

Governmental use of Twitter A questionnaire study on a sample of Twitter users in Saudi

Hessah M. Alretaig

Faculty of Business administration || King Saud University || KSA

Abstract: This study aims to identify the reality of the government's use of Twitter, including the degree of citizens' use of government pages, and the reality of citizens' access to information and participation through their use of government pages on Twitter. Based on the nature of the objectives of this study, the analytical descriptive method was used. The researcher prepared an electronic questionnaire. The number of completed responses reached (334).

The study found that the large percentage of the sample (67%) ranged in age from 20 to less than 30 years, and this confirms that the means of social communication is being adopted by a higher proportion of young people. Almost half of the sample (49%) uses a public Internet search engine as a primary option for government information, and this may be due to the ease of finding information through search engines. On the other hand, the study found that nearly half of the sample is not satisfied with the level of information they receive and the level of their participation in the government pages on Twitter, and this may reflect the high expectations of the respondents towards the progress of government pages. The study presented a number of recommendations.

Keywords: social networking, Twitter, public sector, social media.

واقع الاستخدام الحكومي لتويتر دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي تويتر في المملكة العربية السعودية

حصّة محمد الرتيق

كلية إدارة الأعمال || جامعة الملك سعود || الرياض || المملكة العربية السعودية

المخلص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الاستخدام الحكومي لتويتر، ويتضمن ذلك التعرف على درجة استخدام المواطنين للصفحات الحكومية، والتعرف على واقع حصولهم على المعلومات والمشاركة خلال استخدامهم للصفحات الحكومية على تويتر. واعتماداً على طبيعة أهداف هذه الدراسة، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث قامت الباحثة بإعداد استبانة إلكترونية، وقد بلغ عدد الاستجابات المكتملة (334) استبانة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن النسبة الكبرى من العينة (67%) تراوحت أعمارهم من 20 إلى أقل من 30 سنة، وهذا يؤكد بأن وسائل التواصل الاجتماعي يجري تبنيها من قبل نسبة أعلى من الشباب. كما أن ما يقارب من نصف العينة (49%) يستخدمون محرك بحث عام على الإنترنت كخيار أولي للحصول على المعلومات الحكومية، وقد يعود ذلك لسهولة العثور على المعلومات عبر محركات البحث. ومن جانب آخر أسفرت الدراسة أن ما يقارب من نصف العينة غير راضين عن مستوى المعلومات التي يتلقونها ومستوى مشاركتهم خلال الصفحات الحكومية على تويتر، وذلك قد يعكس التطلعات العالية من قبل أفراد العينة تجاه ما تقدمه الصفحات الحكومية. وقدمت الدراسة عدداً من التوصيات أبرزها، التحول الفعلي داخل الحكومات تجاه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وذلك يتضمن إعداد المعايير والسياسات للمنظمات الحكومية، والاهتمام ببناء قدرات موظفي الحكومة لإيجاد فريق محترف لإدارة المحتوى.

الكلمات المفتاحية: الشبكات الاجتماعية، تويتر، القطاع العام، وسائل التواصل الاجتماعي.

المقدمة

تُعدّ الإبداعات التقنية وسائل تمكين أساسية للوصول إلى استجابات تنموية شاملة، ونماذج لتحقيق إدارة حكومية أفضل، ومع النمو الهائل في الوصول إلى الإنترنت واستخدام الهواتف الذكية النقلة، مما أدى إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من أي مكان وفي أي زمان بشكل افتراضي، حيث وصل مستخدمي الإنترنت في العالم العربي هذا العام إلى المعدل العالمي لأول مرة على الإطلاق، كما أن معدلات نمو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي قد كانت قوية جداً، وحسبما هو معرف بشكل رسمي على تويتر، فإن "المستخدم الفعال" هو شخص يسجل دخوله إلى تويتر مرة في الشهر-وليس بالضرورة أن يجري تغريداً- (تقرير مشاركة المواطن والخدمات العامة في العالم العربي، 2014). ويمكن أن يُبرّر الانتقال إلى استخدام التفاعلات المُيسّرة على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب طبيعتها التعاونية والتشاركية (Bertot et al, 2012).

وربما يعد أحد أكثر الجوانب إثارة في الإعلام الاجتماعي هو أنه يجري تبنيّه من قبل نسبة أعلى من الشباب في العالم، ومع اختلاط هذا الجانب مع الوقائع الديموغرافية لكثير من الدول النامية (Josehp,2012)، فإن ذلك يقود إلى تزايد تطلعات المواطنين للخدمات الحكومية مما يستدعي ردوداً جديدة وتعاونية من قبل الهيئات الحكومية لتعزيز مشاركة المواطنين، وبناء مجتمع أكثر استجابة عبر تمكين منصة تواصل لحظية وفعالة.

مشكلة الدراسة:

بسبب شعبية وسائل التواصل الاجتماعي وسماتها الفريدة كالانفتاح والمشاركة والتبادل، فإنها تصبح وسيلة مهمة للتفاعل بين الحكومات، والحكومات والمواطنين، والهيئات الحكومية والشركات (Sandoval & Gil, 2012) ويُعتقد أنها قد فتحت احتمالات جديدة غير مسبوقه، حيث يشير (Pryor et al, 2014) إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعي تتمتع بإمكانية تقديم الخدمات الحكومية وزيادة المشاركة المدنية، وجمع الأفكار الابتكارية من الجماهير، وتحسين عملية صناعة القرار وحل المشكلات (Bertot et al, 2012)، وبسبب المعلومات المختلفة التي يمكن الحصول عليها عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، فإن تحسين القطاع العام يعتبر واضحاً في تبادل المعلومات وتقديم الخدمات وصناعة القرار (Khan, 2013)، وعلى ذلك الأساس تقوم مراجعة الأدبيات في هذه الورقة.

ومن منطلق موقف الحكومة حيث يكون فيه التواصل والعلاقات مع مواطنيها أمر مهم، وفي الوقت الذي تنمو فيه وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الشعبية، فإنه ينبغي تحقيق أفضل استغلال لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع العام، وبناءً على ما تقدم تنطلق مشكلة هذه الدراسة من الرغبة في معرفة واقع الاستخدام الحكومي لتويتر في المملكة العربية السعودية كأحد مواقع التواصل الاجتماعي.

أسئلة الدراسة:

يمكن تحديد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس:

ما واقع الاستخدام الحكومي لتويتر في المملكة العربية السعودية؟ ويتفرع منه عدد من الأسئلة؛ وهي:

1. ما درجة الاستخدام الحكومي لتويتر؟.
2. ما مدى حصول المواطنين على المعلومات من خلال استخدام الصفحات الحكومية لتويتر؟.
3. ما درجة المشاركة خلال استخدام الصفحات الحكومية لتويتر؟.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى: التعرف على واقع الاستخدام الحكومي لتويتر في المملكة العربية السعودية؟

ويندرج منه عدد من الأهداف الفرعية؛ وهي:

1. التعرف على درجة الاستخدام الحكومي لتويتر.
2. تحديد مدى حصول المواطنين على المعلومات من خلال استخدام الصفحات الحكومية لتويتر.
3. التعرف على مستوى المشاركة خلال استخدام الصفحات الحكومية لتويتر.

