

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

٥,١ تمهيد

يناقش هذا الفصل أهم النتائج التي تم التوصل إليها في الجانب العملي والنظري من هذه الدراسة، كما تم تقديم عرض شامل وملخص لها، والتي تم بناؤها على نتائج التحليلات، والناجحة عن الطرق والوسائل التي اعتمدها عليها الباحث في الفصول السابقة من الدراسة، والربط بين ما توصلت إليه الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية ومناقشة نتائجها مع ما توصل إليه الباحث في هذه الدراسة والتي توافقت ودعمت النتائج التي حصل عليها الباحث في الجانب العملي لهذه الدراسة، وسوف نعرض النتائج لكل الأسئلة، واستخلاص التوصيات بناءً على ضوء النتائج وذلك فيما يلي:

٥,٢ نتائج الدراسة

توصلت الدراسة من خلال رصد إجابات المبحوثين إلى مجموعة من النتائج والتوصيات الدقيقة ومما يدعم ذلك رأي مجموعة من الصحفيين وخبراء الإعلام الأجانب الذين يجسدون رأياً محايداً بالإضافة لرأي الباحث، وهي كالتالي:

٥,٢,١ نتائج السؤال الأول

تعتبر استراتيجية دولة الإمارات الإعلامية الرقمية الحكومية غير واضحة، ولا تعكس أهداف رؤية الإمارات ٢٠٢١، ويركز المحتوى الإعلامي الرقمي بشكل عام على نشر الأخبار الرسمية فقط، وتعتمد هذه

الاستراتيجية على ترسيخ قيم الدولة المتمثلة في التعايش والوسطية وقبول الطرف الاخر، ويرى محمد واموسي (٢٠٢٢) عدم مخاطبة العالم الخارجي بنفس النمط التحريري الذي نخطب به الرأي العام المحلي في الدولة، ولا بد من إعادة النظر في الأسلوب الصحافي التحريري، من خلال التجرد من الأسلوب الصحافي الغارق في الرسميات، في زمن مواقع التواصل الاجتماعي باعتبار ان الإعلام لم يعد ناقلاً للخبر، بل صانعاً له، و المتلقي إذا لم تقدم له المادة الخبرية بالطريقة التي تغذيها له وسائل الإعلام الأجنبية المؤثرة فلن نستطيع إيصال له ما نريد. (واموسي ٢٠٢٢). وتنحصر الرؤية المستقبلية للإعلام الرقمي في المكتب الاعلامي لحكومة الإمارات وهذا بحد ذاته لا يفي بالغرض، وعلى الرغم من توفر التطبيقات والبنية التحتية المتطورة في الإعلام الرقمي إلا أن استخدامه يبقى تقليدياً الأمر الذي ينعكس على عدم حضوره في وسائل الإعلام العالمية، وترى الكاتبة الصحفية ناستيا سفبيت - روسيا (٢٠٢٢) التي أكدت على أن هذا الإعلام الرقمي هو الوسيلة الأهم من أدوات الدولة في تعزيز مكانتها عالمياً وهو القوة الناعمة إلا أن هذه الوسائل ظلت ناقلاً لبعض انجازات الإمارات، التي فرضت نفسها على الساحة، ولم يكن صانعاً لها، فالقوة الناعمة الإماراتية تقوم على مجموعة من المراكز، والإعلام الرقمي الحكومي ليس جزءاً من هذه المراكز حتى اللحظة، سفبيت - روسيا (٢٠٢٢) وتبلغ ذروة القوة الناعمة الإماراتية في المساعدات الإنسانية التي زرعتها الشيخ زايد منذ عام ٢٠٠٩، والمؤتمرات والمعارض وتعزيز السلم والأمن العالمي والتعايش بين الشعوب الدولية، والدبلوماسية البرلمانية المتمثلة في وزارة الخارجية، والحضور البرلماني الدولي الذي يمثل قوة ناعمة للدولة من خلال الترويج لمبادرات عالمية اطلقتها الدولة في مجال التسامح والتعايش السلمي بين الشعوب حيث يرى عماد جواد - روسيا (٢٠٢٢) أن المبادرات والفعاليات التي قامت بها دولة الإمارات جاءت خطوة في الاتجاه الصحيح لأنها أبرزت دور الإرادة الحقيقية للقيادة الحكيمة في دولة الإمارات وسعيها إلى إحلال السلام في المنطقة وكانت سباقة في العملية الجريئة التي لم يبادر إليها أحد من قبل وجاءت المبادرة

الإماراتية كأول خطوة عربية واثقة على طريق الألف ميل نحو السلام الدائم في المنطقة وشعوبها. (جواد، ٢٠٢٢).

والتحدي الأكبر للأعلام الرقمي الحكومي هو تسويق وترسيخ هذه القوة الناعمة للدولة خارجياً. وفي هذا السياق أكد القحطاني (٢٠١٠) أهمية هذه الأدوات في تعزيز سمعة الدولة على المستوى العالمي (القحطاني، ٢٠١٠) ويتوافق معه البرصان (٢٠١٣). في كيفية استخدام القوة الناعمة من اجل الوصول لأهداف الدولة وتحقيقها (البرصان، ٢٠١٣)، وعلى الرغم من وجود عوامل وأدوات وفرص تستطيع أن تعزز وتطور من الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي، إلا أنه لم يتم الاستفادة منها حتى الآن ومن ضمن هذه العوامل المساعدة لتصدير القوة الناعمة؛ وجود ١٩ مليون حساب نشط على التطبيقات والمواقع الالكترونية وهذا بحده ذاته يمثل قوة عفوية ضاربة تحقق أهدافاً كبيرة للدولة بعيداً عن الاستراتيجية، والتي تعتبر أفضل وسيلة للقوة الناعمة، وفي ذلك جاءت دراسة سميث (٢٠١٤) في كيفية استخدام الرأي العام كأداة من أدوات القوة الناعمة (سميث، ٢٠١٤). وقد تناولت دراسة محمد ومحمد (٢٠١٨). ذلك حيث أكدت على دور وسائل التواصل الاجتماعي في مخاطبة الشعوب، وإبراز ما تتميز به الدول من قوة ناعمة سواء كانت ثقافة أو علم، أو علاقات إنسانية، وتتمتع الإمارات بوجود مالا يقل عن ٢٠٠٠ منبر اعلامي عربي عالمي وأجنبي في مدينة دبي للأعلام الذي يعطي افضلية لمستهدفات القوة الناعمة، كما أن وجود أكثر من ٢٠٠ جالية في الامارات بخلفياتهم الثقافية والفكرية والسياسية تمثل جانب غير مباشر نحو إيصال صور للقوة الناعمة بلغاتهم المختلفة عن طريق الاعلام الرقمي. والتي تجسد أفضل وسيلة للقوة الناعمة (محمد، محمد، ٢٠١٨).

