



وزارة الاتصال الحكومي

الخطة الاستراتيجية

2028 - 2026





حضرة صاحب الجلالة الهاشمية
الملك عبدالله الثاني ابن الحسين



حضرة صاحب السمو الملكي
الأمير الحسين بن عبدالله الثاني
ولي العهد

5	1. الملخص التنفيذي
6	2. مقدمة
6	2.1 تمهيد
7	2.2 منهجية إعداد الخطة الاستراتيجية
10	2.3 بنية الخطة الاستراتيجية
11	3. أصحاب المصلحة وإدارة العلاقة معهم
14	4. الاتجاهات العالمية الناشئة في الإعلام والاتصال الحكومي
14	4.1 التحول من الإعلام إلى الاتصال الحكومي
15	4.2 التفاعل الرقمي
15	4.3 الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات
16	4.4 الإعلام التفاعلي والمحتوى الرقمي
16	4.5 التحقق من الأخبار ومكافحة الشائعات
17	4.6 الاتصال الحكومي الموجه
17	4.7 تحسين مستوى الشفافية
18	4.8 تبني استراتيجيات اتصال متعددة القنوات
19	4.9 مشاركة المواطن في صناعة المحتوى
20	5. المرجعيات الوطنية للاستراتيجية
22	6. التحليل الاستراتيجي
27	7. القضايا الاستراتيجية
30	8. التوجه الاستراتيجي
30	8.1 الرؤية
31	8.2 الرسالة
32	8.3 القيم الجوهرية
34	9. الأهداف الاستراتيجية
34	9.1 تعزيز الثقة بين الحكومة والمواطنين
34	9.2 رفع جاهزية منظومة الاتصال الحكومي
34	9.3 نشر الدعاية الإعلامية والمعلوماتية
35	9.4 إبراز إنجازات وإسهامات المملكة إقليمياً ودولياً
35	9.5 موازنة القضايا الاستراتيجية مع الأهداف الاستراتيجية
37	10. الممكنات الاستراتيجية
38	11. إدارة المخاطر
39	12. الخاتمة

تضع الخطة الاستراتيجية لوزارة الاتصال الحكومي للأعوام 2026 - 2028 إطارًا عمليًا لتطوير منظومة الاتصال الحكومي في الأردن، بما يضمن توحيد الخطاب، ورفع موثوقية الرسالة الرسمية، وتعزيز قدرة الحكومة على التواصل الفعال مع المواطنين والشركاء محليًا ودوليًا، وبما يواكب التحولات المتسارعة في البيئة الإعلامية والرقمية.

تنطلق الخطة من رؤية واضحة تتمحور حول بناء منظومة اتصال حكومي تحسّن جودة الرسائل الحكومية، وتسرّع الاستجابة للأحداث والقضايا، وتعزز الثقة بالمعلومة الرسمية من خلال سياسات وإجراءات اتصال أكثر اتساقًا وشفافية، واستثمار أدوات التحليل والرصد، وتطوير المهارات والقدرات المؤسسية.

أبرز مخرجات الخطة الاستراتيجية للمرحلة الأولى:

- تطوير منصة «ناطق».
- تطوير منصة وزارة الاتصال الحكومي لتوليد المحتوى الرسمي بالذكاء الاصطناعي.
- برامج توعوية لنشر الدراية الإعلامية والمعلوماتية.
- نظام الناطقين الإعلاميين في الوزارات والمؤسسات والدوائر الحكومية.

كما تركز الخطة على رفع الجاهزية للتعامل مع الأزمات الإعلامية، بما يضمن استمرارية الخطاب الحكومي واتساقه في الظروف الاعتيادية والاستثنائية.

وبذلك تقدّم الخطة خارطة طريق تمتد لثلاث سنوات: سنة تأسيس وبناء المنهج والأدوات، ثم سنة تعميم التطبيق عبر الجهات ورفع جودته، ثم سنة نضج وتحسين قائم على البيانات والمؤشرات، بما يضمن استدامة أثر الاتصال الحكومي وتحوّله إلى منظومة مؤسسية أكثر كفاءة وفاعلية.

2.1 تمهيد

انطلاقاً من رؤية التحديث والتطوير الإداري جاء إصدار نظام التنظيم الإداري لوزارة الاتصال الحكومي في 16 تشرين الثاني 2022، ليكون أول مخرجات تحديث القطاع العام، وذلك بهدف رسم سياسة عامة للإعلام والاتصال الحكومي تستلهم نصوص الدستور، ضمن أطر حرية التعبير عن الرأي وتعزيز النهج الديمقراطي والتعددية السياسية.