أهمية الدراسة

تلتقي هذه الدراسة مع اهتمامات الدولة في دعم تقديم خدمات الحكومة الإلكترونية، حيث وجّه مجلس الوزراء، الجهات الحكومية وفق القرار رقم 8189 / م ب وتاريخ 19 / 6 / 1426هـ، بتطبيق خدمات الحكومة الإلكترونية التي تشمل (حكومة - مواطنين) (Government to citizen – G2C)؛ ما يعني استخدام تقنية المعلومات والاتصالات لتقديم الخدمات الحكومية للأفراد والتواصل والتفاعل معهم إلكترونياً وبذلك ستفيد نتائج الدراسة في:

1. تسهيل حصول المواطنين على الخدمات الحكومية باعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أحد حلول الحكومة الإلكترونية التي تُسهم في صياغة مستقبل الحكومات وعلاقتها بالمجتمع.
2. قد تسهم نتائج الدراسة في تلفت نظر المسؤولين في القطاع العام وبالتالي يتم تفعيل تلك الصفحات لمواكبة مطالب المجتمع وتوقعاته.
3. ومن المؤمل أن تقدم هذه الدراسة معطيات جديدة في هذا المجال، مما يجعلها أساساً وإطاراً مرجعياً لأية دراسة لاحقة، وتسد النقص الحاصل في المكتبة العربية عامة والسعودية خاصة.

2- الإطار النظري والدراسات السابقة

المتغيرات المتعلقة بالاستخدام الحكومي لتويتر

تتقصى هذه الدراسة ثلاثة متغيرات تتعلق بالاستخدام الحكومي لتويتر، ويناقش هذا الجزء من الدراسة بعض الأدبيات ذات العلاقة.

أولاً: درجة استخدام الصفحات الحكومية على تويتر من قبل المواطنين

هناك العديد من التعاريف لوسائل الإعلام الاجتماعي ومنها تعريف (Khan, 2013: 7) والذي عرّفها بأنها المواقع الإلكترونية والأدوات المباشرة على شبكة الإنترنت التي تُستخدم في تسهيل التواصل بين المستخدمين عن طريق تزويدهم بفرصة تبادل المعلومات والآراء والاهتمامات، وتتألف من مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تتضمن مشاريع تعاونية (مثل الويكيبيديا)، والمدونات (مثل الورد برس) والمدونات الصغيرة (مثل تويتر)، ومجتمعات المحتوى (مثل اليوتيوب) ومواقع التواصل الاجتماعي (مثل الفيسبوك) وكافة المنصات الأخرى القائمة على الإنترنت التي تسهل إنشاء وتبادل المحتوى، وهذا التعريف هو التعريف المتبنى في هذه الورقة.

وأُتاحت أول نسخة من الشبكة العالمية لمعظم مستخدميها قراءة المحتوى الذي تم رفعه عليها، بينما تطورت النسخة الأحدث إلى "شبكة قراءة وكتابة"، حيث تشكيلة واسعة من المستخدمين يساهمون في محتوى وضعه المستخدمون أنفسهم وكذلك ينشؤون أفكاراً جماعياً (Sandoval & Gil, 2012).

وقد طور كل من (Lee & Kwak, 2012) نموذج للحكومة المنفتحة والمعتمدة على وسائل التواصل الاجتماعي التي تتألف من خمس مستويات، ويقترح المؤلفان أن يكون هنالك تسلسل منطقي لقيادة المشاركة العامة المعتمدة على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن على الهيئات العامة أن تركز على تحقيق مستوى نضج واحد في المرة الواحدة،

وبينما تتعامل دراسة لي وكواك مع قدرات بيانات مفتوحة من وجهة نظر الهيئة الحكومية، إلا أن (Khan, 2013) يقترح نموذجاً من ثلاثة مراحل لاستغلال وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع العام من وجهة نظر المواطنين، وبالمثل، فإن (مرجل وبريتشندر، 2013) يقترحان عملية تبني من ثلاث مراحل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع العام. ويقدم الجدول رقم "1" ملخصاً لنماذج الحكومة المعتمدة على وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (1): ملخص النماذج الحكومية المعتمدة على وسائل التواصل الاجتماعي

المصدر	الوصف	نموذج الحكومة مع وسائل التواصل الاجتماعي
(Lee & Kwak, 2012)	يتألف من خمس مستويات لنضج وسائل التواصل الاجتماعي، ويقترح أن يقوم الممارسون بتحقيق مستوى واحد في كل مرة.	النموذج الناضج للحكومة المنفتحة
(Khan, 2013)	يتألف من ثلاث مراحل لمشاركة المواطن في وسائل التواصل الاجتماعي بدء من المرحلة 1 (التحويل الاجتماعي للمعلومات) والانتقال إلى المرحلة 3 (التعامل الاجتماعي).	نموذج الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي
(مرجل وبريتشندر، 2013)	تتألف من ثلاث مراحل لعملية تبني وسائل التواصل الاجتماعي، وهي تنشأ من التجريب غير الرسمي إلى شكل واسع ينطوي على استراتيجية وسياسات لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.	عملية تبني وسائل التواصل الاجتماعي

وتتضمن الحكومة الإلكترونية علاقات من الحكومة إلى الحكومة (G2G) وعلاقات من الحكومة إلى المواطن (G2C) وعلاقات من الحكومة إلى قطاع الأعمال (G2B) وعلاقات من الحكومة إلى الموظفين (G2E) (Sandoval & Gil, 2012; Khan et al., 2012) وعلى مستوى العلاقات من الحكومة إلى الحكومة (G2G) و العلاقات من الحكومة إلى الموظفين (G2E) على سبيل المثال، مواقع التواصل وأدوات شبكة الانترنت 2.0 (المدونات ومواقع التواصل مثل فيسبوك وتويتر) حيث يمكن استخدامها داخل وبين المؤسسات العامة بقصد التعاون والتواصل و مشاركة المعلومات، كما يمكن بالمثل تعزيز العلاقات من الحكومة إلى المواطن (G2C) باستخدام أدوات مثل المدونات وعلى سبيل المثال تويتر. وكما يشير (Effing et al., 2011) فإنه تحت مظلة الحكومة الإلكترونية بدأت مؤخراً المنظمات باستكشاف إمكانيات مواقع التواصل الاجتماعي كأنظمة وتقنيات ميسرة لتسهيل العلاقات مع العملاء. وفي هذا الصدد فإن الأدبيات تتضمن مسميات مختلفة لوصف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع العام مثل الحكومة 2.0 أو حكومة أنجز أمورك بنفسك أو الحكومة المتعاونة أو الحكومة كمنصة أو الحكومة المنفتحة أو الحكومة الاجتماعية أو حكومة الجميع، ومهما كانت التسمية المستخدمة، فإن الهدف الأساسي لتعزيز مكانة وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع العام هي جعل الحكومات أكثر شفافية وانفتاحاً وسهولة الوصول (Khan & Lee, 2014: 608).