وعلاوة على ذلك فإن وجود شخصيات رسمية لها كاريزما عالمية كبيرة 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، يمكن أن تعزز آراءه في المساهمة في تعزيز وتطوير مكانة الإمارات عالمياً لو تمت ترجمة مقالاته إلى عدة لغات، ويرى (Wang H.Lu ٢٠٠٨) أن الوصول إلى الشعوب عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي يعد من أهم ادوات القوة الناعمة، وخاصة من خلال القيادات والرموز (Wang H.Lu.2008). ويرى الباحث: أنه على الرغم من توافر البنية التحتية والتطبيقات المتطورة التي تمثل معظم وسائل الإعلام الرقمي، بالإضافة إلى البيئة المناسبة التي تجسدها الجنسيات المختلفة والحسابات النشطة، فضلاً عن وجود أكثر من منبر إعلامي عربي وعالمي من جهة، وتعدد أشكال وفعاليات ومبادرات القوة الناعمة الإماراتية، إلا أن الإعلام الرقمي الحكومي لم يوفق في الانتقال بهذه القوة الناعمة إلى العالم الخارجي رغم توفر عوامل وعناصر النجاح.

٥,٢,٢ نتائج السؤال الثاني:

تعد وكالة الانباء الإماراتية (وام) مصدراً رئيسياً وأساسياً لجميع وسائل الاعلام الرقمي، التي تتناول الشأن الاماراتي، وقد طورت أدواتها الإعلامية نحو العالمية، وأصبحت تنشر اخبارها بـ ١٩ لغة عالمية؛ بالإضافة لنجاحاتها في تطوير آلياتها نحو اختزال الخبر وتدعيمه بالصور الفوتوغرافية المعبرة والتغذية البصرية؛ لتصبح منصة قادرة على توظيف القوة الناعمة على مستوى العالم، وهذا ما ذهبت إليه دراسة غلوم (٢٠١٩) التي هدفت إلى تطوير استراتيجيات القوة الناعمة عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري والمتمثلة في هذه الدراسة في الإعلام الرقمي. (غلوم، ٢٠١٩)، وقد نجحت الوكالة في تكوين شراكات واتفاقيات عالمية لتعزيز سمعة الدولة خارجياً، وعلى صعيد التعاون بين الوكالة ووسائل الإعلام الرقمي الإماراتية الحكومية الأخرى، لا يوجد تعاون بالشكل الواضح على مستوى المؤسسات، ولكنه يتجسد على مستوى الأفراد، وكل مؤسسة أصبحت تعتمد على مراسليها في الخارج. وأكدت على ذلك دراسة نجوى عبدالسلام (٢٠١٧). التي أشارت إلى أن وسائل الأعلام الرقمي لا تستثمر الإمكانيات التي تتيحها الثورة الرقمية

وهذا ينطبق على معظم وسائل الإعلام الرقمي الحكومي في الإمارات، وأن غالبيتها لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال بينها وبين المتلقي، بل تكتفي بنشر آراء محرريها دون الاهتمام بآراء الجمهور، وأن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخيرية في أدنى مستوياته (عبدالسلام، ٢٠١٧).

وأكدت الكاتبة الصحفية ناستيا سفييت - روسيا (٢٠٢٢)، الناشطة والصحفية في روسيا اليوم على الدور الإعلامي التي قامت به وكالة الأنباء الإماراتية في تغطيتها المتميزة نحو إطلاق دولة الإمارات عدد من المبادرات أهمها وثيقة الاخوة الإنسانية التي تدعو للتسامح والتعايش بين مختلف الأديان والأعراف ومعاهدة السلام الإماراتية الإسرائيلية التي تسعى لتحقيق السلام في منطقة الشرق الأوسط، وذلك من خلال الاتفاقات والشركات التي تم تكوينها مع وكالات أنباء، ومؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي، وصحافيين وإعلاميين ذوي خبرة وقدرة كبيرة على التأثير (سفييت، ٢٠٢٢). ويرى الباحث: أن عدم التنسيق بين مؤسسات الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي، والتعاون الدائم مع وكالة أنباء الإمارات (وام) في توحيد لغة الخطاب والرسائل الإعلامية أدى إلى تراجع دور هذه المؤسسات التي اقتصر دورها في نشر وبث أخبار القوة الناعمة على المستوى المحلي فقط، بينما حققت وكالة أنباء الإمارات درجة جيدة من الرضا في نقل صور القوة الناعمة للعالم الخارجي من خلال تطوير أبحاثها وشراكاتها مع وكالات الأنباء العالمية من خلال ميثاق التسامح مع هذه الوكالات.

٥,٢,٣ نتائج السؤال الثالث

تعد وزارة الخارجية من أهم الوزارات التي تسعى دائماً إلى وضع دولة الإمارات العربية المتحدة في مكانة بارزة بين دول العالم وذلك من خلال إيصال بعض الرسائل الهامة والمتعلقة بالأهداف الرئيسية لاستراتيجية الدولة فيما يخص الاتصال والاعلام الدولي، ويتمحور دورها خارجياً على توضيح موقف الامارات بشأن القضايا المهمة على الساحة الدولية، وتعزيز أواصر الصداقة والتعاون بينها وبين دول العالم

