الإمارات مسألة معقدة جداً، خاصة إذا ما وضعنا في الاعتبار مصالحي واعتبارات دول أخرى في المنطقة والعالم من جهة، وإذا ما أدركنا المكونات الثقافية والأيدولوجيات الفكرية من جهة أخرى، ولذلك نحن في الإمارات بشكل عام نعمل على تحديث استراتيجيات الاتصال على نحو مستمر، ونسخر أدوات الإعلام الرقمي فيما يخدم الدولة في المقام الأول في جميع المواقع السياسية التي تتبناها القيادة الرشيدة.

ومن وجهة نظري أن الرسالة الإعلامية يجب أن تحتوي على أكبر عدد من اللغات، وأن تحاكي الجانب الإنساني والاجتماعي، وتجسد الثقافة المجتمعية كونها نابعة من رسالة وقيم إنسان الإمارات في الاهتمام بالموضوعات الإنسانية أيما كانت، بعض النظر على الأصل أو الدين أو العرق.

فضلاً عن ضرورة الإيجاز والاختصار في حجم الرسالة الإعلامية بما يتناسب مع طبيعة المحتوى الرقمي.

### **الاستنتاجات:**

- تحديث استراتيجيات الاتصال على نحو مستمر
- تسخير أدوات الإعلام الرقمي فيما يخدم الدولة في جميع المواقع السياسية التي تتبناها الحكومة
- ان تحتوي الرسالة الإعلامية على أكثر عدد من اللغات وان تحاكي الجانب الإنساني والاجتماعي وتجسد الثقافة المجتمعية بعض النظر عن الأصل أو الدين أو العرق
- الإيجاز والاختصار في حجم الرسالة الإعلامية بما يتناسب مع طبيعة المحتوى الرقمي

### **التوصيات:**

- يجب ان يعتمد الاعلام الرقمي الحكومي على استخدام الأدوات والآليات والتطبيقات التي تتناسب مع الوسائل التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة
- تحديث استراتيجيات الاتصال والإيجاز والاختصار في حجم الرسالة الإعلامية فيما يتناسب مع طبيعة المحتوى الرقمي
- تسخير أدوات الإعلام الرقمي فيما يخدم الدولة في المقام الأول في جميع المواقع السياسية التي تتبناها القيادة الرشيدة.

### حمد الكعبي

**١١- كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث أدواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والأحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

-من المهم انتهاز سياسة تسويقية عند طرح قضايانا أمام الرأي العام العالمي، فأولاً: من الضروري التركيز على جوهر الرسالة المطلوب ترويجها، وفي الوقت نفسه بناء الثقة لدى جمهور المتلقين.

ثانياً: تنويع أدوات سرد قصص النجاح والمبادرات على المنصات الرقمية، من خلال: حوارات مع قيادات ومفكرين ومؤثرين، أفلام وثائقية.

ثالثاً: توسيع نطاق الجمهور المستهدف من خلال التواصل مع الآخر: استضافة خبراء أجانب في فعاليات موسمية، الاستعانة بمراسلين من الخارج، حضور الفعاليات والمؤتمرات الدولية للتواصل مع خبراء من دول أجنبية لتوصيل قصص نجاح الإمارات إليهم وتبادل الخبرة معهم .

رابعاً: التحفيز من خلال مسابقات رقمية هادفة بمحتوى نوعي على المنصات، لتشجيع الجمهور على التفاعل معها من جهة، وفي الوقت نفسه تقوية الهوية الرقمية بحشد المزيد من المتابعين .  
خامساً: السعي إلى تبادل الخبرات مع مؤسسات مماثلة في دول أخرى، من خلال تبادل الزيارات على مستوى المؤسسات الحكومية والأكاديمية .

سؤال فرعي: متى تكون «الاتحاد» واشنطن بوست؟ ومتى تصبح إذاعة أبوظبي أشبه براديو مونتكارلو؟ ومتى يصبح تليفزيون أبو ظبي أشبه بـ CNN؟ كيف يتحول الإعلام الرقمي العالمي وسيلة لنقل أخبار القوة الناعمة إلى العالم؟

الارتقاء بمستوى مؤسساتنا الإعلامية إلى العالمية هدف قابل للتحقيق في المستقبل القريب، وبمقدور الطفرة التقنية التي يتميز بها الإعلام الجديد، توفير قدرات وإمكانيات جديدة وتستههدف شرائح واسعة في مناطق جغرافية متنوعة، وربما نحتاج بعض الأدوات:

أولاً: - انتاج محتوى باللغة الإنجليزية، خاصة في القضايا المهمة والمرتبطة مباشرة بالأجندة الحكومية، على سبيل المثال مشاريع الخمسين، واستكشاف الفضاء والطاقة النووية السلمية، تتطلب رسائل إعلامية رقمية بلغات متعددة.

- ويمكن الإشارة إلى تجربة صحيفة الاتحاد، في تعاملها مع جائحة كوفيد-19، حيث انتجت محتوى

توعوي للعمال حول الوباء بلغات أردية ومليبارية وهندية للوصول إلى العمال بلغاتهم الأصلية.

- كذلك قدمت صحيفة الاتحاد عبر تغطيتها فعاليات إكسبو ٢٠٢٠ دبي محتوى بلغات العالم الرئيسية:

العربية- الإنجليزية- الفرنسية- الصينية- الروسية.

ثانياً: تفعيل مبدأ التدريب المتواصل للكوادر الإعلامية لتصبح مواكبة لكل ما يتم الوصول إليه على

الساحة العالمية من مستجدات. وهذا يتطلب الاحتمال بتجارب رقمية عالمية في الولايات المتحدة،

والهند واليابان وأوروبا.

ثالثاً: زيادة مستوى التفاعل مع الجمهور، كل منصة إعلامية حسب أدواتها وطبيعة جمهورها

المستهدف، وتعزيز ارتباط الجمهور بالوسيلة الإعلامية، من خلال المسابقات، وتقديم فرص ومزايا

متنوعة.

رابعاً: دراسة مستمرة للسوق واحتياجات الجمهور من خلال مراكز بحوث وكوادر إعلامية متخصصة

في قياس اتجاهات الرأي العام.

الخلاصة تستطيع الاتحاد أن تصبح في مستوى «واشنطن بوست» عندما تكون قادرة على تقديم

محتوى معرفي قوي ومتجدد ويلبي احتياجات الجمهور، وفي الوقت نفسه يحافظ على ثوابت الوطن

وقيم المجتمع، ويتحلى بسمات السرعة، والدقة والمصداقية والتنافسية.

#### الاستنتاجات:

- انتهاج سياسية تسويقية عند طرح قضايا امام الرأي العام العالمي
- التركيز على جوهر الرسالة المطلوب ترويجها
- تنوع أدوات سرد قصص النجاح والمبادرات على المنصات الرقمية من خلال حوارات مع قيادات ومفكرين ومؤثرين
- توسيع نطاق الجمهور المستهدف من خلال التواصل مع الآخرين
- تبادل الخبرات والزيارات مع مؤسسات مماثلة في دول أخرى
- دراسة مستمرة للسوق واحتياجات الجمهور من خلال مراكز بحثية وكوادر إعلامية متخصصة في قياس اتجاهات الرأي العام

#### التوصيات:

- انتاج محتوى باللغة الإنجليزية، خاصة في القضايا المهمة والمرتبطة مباشرة بالأجندة الحكومية، على سبيل المثال مشاريع الخمسين، واستكشاف الفضاء والطاقة النووية السلمية، تتطلب رسائل إعلامية رقمية بلغات متعددة.
- التركيز على جوهر الرسالة المطلوب ترويجها، وفي الوقت نفسه بناء الثقة لدى جمهور المتلقين.
- ثانياً: تنويع أدوات سرد قصص النجاح والمبادرات على المنصات الرقمية، من خلال حوارات مع قيادات ومفكرين ومؤثرين، أفلام وثقافية.
- ثالثاً: توسيع نطاق الجمهور المستهدف من خلال التواصل مع الآخر: استضافة خبراء أجنبي في فعاليات موسمية، الاستعانة بمراسلين من الخارج، حضور الفعاليات والمؤتمرات الدولية للتواصل مع خبراء من دول أجنبية لتوصيل قصص نجاح الإمارات إليهم وتبادل الخبرة معهم

## خالد عبدالله عمران تريم

**11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث أدواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والأحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

عبر الأخذ بكل ما هو جديد ومتطور. وهذا موجود بالفعل. أما عن الشق الثاني من السؤال فإن الواقع يثبت أن ذلك الأمر في تقدم متواصل. ويكفي أن نذكر هنا أن من بين ما تركز عليه الاستراتيجية الوطنية للإعلام "الترويج للثقافة والهوية الوطنية عبر مختلف قنوات الاتصال".

**سؤال فرعي: كيف يمكن للإعلام الرقمي الموجود أن يكون قادراً على نقل أي مبادرة وأي فعالية وأي حدث موجود في الدولة للمحيط الخارجي؟**

التوجيه الصحيح أو البنية الصحيحة للإعلامي، حين يكون هناك توجيه من شخص ستصل الرسالة بأسلوب سلس، المشكلة أن هناك الكثير من الناس يتلقون خبراً معيناً أو تكون لهم مواقع خاصة وبأسلوبهم الشخصي، لماذا لا نضع أسلوب تدريب واحد حتى يكون التوجيه صحيحاً وموحداً، وليس كل شخص يمكنه أن يكون إعلامياً، ولكن كل شخص يستطيع أن ينقل الرسالة، حتى الشخص الذي يملك الميول تستطيع أن تستغله بالصورة الصحيحة.