انطلاقاً مما سبق، فإن هذا البحث يركز على أداة واحدة من أدوات الشبكة 2.0 وهي التويتر، حيث بدأ استخدامه سنة 2006، ويعد مدونة صغيرة وموقع تواصل اجتماعي، ويمكن أن تكون حسابات المستخدمين عامة أو محمية، كما يتصل المستخدمون بالآخرين إما بـ "متابعة following" آخر مستجداً لهم أو عن طريق "أن تتم متابعتهم followers" (حيث أن التبادلية الثنائية ليست مطلوبة)، وعن طريق متابعة الآخرين فإنه يجري تقديم التغريدات مباشرة إلى المسار الخاص بالمستخدم (small, 2012).

وهناك ظاهرة في الإعلام الاجتماعي تعرف باسم "التغريد" وهي أسلوب تدوين على المستوى الصغير حيث يقوم المستخدم بنشر نص ومن ثم يقوم فوراً بمشاركة تلك المعلومات مع متابعيه، وبالإضافة إلى ذلك، يمكن

تصنيف ما ينشره المستخدم باستخدام "الوسم"، الذي يقوم بجمع البيانات بحيث يمكن البحث فيه من قبل آخرين يبحثون المواد المنشورة حول موضوع معين (Joseph, 2012).

ويشير (Mergel, 2012) إلى أن الهيئات الحكومية تستخدم مجموعة متنوعة من وسائل التواصل الاجتماعي في أربعة أهداف مختلفة، والاستخدام الرئيسي هو بث محتوى الشبكة الحالي عبر وسائل التواصل الاجتماعي الإضافية. ويتفق ذلك مع ما ورد في (تقرير مشاركة المواطن والخدمات العامة في العالم العربي، 2014) الصادر من كلية دبي للإدارة الحكومية والذي يهدف إلى قياس الاتجاهات العامة والتصورات تجاه تبني وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الحكومات العربية لغايات تقديم الخدمة العامة، حيث أن كافة وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية تُستخدم كقنوات اتصال إضافية بموازاة الأشكال التقليدية من التواصل مع مختلف المستفيدين المتعاملين مع الحكومة. ويفسر (مرجل وبريتسشنندر، 2013: 1145) ذلك بأنه في المراحل المبكرة لاعتماد وسائل التواصل الاجتماعي، فإن الأفراد المتحملون للمسؤولية في التنظيمات الحكومية يستخدمون تلك الوسائل كقناة إضافية لتكرار المعلومات المنشورة على قنوات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات المعتمدة بدلاً من استخدام هذه القناة الإضافية في عملية التفاعل الاجتماعي.

ومن جانب آخر، عندما سُئل أفراد الدراسة عن عدد مرات زيارتهم لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الحكومية، أظهرت النتائج أن 63% منهم يزورون الصفحات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي مرة واحدة على الأقل أسبوعياً، وأن 27% أشاروا إلى زيارة صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية بشكل نادر فقط وأن 10% أشاروا إلى أنهم لم يزوروا الصفحات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي أبداً. وفيما يتعلق باستخدام الفعلي لصفحات وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المواطنين لجمع المعلومات حول الخدمات قد ثبت وبشكل يثير الدهشة بأنه منخفض، فقد أشار 0.92% فقط من عينة الدراسة إلى زيارة صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية كملاذ أول للعثور على المعلومات حول الخدمات العامة، حيث يتم الحصول على المعلومات حول الخدمات الحكومية في الغالب عبر استخدام محركات البحث على الإنترنت مثل غوغل أو ياهو، وقد أشار 30% من عينة الدراسة إلى أن محركات البحث هي المصدر الأساسي للحصول على المعلومات الحكومية، ويأتي في المرتبة الثانية الحصول على المعلومات مباشرة من المواقع الحكومية الرسمية، حيث أفاد 27% من المشاركين بأن المواقع الحكومية هي خيارهم الأول للمعلومات حول الخدمات العامة، وهذه النتائج متوقعة في ظل سهولة العثور على المعلومات عبر محركات البحث، وكذلك في ظل حقيقة أن عدداً كبيراً من الجهات الحكومية في المنطقة العربية تميل إلى عدم التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الحصول على المعلومات خلال استخدام الصفحات الحكومية على تويتر

المتغير الثاني من المتغيرات المتعلقة بالاستخدام الحكومي لتويتر هو الحصول على المعلومات ويعرف كلٌّ من (Khan & Lee, 2014) الحصول على المعلومات في سياق وسائل التواصل الاجتماعي على أنه عملية الكسب والعثور على معلومات مفيدة وبسهولة على خدمة الشبكة الاجتماعية، حيث تُعد خدمة الشبكة الاجتماعية معيماً في العثور بسهولة على العديد من المعلومات ذات الصلة بالعمل، كما يمكن تبادل هذه المعلومات بين مستخدمي خدمة الشبكة الاجتماعية. ويرى (مرجل وبريتسشنندر، 2013: 1138) أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة إبداعية لتمثيل الأجهزة الحكومية للتواصل مع المواطنين ولتنشر المعلومات والتعليم الذي لا يمكن تحقيقه من خلال مواقع الإنترنت التقليدية.

وُعد تقديم المعلومات العامة نموذجاً أحادي الاتجاه للإجابة عن التساؤل التالي "ماذا يحدث؟"، فمن خلال عملية التغريد يتم نشر معلومات مفيدة للمواطنين، بحيث تتعلق هذه المعلومات بالجهة الحكومية نفسها أو بجهات أخرى وذلك عن طريق إعادة التغريد، كما قد تتضمن التغريدات تذكير المتابعين بأحداث قادمة يمكن أن يقرروا حضورها (Waters & Williams, 2011). ويجري اليوم استغلال الإعلام الاجتماعي من قبل كثير من الحكومات وعلى كافة المستويات وبطرق مختلفة، مثل إدارة المعرفة، والإعلان عن المناسبات، وحتى في التوظيف (Dadashzadeh, 2010). كما تشير دراسات إلى فعالية استخدام الصفحات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر معلومات كأخبار الطقس والطرق والأمراض والكوارث الطبيعية (Lindsay, 2011; Huang et al., 2010). ويمكن القول، بأن تويتير يقدم للجهات الحكومية قناة سريعة وسهلة للوصول إلى المواطنين، فهي تتيح للحكومة بأن تؤدي واجبها في إبلاغ المواطنين بالمخاطر على الصحة والسلامة العامة (Small, 2012).

ومن بين المجالات العملية التي يساعد فيها الإعلام الاجتماعي الحكومة في توفير خدمات أفضل لمواطنيها هو مجال إدارة الأزمة. ففي الأزمة التقليدية كثيراً ما تكون المعلومات مجزأة ويكون من الصعب فهمها، علماً بأن المعلومات المفيدة هي ما يحتاج إليه بالضبط كل من الحكومات والمواطنين في مواقف الأزمات، وهنا يوفر الإعلام الاجتماعي الوسائل المهمة للناس لتحديث مواقع الإعلام الاجتماعي من أجهزة الجوال بمعلومات حديثة. وفي الظروف الاعتيادية، فإن الحكومات تستغرق وقتاً لجمع التقارير وتحليلها، لكن باستخدام الإعلام الاجتماعي تستطيع الحكومات مراقبة المواقع وجمع تشكيلة واسعة من التقارير حول الوضع الذي يرسم صورة عامة عن الحادث، ويساعد هذا في توفير وقت كبير ويزيد من سرعة حصول الحكومات والمواطنين على المعلومات خلال الأزمة (Tobias, 2011).