على مختلف الأصعدة السياسية والاقتصادية والإنسانية وتتفق دراسة القحطاني (٢٠١٠). في أن استخدام السياسة الخارجية للدول من أجل تعزيز مكانتها العالمية أو طرح رأيها في بعض المشكلات أو الأزمات، أو الظواهر السلبية، يعزز من القوة الناعمة الخارجية للدولة (القحطاني، ٢٠١٠)، وتتمثل أهم إنجازات وزارة الخارجية وجود دولة الامارات ضمن أهم ١٠ دول في التأثير العالمي من خلال الدوائر الدبلوماسية العالمية تأكيداً على دورها المؤثر اقليمياً وعالمياً، وأسهمت في تعزيز جواز السفر الاماراتي ليصبح الأول على مستوى العالم ، وكان لها أكبر الأثر في كسب أصوات دول العالم نحو استضافت اكسبو ٢٠٢٠، وكما كان لها دور كبير في إسناد رئاسة الانتربول إلى أحد أبناء الدولة، كما منحت الإمارات مقعد في مجلس الأمن، وجعلت من العاصمة أبوظبي مركزاً للقرار الإقليمي ، كما أنها قامت بتفعيل الدبلوماسية الشعبية للتقارب مع الشعوب عبر المنصات الرقمية من خلال بعض سفاراتها، وهذا ما تم استحداثه في أمريكا وإسرائيل مؤخراً، وأكد معوض (٢٠١٩). في دراسته على الدور الذي تقوم به وزارة الخارجية الإماراتية وكيفية توظيفها للمساعدات الإنسانية والتطور التكنولوجي في الاتصالات، والنموذج كدولة صاعدة تتميز بحكم رشيد بجانب تمتعها بالتسامح في تعزيز مكانة دولة الإمارات خارجياً (معوض، ٢٠١٩). ويرى زاهي علاوي (٢٠٢٢) في ذلك أن دولة الإمارات تمكنت من إحداث طفرة في علاقاتها الخارجية وانفتاحها على العالم لتكون أحد الدول الفاعلة في المنطقة العربية وكذلك العالم. من خلال المبادرات والعلاقات السياسية والاتفاقيات التي وقعتها دولة الإمارات، اتفاقية السلام، والأخوة الإنسانية (علاوي، ٢٠٢٢).

ويرى الباحث: أنه رغم الدور الكبير الذي حققته وزارة الخارجية الإماراتية والذي أشركه سابقاً، إلا أن هناك مزيداً من الأدوار الذي كان بالإمكان تحقيقه نحو ترسيخ القوة الناعمة الإماراتية من خلال تفعيل دور الإعلام الرقمي في سفارات دولة الإمارات المنتشرة حول العالم، من خلال التركيز على صناعة محتوى نموذجي يخاطب المتلقي في هذه البلدان، كما استنتج الباحث أن هذا الدور يحتاج لتأهيل عدد من الكوادر

الإعلامية المواطنة والنشطة القادرة على التعاطي مع الجمهور الخارجي والتركيز على تفعيل الذراع الإعلامي

لهذه السفارات.

٥,٢,٤ نتائج السؤال الرابع

اختلفت الرؤى في الإجابة على هذا السؤال، فمنهم من يرى عدم الحاجة لوجود حاضنة إعلامية ترعى الإعلام الرقمي، الأمر الذي يخلق تنافسية ويجعل كل وسيلة منفردة تقوم بدورها حسب رؤيتها المهنية ضروري، ومنهم من يرى أن المنظومة التي تشرف على الإعلام الرقمي الحكومي الحالي ليس لديها القدرة على إدارته وذلك على الرغم من إشراف المكتب الإعلامي لحكومة الإمارات على الاطار العام للاستراتيجية الإعلامية، وقد تم نقل اختصاصات المجلس الوطني للأعلام الذي كان يعتبر المؤسسة الحاضنة ذات المرجعية لجميع وسائل الإعلام في الدولة ليتحول إلى قطاع مصغر في وزارة الثقافة، وبذلك أصبح الاعلام عبارة عن قطاعات تحت مظلة وزارة الثقافة ومكتب حكومة دولة الإمارات الإعلامي، وهما غير قادران على احتواء جميع الأذرع الإعلامية، وبذلك لا يوجد تنسيق وتوحيد للرسالة الإعلامية، وفي الوقت الحالي لا توجد منظومة إعلامية شاملة ذات مرجعية أو آلية للتعاون والتنسيق فيما بينها ضمن اطر موحدة وعمل مناسب، وهذا ينعكس سلباً في تأخر الرسالة الإعلامية ويفقدها جودة المحتوى، وهناك رؤية أخرى ترى أن هناك هيئات إعلامية ورؤية موحدة للعمل الحكومي في المجالات الإعلامية تعمل على ضمان وتوحيد الرسائل الإعلامية ووصولها للمتلقي. وتجتمع جميع الرؤى على أن وجود منظومة أو مؤسسة إعلامية ذات مرجعية امر في غاية الأهمية بشرط أن تتمتع هذه المنظومة بالمرونة والكفاءة وتكون قادرة على صناعة ونشر المحتوى والترويج لأخبار الدولة على نطاق واسع في ظل مبادئ الدولة ونظرتها المستقبلية

للخمسین عام القادمة. ویتفق مع هذه الرؤية محمد، حمد (٢٠١٨م) في دراستهما التي تناولت كيفية التأثير في الشعوب الأخرى من خلال استراتيجية إعلامية موحدة (محمد وحمد، ٢٠١٨). وهذا ما أكد عليه صلاح جمعة (٢٠٢٢). أنه يجب تجميع كل الروافد الإعلامية داخل الدولة تحت مظلة إعلامية واحدة من أجل إيصال الرسالة الإماراتية إلى الإعلام الخارجي بالشكل الصحيح وبالشكل الذي يحقق أهداف الدولة (جمعة، ٢٠٢٢).

ويرى الباحث أن هناك تباين في الآراء حول الإجابة على هذا السؤال، حيث أجاب معظم الباحثين انه لا توجد منظومة حاضنة ذات مرجعية لوسائل الإعلام الرقمي الحكومي في الدولة تتولى تنسيق وتوجيه الخطاب الإعلامي والسياسي خارجياً بينما رأى البعض الآخر وهم قلة ليس بالضرورة وجود هذه المنظومة نسبة لتواجد عدد من الهيئات الإعلامية التي تنظم الخطاب الإعلامي الدولي وعلى رأسها المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات. بينما يتفق الباحث مع كثير من الآراء التي طالبت بضرورة وجود مؤسسة حاضنة ذات مرجعية لوسائل الإعلام في الإمارات وذلك للتنسيق بين معظم هذه الوسائل المتفرقة بين إمارات الدولة وان لا تكون عبارة عن جزر متفرقة في مياه عميقة، الذي من شأنه تنسيق وتوحيد لغة الخطاب خاصة في ظل الأحداث الطارئة والتعاطي مع توجهات الدولة ونقل قوتها الناعمة إلى العالم الخارجي، بالإضافة لتصديدها للكثير من الاخبار الكاذبة والإشاعات التي تسيء لصورة الدولة خارجياً.