**الاستنتاجات:**

**الأخذ بكل ما هو جديد ومتطور**

- اختيار التطبيقات المناسبة تجاه الدول المستهدفة لنشر الاخبار
- تأهيل كفاءات إعلامية من عنصرى الشباب والخبرة واكسابها مهارات التعامل مع الاعلام الرقمي وكيفية مخاطبة الجمهور الخارجي

**التوصيات:**

- يجب ان يعتمد الاعلام الرقمي الحكومي على استخدام الأدوات والآليات والتطبيقات التي تتناسب مع الوسائل التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة
- الاعتماد على تأهيل كفاءات اعلامية من عنصرى الشباب والخبرة واكسابها مهارات التعامل مع الاعلام الرقمي وكيفية مخاطبة الجمهور الخارجي

## عبد الحميد أحمد

**11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث أدواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والأحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟**

- يتطلب ذلك تعاوناً أكبر مع المؤسسات الإعلامية الوطنية في الدولة عوضاً عن الاقتصار على التصريحات الرسمية الصادرة من المكاتب الإعلامية الحكومية حيث تستطيع تلك المؤسسات التوسع في النقل والشرح والتحليل والمقابلات مما يساهم في نشر وتعزيز رسالة القوة الناعمة الإماراتية كما يعزز فهم الرأي العام للقضايا الإماراتية من دون تشويه أو تضليل تعتمد عليه عادة وسائل اعلام مؤثرة تشوه أحياناً تلك القضايا.
- من المهم توفير المعلومة ومصادر المعلومات الرسمية للمؤسسات الوطنية مثل الصحف ومحطات التلفزة والمواقع الرصينة لنشر الصورة الحقيقية لمواقف الدولة في عموم القضايا المهمة.
- وضروري أيضاً توفير المصادر المالية الضرورية لدعم هذه الجهود.
- استقطاب كوادر كفوة ذات خبرة في الاعلام الرقمي والتحرير لخلق رسالة إعلامية مؤثرة وجذابة.

**سؤال فرعي: مع وجود اللغات كيف نوصل الرسائل التي تستقطب اهتمامهم؟**

ينبغي على موجه الرسائل أن يفهم هذه الجاليات وثقافتها والحساسيات التي لديها ، فأنا لا أستطيع أن أخطب شخص إنجليزي عن شيء حصل في البلد هو يتعارض مع مفاهيمه ، فينبغي أن أفهم هذه العقلية وكيف أستطيع أن أخطبها ، لذلك فإن استخدام القوى الناعمة لمخاطبة مختلف شرائح الجاليات الموجود في الإمارات ينبغي أن يكون لدينا خبراء يعرفون كيفية إيصال الرسائل للشرائح المختلفة من المتلقين بطريقة يفهمها المتلقي وليس نحن ، وهذا أمر مهم جداً كما حدث في تجربتي حين عملت لفترة في شرطة دبي مديراً للإعلام الأمني لاحظت وجود مجلة باللغة العربي وقلت أن ذلك فقط لا يجدي ، فينبغي أن توجه باللغات الموجودة بكثرة ، وفعلاً أصدرناها باللغة الإنجليزية و استقطبت أشخاص يفهمون تلك الجاليات وهذا ما ينبغي أن نفعله

**الاستنتاجات:**

- ان يكون هناك تعاون أكبر بين المؤسسات الإعلامية في الدولة والمكاتب الإعلامية الحكومية حتى تستطيع هذه المؤسسات القيام بدورها في نشر وتعزيز رسالة القوة الناعمة الإماراتية

- تعزيز وتوضيح الرأي العام للقضايا والمبادرات الإماراتية دون تظليل
  - استقطاب كوادرات كفاءة وخبرة في الاعلام الرقمي والتحرر لخلق رسالة إعلامية مؤثرة وجذابة
- التوصيات:**

- التعاون بطريقة أكبر مع المؤسسات الإعلامية الوطنية في الدولة عوضاً عن الإقتصار على التصريحات الرسمية الصادرة من المكاتب الإعلامية الحكومية حيث تستطيع تلك المؤسسات التوسع في النقل والشرح والتحليل والمقابلات مما يساهم في نشر وتعزيز رسالة القوة الناعمة الإماراتية كما يعزز فهم الرأي العام للقضايا الإماراتية من دون تشويه أو تضليل تعتمد عليه عادة وسائل اعلام مؤثرة تشوه أحيانا تلك القضايا.
- توفير المعلومة ومصادر المعلومات الرسمية للمؤسسات الوطنية مثل الصحف ومحطات التلفزة والمواقع الرصينة لنشر الصورة الحقيقية لمواقف الدولة في عموم القضايا المهمة.
- توفير المصادر المالية الضرورية لدعم هذه الجهود.
- استقطاب كوادرات كفاءة ذات خبرة في الاعلام الرقمي والتحرير لخلق رسالة إعلامية مؤثرة وجذابة.

### مصطفى اسماعيل الزرعوني

١١- كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث ادواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والاحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟

عندما يصبح للإعلام قوة تأثير ومحتوى يحاكي العالم الخارجي في تناول قضاياها بنوعية عالية يكون للإعلام قلماً في إيصال رسالته.

**الاستنتاجات:**

- تعزيز دور الاعلام الرقمي من خلال محتوى رصين في تناول القضايا يحاكي العالم الخارجي
  - تطوير طرق كتابة الاخبار واختزالها وتدعيمها بالصور والتغذية البصرية حتى نستطيع إيصالها للعالم
- التوصيات:**

- صناعة محتوى رصين في تناول القضايا على وسائل الاعلام الرقمي بطريقة تحاكي العالم الخارجي
- تطوير الادوات واختزال الاخبار وتدعيمها بالصور المناسبة التي تحاكي مضمون الخبر

### ريم محمد بن غانم المري

11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث ادواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الرأي العام العالمي في صالح المبادرات والاحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟

بناء فريق متكامل مكون من عدد من الجهات الحكومية تحت مظلة حكومية مثال مكاتب التلفزيونات والمراسلين والصحف الموزعة حول العالم وكالات الانباء ووزارة الخارجية والسفارات يتم تقسيم الامر ببناء فرق وطنيه واجنبيه مقيمه، فالفرق الوطنية لها خطابها الخاص وادواتها والاشخاص المناسبين، وفرق اخرى يكون التركيز عليها بشكل أكبر من خلال الجاليات واستغلال التجمعات الخاصة بهم بهدف التعاون والتنسيق، وانشاء فريق اعلامي ورقمي اخر يجمع النخب الصحفية والإعلامية الأجنبية في الدولة للاستفادة من علاقاتهم الخارجية لزيادة النشر والتسويق العضوي للدولة

**الاستنتاجات:**

- بناء فريق متكامل يمثل الاعلام الرقمي تحت مظلة حكومية
  - تفعيل دور السفرات ورسائلها الإعلامية في الخارج
  - إنشاء فريق اعلامي ورقمي يجمع النخب الصحفية والإعلامية الأجنبية في الدولة لزيادة النشر والتسويق للدولة
- التوصيات:**

- بناء فريق متكامل مكون من عدد من الجهات الحكومية تحت مظلة حكومية مثال مكاتب التلفزيونات والمراسلين والصحف الموزعة حول العالم

- تقسيم الامر ببناء فرق وطنيه واجنبيه مقيمه، فالفرق الوطنية لها خطابها الخاص وادواتها والاشخاص المناسبين، وفرق اخرى يكون التركيز عليها بشكل أكبر من خلال الجاليات واستغلال التجمعات الخاصة بهم

### الدكتور راشد خلفان النعيمي

11. كيف يمكن للإعلام الرقمي الحكومي تطوير واستحداث ادواته وآلياته نحو استقطاب وتشكيل الراي العام العالمي في صالح المبادرات والاحداث والقضايا الإماراتية؟ وكيف يمكن استخدام المكون الثقافي واللغات المختلفة في تحقيق ذلك؟

اولا خطة واضحة ومن ثم اعداد ممنهج والعمل على صناعة جيل مؤثر وقوي يدير الدفة على كل الاصعدة كتاب وساسيين واقتصاديين وغيرهم وابرزهم للعالم حتى يكونوا شركاء في مع الحكومة الامر واضح جدا المؤثرين على الراي العام هم الاشخاص وعدد كبير منهم يدعمون من حكومات تعزز توجهها في الاعلام الرقمي الجديد.

الاستنتاجات:

- صناعة جيل مؤثر يدير الدفة على كافة الأصعدة كتاب وساسيين واقتصاديين وغيرهم
- تبني جيل من الشباب القادر على التعامل مع التطبيقات الحديثة حتى يكون شركات مع الحكومة لتعزيز توجهها فب الاعلام الرقمي

التوصيات:

- تحديد خطة واضحة ومن ثم اعداد ممنهج والعمل على صناعة جيل مؤثر وقوي يدير الدفة على كل الاصعدة كتاب وساسيين واقتصاديين

### السؤال الثاني عشر:

#### معالي الدكتور سلطان بن احمد الجابر

12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟

المحفزات والممكنات الرئيسية هي:

- وضع استراتيجية وخطة واضحة، وتحديد عناصر القوة الناعمة التي نهدف لتعزيزها.
- وضع استراتيجيات خاصة لكل دولة.
- إنشاء محتوى يتناسب مع الجمهور المستهدف.
- تكوين شبكات إعلامية مناسبة.
- الاستعانة بخبراء ومبدعين في الكتابة والتصميم.
- تعزيز التعاون والتنسيق بين الجهات الإعلامية المختلفة في الدولة.

الاستنتاجات:

- وضع استراتيجية وخطة واضحة، وتحديد عناصر القوة الناعمة التي نهدف لتعزيزها.
- وضع استراتيجيات خاصة لكل دولة.
- إنشاء محتوى يتناسب مع الجمهور المستهدف.
- تكوين شبكات إعلامية رقمية موجهة للعالم الخارجي
- الاستعانة بخبراء ومبدعين في الكتابة والتصميم.
- تعزيز التعاون والتنسيق بين الجهات الإعلامية المختلفة في الدولة.