الإطار الوطني العام

يشهد الأردن تحولات متسارعة في بيئة الاتصال؛ فالجمهور يتلقى الأخبار عبر وسائل متعددة، والآراء العامة تتشكل أحياناً قبل صدور المعلومة الرسمية. وفي هذا الواقع، تصبح قيمة الاتصال الحكومي مرتبطة بقدرته على تقديم معلومات دقيقة في الوقت المناسب، وتفسير السياسات بلغة مفهومة، والتفاعل مع أسئلة المواطن بمرونة، مع إدارة فعّالة للشائعات وخطاب الكراهية وانتهاكات الخصوصية في حال ظهورها. وتؤكد أدبيات الاتصال في الأزمات أن بناء الثقة لا ينتج عن كثرة الرسائل، بل عن سرعة الاستجابة بالإضافة إلى الدقة والمصداقية وكذلك إظهار التعاطف مع الجمهور وتوجيه المواطن لما ينبغي فعله.

دور الوزارة ومهامها الجوهرية

تأتي هذه الاستراتيجية بوصفها إطاراً عملياً يوجّه عمل وزارة الاتصال الحكومي في تطوير وتنفيذ السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي، وتوفير المعلومات الأساسية لوسائل الإعلام، وإنتاج مواد إعلامية للأنشطة الحكومية، وبناء قدرات الناطقين الإعلاميين الحكوميين، ونشر الدراية الإعلامية والمعلوماتية، والتصدي للشائعات وخطاب الكراهية وانتهاك حرمة الحياة الخاصة، وتحسين حضور الأردن وصورته خارجياً، ومتابعة ما يُنشر عنه واقتراح كيفية التعامل الإعلامي معه، إضافة إلى إطلاع الجمهور على سياسات الحكومة وخططها وتشجيع الحوار حولها.

فوظيفة الاستراتيجية ليست إعادة سرد المهام، بل ترجمتها إلى أولويات ونتائج قابلة للقياس تحسّن أداء الاتصال الحكومي وتوّد الرسائل وتزيد فاعلية العلاقة مع المواطنين ووسائل الإعلام.

2.2 منهجية إعداد الخطة الاستراتيجية

تم إعداد الخطة الاستراتيجية خلال الفترة الممتدة من كانون الثاني إلى حزيران 2026 وفقاً للمراحل التالية:

المرحلة الأولى: التحضير لإعداد الخطة

▪ تشكيل فريق العمل:

تشكيل فريق عمل لإعداد الخطة من جميع المديريات والوحدات في الوزارة.

▪ تحليل أصحاب المصلحة / الشركاء:

أصحاب المصلحة هم المستفيدون من خدمات الوزارة، أو الذين يتعاملون معها أو يؤثرون أو يتأثرون بمخرجات أعمالها، ويشمل ذلك: متلقي الخدمة، والشركاء، والعاملين، والموردين، ومؤسسات القطاع العام ذات العلاقة بعمل الوزارة، والمجتمع والمواطنين بشكل عام.

وقد جرى تحديد أصحاب المصلحة وتحليلهم لفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم، بما يسهم في تطوير آليات تواصل فعالة ومرنة تلبي هذه الاحتياجات وتعزز العلاقة مع مختلف الأطراف المعنية.

ولتحقيق ذلك، أعدت خارطة أصحاب المصلحة من خلال ورش عمل شارك فيها المدراء ورؤساء الأقسام في الوزارة بإشراف خبراء في الإعلام والتحديث الإداري.

▪ إعداد خطة العمل:

- مراحل إعداد الخطة الاستراتيجية.
- الأدوار والمسؤولية لكل مرحلة.
- المخرجات لكل مرحلة.

المرحلة الثانية: جمع المعلومات وتحليلها

▪ مراجعة المرجعيات الوطنية وجمع المعلومات

تم جمع وتحليل المعلومات والوثائق المرجعية الخاصة بالوزارة، ومراجعة الرسائل والخطابات الملكية السامية، والأوراق النقاشية، والوثائق الوطنية، والسياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي، لضمان مواعمة الخطة الاستراتيجية مع التوجهات الوطنية وأولويات عمل الوزارة.

▪ أبرز الممارسات والاتجاهات العالمية

تعدّ دراسة أفضل الممارسات العالمية في مجال الاتصال الحكومي خطوة أساسية نحو تحسين الأداء المؤسسي للوزارة، فمن خلال الاطلاع على النماذج الدولية المتقدمة، يمكن للوزارة الاستفادة من تجارب ناجحة في الاتصال الحكومي والإعلام الرقمي.

يتضمن ذلك البحث في أساليب الاتصال التي تركز على تعزيز الشفافية، والتفاعل مع المواطنين، واستخدام الأدوات الرقمية لتعزيز فعالية الرسائل الحكومية. إلى جانب ذلك، يتعين على الوزارة أن تواكب التطورات؛ بهدف تحسين تفاعلها مع المواطنين.