٥,٢,٥ نتائج السؤال الخامس

انحصر أسلوب الإعلام الرقمي الحكومي في إيصال الأحداث والفعاليات والمبادرات التي تمثل القوة الناعمة على المستوى المحلي وبأسلوب رسمي فقط، دون الوصول للعالم الخارجي، في ظل عدم تطوير الإعلام الرقمي الحكومي لآلياته وعدم اتسامه بالجرأة في نقل الاخبار والقوة الناعمة بمضمون ومكون ثقافي

وبيئي يستقطب الرأي العام الخارجي، واقتصار استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وفق منظور وممارسات محلية بالإضافة لعدم الإلمام الكافي باستخدامات التطبيقات الجديدة وإدراك مدى تأثيرها وانتشارها على المستوى الدولي، وذلك لعدة أسباب أهمها غياب أدوات القياس التفصيلية والدقيقة نحو تحقيق الأهداف، وعدم الاستثمار في الناشطين المؤثرين وتطوير محتوهم نحو تأصيل وتعزيز القوة الناعمة للدولة، بالإضافة لعدم استخدام الوسيلة المناسبة التي تستطيع ان تصل بها الى العالم الخارجي، فضلاً عن عدم شهرة وسائل الاعلام الرقمي وتعاونها مع العالم الخارجي يجعل أخبارها محدودة الانتشار، وعدم إشراك الجاليات المقيمة في الدولة مع المحتوى الرقمي بشكل منهجي ومؤثر، واستثمار القواسم الثقافية المشتركة بين الإماراتيين والجاليات المقيمة؛ نتيجة عدم وجود مرجعية يستخدمها الاعلام الرقمي الحكومي ضمن مستهدفاته.

ويرى محمد واموسي - صحفي ومراسل اخبار باريس - فرنسا (٢٠٢٢) انه لا بد من خلق كيان مخصص بالكامل للإعلام الخارجي يكون بإمكانه تغيير النسق والمضمون عن الأسلوب التحريري الرسمي في إطار منضبط يراعي اخلاقيات المهنة ويستطيع ان يحاكي الخدمات الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام المؤثرة في العالم (واموسي، ٢٠٢٢). ويرى محمد صالح صدقيان (٢٠٢٢). كاتب صحفي وسياسي - طهران. أن انفتاح دولة الإمارات العربية المتحدة على مساحات اعلامية وشعبية واسعة وعريضة، إضافة إلى العامل الاقتصادي، والدبلوماسية الشعبية؛ يمكن أن تساهم الى حد بعيد في مساعدة الاعلام الرقمي الحكومي لتحقيق اهدافه. ويرى الباحث: أن ما تم ذكره سابقاً يجسد الإشكاليات والتحديات التي لا بد من تداركها ودراستها وقياسها من خلال جهات او مراكز بحثية متخصصة حتى تتمكن من القيام بدورها الأمثل في إيصال القوة الناعمة الكثيرة والمتعددة للعالم الخارجي.

٦,٢,٥ نتائج السؤال السادس

بدأت الدولة في السعي نحو تطوير واستحداث أدوات وآليات الإعلام الرقمي الحكومي من خلال وضع خطة واضحة وتحديد عناصر القوة الناعمة بشكل واضح، والعمل على استقطاب الرأي العام العالمي من خلال الاستعانة بمجموعة مؤهلة من الإعلاميين والمؤثرين الدوليين القادرين على التعاطي مع الرأي العام العالمي واختيار الوسيلة التي تناسب المتلقي في كل بلد على حدة، بالإضافة لصناعة محتوى ومكون بيئي وثقافي وإنساني يمتزج بالرسالة الإعلامية حتى يستقطب اهتمام المتلقي وقد أشارت دراسة سميت (٢٠١٤). إلى أن الرأي العام الخارجي له تأثير مهم وكبير وملحوظ في الشعوب وكيفية استقطابها لتبني وجهة نظرك (سميث، ٢٠١٤). وهنا لابد من أن تعمل الجهات المتخصصة في الدولة على صقل مهارات العاملين من المواطنين المتمرسين في الإعلام الرقمي الحديث، والسعي لصناعة محتوى إبداعي، والتركيز على الخطاب الخارجي، وذلك من خلال تخصيص موارد أكبر لتشغيل منصات الإعلام الرقمي الحكومي بطريقة أكثر احترافية وابتكار وإبداع، وأن تسعى الحكومة إلى إعداد وتأهيل الشخصيات القيادية القادرة على التفاعل مع الأحداث السياسية والتعاطي والمشاركة في الحوارات مع مختلف وسائل الإعلام الرقمي.

ويرى جون ماكولي (٢٠٢٢). صحفي ذا ناشيونال مقيم في الدولة منذ أكثر من ٨ سنوات، أن تطوير لغة الخطاب هي أهم الخطوات للتغلب على العوائق في الإعلام الرقمي الحكومي، فيجب الاعتماد على اللغات الأخرى مثل الإنجليزية وربما الفرنسية وباقي اللغات أكثر من العربية خارجياً، كما يجب التركيز على مخاطبة المحيط الخارجي باللغة التي يفهمها، وضرورة تكثيف عمل منصات السوشيال ميديا الحكومية الرسمية وتحررها بعض الشيء من الصفة الرسمية لتكون أقرب للمتلقي في قطاع السوشيال ميديا وتطبيق ادواتها الخاصة (ماكولي، ٢٠٢٢). ويرى الباحث: ضرورة العمل على وضع استراتيجية إعلامية واضحة ومتكاملة العناصر لتلافي أوجه القصور التي تم ذكرها سابقاً، من خلال إعداد وتأهيل جيل قادر على

استلهم دور الإعلام الجديد الذي يتمثل في الإعلام الرقمي بشقيه الواقعي والافتراضي، الذي اختزل جغرافية العالم بمختلف أوجه واتجاهاته وجسدها في شاشة صغيرة وصورة واحدة مهما تعددت اللغات، من خلال مخرجات التعليم وتأسيس أكاديميات متخصصة تسهم في تخريج كوادر إعلامية قادرة على التعاطي مع مختلف الوسائل والتطبيقات، وصناعة المحتوى الذي يجسد القوة الناعمة وينقلها إلى العالم الخارجي.