التوصيات:

- وضع استراتيجية وخطة واضحة، وتحديد عناصر القوة الناعمة التي نهدف لتعزيزها.
- وضع استراتيجيات خاصة لكل دولة.
- إنشاء محتوى يتناسب مع الجمهور المستهدف.
- تكوين شبكات إعلامية رقمية موجهة للعالم الخارجي
- الاستعانة بخبراء ومبدعين في الكتابة والتصميم.
- تعزيز التعاون والتنسيق بين الجهات الإعلامية المختلفة في الدولة.

### معالي نورة بنت محمد الكعبي

- 12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتتلافى أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟**
- التمكين وتطوير طرق التواصل مع العالم الخارجي لإيصال الرسالة ومع الأخذ بعين الاعتبار تعدد الجنسيات في الدولة لذلك لا بد ان تتم الرسالة بالشكل الذي يلبي جميع اللغات.
  - استخدام أفضل التقنيات الحديثة في خدمة الإعلام الرقمي الوطني.
  - استقطاب أفضل المهارات والخبرات من قبل المؤسسات الإعلامية ومنحها الفرصة.

سؤال فرعي: متى من الممكن أن تتحول وسائل إعلامية على مستوى صحافة وإذاعة وتلفزيون إلى مصادر للأخبار شبيهة بالسي إن إن ومونت كارلو وواشنطن بوست؟  
ذلك ممكن بإعادة مدرسة الصحافة في دولة الإمارات.

#### **الاستنتاجات:**

- التمكين وتطوير طرق التواصل مع العالم الخارجي لإيصال الرسالة ومع الأخذ بعين الاعتبار تعدد الجنسيات في الدولة لذلك لا بد ان تتم الرسالة بالشكل الذي يلبي جميع اللغات.
- استخدام أفضل التقنيات الحديثة في خدمة الإعلام الرقمي الوطني.
- استقطاب أفضل المهارات والخبرات من قبل المؤسسات الإعلامية ومنحها الفرصة.

#### **التوصيات:**

- التمكين وتطوير طرق التواصل مع العالم الخارجي لإيصال الرسالة ومع الأخذ بعين الاعتبار تعدد الجنسيات في الدولة لذلك لا بد ان تتم الرسالة بالشكل الذي يلبي جميع اللغات.
- استخدام أفضل التقنيات الحديثة في خدمة الإعلام الرقمي الوطني.
- استقطاب أفضل المهارات والخبرات من قبل المؤسسات الإعلامية ومنحها الفرصة.

### معالي ريم إبراهيم الهاشمي

- 12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتتلافى أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟**
- نعود ونكرر القول بأن الإعلام الرقمي الحكومي هو انعكاس لدولاب العمل الحكومي في دولة الامارات وتوجد أهمية أن يتطور ويتسلح بكافة الأدوات التي تساعد في اللحاق بالتطورات السريعة سواء في بيئة العمل الداخلية او الخارجية، وذلك يجب الاستعانة بخبراء ومبدعين في كتابة وتصميم هذه الاخبار والاستفادة منهم في تأهيل كوادر إعلامية مميزة قادرة على التعاطي مع مختلف تطبيقات الاعلام الجديد حتى تتمكن من توظيف القوة الناعمة في وسائل الاعلام الرقمي.

#### **الاستنتاجات:**

- التسلح بكافة الادوات التي تساعد الاعلام الرقمي في اللحاق بالتطورات السريعة سواء في بيئة العمل الداخلية او الخارجية
- الاستعانة بخبراء ومبدعين في كتابة وتصميم هذه الاخبار
- تأهيل كوادر إعلامية مميزة قادرة على التعاطي مع مختلف تطبيقات الاعلام الجديد حتى تتمكن من توظيف القوة الناعمة في وسائل الاعلام الرقمي.

#### **التوصيات:**

- التسلح بكافة الادوات التي تساعد الاعلام الرقمي في اللحاق بالتطورات السريعة سواء في بيئة العمل الداخلية او الخارجية
- الاستعانة بخبراء ومبدعين في كتابة وتصميم هذه الاخبار والاستفادة منهم في تأهيل كوادر إعلامية مميزة قادرة على التعاطي مع مختلف تطبيقات الاعلام الجديد حتى تتمكن من توظيف القوة الناعمة في وسائل الاعلام الرقمي.

### معالي الدكتورة أمل عبدالله القبيسي

- 12. ما هي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتتلافى أوجه القصور للقيام بدوره مستقبلاً؟**

شهدنا الكثير من المبادرات التي تدعمها القيادة كالمؤتمرات وغيرها ، هناك تركيز كبير على الإعلام في الفترة الأخيرة من قبل القيادة ، وعلى مستوى المؤسسات أيضاً ونحن بحاجة لها بشكل أكبر ، ويجب أن نستمتع لاحتياجات الإعلام لتمكينهم بشكل أكبر ودعمهم فنياً أو أكاديمياً ، وأعتقد أنه كانت لدينا معاناة في الجانب البرلماني لأنه جانب تخصصي ويحتاج لشخصيات تفهم ما هو الإعلام البرلماني كي تشارك في صنعه ، وبالتالي الإعلام الرقمي يحتاج لصناع في هذا المحتوى ومؤثرين تصنعهم وتستثمر بهم وتأهلهم ليكونوا أدوات

تستفيد منها ، من خلال ترجمة الرؤى والاستراتيجيات إلى واقع فعلي ممارس و يتلمسون فيه جوانب القوة والضعف ، أعتقد بأن هذا جزء لا يتجزأ إذا كنا نريد أن نشهد نجاح الإعلام الرقمي الذي يتناسب ويواكب النجاحات الكبيرة لدولة الامارات ، خاصة كقوى القوة ناعمة عالمية ونحن كقلائل من الدول التي تحظى بالدور القيادي ولديها رؤى واضحة بعيدة المدى ولديها استراتيجيات وبدور استشرافي للمستقبل غير مشهود له سابقاً وبطريقة متكاملة ، خاصة وأنا على مستوى شعب دولة الإمارات هو ليس فقط متلاحم مع القيادة وإنما مساهم بشكل فاعل وكبير ومتكاتف لتحقيق هذه الرؤى وتنفيذها على أرض الواقع و يسخر إمكانياته مع القيادة للوصول لها ، وبالتالي دور الإعلام يجب أن يكون شريك لكل المجالات والفئات المختلفة في تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الخطط والأهداف الموضوعية للقوى الناعمة الممارسة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، نحتاج لجلسة تقييم تكون في منتهى الصراحة و بكل أريحية بحيث تكون الجهات و الأشخاص والمؤثرين يعتبرون أطراف لصنع الإعلام والعمل عليه ، وأن يعبروا عن تطلعاتهم وتحدياتهم والحلول لتلك التحديات ، لتوضع بشكل مشترك مع دعم الجهات المحلية ذات العلاقة ، الأهداف الاستراتيجية التي تتناسب مع حجم القوة الناعمة التي تمارسها الإمارات ومع الرؤية المستقبلية التي تضعها الدولة في مختلف المجالات ، والأهم من ذلك أن يكون لدينا جيل نصنعه يستطيع أن يُحقق هذه الرؤية واستدامتها و نخلق حلفاء وشركاء مع جهات مختلفة ومؤثرين ومنصات إعلامية وغير إعلامية لتتقل محتواك الذي تريد إيصاله ، وأغلب الرسائل ذات التأثير هي التي لم تظهر بصورة مباشرة ، و أتذكر لقائي مع ممثل المفوض العام للشؤون الخارجية في المفوضية الأوروبية وكانت إحدى نجاحاتها هي التوقيع على اتفاقية نووية مع إيران ، وبالتالي يعتبرون علاقتهم مع إيران جداً إيجابية وأثناء لقائي معها وأثناء حديثنا عن تدخلات إيران في المنطقة ، ذكرت لها بأننا لسنا ضد إيجاد السلام مع إيران و تجمعا بالشعب الإيراني علاقات كبيرة ، لكننا ضد التدخل في سيادتنا وضد التدخل في الأمور الداخلية أو المساس بأمن المنطقة وزعزعت ، وبالتالي دوركم كجانب أوروبي يجب أن تدعمون هذه الرسالة ، فلماذا لا نرى تنديداً من خلال إعلامكم بتلك التصرفات للإيرانية، فبعد ذلك الحديث نشرت المفوض تغريدة في الإعلام الرقمي أن نحن مع دعم استقرار المنطقة وندد بدور إيران في عدم الأمان ، هذا الذي نطمح له ، كيف تكون مؤثراً كقوى وبطريقة دبلوماسية وكيف تستطيع إيصال رسائلك من خلال الإعلام حتى لو ليس من خلال مباشرة ، كان ذلك تصريحاً سياسياً بالنسبة لنا يُحقق أهدافنا ، لذلك عندما نضع أهداف لإعلامنا الرقمي ، ليس فقط ما يصنع بنفسه ولكن كيف يمكن صنعه من خلال التأثير على الآخرين ، وكيف تستطيع خلق إعلام يتواكب مع أهدافك وخطتك الداخلية عن طريق مبادرات قد تأتيك بطرق مختلفة ، من خلال اطلاع الآخرين عليها فأنت تحقق نتائجك المرجوة.