كما تُعد الأوسام (الهاشتاغ) على تويتير كلمات مفتاحية قابلة للبحث، فكل وسم يركز على قضية واحدة محددة، وهي تستخدم بكثرة في تحديثات تويتير حيث تظهر باستخدام الإشارة (#) وتتطور في العادة دون توجيه رسمي وهي تربط كافة تلك الأطراف المعنية التي تريد أن تشارك في محادثة حول موضوع واحد، وفي كثير من الحالات تكون تلك الأوسمة مركزاً للمعلومات التي يمكن أن تكون مفيدة بالنسبة للحكومة (Mergel, 2012).

وبشير (تقرير مشاركة المواطن والخدمات العامة في العالم العربي، 2014) إلى أنه لا يزال يُنظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أنها مصدر أحادي الاتجاه للمعلومات بالنسبة لغالبية الذين يستفيدون من وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الحكومة، فإن معظم الاستخدام الشائع حتى الآن (74%) كان الدخول إلى المعلومات الموجودة على الخدمات والهيئات الحكومية، ويعادل هذا أكثر من نصف المشاركين في الاستطلاع، لذا فعلى الرغم من أن كثيرين قد أشاروا إلى أن صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية لم تكن الخيار الأول للوصول إلى المعلومات عن الخدمات العامة، ولكنها تبقى مصدراً مهماً للمعلومات بالنسبة لغالبية الناس الذي يترددون على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي هذه.

كما ركزت دراسة (Khan et al, 2014) على التحول من الحكومة الإلكترونية إلى الحكومة الاجتماعية باستخدام موقع تويتير من قبل الحكومة المركزية في كوريا، وأنماط استخدام التواصل الاجتماعي من الحكومة إلى المواطن ومن الحكومة إلى الحكومة، حيث تمت دراسة التفاعل الاجتماعي 32 وزارة على موقع تويتير، وأشارت النتائج بأن المؤسسات الحكومية الكورية قد استخدمت تويتير على نطاق واسع مع المواطنين، بهدف الترويج بالمعلومات وذلك على شكل تغريدات أو ارتباطات تشعبية لتقديم الخدمات، مما يزيد من وعي المواطنين بالخدمات العامة. وفي هذا الجانب، هدفت دراسة (Khan & Lee, 2014) إلى التعرف على مخاطر ومنافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الهيئات العامة. ولهذا الغرض، فقد تم وضع نموذج بحثي واختباره في استطلاع أجري على 289 موظفاً من

موظفي القطاع الحكومي يعملون في ستة معاهد بحثية حكومية في كوريا الجنوبية، وقد توصلت الدراسة إلى أن المنافع (المشاركة الاجتماعية، والحصول على المعلومات) تؤثر بشكل كبير على رضا موظفي القطاع العام ونيتهم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أي أن حصول المواطنين على المعلومات من خلال الصفحات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من رضاهم تجاهها. وفي الجانب الحكومي، فقد جرى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين التواصل مع المواطنين وذلك من خلال تقديم المعلومات التي تزيد من وعيهم (Kim et al, 2013). وتتفق هذه النتيجة مع ماورد في دراسة (Small, 2012) حيث ركزت على تحليل المحتوى لتغريدات الحكومة الكندية، فقد تمت أرشفة 1.246 تغريدة، وتوصلت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من التغريدات على صفحات الوزارات والهيئات الحكومية تركز على تقديم المعلومات. كما تدعم هذه النتيجة دراسة كل من (Waters & Williams, 2011) التي تناولت كيفية استخدام تويتر من قبل الجهات الحكومية للتواصل مع جمهورها، عبر تحليل محتوى لـ 1800 تغريدة من 60 جهة حكومية، توصلت الدراسة إلى أن الجهات الحكومية تركز على تقديم المعلومات العامة من خلال صفحاتها على تويتر، ويتضمن ذلك إعلانات وتواريخ لأحداث قادمة ومعلومات وتقارير من منظمات خارجية، وبشكل عام وجدت الدراسة أن العينة العشوائية لحسابات تويتر التي تعالج شؤون عامة استخدمت أربعة نماذج للعلاقات العامة في حسابات متنوعة، حيث كان النموذج السائد للاتصالات هو المعلومات العامة بنسبة (85%) والذي يركز على المساهمة الأحادية الاتجاه للرسائل التي تتضمن معلومات وحقائق.

ثالثاً: مشاركة المواطنين خلال استخدام الصفحات الحكومية على تويتر

المتغير الثالث الذي تحت الدراسة هو مشاركة المواطنين، فوسائل التواصل الاجتماعي تقدم وعوداً ليس بنشر المعلومات الحكومية فقط، لكنها تحمل إمكانية لزيادات التفاعل والعمليات ويكون ذلك بناءً على تدفق المعرفة الإبداعية من المستفيدين لتغيير العمليات الحكومية (Mergel, 2012)، حيث أن التطور في مجال تقنيات التواصل الاجتماعي يمكن أن يسمح للحكومة بالانتقال إلى مرحلة التفاعل، من خلال إتاحة الفرصة للمواطنين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التفاعل من جهتين مع الوكالات الحكومية (Khan et al, 2014). وما يسمى بـ (ويب 2.0) هو الذي عمل على تغيير الإنترنت عن طريق السماح للمتصفحين السلبيين للشبكة السابقة لأن يصبحوا مبدعين نشطين للمحتوى (Dadashzadeh, 2010). ويرى (Wigand, 2010: 163) إلى أن تبني أنشطة الشبكة 2.0 يتطلب تحولاً في التركيز من نشر المعلومات إلى تبادلها، ومن مستهلكين سلبيين للمعلومات إلى مستخدمين تفاعليين وتشاركيين قادرين على أن يطلقوا محتوى، وهو ما يطلق عليه (Linders, 2012) التحول من الحكومة الإلكترونية (المواطن كعميل) إلى الحكومة الاجتماعية (المواطن كشريك)، فالهيئات الحكومية تحاول سحب المعلومات من المواطنين عبر قنوات وسائل التواصل الاجتماعي، ويستخدم هذا التكتيك لزيادة المشاركة بحيث يُطلب من المواطنين أن يقدموا آراؤهم (Mergel, 2011: 10). كما تستخدم الهيئات الحكومية وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد للاتصال بمن تخدمهم (Kim et al, 2013) وتمتع هذه الاتصالات بإمكانية تقديم الخدمات الحكومية، وتحصيل أفكار جديدة، وتحسين عملية صناعة القرار وحل المشكلات (Bertot, 2012; Dadashzadeh, 2010). وكما يفيد (Mergel, 2012) فإن إتاحة المجال للحكومة لتكون "اجتماعية" عن طريق استخدام تطبيقات وسائل تواصل اجتماعي تعني تحقيق توازن بين السلوك الإبداعي للمواطنين وتفاعلاتهم مع الحكومة والنظر في كيفية دمج هذه الإبداعات في عمليات حكومية، وحيث أن دلالات الانتقال إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تعني أن على الهيئات الحكومية البقاء منفتحة أمام السلوك الاجتماعي للمواطنين، وعليها في نفس الوقت أن تتجاوب باستمرار للتغيرات التقنية التي تُبقي الوضع الراهن في تغير مستمر.