٥,٣ إسهامات الدراسة

استخدمت هذه الدراسة بعض النظريات والنماذج العلمية والمشار لها في الفصل الثاني والمتعلقة بمجال الدراسة وتوغلت في الجانب العلمي والنظري المتعلق بموضوع الدراسة، واستعرضت العديد من الدراسات السابقة وربط نتائجها بنتائج الدراسة. ووصفت الوضع الراهن في توظيف القوة الناعمة في الإعلام الرقمي الحكومي لدولة الإمارات ودورها في تعزيز العلاقات الدولية، وقد أضافت عدد من المساهمات في عدة مجالات لعل أهمها فيما يلي:

٥,٦,١ الإسهامات العلمية

أهم ما أسهمت به الدراسة هو التعرض لمفهوم القوة الناعمة عبر تحليل التعريفات التي تناولتها مفهوم القوة الناعمة وتاريخها ونشأتها وأهميتها، ودورها وقدرتها على الانتشار والتأثير مما يعود ببالغ الأثر في بسط نفوذ الدولة وعلو مكانتها خارجياً، واستخدام هذه القوة يعد مؤشراً قوياً على وجود مناخ من الحرية والتسامح بين الأديان والمذاهب والأفكار والمعتقدات واحترام الآخر، كما أسهمت الدراسة في معرفة كيفية تحويل الموارد والإمكانات والمبادرات وخاصة الجانب الإنساني والخيري منها، في تعزيز مكانة الدولة على الصعيد العالمي، الأمر الذي يجعلها في مصاف الدولة المتقدمة، وهي الغاية الأساسية التي بنيت هذه الدراسة عليها باعتبار إن دولة الإمارات من أكثر دول المنطقة إسهاماً في المشروعات الخيرية، وعدلاً وتبنيها مفهوم التسامح كفكر عام سعت وسائل الإعلام الحكومي الرقمي إلى تبنيه وتأصيله في شعبها وتقديم

على غرار رسائل سامية تمثلها القوة الناعمة التي تجسد في المبادرات الدولية إلى دول العالم الآخر، كما أسهمت الدراسة في إلقاء الضوء على الإعلام الرقمي الحكومي الإماراتي ونشأته، ونجاحه على المستوى المحلي، وتوصلت الدراسة إلى نقاط الضعف في الإعلام الرقمي الحكومي وتأثير ذلك على عدم قدرته، في تغطية حجم المبادرات الغير مسبوقه والتي فرضت نفسها على الساحة الدولية، والتي كانت تحتاج لدعم وسائل الإعلام الرقمي الحكومي الأخرى لتصل بهذه المبادرة بشكل أوسع للعالم الخارجي. وقد وضعت الدراسة بعض التوصيات التي من شأنها لو طبقت، سوف يتخلص الإعلام الرقمي من اهم سلبياته وقصوره، وسوف يكون أهم أداة في الوصول بالقوة الناعمة الإماراتية خارجياً، الأمر الذي سوف يعزز من مكانة الدولة خارجياً. كما تسهم الدراسة في إثراء المكتبة الوطنية والعربية حيث أنها تعد من الدراسات العربية النادرة على حد علم الباحث التي تربط الإعلام الحكومي الرقمي بالقوة الناعمة وتأثيره في الرأي العام الإماراتي والعالمي من أجل تأصيل فكرة التسامح والتعايش والانفتاح مع الآخرين.

٥,٦,٢ الاسهامات العملية

ساهمت الدراسة عملياً في كونها من الدراسات الحديثة التي تناولت موضوع من أهم المواضيع على الساحة الدولية، وهي القوة الناعمة وكيفية استخدامها بدلاً من القوة الصلبة، وتعرضت الدراسة إلى أهم الأدوات والأدع التي تمكن القوة الناعمة، وتعززها وهي الأعلام الرقمي الحكومي، وقد ألفت الدراسة الضوء على موارد القوة الناعمة الإماراتية وكيفية توظيف الإعلام الحكومي الرقمي كوسيلة ناقلة للأخبار وتأثيرها على الرأي العام العالمي، مع التركيز على الثقل الإنساني والحضاري الذي تتمتع به الدولة والبناء على سمعتها التي رسختها على مدى أكثر من خمسين عاماً منذ تأسيسها، كواحدة من أكثر دول المنطقة تسامحاً وانفتاحاً، ومحطة التقاء فكري وإنساني بين مختلف الشعوب والثقافات.

كما ساهمت الدراسة في إلقاء الضوء على القوة الناعمة الإماراتية المتمثلة في الإعلام الحكومي الرقمي، ودرجة وقوة تأثيره على الرأي العام العالمي نحو وثيقة الاخوة الانسانية ومعاهدة السلام الإماراتية الإسرائيلية المتمثلة في جميع وسائل الإعلام بشقيها التقليدي كالصحافة، الإذاعة، والتلفزيون التي أصبحت لها منصات اخبارية رقمية او وسائل الإعلام الجديد بمختلف تطبيقاتها والتي تتسم بالانتشار والشمولية والمرونة والعالمية بما في ذلك المنصات والتطبيقات التي يستخدمها الإعلام الرقمي الحكومي عبر مؤسساته والتي تعتبر وسيلة أداء يمكن من خلالها نشر مفهوم التسامح بين الدول وبين الديانات المختلفة ، والتصالح مع الآخر مهما كانت بيئة الصراع وتسهم في تعزيز العلاقات الدولية. كما أسهمت الدراسة في وضع الحلول التي تتجنب أوجه القصور في الإعلام الرقمي، والتي اشترك في تحديدها نخبة من المسؤولين عن الإعلام، ومجلس القوة الناعمة من سياسيين، واصحاب الرأي، ونخبة من صفوة الإعلاميين المتواجدين في دولة الإمارات العربية المتحدة، والذي يعملون في عدد من وكالات الأنباء العالمية.

٥,٤ توصيات الدراسة

من خلال الإطار النظري واستعراض ومناقشة نتائج الدراسة التي توصل إليها البحث للتطوير والاستفادة من الخبرات والدراسات السابقة، وبناء على النتائج فتوصي الدراسة بما يلي:

٥,٤,١ اولاً توصيات إلى مجلس القوة الناعمة

١. يجب تحديد طبيعة القوة الناعمة وعناصرها وأهمية استخدام الوسائل والتطبيقات المناسبة لتعزيزها إلى الجهات المختصة بالإعلام الرقمي.

٢. تحديد نقاط القوة والمبادرات الغير مسبوقه التي تعزز القوة الناعمة والتركيز على نقلها للجمهور

الخارجي.

٣. الانتقال بالقوة الناعمة خارج حدود الامارات بأطلاق مبادرات تتوازي مع مبادرة صنّاع الامل

التي تحمل قيم إنسانية تحدث عنها الاعلام الرقمي الدولي في عواصم ومدن متفرقة حول العالم.