#### الاستنتاجات:

- تأهيل المؤثرين وصناع المحتوى في الاعلام الرقمي ليكونوا أدوات قوية تساهم في تعزيز القوة الناعمة
- ان يكون الاعلام الرقمي شريك في مختلف المجالات نحو تحقيق الأهداف المرجوة للقوة الناعمة بطريقة مباشرة وغير مباشرة
- صناعة جيل قادر على تحقيق رؤية واستراتيجية الدولة واستدامتها وخلق شراكات مع جهات مختلفة ومؤثرين ومنصات إعلامية لنقل المحتوى والرسائل الذي نريد إيصالها للعالم الخارجي

#### التوصيات:

- يجب ان يعتمد الاعلام الرقمي الحكومي على استخدام الأدوات والآليات والتطبيقات التي تتناسب مع الوسائل التي تستخدمها المجتمعات المستهدفة
- تأهيل المؤثرين وصناع المحتوى من خلال جيل قادر على تحقيق رؤية واستراتيجية الدولة واستدامتها وخلق شراكات مع جهات مختلفة تساهم في تعزيز القوة الناعمة ونقلها للعالم الخارجي

#### معالي الفريق ضاحي خلفان تميم

12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتتلافى أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً ؟

اول هذه المحفزات وضع استراتيجية خاصة لوسائل الاعلام الرقمي في الدولة واستراتيجية أخرى في طريقة مخاطبتها للجماهير في البلدان المستهدفة وذلك من خلال الاستعانة بخبراء ومبدعين في كتابة وتصميم هذه الاخبار والاستفادة منهم في تأهيل كوادر إعلامية مميزة قادرة على التعاطي مع مختلف تطبيقات الاعلام الجديد حتى تتمكن من توظيف القوة الناعمة في وسائل الاعلام الرقمي.

كنت ممن دعا منصة إماراتية تتصدى للشائعات المغرضة التي يبثها الخصوم ضد الامارات توضح الشائعات وبجانبتها الحقيقة لإضفاء نوع من الشفافية والدليل الواضح وقدمت هذا المقترح بشكل رسمي ولكن لم يتم تطبيقه حتى الآن حيث ان. الاشاعة تخلف اثرأ سلبياً شئنا ام ابينا ولذلك لا بد من التصدي للشائعات لحظة حدوثها والكشف عنها بشفافية الخبر المضاد.

#### الاستنتاجات:

- وضع استراتيجية خاصة لوسائل الاعلام الرقمي في الدولة واستراتيجية أخرى في طريقة مخاطبة الجماهير في البلدان المستهدفة
- الاستعانة بخبراء ومبدعين في كتابة وتصميم الاخبار والاستفادة منهم في تأهيل كوادر قادرة على التعاطي مع تطبيقات الاعلام الجديد حتى يتمكن من توظيف القوة الناعمة في وسائل الاعلام الرقمي
- أهمية إنشاء منصة إماراتية واسعة الانتشار تتصدى للشائعات المغرضة التي يبثها الخصوم ضد الدولة وتكون وسيلة دائمة لترسيخ صور القوة الناعمة للدولة

#### التوصيات:

- وضع استراتيجية خاصة لوسائل الاعلام الرقمي في الدولة واستراتيجية أخرى في طريقة مخاطبتها للجماهير في البلدان المستهدفة وذلك من خلال الاستعانة بخبراء ومبدعين في كتابة وتصميم هذه الاخبار والاستفادة منهم في تأهيل كوادر إعلامية مميزة
- ضرورة إنشاء منصة إماراتية رقمية نموذجية تتوفر لها كل أدوات ومقومات القوة والنجاح للتصدي للشائعات المغرضة التي يبثها الخصوم عبر منصاتهم الرقمية ضد دولة الامارات

#### سعادة اللواء الدكتور احمد ناصر الرئيسي

12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً ؟

كثيرة هي المحفزات من بينها تعزيز بيئة التنافس ورفع مستويات التحدي والمؤشرات الخاصة بالأداء إلى جانب الربط مع مؤشرات عالمية ومقاييس دولية ليتم رفع التحديات وتطوير القدرات بشكل مستدام.

#### الاستنتاجات:

- تأهيل جيل جديد قادر على التعاطي والتعامل مع التطبيقات الحديثة ولديه من المهارة لبناء وإقامة شراكات متميزة مع وسائل الاعلام الرقمي في الدول الأخرى

#### التوصيات:

- بناء شراكات متميزة مع وسائل الاعلام الرقمي في الدول الأخرى
- تأهيل جيل جديد قادر على التعاطي والتعامل مع التطبيقات الحديثة

#### سعادة الدكتور سلطان محمد النعيمي

12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟ كل ما سبق ذكره في السؤال السابق، الدعم والمحفزات حاضرة، وما نحتاجه هو وضع الخطوط العريضة والتخصص في المجالات، وبما يعطي فهم أعمق، والذي يتيح بدوره أفضل الطرق لتعزيز القوة الناعمة لدولة الإمارات.

#### الاستنتاجات:

- كل ما سبق ذكره في السؤال رقم 11
- الحاجة إلى وضع الخطوط العريضة والتخصص في المجالات وبما يعطي فهم أعمق والذي يتيح بدوره انتخاب أفضل الطرق لتعزيز القوة الناعمة لدولة الإمارات

#### التوصيات:

- بناء فرق متخصصة ومدربة قادرة على الابتكار في إيصال الرسائل الإعلامية للعالم الخارجي
- الاستفادة من التنوع الثقافي في دولة الامارات لمختلف الحسيات وتجسيدها لتكون قوة ناعمة
- الحاجة إلى وضع الخطوط العريضة والتخصص في المجالات وبما يعطي فهم أعمق والذي يتيح بدوره انتخاب أفضل الطرق لتعزيز القوة الناعمة لدولة الإمارات

#### الدكتور عبد الخالق عبدالله

12. ما هي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً في تعزيز ودعم القوى الناعمة؟

أرى أن هناك ضرورة إتاحة المجال للرأي والرأي الآخر، وكذلك ضرورة الابتعاد عن خطاب تمجيد الذات، وأيضاً ضرورة أن يكون هناك صدر رحب لنقد الذات، وهو ما نفتقده كثيراً، ويحدث ذلك من منطلقات ومبررات ليس لها أبداً أي منطوق عقلي، وأخيراً أعتقد أن الوقت قد حان في ظل التوجه الحالي للدولة، والذي يبني على كسب الأصدقاء وتبريد الخلافات للانتهاج من معارك الربيع العربي، حان الوقت لنعود إلى جذر المشكلة وهو رفع الوصاية عن الإعلام ورفع الوصاية عن مؤسسات المجتمع المدني، ورفع الوصاية عن الرأي

والرأي الآخر، وإنهاء مقولة "المعارض"، فلا يوجد معارضين في الإمارات، وقد حان الوقت لتجاوز هذا الخطاب.

**سؤال فرعي: هذا بالنسبة للتوجه العام.. لكن ماذا عن الأدوات والعناصر؟**  
هي نفس الأدوات، سواء في الإعلام الرسمي أو التواصل الاجتماعي، نعم مع الأسف كوادرننا الوطنية موجودة، لكن لا يستفاد من معظمها، ورغم أنها موجودة، إلا أنها أصبحت منزوية ومختفية عن المشهد، على الرغم من أنها قادرة على أن تخدم الوطن أكثر مليون مرة من هم موجودون حالياً، وليس لديهم سوى خطاب وحيد وهو خطاب "التطويل والنفق الزائد عن الحد".

**الاستنتاجات:**

- إتاحة المجال للرأي والرأي الآخر والابتعاد عن خطاب تمجيد الذات
- العمل على تحسب الأصدقاء وتبريد الخلافات بالانتهاء من معارك الربيع العربي وهي مهمة مفصلية للإعلام
- رفع الوصايا عن الإعلام وعن مؤسسات المجتمع المدني
- إعادة تأهيل الكوادر الإعلامية بما يتناسب مع ثورة الإعلام الجديد والابتعاد عن خطاب التمجيد والتمسك بالواقعية

**التوصيات:**

- إفساح المجال لحرية التعبير عن الرأي والرأي الآخر والابتعاد عن خطاب تمجيد الذات
- رفع الوصايا عن الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني
- تأهيل الكوادر الإعلامية بما يتناسب مع ثورة الإعلام الجديد والابتعاد عن خطاب التمجيد والتمسك بالواقعية

**محمد جلال الريسي**

**12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الاعلام الرقمي الحكومي للدولة لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟**

اولاً التمكين في ان تشجع هذه المؤسسات الإعلامية انها ممكنة من الجهات السيادية في الدولة وتخصيص بعض الاخبار الهامة لها لتمكينها من التعامل معها وان تكون مصدرا رئيسيا لأخبار الدولة، كما اننا في وكالة انباء الامارات نتعمد أحيانا نشر اخبار بروتوكولية عامة لا ندخل في تفاصيلها حتى نعطي الفرصة لبقية وسائل الاعلام للتفنن والابداع في نشر الخبر ومتابعته

- تحتاج تمكين من المسؤولين والمؤسسات والجهات السيادية.
- تحتاج لتطوير ادواتها في طريقة التواصل والتعاطي مع العالم في طريقة أفضل.
- لا بد ان يكون هناك نوع من التقييم اول بأول على سبيل المثال إذا قمت بنشر خبر فعليه ان استوضح ما مدى أهميته وكم نسبة انتشاره والى أي الجهات تم ابصاله وماهي الدول التي قامت بنشره وكيف يمكن ان أصل لهذه الدول مره أخرى كل هذه المؤشرات ستساعد الوصول للعالم الخارجي مره أخرى.
- التمكين أيضا في جانب النشر في عملية الفرق بين نشر الخبر من وسيلة الى أخرى ومن تطبيق لأخر فعملية نشر الخبر في تويتر تختلف تماما عن نشره على انستغرام فلكل وسيلة جمهورها فنحن في الامارات لدينا الكثير من الجنسيات ذات ثقافة وتقاليد واذواق ولغات مختلفة لماذا لا أحاول الوصول اليها كانتهاج طريقة بنشر خبر او فيديو عن تقاليد هندية وكيفية احتفالاتها فهي قادرة بايصال هذا الخبر الي الهند.
- الاعلام الرقمي يحتاج الى دراسة عميقة وان يكون المسؤولين القائمين على الاعلام الرقمي لديهم النظرة والبعد والمقدرة على مجارة التطور في وسائل الاعلام الرقمي.