وتُعد الصفحات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي أداة مناسبة لتفعيل مشاركة المواطنين في عمليات صنع السياسة بسبب خصائص وسائل التواصل الاجتماعي التي تمكّن من تبادل المعلومات، كما أن المشاركة التي لا تقوم على التمييز تؤدي إلى تسهيل التواصل والعلاقات المباشرة على الإنترنت بين الجهات الحكومية والمواطنين (Aharony, 2012). وتكشف الأدبيات عن أن تبادل المعلومات والمعارف هو دافع ضروري لاستخدام خدمة الشبكة الاجتماعية. حيث أن التوقعات من جانب المواطنين تزداد بالنسبة للتبادلات والاستجابات المباشرة على التعليقات والأسئلة التي يتم نشرها (Mergel, 2012). وفي القطاع العام، فإن وسائل التواصل الاجتماعي تعمل كوسيلة لاستقبال معلومات حيوية عن مختلف البيئات من المواطنين، والتي يكون من الصعب الحصول عليها بغير ذلك. وإن وسائل التواصل الاجتماعي على سبيل المثال يمكن أن تكون وسيلة جيدة للحصول على تغذية راجعة، وكذلك مخاوف وشكاوى المواطنين حول الإجراءات الحكومية، ويمكن لهذا أن يكون مفيداً جداً للحكومات إذا تم استخدامه بشكل إيجابي لتحسين الخدمات الحكومية (Khan & Lee, 2014).

ونتيجةً لذلك، فإننا قد نشهد ظهور ما يُطلق عليه (Long, 2002: 12) "نوع جديد من العقد الاجتماعي" الذي يلعب فيه المجتمع دوراً أكثر فاعلية في عمل حكومته، وفي هذا الترتيب الجديد، فإن الحكومة ستواصل توفير القوانين والمنصات الإلكترونية، بينما المواطنون والتجمعات البشرية تتولى مسؤولية أكبر مقابل مشاركة أكبر. ويمكن لهذه المشاركة المتزايدة بدورها أن تكون ذات تأثير إيجابي على كيفية عمل الحكومة، فبناء على ما يرى (Picazo et al., 2012) فإن الإعلام الاجتماعي مسؤول عن تغيير علاقة القوة بين المواطنين وحكوماتهم، وأن التغيير قد ينتج عن تشكّل حكومات أكثر شفافية.

وعلى الرغم من إمكانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كقناة لتقديم التغذية الراجعة، إلا أنه عندما يتعلق الأمر بتقديم تغذية راجعة على الخدمات الحكومية، فيبدو أن هنالك عدة عوائق بالنسبة للمواطنين من أجل القيام بذلك في المنطقة العربية، حيث توصلت دراسة ميدانية إلى أن أغلب عينة الدراسة (57%) لم يفعلوا ذلك أبداً، بينما (43%) من العينة أشاروا إلى أنهم قد قدموا في مرحلة ما تغذية راجعة حول الخدمات الحكومية، ومن بين أولئك الذين قدموا تغذية راجعة، فإن معظمهم قاموا بذلك عبر النماذج الإلكترونية على الإنترنت، وقد بلغت نسبة من قدموا التغذية الراجعة من خلال الصفحات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي (11%)، بينما (2%) فقط قد غردوا عبر تويتر مباشرة إلى مسؤول في جهة حكومية (تقرير مشاركة المواطن والخدمات العامة في العالم العربي، 2014).

وفي دراسة (Khan et al., 2014) حول التحول من الحكومة الإلكترونية إلى الحكومة الاجتماعية باستخدام موقع تويتر من قبل الحكومة المركزية في كوريا، والتي تمت الإشارة إليها سابقاً، فقد توصلت إلى أن استراتيجية التواصل الحكومية المستخدمة حالياً لا تحفز المواطنين على مشاركتهم بالأنشطة الحكومية، أي أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست أداة تواصل ثنائية بين الحكومة والمواطنين، لكنها تلعب دوراً مفيداً بتعزيز علاقات المؤسسات الحكومية مع بعضها، وهنا يجب على المؤسسات الحكومية صياغة استراتيجيات لإعلامهم الاجتماعي عن طريق اتخاذ نهج ثنائي المسار لإدارة التواصل الاجتماعي.

كما أجرى (Snead, 2013) دراسة استكشافية لبحث استخدام الهيئة التنفيذية لوسائل التواصل الاجتماعي، وقد توصلت الدراسة إلى أن الناس يتواصلون ويشاركون باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للبقاء على اطلاع حول أنشطة الحكومة، وقدم الباحث مزيداً من الاقتراحات لتحسين مشاركة المستخدمين مثل توفير وصلات لمواقع التواصل الاجتماعي للجهة الحكومية في أعلى أو بالقرب من أعلى موقع الجهة على صفحتها الرئيسية، وتوفير آليات للتغذية الراجعة بالنسبة لتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي للجهة الحكومية والتي يتم إنتاجها داخلياً،

ونشر إحصاءات بخصوص استعمال الوسائل وتعليقات المشاركين، وكذلك ترشيح شخص من الجهة الحكومية يتم تخصيصه للتواصل مع الناس.

ويرى كلٌّ من (Linke & Zerfass, 2013; Mergel, 2011) أن المنظمات لا زالت تفتقر إلى الهياكل المناسبة والثقافات والاستراتيجيات الخاصة بالأنماط التشاركية للاتصال المباشر على الإنترنت، وبالتالي فهناك حاجة لظهور أنماط جديدة تدعم وتعزز تلك التشاركية. فتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي تنتشر ببطء في جميع مستويات الأجهزة الحكومية حيث يتأثر اعتماد واستخدام هذه الوسائل بمتغيرات تنظيمية مشابهة لتلك المتغيرات المؤثرة في اتخاذ القرارات المتعلقة بالجيل السابق من تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات (مرجل وبريتسشندر، 2013: 1127). وتنسجم هذه النتيجة مع ما ورد في دراسة (Small, 2012) حيث ركزت على تحليل المحتوى لتغييرات الحكومة الكندية، وتوصلت إلى أن تويتر ليس مستخدماً بكثرة من قبل الحكومة الكندية، إلا أنه عندما يستخدم فإن تقديم الخدمة يهيمن على ذلك، أما المشاركة والتعليق و/أو المناقشات فلم تكن موجودة عملياً. وتظهر التغييرات ذات التوجه الخدماتي بأن حكومة كندا تستخدم تويتر بنفس الطريقة التي فعلت بها في عصر الشبكة 1.0 بدلاً من الاستفادة من السمات التشاركية للشبكة 2.0.