٤. لابد من تفعيل المنصات الرقمية لإيصال القوة الناعمة للدولة من خلال ترسيخ مبادئ التسامح

والرفاهية والمساعدات الإنسانية سواء داخل الدول او خارجها.

٥,٤,٢ ثانياً توصيات إلى المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة

١. يحتاج الاعلام الرقمي لدراسة وقياس حتى يقوم بدوره في تعزيز القوة الناعمة.

٢. يحتاج الاعلام الرقمي لتنسيق وتوحيد الجهود نحو استراتيجيته واستدامته في تغطية الاخبار.

٣. ضرورة توسيع نطاق الرسالة الإعلامية وخلق محتوى يخاطب عقول وقلوب الجمهور محلياً وعالمياً.

٤. تحتاج المنصات الرقمية في الاعلام الحكومي لتطوير وتمكين لتعزيزها خارجياً.

٥. يحتاج الاعلام الرقمي الحكومي الى فكر وتخصص للانتقال من مرحلة التلقين إلى التفاعل، وكسر

حاجز ومحلية الخبر وانتقاله من خلال تنسيق وتوحيد الجهود من أجل تعزيز القوة الناعمة،

واستقطاب الرأي العام العالمي.

٦. يجب على الاعلام الرقمي الحكومي ان يستثمر البنية التحتية، وشبكات الانترنت المتطورة بشكل

منهجي ومتطور حتى يتمكن من تعزيز القوة الناعمة للدولة خارجياً.

٧. استغلال المنابر والمنصات العالمية الرقمية ومكافئها مدينة دبي للترويج للأدوات المذكورة اعلاه.

٨. 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.

٩. ضرورة التعاون والتنسيق لوصول اخبار الدولة ورسالتها الإعلامية الى أكبر عدد من الجمهور. عبر

المنصات الرقمية.

١٠. الحاجة لمضاعفة الجهود وتأهيل ودعم المبادرات الشبابية في مجال الاعلام الرقمي لتمكينها من

الوصول للجمهور المتلقي.

١١. التأكيد على انشاء اكااديميات متخصصة في الاعلام الرقمي.

٥,٤,٣ ثالثاً توصيات إلى وزارة الخارجية والتعاون الدولي

١. تفعيل الشراكة بين الإعلام والدبلوماسية الإماراتية الرسمية والبرلمانية، والسفارات في استلهم القوة

الناعمة ونشرها من خلال الاستراتيجية الدبلوماسية.

٢. تطوير شبكات دولية فعالة مع الافراد والمؤسسات حول العالم بما يخدم اهداف ومصالح الدولة.

٣. العمل على قيام وزارة الخارجية بدور محوري في تعزيز الشراكات مع مسؤولي ورؤساء التحرير في

كبرى وسائل الاعلام العالمي.

٤. تفعيل أدوات الإعلام الرقمي في السفارات حيث أصبحت الحاجة ماسة لإدارة حساباتها

الإعلامية من قبل اشخاص متخصصين بالإضافة إلى تأهيل كوادر دبلوماسية على التعامل مع

وسائل التواصل الرقمي، وللوصول محيطها بنفس اللغة.

٥. ضرورة التنسيق والتعاون مع وزارة الثقافة في نشر الاخبار والمعلومات وطريقة التعامل مع الخبر في

ايصال الرسالة الواضحة الى العالم الخارجي.

٦. التركيز على صناعة محتوى رقمي للسفارات يقدم مادة ثرية تنال استحسان المتلقي في مختلف

دول العالم.

٧. بناء علاقات في مناطق جغرافية معينة باستخدام المؤسسات التي تمثل الدولة في هذه البلدان.

٥,٤,٤ رابعاً توصيات إلى وزارة الثقافة

١. استغلال الحسابات النشطة للمقيمين في دولة الامارات وتفعيلها على وسائل الاعلام الرقمي باعتبارها قوة ضاربة تحقق وتعزز القوة الناعمة خارجياً.
٢. تحديد التوجهات المستقبلية للأعلام الرقمي الحكومي من خلال رؤية استراتيجية واضحة ومنظومة واحدة قادرة على التعاطي مع الاعلام الخارجي.
٣. ضرورة تنويع طرق توصيل الرسالة للجمهور حسب الشرائح العمرية وفئات ومستويات تعليمية وثقافية واجتماعية متنوعة.
٤. حشد وتوحيد الجهود والموارد وعناصر التميز والابداع في مجال انشاء وإدارة المحتوى.
٥. يجب ان يكون التواصل بأسلوب غير رسمي والتركيز على المتلقي الخارجي برسائل يسهل فهمها والتفاعل معها.
٦. يجب أن يكون المحتوى تلقائي وطبيعي ومشبعاً بالعناصر المحركة للمشاعر والوجدان والعاطفة

٥,٤,٥ خامساً توصيات إلى وكالة أنباء الإمارات

١. ضرورة التنسيق الكامل والمستمر مع وكالة انباء الامارات وتطوير آلية نشر الخبر والرسائل الإعلامية المهمة بالسرعة اللازمة.
٢. يجب ان تكون العلاقة والشراكات تكاملية بين وسائل الإعلام الرقمي الحكومي أكثر من كونها تنافسية.
٣. الحرص على تعزيز وتطوير العمل والشراكات مع بقية الاعلام الرقمي داخل وخارج الدولة.
٤. النشر بأسماء وكالات عالمية، وهذه العملية قادرة على توثيق العلاقة وتأكيد الخبر.

٥,٤,٦ سادساً توصيات إلى مجلس الوزراء

١. عادة انشاء المجلس الوطني للأعلام ليكون المظلة الرئيسية لجميع الجهات الإعلامية على ان تكون هناك لمكاتب الاعلام المحلية لديها نظرة توافقية مشتركة واهداف محددة واضحة للجميع.
٢. الحاجة للماساة لأنشاء منصة خبرية تنسيقية تكون بمثابة المرجعية.
٣. توحيد الخطاب الإعلامي وتحديد اثناء الازمات وحالات الطوارئ.
٤. إيجاد مرجعية ومظلة للإعلام الرقمي الحكومي وان لا تقيد حرية الاعلام، وأن تكون قادرة على تنسيق وتوحيد الخطاب.
٥. تمكين المؤسسات الإعلامية من قبل الجهات السيادية في الدولة لتكون مصدراً للخبر.