**الاستنتاجات:**

- تمكين المؤسسات الإعلامية من قبل الجهات السيادية في الدولة لتكون مصدراً للخبر
- يحتاج الاعلام الرقمي الحكومي لتطوير ادواته وآلياته نحو التعاطي مع العالم بطريقة أفضل
- الحاجة الى دراسة وتقييم وأدوات قياس لمعرفة نقاط القصور والتباين في سبيل انتشار الخبر عالمياً
- التمكين في اختيار الوسيلة المناسبة لتضمين الخبر وصور القوة الناعمة لدى الدول الأخرى
- الاعلام الرقمي يحتاج الى دراسة عميقة وان يتسم القائمون عليه بالنظرة البعيدة والقدرة على مجارة التطور الهائل في تقنيات وسائل الاعلام الرقمي

- استقطاب اهتمام الكثير من الجنسيات والجاليات المتواجدة في الدولة بثقافتها ولغاتها ومحакاتها بمحتوى مبدع ومميز حتى تكون ادوات ناقله للخبر في بلادها

#### التوصيات:

- تمكين من المسؤولين والمؤسسات والجهات السيادية.
- تطوير ادواتها في طريقة التواصل والتعاطي مع العالم في طريقة أفضل.
- لا بد ان يكون هناك نوع من التقييم اول بأول على سبيل المثال إذا قمت بنشر خبر فعليه ان استوضح ما مدى أهميته وكم نسبة انتشاره والى أي الجهات تم ايصاله وماهي الدول التي قامت بنشره وكيف يمكن ان أصل لهذه الدول مره أخرى كل هذه المؤشرات ستساعد الوصول للعالم الخارجي مره أخرى.
- الاعلام الرقمي يحتاج الى دراسة عميقة وان يكون المسؤولين القائمين على الاعلام الرقمي لديهم النظرة والبعد والمقدرة على مجارة التطور في وسائل الاعلام الرقمي.

#### عبدالله عبدالكريم الرئيسي

12. ما هي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟

نحتاج منظومة مؤسسية حكومية معنية بالإعلام الرقمي، مع تدريب كفاءات وطنية، بالإضافة إلى وجود تشريعات وقوانين داعمة، والسعي نحو تقييم الوضع الحالي في الإعلام الرقمي الحكومي ودراسته.

#### الاستنتاجات:

- الحاجة الى منظومة مؤسسية حكومية معنية بالأعلام الرقمي
- تقييم الوضع الحالي في الاعلام الرقمي الحكومي ودراسته وسن التشريعات والقوانين الداعمة له
- تدريب وتأهيل كفاءات وطنية للإعلام الرقمي الحكومي

#### التوصيات:

- ضرورة انشاء مؤسسة حكومية معنية بالإعلام الرقمي
- تلمس اوجه القصور من خلال تقييم الاعلام الرقمي الحكومي والعمل على تطويره واستحداث ادواته ومحتواه ووسائله
- تدريب وتأهيل كفاءات وطنية للأعلام الرقمي الحكومي

#### حمد الكعبي

١٢- ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟

-استحداث مناصب بمسميات جديدة: على سبيل المثال: مدير الاتصال الاستراتيجي الرقمي- ضابط اتصال رقمي- خبير اتصال رقمي.

-استحداث مسابقات في إنتاج بحوث متخصصة في الاتصال الرقمي الحكومي

-ابتكار مسابقات وجوائز جديدة منها على سبيل المثال: المؤسسة الأفضل في التواصل الرقمي- أفضل مؤسسة لديها متابعين على وسائل التواصل .

-استحداث مسابقات أكاديمية جديدة في الاتصال الرقمي .

-بناء الكوادر المتخصصة في الإعلام الرقمي .

-التخطيط لتدشين جيل جديد من المؤثرين، المؤهلين علمياً والقادرين على صناعة محتوى رقمي مسؤول

#### الاستنتاجات:

- استحداث مناصب بمسميات جديدة تتوافق مع الأشخاص القائمين على الاعلام الرقمي
- استحداث مسابقات في إنتاج بحوث متخصصة في الاتصال الرقمي الحكومي
- بناء الكوادر المتخصصة بالأعلام الرقمي الحكومي من خلال استحداث مسابقات أكاديمية في مجال هذا التخصص
- التخطيط لتدشين جيل جديد من المؤثرين المؤهلين علمياً والقادرين على صناعة محتوى رقمي مسؤول

#### التوصيات:

- استحداث مسابقات في إنتاج بحوث متخصصة في الاتصال الرقمي الحكومي
- ابتكار مسابقات وجوائز جديدة منها على سبيل المثال: المؤسسة الأفضل في التواصل الرقمي- أفضل مؤسسة لديها متابعين على وسائل التواصل .

- تدشين جيل جديد من المؤثرين القادرين على صناعة المحتوى الرقمي من خلال استحداث مساقات أكاديمية في هذا التخصص.

### خالد عبدالله عمران تريم

12. ما هي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلاني أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟

المحفزات كثيرة ومتوفرة. وتجدها منعكسة في مبادرات وجوائز كثيرة. وقبل ذلك الحرص الوطني على تحقيق مصلحة الوطن والإعلاء من شأنه. وبالنسبة للمستقبل فيكفي أن تعرف أن المبدأ السادس من مبادئ الخمسين قد تصدرته تلك الجملة " ترسيخ السمعة العالمية لدولة الإمارات هو مهمة وطنية للمؤسسات كافة".

سؤال فرعي: هل هناك محفزات لاستقطاب العناصر الإعلامية وتوجيهها لنقل رسائل الدولة؟

المحفزات التي تطرقت لها عن دعم المواطنين وتوجيههم وتدريبهم كلها موجودة على أرض الواقع ونحن نقول أن الإعلام الرقمي هو إعلام المستقبل ولا شك بذلك، ولكن أن توجه المواطن وتدريبه كيف يكون إعلامي ناجح وليس إعلامي عادي ليكون بطريقة مفيدة تنفعك في وسائل التواصل الحديثة، ولدينا كوادرات ممتازة بالألاف في دولة الإمارات.

سؤال فرعي: أنت تتحدث عن قسمين، عناصر موجودة في الميدان تعمل وتحتاج لتطوير، وعناصر مستقبلية على موعد التخريج، كيف يمكن تحفيز الجيل القادم وكيف يمكن تأهيل مهارات الجيل الموجود؟ هذه مسؤولية الجهة المتخصصة في موضوع التواصل الاجتماعي سواء إعلامياً أو سياسياً أو اقتصادياً أو رياضياً، كل جهة تكون مسؤولة يكون لها قسم يهتم بهذا الشأن وهذا شيء ضروري لنا لأن الإعلام الرقمي حالياً في ازدياد في كل النواحي، فهذا يجب أن يكون من التأسيس والحوافز يجب أن يجدها الشباب وتجعلهم يتجهون لهذا الموضوع وحتى دراسياً من الثانية ليس شرطاً من الجامعة فقط لماذا لا أولهم وهم صغار، يجب أن تكون من الشاشة.

الاستنتاجات:

- ترسيخ السمعة العالمية لدولة الإمارات هو مهمة وطنية لكافة المؤسسات
- دعم المواطنين وتوجيههم وتدريبهم لصناعة جيل قادر على التعايش مع الإعلام الرقمي
- التوصيات:
- تبني مهمة وطنية لكافة المؤسسات لتأسيس لترسيخ السمعة العالمية لدولة الإمارات
- صناعة جيل قادر على التعايش مع الإعلام الرقمي

### عبد الحميد أحمد

12. ما هي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلاني أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟

- توفير الخبرات والكوادر القادرة
- توفير أحدث البرامج والتطبيقات
- التعاون مع المؤسسات الإعلامية في الدولة عبر توفير المعلومات
- التعاون مع المكاتب الثقافية والسفارات في الخارج لخلق تواصل مستمر مع المؤسسات الإعلامية في تلك الدول
- تحديث القوانين ذات الصلة لتوفير مزيد من الشفافية وحرية النشر
- توفير ميزانيات كافية لتطوير البنية التحتية واستقطاب الكفاءات البشرية

الاستنتاجات:

- توفير الخبرات والكوادر القادرة
- توفير أحدث البرامج والتطبيقات
- التعاون مع المؤسسات الإعلامية في الدولة عبر توفير المعلومات
- التعاون مع المكاتب الثقافية والسفارات في الخارج لخلق تواصل مستمر مع المؤسسات الإعلامية في تلك الدول
- تحديث القوانين ذات الصلة لتوفير مزيد من الشفافية وحرية النشر
- توفير ميزانيات كافية لتطوير البنية التحتية واستقطاب الكفاءات البشرية

التوصيات:

- توفير الخبرات والكوادر القادرة على استخدام أحدث البرامج والتطبيقات

- التعاون مع المؤسسات الإعلامية في الدولة عبر توفير المعلومات
- التعاون مع المكاتب الثقافية والسفارات في الخارج لخلق تواصل مستمر مع المؤسسات الإعلامية في تلك الدول

### مصطفى اسماعيل الزرعوني

١٢- ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟  
يحتاج إلى سياسات تحريرية جديدة واضحة المعالم على ألا تكون شاملة تعتمد على الأخبار الخفيفة الشعبية لرفع القراءات وجلب الكفاءات وإعطاء هامش جيد من الحرية.  
الاستنتاجات:

- الحاجة إلى سياسات تحريرية جديدة واضحة المعالم واعطائها هامش جيد من الحرية
- التوصيات:
- تبني سياسات تحريرية جديدة وجلب الكفاءات واعطاء هامش من الحرية

### ريم محمد بن غانم المري

12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟  
تبني ودعم الحسابات الفردية المجهدة  
توفير المرجعية الواحدة  
الإشراف والمتابعة والتحفيز  
توفير المترجمين وترجمة الأخبار للغات متعددة  
إصدار تطبيق يضم الشبكات المحلية والأخبار العالمية يكون تحت مظلة حكومية  
الاستنتاجات:

- تبني ودعم الحسابات الفردية المجهدة
- توفير المرجعية الواحدة
- الإشراف والمتابعة والتحفيز
- توفير المترجمين وترجمة الأخبار للغات متعددة
- إصدار تطبيق يضم الشبكات المحلية والأخبار العالمية يكون تحت مظلة حكومية
- التوصيات:
- استحداث منصة واسعة تتضمن الشبكات المحلية والأخبار العالمية تحت مظلة حكومية
- تبني ودعم الحسابات الفردية الناشطة في وسائل التواصل الاجتماعي
- مخاطبة العالم الخارجي بمكوناته ولغاته المختلفة

### الدكتور راشد خلفان النعيمي

12. ماهي المحفزات التي يحتاجها الإعلام الرقمي الحكومي لتلافي أوجه القصور والقيام بدوره مستقبلاً؟  
وجود معاهد ومؤسسات تدعم التواجد الإماراتي المؤثر ليس كما نراه اليوم الذي نقصده هو التواجد والانتاج المعرفي الذي يساهم في تقليل القصور الموجود  
الاستنتاجات:

- تأسيس معاهد ومؤسسات تدعم التواجد الإماراتي المؤثر الذي يساهم في تلاشي أوجه القصور في الإعلام الرقمي
- التأكيد على إنشاء أكاديميات متخصصة في الإعلام الرقمي
- التوصيات:
- التواجد والانتاج المعرفي الذي يساهم في تقليل القصور الموجود
- ضرورة إنشاء أكاديميات متخصصة في الإعلام الرقمي

## مقابلات مع رجال الصحافة والإعلام والخبراء الأجانب عن القوة الناعمة والإعلام الرقمي الحكومي لدولة الإمارات لتوفير خاصية الحياد في مشكلة البحث

١. كيف تقيمون المبادرات والفعاليات والاحداث التي أطلقتها دولة الامارات ومن بينها وثيقة الأخوة الإنسانية ومعاهدة السلام الإماراتية الإسرائيلية كقوة ناعمة للدولة؟
٢. هل حقق الاعلام الرقمي الحكومي درجة عالية من الرضا في توظيف هذه القوة الناعمة في تغطيته الإخبارية الموجهة للعالم الخارجي؟؟ وما الاحتياجات والادوات التي يتطلبها لتحقيق مزيد من النجاحات؟

الكاتبة الصحفية ناستيا سفيت - روسيا

ناشطة وصحفية في روسيا اليوم

Email: svbnastya@gmail.com

كشخص محب للسلام أقيم تقييما عاليا كل مبادرة وفعالية تتوخى السلام والوئام والعيش المشترك وتبذل دولة الإمارات مشكورة واسع جهدها في هذا السبيل في رأيي من خلال إطلاق عدد من المبادرات أهمها وثيقة الأخوة الإنسانية التي تدعو للتسامح والتعايش بين مختلف الأديان والأعراف ومعاهدة السلام الإماراتية الإسرائيلية التي تسعى لتحقيق السلام في منطقة الشرق الأوسط.

٣. في رأيي يحقق الإعلام الرقمي الحكومي رسالته في توظيف القوة الناعمة في تغطيته الإخبارية للعالم الخارجي وربما يحتاج الأمر إلى المزيد من العمل في هذا المجال يتعلق بمحتوى الخبر وطريقة توجيهه للعالم الخارجي واختيار الوسيلة المناسبة لذلك حتى يتلافى أوجه القصور.

عماد جباد - روسيا

مراسل صحفي وتلفزيوني

1 - لقد حظيت سياسة دولة الإمارات العربية المتحدة بسياسة ناضجة وفعالة وحكيمة منذ عهد مؤسس الدولة المغفور له بإذن الله الشيخ زايد آل نهيان رحمة الله عليه في كافة المجالات والتحديات التي واجهت دول وشعوب المنطقة وقد سارت الإمارات بعد ذلك على روح هذه السياسة التي استطاعت ان تخلق أجواء الانفتاح بما يحقق مصالح الأمة وتطلعاتها في الامن والاستقرار واستيعاب كافة التحديات التي تواجه شعوب ودول المنطقة ان المنطقة مرت وتمر بتحدي سياسي وامني كبير منذ عقود وانها بحاجة الى مبادرات من شأنها مواجهة هذه التحديات وتعزيز فرص الامن والاستقرار وليس بعيدا عن دولة الامارات ان تأخذ زمام المبادرة من اجل دعم تطلعات الأمة وتحقيق الامن المنشود وصولا للتنمية الشاملة التي تحتاجها دول المنطقة وشعوبها وانظمتها السياسية، ولاشك ان المبادرات والفعاليات جاءت خطوة في الاتجاه الصحيح حيث أبرزت دور الإرادة الحقيقية للقيادة الحكيمة في دولة الإمارات وسعيها إلى إحلال السلام في المنطقة وكانت سبابة في العملية الجريئة التي لم يبادر إليها أحد من قبل وجاءت المبادرة الإماراتية كأول خطوة عربية وثقة على طريق الألف ميل نحو السلام الدائم في المنطقة وشعوبها.

2 - الإعلام الرسمي، ليس في الدول العربية وحدها، بل في الكثير من الدول ينظر إليه بمثابة "المتحدث الرسمي" للحكومات، خاصة وأن الصورة الذهنية لدى المواطن العربي وحتى الأجنبي لا تزال ترى بأن الإعلام الحكومي غير قادر على معالجة قضايا المواطن اليومية لذا لا بد من العمل على مشاريع فردية بالتعاون مع مؤثرين شباب وصحفيين دوليين قادرين على نقل الصورة بأدواتهم الخاصة دون إبراز الدور الحكومي في دعم مثل هكذا مبادرات. قبل يومين شاهدت احتفال كريستيانو رونالدو بعيد ميلاد صديقه على برج خليفة، لكن لم ألمس الانتشار الواسع لمثل هذا الحدث بين الشباب العربي، فمثل هذه القصص يمكن استغلالها بشكل مختلف، حتى لو من باب التناقضات فزيارة نجم مثل رونالدو يجب أن تأخذ حيزاً في الإعلام الرقمي ولكن ليس الرسمي فقط! لأنه وكما قلت، لا يزال في صورة "الناطق الرسمي"

أعتقد أن استضافة شخصيات نقدية أو إقامة ندوات شبابية في الإمارات أو العمل على مشروع شبابي مشترك يمكن أن يكون أحد المفاتيح التي قد تساعد في منح الإعلام الرقمي الحكومي فرصة للتغيير وتوصيل الرسالة المطلوبة.

اما فيما يخص الإعلام الرقمي.. فإن الخطوة الأساسية هي مواكبة وسائل الإعلام العالمية ونشر ثقافة التسامح والسلام على صفحات المواقع الحكومية وكذلك تفعيل دور الأوشال ميديا في المسألة بالإضافة

إلى إشراك منظمات المجتمع المدني في توعية القارئ العربي والأجنبي في بيان دور القيادة الإماراتية في صنع السلام الدائم في المنطقة.

اعتقد ان الاعلام الحكومي مكبل بسلسلة من الضوابط والقوانين والقرارات تمنعه من لعب دور فاعل في التغطية الاخبارية وسط مساحة واسعة يغطيها الاعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي. ان الاعتماد على الاعلام الحكومي مهما يكن شكله ومضمونه لا يستطيع ان يحقق الاهداف في الوقت الحاضر ولربما ان المستقبل سيتجاوز هذا الاعلام وبالتالي يجب العمل على تفعيل مساحات أكبر للعمل الحكومي غير المباشر للتأثير والتأثر. لا اعتقد ان هذا الامر يمكن تحقيقه بلبلة وضحاها وانما وسائل القوة الناعمة من اجل التأثير والتأثر. لا اعتقد ان هذا الامر يمكن تحقيقه بلبلة وضحاها وانما من خلال جهد وبرنامج بعيد المدى يأخذ بنظر الاعتبار الانفتاح على مساحات اعلامية وشعبية واسعة وعريضة .

## صلاح جمعة

مراسل صحفي وتلفزيوني - القاهرة

salahqomaa@hotmail.com

١- المبادرات التي أطلقتها دولة الإمارات العربية المتحدة اعطتها مكانة دولية متميزة على الصعيد الدولي حيث شكلت وثيقة الأخوة الإنسانية التي صدرت من أبو ظبي في ختام اللقاء التاريخي الذي جمع قداسة البابا فرنسيس بابا الكنيسة الكاثوليكية وفضيلة الإمام الأكبر الدكتور أحمد الطيب شيخ الأزهر الشريف، وصفة متكاملة العناصر لإنهاء العديد من الأزمات التي تجتاح العالم.

ودعت وثيقة الأخوة الإنسانية إلى العديد من المبادرات التي تركز روح التسامح والتعايش بين جميع الأديان . وهذه المبادرات التي أطلقتها الإمارات والقائمة على الاخوة والتسامح والدعوة إلى السلام كان لها تأثير كبير خاصة على الشعوب غير الإسلامية لأنها تعطي نموذجا معتدلا عن الإسلام بعد أن تسبب المتشددون الإسلاميون في مواقع كثيرة إلى تشويه الإسلام خاصة لدى الدول الغربية.

ومبادرات دولة الإمارات العالمية في شتى المجالات تعمق قيم التسامح والانفتاح على الثقافات والشعوب لترسيخ مكانة دولة الإمارات كعاصمة عالمية للتسامح وتقبل الآخر

ولقد لقيت هذه المبادرات إرشادات دولية لدولة الإمارات ودبلوماسيتها الحكيمة الساعية لنشر السلام وتعزيز الأمن والسلام في مختلف أرجاء العالم.