وتدعم هذه النتيجة دراسة (Waters & Williams, 2011) التي تمت الإشارة إليها سابقاً، حيث تناولت كيفية استخدام تويتر من قبل الجهات الحكومية للتواصل مع جمهورها، وتوصلت إلى أن الهيئات الحكومية اعتمدت بشكل أساسي على التواصل أحادي الاتجاه الذي سعى إلى الإبلاغ والتثقيف بدلاً من المحادثات الثنائية الاتجاه. ويمكن تفسير ذلك بأن الأفراد المتحمليين للمسؤولية تجاه وسائل التواصل الاجتماعي في الأجهزة الحكومية، يستخدمونها بطريقة تقليدية مشابهة لاستخدامهم للموقع الإلكتروني للمنظمة، وذلك بالتواصل من جهة واحدة عن طريق نشر المعلومات على الموقع دون السماح بالتفاعل مع الجمهور (مرجل وبريتسشندر، 2013: 1138).

3- منهجية الدراسة

اعتماداً على طبيعة أهداف هذه الدراسة، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الجانب المكتبي (النظري)، والذي تم تكوينه عن طريق الرجوع إلى مصادر البيانات الثانوية متمثلاً في مسح الإنتاج العلمي حول الموضوعات المتعلقة بالاستخدام الحكومي لتويتر، حيث كان الهدف من ذلك تقديم تغطية وافية للأدبيات المتعلقة بالموضوع محل الدراسة، أما الجانب الثاني فهو الجانب الميداني، ويتمثل في استخدام المصادر الأولية لجمع البيانات وهي الاستبانة -سيتم تناول أجزاءها فيما بعد- وذلك تمهيداً لتحليل وتفسير نتائج الدراسة المختلفة.

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع أفراد المجتمع السعودي، وقد تم اختيار العينة الميسرة "المتاحة"، حيث قامت الباحثة بإعداد استبانة إلكترونية تم إرسالها عبر البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي كتويتر والفيس بوك، وقد بلغ عدد الاستجابات (342) استبانة، كان المكتمل منها والصالح للتحليل الإحصائي (334) استبانة.

4- النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج التالية:

أولاً: الخصائص الشخصية لعينة الدراسة:

إن النسبة الكبرى من مفردات الدراسة تراوحت أعمارهم من 20 إلى أقل من 30 سنة وذلك بنسبة (67%) وتتفق هذه النتيجة مع ما سبقت الإشارة إليه، حيث يجري تبني وسائل التواصل الاجتماعي من قبل نسبة أعلى من الشباب في العالم (Josehp,2012)، كما أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة حاصلين على بكالوريوس حيث بلغت نسبتهم (82.6%).

ثانياً- التعرف على درجة الاستخدام الحكومي لتويتر:

أوضحت الدراسة أن (15%) من عينة الدراسة كان خيارهم الأولي هو استعراض الصفحات الحكومية على تويتر للحصول على المعلومات، في حين أن ما يقارب من نصف العينة (49%) يستخدمون محرك بحث عام على الإنترنت كخيار أولي للحصول على المعلومات حول الخدمات الحكومية، وترى الباحثة بأن هذه النتائج متوقعة في ظل سهولة العثور على المعلومات عبر محركات البحث، وكذلك في ظل حقيقة أن عدداً من المنظمات الحكومية لا يتوافق تصميم مواقعها الإلكترونية مع متصفحات أجهزة الجوال، كما تميل إلى عدم التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى ضعف معدل تحديث معلوماتها وأخبارها على المنصات الإلكترونية، مما يعكس ضعف الوعي الإداري حيال أهمية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في المجتمع السعودي. وذلك يتعارض مع معايير ومتطلبات إدارة المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي التي أساسها التحديث الفوري والمستمر والتفاعلية الآنية. كما بينت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف العينة (55%) يزورون الصفحات الحكومية على تويتر مرة واحدة في الأسبوع على الأقل، بالإضافة إلى (15%) يزورونها عدة مرات في اليوم، كما أن (12%) يزورونها مرة واحدة في اليوم، في حين أن (8%) من عينة الدراسة لا يزورون الصفحات الحكومية على تويتر بتاتاً، وترى الباحثة أن ذلك قد يعود لأننا لازلنا في مرحلة مبكرة من مراحل اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي، فإنه كما ذكر (مرجل وبريتشندر، 2013: 1145) قد يتم استخدام تلك الوسائل كقناة إضافية لتكرار المعلومات المنشورة على المواقع الرسمية المعتمدة بدلاً من استخدام هذه القناة الإضافية في عملية التفاعل الاجتماعي.

ومن جانب آخر أشارت النتائج إلى أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة تستخدم الصفحات الحكومية على تويتر لغرض الحصول على معلومات عن الخدمات والجهات الحكومية وذلك بما نسبته (88%). فعلى الرغم من أن كثيرين قد أشاروا إلى أن صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية لم تكن الخيار الأول للوصول إلى المعلومات عن الخدمات العامة، ولكنها تبقى مصدراً مهماً للمعلومات بالنسبة لغالبية الناس الذين يترددون على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي هذه. كما بلغت نسبة مستخدمي الصفحات الحكومية على تويتر لغرض تقديم ملاحظات أو تحسينات جديدة على الخدمات الحكومية (9%)، وهنا تستنتج الباحثة استغلال أفراد العينة بشكل رئيسي للصفحات الحكومية على تويتر للوصول إلى المعلومات حول الخدمات العامة، ولكن ليس بنفس الدرجة لتقديم الملاحظات، في حين أن (3%) فقط من عينة الدراسة يستخدم الصفحات الحكومية على تويتر لغرض تقديم شكوى على المشكلات الحكومية، مما يشير إلى رغبة ناشئة لاستخدام صفحات وسائل التواصل الاجتماعي عندما تكون متاحة لغرض التغذية العكسية.

ثالثاً- الحصول على المعلومات خلال استخدام الصفحات الحكومية على تويتر:

يرى ثلاثة أرباع مفردات الدراسة أن استخدام الصفحات الحكومية على تويتر ساعدهم في الحصول على المعلومات المطلوبة بسهولة وبسرعة، كما أفاد (60%) من عينة الدراسة أن استخدام الصفحات الحكومية على تويتر يساعدهم في التعرف على مستجدات وأنشطة الجهات الحكومية، وترى الباحثة أن ذلك قد يعود إلى أن الكثير من

المشاركين في الدراسة يستخدمون حسابات وسائل تواصل اجتماعي حكومية محددة ذات تأثير عالي في وظيفتهم أو دراستهم (مثلاً طلاب يزورون صفحة الجامعة وشؤون الطلاب على تويتر أو معلمين يزورون صفحة شؤون المعلمين)، حيث أن الاستطلاع لم يميز بين التصنيفات المختلفة للخدمات الحكومية. ومن جانب آخر أجاب ربع العينة (25%) بعدم موافقتهم على العبارة السابقة، ويمكن تبرير ذلك بعدم التحديث المستمر لبعض الصفحات الحكومية على تويتر، فمن المهم بالنسبة للقائمين على حسابات تويتر أن يبقوا نشطين، فعندما يجد الأفراد المهتمون بمنظمة ما أن لها حساب على تويتر ولا يتم تحديثه باستمرار، سيقل اهتمامهم بها، علماً بأن المنظمات التي تحرص على التحديث المنتظم من الممكن أن تبني علاقات جيدة مع المواطنين سواء كانت تشارك في نماذج اتصالات أحادية أو ثنائية الاتجاه.