٥,٤,٧ سابعاً توصيات إلى المؤسسات الإعلامية المحلية

١. تأهيل متحدثين متخصصين تكون لهم مساهمات فعالة في نقل المعلومة والرأي والحقائق والتصدي للشائعات في المنصات والمحطات الإعلامية.
٢. تدعيم الخبر بتغذية بصرية وسمعية وقصة تنجسد فيها الجوانب الإنسانية لاستقطاب المتلقي.
٣. الحرص على ان تتناسب السياسة التحريرية مع ما يريد العالم الخارجي وليس ما نريده محلياً.
٤. الابداع والاختصار في حجم الرسالة الإعلامية بما يتناسب مع طبيعة المحتوى الرقمي.
٥. دراسة مستمرة للسوق واحتياجات الجمهور من خلال مراكز بحثية وكوادر إعلامية متخصصة في قياس اتجاهات الرأي العام العالمي.
٦. إنشاء فريق اعلامي ورقمي يجمع النخب الصحفية والإعلامية الأجنبية في الدولة لزيادة النشر والتسويق للدولة.

٧. تبنى جيل من الشباب القادر على التعامل مع التطبيقات الحديثة وتكوين شركات مع الحكومة

لتعزيز توجهها في الاعلام الرقمي.

٨. دعم الكوادر الوطنية وتوجيههم وتدريبهم لصناعة جيل قادر على التعاطي مع الاعلام الرقمي.

٥,٥ خلاصة الفصل الخامس

اعتمد الباحث في هذا الفصل إلى تقديم نبذة مختصرة عن إجمالي الدراسة، وتحليل ومناقشة أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، وفقاً للنظريات والنماذج المفترضة التي ارتكزت عليها الدراسة، وفي ضوء ما سبق توصل الباحث إلى عدد من التوصيات التي إذا ما تم تطبيقها والأخذ بها من الجانب العلمي والبحثي سوف تحقق بعداً علمياً ومعرفياً سيسهم في التطوير بما يحقق أهداف الدراسة، تمثلت نتائج الدراسة في الجدول التالي:

نتائج السؤال الأول:
١. تعتبر استراتيجية دولة الإمارات الإعلامية الرقمية الحكومية غير واضحة، ولا تعكس أهداف رؤية الإمارات ٢٠٧١.
٢. يركز المحتوى الإعلامي الرقمي بشكل عام على نشر الأخبار الرسمية فقط، وتعتمد هذه الاستراتيجية على ترسيخ قيم الدولة المتمثلة في التعايش والوسطية وقبول الطرف الآخر.
٣. على الرغم من توافر البنية التحتية والتطبيقات المتطورة التي تمثل معظم وسائل الإعلام الرقمي، بالإضافة إلى البيئة المناسبة التي تجسدها الجسديات المختلفة والحسابات النشطة، فضلاً عن وجود أكثر من منبر إعلامي عربي وعالمي من جهة، وتعدد أشكال وفعاليات ومبادرات القوة الناعمة الإماراتية، إلا أن الإعلام الرقمي الحكومي لم يوفق في الانتقال بهذه القوة الناعمة إلى العالم الخارجي رغم توفر عوامل وعناصر النجاح.
٤. تتضح ذروة القوة الناعمة الإماراتية في المساعدات الإنسانية التي زرعها الشيخ زايد منذ عام ٢٠٠٩، والمؤتمرات والمعارض وتعزيز السلم والأمن العالمي والتعايش بين الشعوب الدولية، والدبلوماسية البرلمانية المتمثلة في وزارة الخارجية، والحضور البرلماني الدولي الذي يمثل قوة ناعمة للدولة من خلال الترويج لمبادرات عالمية أطلقتها الدولة في مجال التسامح والتعايش السلمي بين الشعوب.

٥. ضمن هذه العوامل المساعدة لتصدير القوة الناعمة؛ وجود ١٩ مليون حساب نشط على التطبيقات والمواقع الالكترونية وهذا بحد ذاته يمثل قوة عفوية ضاربة تحقق أهدافاً كبيرة للدولة بعيداً عن الاستراتيجية، والتي تعتبر أفضل وسيلة للقوة الناعمة.
٦. وجود أكثر من ٢٠٠ جالية في الامارات بخلفياتهم الثقافية والفكرية والسياسية تمثل جانب غير مباشر نحو إيصال صور للقوة الناعمة بلغاتهم المختلفة عن طريق الاعلام الرقمي. والتي تجسد أفضل وسيلة للقوة الناعمة.
٧. وجود شخصيات رسمية لها كاريزما عالمية كبيرة 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، يمكن أن تعزز آراءه المساهمة في تعزيز وتطوير مكانة الإمارات عالمياً لو تمت ترجمة مقالاته إلى عدة لغات.

نتائج السؤال الثاني:

١. تعد وكالة الانباء الإماراتية (وام) مصدراً رئيسياً وأساسياً لجميع وسائل الاعلام الرقمي، التي تتناول الشأن الاماراتي وقد طورت أدواتها الإعلامية نحو العالمية، وأصبحت تنشر اخبارها ب ١٩ لغة عالمية؛ بالإضافة لنجاحاتها في تطوير آلياتها نحو اختزال الخبر وتدعيمه بالصور الفوتوغرافية المعبرة والتغذية البصرية؛ لتصبح منصة قادرة على توظيف القوة الناعمة على مستوى العالم.
٢. نجحت الوكالة في تكوين شراكات واتفاقيات عالمية لتعزيز سمعة الدولة خارجياً، وعلى صعيد التعاون بين الوكالة ووسائل الاعلام الرقمي الإماراتية الحكومية الأخرى.
٣. أدى عدم التنسيق بين مؤسسات الاعلام الرقمي الحكومي الإماراتي، والتعاون الدائم مع وكالة أنباء الإمارات (وام) في توحيد لغة الخطاب والرسائل الإعلامية أدى إلى تراجع دور هذه المؤسسات التي اقتصر دورها في نشر وبث أخبار القوة الناعمة على المستوى المحلي فقط، بينما حققت وكالة أنباء الإمارات درجة معقولة من الرضا في نقل صور القوة الناعمة للعالم الخارجي من خلال تطوير آلياتها وشراكاتها مع وكالات الأنباء العالمية من خلال ميثاق التسامح مع هذه الوكالات.