ودخول الإمارات العربية المتحدة على خط عملية السلام في الشرق الاوسط بالتأكيد سيعطي لهذه العملية دورا حيويا من أجل تحقيق الاستقرار والسلام وتحقيق آمال وتطلعات الشعب الفلسطيني في إقامة دولته المستقلة.

٢- بلا شك لقد نجحت دولة الامارات العربية المتحدة في تعزيز مكانتها على الخارطة العالمية للإعلام الرقمي من خلال استراتيجيات مبتكرة أسهمت في إيصال رسائلها الأساسية إلى الداخل والخارج.

وهذا يتطلب جهود حثيثة وكبيرة جدا تبدأ من وكالة أنباء الإمارات طبعا بترجمة أخبار دولة الإمارات بعدة لغات وهذا ما قامت به الوكالة، وتقوم بعمل اتفاقيات مع وكالات أنباء عالمية لتبادل الأخبار وفتح مكاتب لها بالخارج . ويجب أن يكون هناك إذاعة قوية موجهة إلى شعوب العالم بلغات مختلفة على الأقطار الصناعية سواء في أمريكا اللاتينية وأفريقيا وأمريكا وكندا وأستراليا وبعض الدول الآسيوية ودول العالم المختلفة. أيضا يجب أن يكون هناك قناة فضائية ناطقه بلغات مختلفة موجهة أيضا إلى الدول الأخرى وتهتم بقضايا هذه الدول مع التركيز على قضايا الإمارات، ولن ينجح ذلك الجهد لا بتوحيد الجهود الداخلية وتجميع كل الروافد الإعلامية داخل دولة الامارات لصياغة استراتيجية إعلامية من أجل إيصال الرسالة الإماراتية إلى الإعلام الخارجي بالشكل الصحيح وبالشكل الذي يحقق أهداف الدولة.

محمد واموسي - صحفي ومراسل اخباري

باريس - فرنسا

ouamoussi@yahoo.fr

١- جميع المبادرات و الفعاليات و الأحداث التي تنظمها الدولة تحمل رسائل دولية مهمة، قل نظيرها في العالم العربي، و تعطي الصورة المشرقة عن العالم العربي و الإسلامي، لكن المشكلة أن هذه الرسائل لا تصل لمن يهمهم الأمر (العالم الغربي) و إن وصلت يكون من البوابة الإخبارية الخالصة، وثيقة الأخوة الإنسانية هي واحدة من المبادرات التاريخية العظيمة التي اتخذتها الدولة، لكن

صداها بقي محدودا في بعض أصحاب القرار و بشكل (إخباري) في بعض وسائل الإعلام الورقية و الإلكترونية، بينما حققت معاهدة السلام مع اسرائيل نجاحا كبيرا في العالم بفضل الإعلام الإسرائيلي و الإعلام الدولي الداعم لإسرائيل، و لم يكن الإعلام الإماراتي أبداً مصدرا خبريا في العالم الغربي، رغم نجاحه في ذلك محليا و عربيا بشكل محدود

أهم حدث دولي و عالمي نظمته الدولة هذا العام و العام الماضي كان إكسبو ٢٠٢٠ دبي، وبذل حكام الدولة جهدا خارقا في تحويل موقع كان عام ٢٠١١ عبارة عن صحراء خالية إلى مدينة عصرية علمية متكاملة في العام ٢٠٢٠ وهي موقع الإكسبو

من المجهودات الكبيرة التي بذلت في الإكسبو تخصيص بناية متكاملة من عشرة طوابق للاطلاع للإعلام تحت اسم المركز الإعلامي، لكن بزيارة قصيرة لهذا المركز سنلاحظ غيابا شبه كلي للإعلاميين و الصحفيين الدوليين، واقتصار الحضور اليومي على بضعة صحافيين محليين رغم الإمكانيات الكبيرة المتوفرة و المخصصة للإعلام

نتيجة هذا الغياب كان لها انعكاس كبير في أوروبا حيث تغيب أخبار الإكسبو بشكل كامل في جميع وسائل الإعلام علما أن الإعلام عنصر رئيسي في الترويج للإكسبو و تشجيع السياح على المجيء أخبار إكسبو ٢٠٢٠ دبي غائبة في أوروبا، وقناة الإكسبو التي جرى إطلاقها للغرض غير معروفة لدى الناس في أوروبا رغم الإمكانيات الكبيرة التقنية و البشرية المرصودة لها

٢- لا يمكن مخاطبة العالم الخارجي بنفس الخط التحريري الذي خاطب به الرأي العام المحلي في الدولة لا بد من إعادة النظر في الأسلوب الصحافي التحريري، من خلال التجرد من الأسلوب الصحافي الغارق في الرسميات، في زمن مواقع التواصل الاجتماعي الإعلام لم يعد ناقلا للخبر، بل صانعا له، و المتلقي إذا لم تعطيه المادة الخيرية بالطريقة التي تعطيها له وسائل الإعلام الأجنبية المؤثرة فلن نستطيع أن نوصل له ما نريد، لا بد من خلق قطب مخصص بالكامل للإعلام الخارجي، يكون بإمكانه التحايل على الأسلوب التحريري الرسمي في إطار منضبط يراعي أخلاقيات المهنة، و يستطيع أن يحاكي الخدمة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام المؤثرة في العالم.

**محمد صالح صدقيان - كاتب صحفي وسياسي**

**طهران**

**u2saleh@gmail.com**

1 - لقد حظيت سياسة دولة الامارات العربية المتحدة بسياسة ناضجة وفعالة و حكيمة منذ عهد مؤسس الدولة المغفور له باذن الله الشيخ زايد ال نهيان رحمة الله عليه في كافة المجالات و التحديات التي واجهت دول و شعوب المنطقة. وقد سارت الامارات بعد ذلك على روح هذه السياسة التي استطاعت ان تخلق أجواء الانفتاح بما يحقق مصالح الأمة و تطلعاتها في الامن و الاستقرار و استيعاب كافة التحديات التي تواجه شعوب و دول المنطقة. ان المنطقة مزت و تمر بتحدي سياسي و أممي كبير منذ عقود و أنها بحاجة الى مبادرات من شأنها مواجهة هذه التحديات و تعزيز فرص الامن و الاستقرار. وليس بعيدا عن دولة الامارات ان تأخذ زمام المبادرة من اجل دعم تطلعات الأمة و تحقيق الامن المنشود و وصولا للتنمية الشاملة التي تحتاجها دول المنطقة و شعوبها و انظمتها السياسية.

2 - اعتقد ان الاعلام الحكومي مكبل بسلسلة من الضوابط و القوانين و القرارات تمنعه من لعب دور فاعل في التغطية الاخبارية وسط مساحة واسعة يغطيها الاعلام الجديد و وسائل التواصل الاجتماعي. ان الاعتماد على الاعلام الحكومي مهما يكن شكله و مضمونه لا يستطيع ان يحقق الاهداف في الوقت الحاضر و لربما ان المستقبل سيتجاوز هذا الاعلام و بالتالي يجب العمل على تفعيل مساحات أكبر للعمل الحكومي غير المباشر للتأثير على الرأي العام و استخدام ادوات الاعلام الجديد الذي هو أحد وسائل القوة الناعمة من اجل التأثير و التأثير. لا اعتقد ان هذا الامر يمكن تحقيقه بليلة وضحاه و إنما من خلال جهد وبرنامج بعيد المدى يأخذ الاعتبار الانفتاح على مساحات اعلامية و شعبية واسعة و عريضة ان العامل الاقتصادي و الدبلوماسية الشعبية يمكن ان تساهم الى حد بعيد في مساعدة الاعلام الحكومي لتحقيق اهدافه.

**زاهي علوي - صحفي ومراسل وكالة انباء**

**برلين**

**zahi.alawi@gmail.com**

1 - تمكنت دولة الإمارات من إحداث طفرة في علاقاتها الخارجية و انفتاحها على العالم لتكون أحد الدول الفاعلة في المنطقة العربية و كذلك العالم. من خلال المبادرات و العلاقات السياسية و الاتفاقيات التي

وقعتها دولة الإمارات، أعلم المجتمع الدولي بأنها ليست مجرد دولة تستقطب الاستثمارات العالمية وتدعم الشركات الناشئة وجيل الشباب، بل هي قادرة على التعامل مع قضايا حساسة في المنطقة، تمثل باتفاقية أبراهام. أعتقد أن هذه الاتفاقية فتحت آفاقاً مختلفة أمام الدولة وأصبحت شريكاً سياسياً مهماً.

2- الإعلام الرسمي، ليس في الدول العربية وحدها، بل في الكثير من الدول ينظر إليه بمثابة "المتحدث الرسمي" للحكومات، خاصة وأن الصورة الذهنية لدى المواطن العربي وحتى الأجنبي لا تزال ترى بأن الإعلام الحكومي غير قادر على معالجة قضايا المواطن اليومية لذا لا بد من العمل على مشاريع فردية بالتعاون مع مؤثرين شباب وصحفيين دوليين قادرين على نقل الصورة بأدواتهم الخاصة دون إبراز الدور الحكومي في دعم مثل هكذا مبادرات قبل يومين شاهدت احتفال كريستيانو رونالدو بعيد ميلاد صديقه على برج خليفة، لكن لم أمس الانتشار الواسع لمثل هذا الحدث بين الشباب العربي، فمثل هذه القصص يمكن استغلالها بشكل مختلف، حتى لو من باب التناقضات فزيارة نجم مثل رونالدو يجب أن تأخذ حيزاً في الإعلام الرقمي ولكن ليس الرسمي فقط! لأنه وكما قلت، لا يزال في صورة "الناطق الرسمي" أعتقد أن استضافة شخصيات نقدية أو إقامة ندوات شبابية في الإمارات أو العمل على مشروع شبابي مشترك يمكن أن يكون أحد المفاتيح التي قد تساعد في منح الإعلام الرقمي الحكومي فرصة للتعبير وتوصيل الرسالة المطلوبة.