كما يتضح من نتائج الدراسة أن ما يقارب نصف العينة (49%) غير راضين عن مستوى المعلومات التي يتلقونها من الصفحات الحكومية على تويتر، وذلك قد يعكس التطلعات العالية من قبل أفراد العينة تجاه ما تقدمه الصفحات الحكومية على تويتر، بالإضافة إلى محدودية حضور الجهات الحكومية على منصات التواصل الاجتماعي.

رابعاً- المشاركة خلال استخدام الصفحات الحكومية على تويتر:

يتضح من نتائج الدراسة أن قرابة نصف العينة (48%) لا يساعدهم استخدام الصفحات الحكومية على تويتر في المشاركة مع الجهات الحكومية، كما أن أكثر من نصف أفراد العينة (54%) لا يساعدهم استخدام الصفحات الحكومية على تويتر في التواصل بشكل ثنائي الاتجاه مع الجهات الحكومية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Khan et al., 2014 ; Waters & Williams, 2011) التي توصلت إلى أن الهيئات الحكومية اعتمدت بشكل أساسي على التواصل أحادي الاتجاه الذي سعى إلى الإبلاغ والتثقيف بدلاً من المحادثات الثنائية الاتجاه، أي غالبية أفراد العينة لا يزالون يستغلون الجوانب المعلوماتية وليست التواصلية للصفحات الحكومية على تويتر، ويمكن للباحثة أن تعزو ذلك إلى وجود عدد من المعوقات، كما أسفرت الدراسة عن أن (54%) من أفراد العينة غير راضين عن مستوى مشاركتهم عبر الصفحات الحكومية على تويتر وقد يعود ذلك إلى أن قنوات وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الحكومة لا تزال في مرحلة ناشئة في المملكة العربية السعودية.

التوصيات:

في ضوء ما تقدم من النتائج التي تم التوصل إليها يمكن وضع مجموعة من التوصيات للتركيز على عملية التواصل وتحسينها والارتقاء بعملية الاتصال الحكومي ورفع معدلات الوصول إلى شرائح متعددة من المواطنين، وذلك يستلزم بضعة خطوات من جانب الجهات الحكومية، منها:

1. التحول الفعلي داخل الحكومات تجاه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وذلك يتضمن إعداد المعايير والسياسات للمنظمات الحكومية لتحقيق سلوك مقبول على الإنترنت يحقق تفاعل المواطنين مع الحكومة من خلال قنوات التواصل الاجتماعي الرسمية، وربط معدل قياس أداء المؤسسات والقائمين عليها بدرجة مستوى التواصل مع جمهورها ونسبة الرضا الوظيفي، وقد يكون من المناسب تشكيل لجنة وزارية عليا لمتابعة تنفيذ برامج التواصل مع المجتمع المحلي عبر الشبكات الاتصالية الجديدة.
2. الاهتمام ببناء قدرات موظفي الحكومة وذلك يتضمن وجود فريق محترف لإدارة المحتوى، أو إيجاد منصب لمدير وسائل التواصل الاجتماعي يوجد له وصف وظيفي رسمي يوضح معايير النجاح لهذه الوظيفة، أو تأسيس قسم مخصص لوسائل التواصل الاجتماعي، فالتغريدات يجب أن تعمل بشكل دوري على الربط

بالحسابات الأخرى للمنظمة (ربط حسابات تويتر باليوتيوب والفيس بوك مثلاً)، من أجل توسيع مجتمعها على شبكة التواصل الاجتماعي.

3. توعية النخب الإدارية وأفراد المجتمع بإيجابيات استخدام الصفحات الحكومية على تويتر كأداة فعالة في خلق التواصل بين المنظومة الإدارية والمنظومة الاجتماعية خاصة في حالات الطوارئ، وتشجيع الجمهور على تفهم خطط وبرامج الوزارات والمؤسسات الحكومية.

قائمة المراجع

أولاً- المراجع العربية:

- كلية دبي للإدارة الحكومية، برنامج الحوكمة والابتكار. (2014). مشاركة المواطن والخدمات العامة في العالم العربي: إمكانات وسائل الإعلام الاجتماعي. الإصدار السادس. عنوان الموقع على الشبكة <http://www.mbrsg.ae/getattachment/e9ea2ac8/-b8f1f405cab3/Citizen-9104-cd74-dd13-wwww.mbrsg.ae/getattachment/e9ea2ac8//:http> [2014, Dec19] Arab.aspx-the-in-Services-Public-and-Engagement
- مرجل، إنس، وبريتسشندر، ستاورت. (2013). نموذج من ثلاث مراحل لاعتماد وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها في الأجهزة الحكومية. (ترجمة جعفر العلوان). الإدارة العامة، مج (53)، ع (4)، ص ص 1127-1153.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

- Bertot, J.C., Jaeger, P.T. and Hansen, D. (2012), "The impact of polices on government social media usage: issues, challenges, and recommendations", **Government Information Quarterly**, Vol. 9 No. 1, pp. 30-40.
- Effing, R., van Hillegersberg, J. and Huibers, T. (2011), "Social media and political participation: are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems?", in Tambouris, E., Macintosh, A. and de Bruijn, H. (Ed.), **Electronic Participation**, Springer, Berlin, pp. 25-35.
- Golden Pryor, M., Wulf, M., Alanazi, W., Alhamad, N., & Shomefun, O. (2014). THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN TRANSFORMING GOVERNMENTS AND NATIONS. **International Journal Of Business & Public Administration**, 11(1), 19-30
- Khan, G. F., Yoon, H. Y., Kim, J., & Park, H. W. (2014). From e-government to social government: Twitter use by Korea's central government. **Online Information Review**, 38(1), 95-113.
- Khan, G., Swar, B., & Lee, S. (2014). Social Media Risks and Benefits: A Public Sector Perspective. **Social Science Computer Review**, 32(5).
- Khan, G.F., Moon, J., Park, H.W., Swar, B. and Rho, J. (2011), "A socio-technical perspective on e-government issues in developing countries: a scientometrics approach", **Scientometrics**, Vol. 87 No. 2, pp. 267-86.
- Khan, G.F., Yoon, H.Y. and Park, H.W. (2012), "Social media use in public sector: a comparative study of the Korean & US Government", **presented at the ATHS Panel during the 8th International**

Conference on Webometrics, Informatics and Scientometrics & 13th COLLNET Meeting, 23-26 October, Seoul.