نتائج السؤال الثالث:

١. تعد وزارة الخارجية من أهم الوزارات التي تسعى دائماً إلى وضع دولة الإمارات العربية المتحدة في مكانة بارزة بين دول العالم ويتمحور دورها خارجياً في توضيح موقف الامارات بشأن القضايا المهمة على الساحة الدولية، وتعزيز أواصر الصداقة والتعاون بينها وبين دول العالم على مختلف الأصعدة السياسية والاقتصادية والإنسانية.
٢. تتمثل أهم إنجازات وزارة الخارجية وجود دولة الامارات ضمن أهم ١٠ دول في التأثير العالمي من خلال الدوائر الدبلوماسية العالمية تأكيداً على دورها المؤثر اقليمياً وعالمياً، وأسهمت في تعزيز جواز

السفر الاماراتي ليصبح الأول على مستوى العالم، كما أنها قامت بتفعيل الدبلوماسية الشعبية للتقارب مع الشعوب عبر المنصات الرقمية من خلال بعض سفاراتها، وهذا ما تم استحداثه في أمريكا وإسرائيل مؤخراً.

٣. على الرغم من الدور الكبير الذي حققته وزارة الخارجية الإماراتية والذي أشرنا إليه سابقاً، إلا أن هناك مزيداً من الأدوار الذي كان بالإمكان تحقيقه نحو ترسيخ القوة الناعمة الإماراتية من خلال تفعيل دور الإعلام الرقمي في سفارات دولة الإمارات المنتشرة حول العالم، من خلال التركيز على صناعة محتوى نموذجي يخاطب المتلقي في هذه البلدان، ويحتاج هذا الدور لتأهيل عدد من الكوادر الإعلامية المواطنة والنشطة القادرة على التعاطي مع الجمهور الخارجي والتركيز على تفعيل الذراع الإعلامي لهذه السفارات.

نتائج السؤال الرابع:

١. تباينت الآراء حول الإجابة على ضرورة إيجاد منظومة حاضنة ذات مرجعية لجميع وسائل الإعلام الرقمي الحكومي، تتولى تنسيق وتوحيد الرسالة الإعلامية للدولة، حيث أجاب معظم المبحوثين انه لا توجد منظومة حاضنة ذات مرجعية لوسائل الإعلام الرقمي الحكومي في الدولة تتولى تنسيق وتوجيه الخطاب الإعلامي والسياسي خارجياً.

٢. يرى البعض الآخر وهم قلة ليس بالضرورة وجود هذه المنظومة نسبة لتواجد عدد من الهيئات الإعلامية التي تنظم الخطاب الإعلامي الدولي وعلى رأسها المكتب الإعلامي لحكومة دولة الإمارات.

٣. طالبت كثير من الآراء بضرورة وجود مؤسسة حاضنة ذات مرجعية لوسائل الإعلام في الإمارات وذلك للتنسيق بين معظم هذه الوسائل المتفرقة بين إمارات الدولة وان لا تكون عبارة عن جزر متفرقة في مياه عميقة، الذي من شأنه تنسيق وتوحيد لغة الخطاب خاصة في ظل الأحداث الطارئة والتعاطي مع توجهات الدولة ونقل قوتها الناعمة إلى العالم الخارجي، بالإضافة لتصديها للكثير من الاخبار الكاذبة والإشاعات التي تسيء للصورة الدولية خارجياً.

نتائج السؤال الخامس:

١. انحصر أسلوب الإعلام الرقمي الحكومي في إيصال الأحداث والفعاليات والمبادرات التي تمثل القوة الناعمة على المستوى المحلي وبأسلوب رسمي فقط، دون الوصول للعالم الخارجي، في ظل عدم تطوير الإعلام الرقمي الحكومي لآلياته وعدم اتسامه بالجرأة في نقل الاخبار والقوة الناعمة بمضمون ومكون ثقافي وبيئي يستقطب الرأي العام الخارجي.

٢. اقتصر استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وفق منظور وممارسات محلية بالإضافة لعدم الإلمام الكافي باستخدامات التطبيقات الجديدة وإدراك مدى تأثيرها وانتشارها على المستوى الدولي،

وذلك لعدة أسباب أهمها غياب أدوات القياس التفصيلية والدقيقة نحو تحقيق الأهداف، وعدم الاستثمار في الناشطين المؤثرين وتطوير محتواهم نحو تأصيل وتعزيز القوة الناعمة للدولة، بالإضافة لعدم استخدام الوسيلة المناسبة التي تستطيع ان تصل بها الى العالم الخارجي.

٣. عدم شهرة وسائل الاعلام الرقمي وتعاونها مع العالم الخارجي يجعل أخبارها محدودة الانتشار، وعدم إشراك الجاليات المقيمة في الدولة مع المحتوى الرقمي بشكل منهجي ومؤثر، واستثمار القواسم الثقافية المشتركة بين الإماراتيين والجاليات المقيمة؛ نتيجة عدم وجود مرجعية يستخدمها الاعلام الرقمي الحكومي ضمن مستهدفاته.

نتائج السؤال السادس:

١. بدأت الدولة في السعي نحو تطوير واستحداث أدوات وآليات الإعلام الرقمي الحكومي من خلال وضع خطة واضحة وتحديد عناصر القوة الناعمة بشكل واضح، والعمل على استقطاب الرأي العام العالمي من خلال الاستعانة بمجموعة مؤهلة من الإعلاميين والمؤثرين الدوليين القادرين على التعاطي مع الرأي العام العالمي واختيار الوسيلة التي تناسب المتلقي في كل بلد على حدة، بالإضافة لصناعة محتوى ومكون بيئي وثقافي وإنساني يمتزج بالرسالة الإعلامية حتى يستقطب اهتمام المتلقي.
٢. تم وضع استراتيجية إعلامية واضحة وشاملة العناصر لتلافي أوجه القصور من خلال إعداد وتأهيل جيل قادر على استلهاام دور الإعلام الجديد الذي يتمثل في الإعلام الرقمي بشقيه الواقعي والافتراضي، الذي اختزل جغرافية العالم بمختلف أوجه واتجاهاته وجسدها في شاشة صغيرة وصورة واحدة مهما تعددت اللغات، من خلال مخرجات التعليم وتأسيس أكاديميات متخصصة تسهم في تخريج كوادر إعلامية قادرة على التعاطي مع مختلف الوسائل والتطبيقات، وصناعة المحتوى الذي يجسد القوة الناعمة وينقلها إلى العالم الخارجي.

تم بحمد الله وبالله التوفيق