**جون ماكولي**

**صحفي زي ناشيونال / مقيم في الدولة منذ أكثر من ٨ سنوات**

1- أرى أعمدة القوة الناعمة لدولة الإمارات بوضوح ، وهي تظهر من واقع النجاحات الكبيرة في كافة الأصعدة، سواء في قطاع الطيران، قطاع السياحة، قطاع الأعمال والتجارة، قطاع العلاقات الخارجية القوية مع جميع الدول بليل أن الجواز الإماراتي يحتل المرتبة الأولى عالمياً، وهذا يعتبر معياراً أيضاً من معايير القوة الناعمة لأي دولة الإمارات حققت نجاحات كبيرة وظهرت كدولة تسامح ودولة للإنسانية ، والتنظيم المميز لاكسبوا يعتبر خير دليل على ذلك توقيع اتفاقية السلام مع إسرائيل وتطبيع العلاقات سريعاً وبشكل واضح عزز أيضاً من كل تلك المعاني .. ربما تمتلك الإمارات قوة ناعمة أكبر فيما يخص السمعة الطيبة للدولة كهيئة آمنة للغاية لكل الجنسيات فضلاً عن وفرة المشاريع اللوجستية والحياة المزدهرة والتي تعتبر سبباً في رغبة الكثيرين من الأثرياء والمشاهير راغبين في التواجد هنا في دبي

2- أعتقد أن واقع اختلاف اللغة قد يكون سبباً في ذلك، فضلاً عن تمسك السوشيال ميديا الرسمية بصفتها "الرسمية" أكثر من اللازم قد يكون سبباً، ربما لا تخاطب الأخر بأدوات ولغة يفهمها خاصة وأن عصر السوشيال ميديا يفرض مصطلحات وأساليب مختلفة في التخاطب ونقل المعلومة قد يحتاج الأمر لمزيداً من الحرية في التناول والتحرر من الصيغة الرسمية أكثر من اللازم.. أيضاً ربما تكون اللغة هي العائق، لأن الأمر قد يتطلب التركيز على اللغة الإنجليزية وربما الفرنسية وباقي اللغات أكثر من العربية.. وأيضاً التركيز على مخاطبة المحيط العربي باللغة التي يفهمها.. لكن بشكل عام هناك ضرورة لمزيد من الجهد في تكثيف عمل منصات السوشيال ميديا الحكومية الرسمية وتحررها بعض الشيء من الصفة الرسمية لتكون أقرب للمتلقى في قطاع السوشيال ميديا وتطبيق أدواتها الخاصة.

**توني هولاند**

**كاتب صحفي ومعلق - بريطاني**

**[Kylahrw.com@gmail.com](mailto:Kylahrw.com@gmail.com)**

1- عندما يتعلق الأمر بالإنجازات والمبادرات والإنجازات ، فأنا أؤمن بشدة أن الإمارات العربية المتحدة هي دولة رائدة على مستوى العالم من نواح كثيرة ، سواء كانت رياضية أو مساعدات إنسانية أو تقنية ، فقد حققت نجاحاً كبيراً والسبب الرئيسي لذلك هو رؤية قادتها الحكماء والمتواضعون.

- الإمارات تستضيف معرض إكسبو ٢٠٢٠.
- إطلاق وكالة الإمارات للفضاء.
- تم إعلانها كأكثر دول العالم سخاءً.
- تعيين وزيرة للسعادة.

- إطلاق استراتيجية الذكاء الاصطناعي.

وغيرها الكثير..

بالإضافة إلى ذلك، كانت إحدى المبادرات الرئيسية التي شاركت فيها دولة الإمارات العربية المتحدة بشكل كبير عندما اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارًا يعلن في الرابع من فبراير "اليوم العالمي للأخوة الإنسانية". بدأ اليوم العالمي للأخوة الإنسانية في عام ٢٠٢١. وقد تم تقديم مبادرة الاحتفال بهذا اليوم من قبل الإمارات والبحرين ومصر والمملكة العربية السعودية.

أما أعتبر الإمارات العربية المتحدة واحدة من الدول الرائدة في الترويج لهذه المبادرة لأن الإمارات العربية المتحدة تعترف بالمساهمات القيمة للناس من جميع الأديان والمعتقدات للإنسانية وتؤكد على دور التعليم في تعزيز التسامح والقضاء على التمييز على أساس الدين أو المعتقد كما تنتمي دولة الإمارات العربية المتحدة على جميع المبادرات والجهود الدولية والإقليمية والوطنية والمحلية من قبل القيادات الدينية المختلفة والمتعددة لتعزيز الحوار بين الأديان والثقافات.

ولعبت دولة الإمارات دوراً رئيسياً في الترويج للمبادرة المذكورة أعلاه، لأن دولة الإمارات تأسست على مفاهيم التسامح والتبادل الفكري والانفتاح الثقافي والاقتصادي وهو ما يعزز القبول والفهم كقيم أساسية لديها، كما تعتبر الإمارات رمزاً للسلام والأمن، خاصة أنها تقع في منطقة اهتزت كثيراً في السابق بالحروب والتمييز والصراع.

أما معاهدة السلام مع إسرائيل هي صفقة سلام تاريخية لعدد من الأسباب، أي أن الإمارات العربية المتحدة ترى في هذا فرصة للعلاقات التجارية والاستراتيجية العلانية خصوصاً فيما يتعلق بالتكنولوجيا، مع كون إسرائيل واحدة من أكثر الدول التكنولوجية المتقدمة تقدماً كبيراً، علاوة على ذلك، فإن السياحة اليوم هي تجارة تقدر بمليارات الدولارات والإسرائيليون من المصطافين والسائحين المتحمسين الذين سيحرضون على زيارة مراكز التسوق والشواطئ والصحراء.

2- تمتلك دولة الإمارات العربية المتحدة خارطة طريق واستراتيجية استجابة للتحويل الرقمي الشامل، وحققت حكومة الإمارات العربية المتحدة آخر إنجاز لها في مجال الرقمنة، لتحل المرتبة الثالثة عالمياً في تقديم الخدمات الرقمية ويشعر حوالي ٥٤٪ من سكان دول مجلس التعاون الخليجي الذين تقل أعمارهم عن ٢٥ عامًا بالراحة تجاه الخدمات الرقمية في الإمارات العربية المتحدة ومع ذلك، هناك درجة منخفضة من عدم الرضا من العالم الخارجي لعدد من الأسباب.

ومع ذلك، بسبب الرقابة التنظيمية والسياسية القوية على محتوى وسائل الإعلام، وحتى المطبوعات الأجنبية التي تخضع للرقابة قبل توزيعها، هي أموراً قد تصيب الإعلام العالمي بالإحباط، بخلاف أيضاً فارق الفهم والثقافة عند ترجمة المحتوى عبر السوشيال ميديا الرسمي، من العربية إلى الإنجليزية، فإن المعنى الحقيقي لما يقال أو كيف يقال مرة أخرى.. يمكن أن يتسبب في بعض الأحيان في عدم وضوح كاف أو استياء ربما لبعض وسائل الإعلام العالمية مما يتم تصويره.

ومعروف أن دستور الإمارات العربية المتحدة ينص على حرية التعبير، ولكن رغم ذلك هناك سيطرة تنظيمية قوية على محتوى وسائل الإعلام خصوصاً الرسمي منها وعبر منصات التواصل، والإمارات محقة في ذلك، حيث يجب أن تكون المطبوعات مرخصة وأن تتبع الإرشادات الرسمية لإعداد التقارير لحماية الناس وعدم التسبب في أي "بلبله" فضلاً عن الحفاظ على السمعة الطيبة التي طورتها الإمارات العربية المتحدة على مر السنين.

كذلك، يحظر التشريع نشر المواد عبر الإنترنت التي يمكن أن تهدد "السلام والأمن العام" وتتص على عقوبات بالسجن لمن "يسخرون أو يضررون" بسمعة الدولة و "يظهرون ازدراء" للدين وهو أمر جيد للغاية، ويضاف إلى ذلك ما يفرض من رقابة على المطبوعات الأجنبية قبل التوزيع، وبالتالي يميل الصحفيون إلى ممارسة الرقابة الذاتية.

كل ما سبق ذكره في بعض الأحيان يمكن أن يتسبب في استياء وسائل الإعلام العالمية في بعض الأحيان لأنهم يعتقدون أن ما حدث أو يحدث، لا يتم الإبلاغ عنه بشكل صحيح. ومع ذلك، كما قيل سابقاً، فقد الكثير من هذا الجانب في الترجمة، أو لحماية الناس والدولة وسمعتها.

أنا شخصياً أعتقد أن الإعلام العالمي يجب أن يتغير وأن يكون سعيداً بطريقة إدارة الإعلام في الإمارات.. وفي بعض الأحيان أن يحذو حذوه، كما يجب على وسائل الإعلام العالمية أن تنظر في الطرق التي يمكنها من خلالها المساعدة والاستيعاب بشكل أفضل أو التوافق والاتفاق مع الطريقة التي تتعامل بها الإمارات مع وسائل الإعلام وما يقال في وسائل الإعلام.

## شكر وتقدير

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان وبالغ العرفان بالجميل لأصحاب المعالي والسعادة والزملاء الأعداء الذين شاركوني إنجاز هذا البحث العلمي. للوقوف على الدور الهام الذي يقوم به الاعلام الرقمي الحكومي في تعزيز القوة الناعمة لدولة الامارات والتي بدورها تسهم في ترسيخ العلاقات الدولية للدولة، لما كان لآرائهم وافكارهم من أهمية وقيمة عالية نحو إنجاز هذا البحث.

علماً بأن المعلومات التي سترد في هذا البحث ستحاط بالسرية الكاملة ولن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي.

والله ولي التوفيق

عدنان محمد الحمادي