- Kim SK, Park MJ and Rho JJ (2013) Effect of the government's use of social media on the reliability of the government: Focus on Twitter. **Public Management Review**
- Lee, G., & Kwak, Y. H. (2012). An open government maturity model for social media-based public engagement. *Government Information Quarterly*, 29, 492–503.
- Lindsay, B.R. (2011), *Social Media and Disasters: Current Uses, Future Options, and Policy Considerations*, **Congressional Research Service**, Washington, DC.
- Linke, A., & Zeffass, A. (2013). Social media governance: regulatory frameworks for successful online communications. **Journal Of Communication Management**, 17(3), 270-286
- Long, M. (2002). Beyond traditional boundaries: Government in the information age. **Australian Journal of Public Administration**, 67(1), 3–12.
- Mergel, I. (2012). The social media innovation challenge in the public sector. **Information Polity: The International Journal Of Government & Democracy In The Information Age**, 17(3/4), 281-292
- Mergel, Ines. (2011). **The Use of Social Media to Dissolve Knowledge Silos in Government**. In Public Management and Change series. Washington, DC: Georgetown University Press.
- Picazo-Vela, S., Gutiérrez-Martínez, I., & Luna-Reyes, L. F. (August 2012). Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector. **Government Information Quarterly**, 29(1), 504–511.
- Pryor, M., Wulf, M., Alanazi, W., Alhamad, N., & Shomefun, O. (2014). THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN TRANSFORMING GOVERNMENTS AND NATIONS. **International Journal Of Business & Public Administration**, 11(1), 19-30
- Sandoval-Almazan, R. and Gil-Garcia, J.R. (2012), "Are government internet portals evolving towards more interaction, participation, and collaboration? Revisiting the rhetoric of e-government among municipalities", **Government Information Quarterly**, Vol. 29 No. 1, pp. S72-81.
- Small, T., (2012). e-Government in the Age of Social Media: An Analysis of the Canadian Government's Use of Twitter. **Policy and internet**, 4 (3).
- Snead, J. T. (2013). Social media use in the U.S. executive branch. **Government Information Quarterly**, 30, 56–63.
- Waters, R. D., & Williams, J. M. (2011). Squawking, tweeting, cooing, and hooting: analyzing the communication patterns of government agencies on Twitter. **Journal Of Public Affairs**, 11(4), 353-363
- Dadashzadeh, M. (November 2010). Social media in government: from eGovernment to eGovernance. **Journal of Business & Economics Research**, 8(11), 81-6.

- Tobias, E. (June 24, 2011). Using Twitter and other social media platforms to provide situational awareness during an incident. **Journal of Business Continuity & Emergency Planning**, 5 (3), 208-23.
- Joseph, S. (January 01, 2012). Social media, political change, and human rights. **Boston College International and Comparative Law Review**, 35(1), 45.
- Linders, D. (July 2012). From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media. **Government Information Quarterly** 29(1), 446-454.
- Huang, C., Chan, E. and Hyder, A.A. (2010), "Web 2.0 and internet social networking: a new tool for disaster management? Lessons from Taiwan", **Medical Informatics and Decision Making**, Vol. 10 No. 57, pp. 1-5.
- Khan, G. F. (2013). The government 2.0 utilization model and implementation scenarios. **Information Development** (SSCI). Online first.
- Wigand, F. Dianne Lux. 2010. "Adoption of Web 2.0 by Canadian and U.S. Governments." In **Comparative E-government: An Examination of E-government Across Countries**, ed. Christopher G. Reddick. New York, NY: Springer Integrated Series in **Information Systems**, 161–81.

ملحق (أ)

الاستبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته أما بعد
يهدف هذا الاستبيان إلى التعرف على واقع الاستخدام الحكومي لتويتر كأحد وسائل التواصل الاجتماعي، و
ترجو الباحثة من سعادتكم الإجابة عن عبارات الاستبيان جميعها .
علماً أن البيانات ستكون سرية ولن تستخدم إلا لأغراض الدراسة والبحث العلمي فقط.
شاكراً لكم حسن تعاونكم والله يبرعكم ،،

الباحثة

حصّة الرتيق

أولاً البيانات الديموغرافية:

أ- العمر:

- من 15 إلى أقل من 25 سنة
- من 25 إلى أقل من 35 سنة
- من 35 إلى أقل من 45 سنة
- من 45 إلى أقل من 55 سنة
- 55 سنة فأكثر

ب- المستوى التعليمي:

- الثانوية العامة أو أقل
- دبلوم
- بكالوريوس
- ماجستير
- دكتوراه

ثانياً: واقع استخدام الصفحات الحكومية على تويتر

أ- عند البحث عن معلومات حكومية، خيارى الأول عادةً هو:

- استعرض الصفحات الحكومية الرسمية على تويتر (عند توفرها)
- استخدم تطبيقات الحكومة على الهواتف المتحركة
- أذهب إلى الموقع الإلكتروني للجهة الحكومية المعنية.
- استخدم محرك بحث عام على الإنترنت (قوقل أو ياهو)
- أجرى مكالمة هاتفية مع الجهة الحكومية المعنية

ب- أزور الصفحات الحكومية على تويتر:

- عدة مرات في اليوم.
- مرة واحدة في اليوم.
- مرة واحدة في الأسبوع على الأقل.
- نادراً
- بتاتاً

ج- استخدم الصفحات الحكومية على تويتر بصورة أولية للغاية التالية:

- الحصول على معلومات عن الخدمات والجهات الحكومية.
- أقدم ملاحظات أو تحسينات جديدة على الخدمات الحكومية.
- أقدم شكوى على مشكلات الخدمات الحكومية.

ثالثاً: الحصول على المعلومات من خلال استخدام الصفحات الحكومية على تويتر:

أ- يساعدني استخدام الصفحات الحكومية على تويتر في الحصول على المعلومات المطلوبة

- موافق
- محايد
- غير موافق

ب- يساعدني استخدام الصفحات الحكومية على تويتر في الحصول على المعلومات بسهولة وسرعة

- موافق

- محايد
- غير موافق

ج- يساعدني استخدام الصفحات الحكومية على تويتري في التعرف على مستجدات وأنشطة الجهات الحكومية

- موافق
- محايد
- غير موافق

د- أنا راض عن مستوى المعلومات التي ألقاها من الصفحات الحكومية على تويتري:

- موافق
- محايد
- غير موافق

رابعاً: المشاركة من خلال استخدام الصفحات الحكومية على تويتري:

أ- يساعدني استخدام الصفحات الحكومية على تويتري في المشاركة مع الجهات الحكومية

- موافق
- محايد
- غير موافق

ب- يساعدني استخدام الصفحات الحكومية على تويتري في التواصل بشكل ثنائي الاتجاه (تبادل معلومات) مع

الجهات الحكومية

- موافق
- محايد
- غير موافق

ج- يساعد استخدام الصفحات الحكومية على تويتري في المشاركة مع الجهات الحكومية من قبل جميع شرائح

المجتمع

- موافق
- محايد
- غير موافق

د- أنا راض عن مستوى مشاركتي عبر الصفحات الحكومية على تويتري

- موافق
- محايد
- غير موافق