▪ إجراء التحليل الاستراتيجي للوزارة

تم إجراء التحليل الاستراتيجي للوزارة باستخدام أداتي SWOT وPESTEL؛ بهدف تحليل البيئة الداخلية والخارجية، وتحديد نقاط القوة والضعف، والفرص والتهديدات، إلى جانب دراسة العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والبيئية والتشريعية المؤثرة في عمل الوزارة. وقد شكّلت نتائج هذا التحليل أحد المدخلات الرئيسة لتحديد القضايا والأهداف الاستراتيجية.

المرحلة الثالثة: إعداد الخطة الاستراتيجية

▪ التوجه الاستراتيجي

تم تطوير التوجه الاستراتيجي للوزارة استنادًا إلى نتائج التحليل الاستراتيجي، وتحليل أصحاب المصلحة، ومراجعة المرجعيات الوطنية، والاتجاهات العالمية ذات العلاقة، وذلك بهدف صياغة الرؤية والرسالة والقيم المؤسسية التي تشكل الإطار الموجّه للخطة الاستراتيجية.

▪ إعداد عناصر الخطة الاستراتيجية:

- الرؤية.
- الرسالة.
- القيم الجوهرية.
- الأهداف الاستراتيجية (المؤسسية).
- البرنامج التنفيذي.

تم عقد عددٍ من الاجتماعات وجلسات العصف الذهني لإعداد الخطة الاستراتيجية وإرسالها لجميع الوزارات والهيئات والدوائر والمؤسسات الحكومية للحصول على التغذية الراجعة منها، بالإضافة إلى عقد لقاءات مع الناطقين بالإعلاميين الحكوميين ومع الصحفيين والإعلاميين.

المرحلة الرابعة: إعداد الخطط التنفيذية

يتم في هذه المرحلة إعداد الخطط التنفيذية (التشغيلية) التفصيلية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية، إلى جانب مراجعة الخطتين الاستراتيجية والتنفيذية بشكل سنوي.

2.3 بنية الخطة الاستراتيجية:

تتكون الخطة الاستراتيجية لوزارة الاتصال الحكومي من مجموعة عناصر مترابطة تشكل الإطار العام لتوجيه العمل المؤسسي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية، وتشمل:

▪ التوجّه الاستراتيجي

يمثل التوجّه الاستراتيجي الإطار العام الذي يوجّه عمل الوزارة ويعكس تطلعاتها المستقبلية، ويتضمن الرؤية والرسالة والقيم المؤسسية التي تستند إليها الوزارة في تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

▪ الأهداف الاستراتيجية ومؤشرات الأداء

يشكل تحديد الأهداف الاستراتيجية القابلة للقياس الركيزة الأساسية للنجاح في تنفيذ الخطة الاستراتيجية للوزارة. يمكن من خلال وضع مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) متابعة مدى تقدم الوزارة في تحقيق هذه الأهداف وضمان تنفيذها بكفاءة وفعالية.

▪ الممكنات الاستراتيجية

الممكنات الاستراتيجية هي العوامل التي تسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للوزارة بنجاح، وتشمل هذه العوامل تطوير الأطر التشريعية والتنظيمية، والموارد البشرية المؤهلة التي تمتلك المهارات اللازمة، والبنية التحتية والتكنولوجيا المتطورة التي تدعم العمليات الإعلامية الرقمية، وتعزيز الحوكمة المؤسسية، وتوفير التمويل المناسب، وسط بيئة تنظيمية مرنة تدعم التغيير والتطوير المستمر.

▪ الخطة التنفيذية

ترجم الخطة التنفيذية التوجهات والأهداف الاستراتيجية للوزارة إلى مشاريع ومبادرات قابلة للتنفيذ، بما يسهم في تحقيق النتائج المستهدفة وتعزيز فاعلية الاتصال الحكومي، وترسيخ الشفافية، وتحسين التواصل والتفاعل مع المواطنين وأصحاب المصلحة.

▪ المتابعة والتقييم للخطة الاستراتيجية

تعد عملية المتابعة والتقييم عنصراً أساسياً لضمان تنفيذ الخطة الاستراتيجية بكفاءة وفعالية، إذ تهدف إلى قياس مدى تحقيق الأهداف الاستراتيجية وتحليل الأداء بناءً على مؤشرات واضحة. تسهم هذه العملية في تعزيز الشفافية والمساءلة، وتوفير بيانات دقيقة تدعم اتخاذ القرارات المبنية على الأدلة.

3. أصحاب المصلحة وإدارة العلاقة معهم

تعتمد الوزارة في تنفيذ هذه الاستراتيجية على إدارة منهجية لأصحاب المصلحة لضمان مواءمة الرسائل، وتكامل الجهود، وتعظيم الأثر. وتستند مقاربة الوزارة إلى رسم خريطة شمولية لأصحاب المصلحة وتصنيفهم وتحديد أولوياتهم وفق ثلاثة معايير رئيسة (القوة، التأثير، الاهتمام)، بما يضمن توجيه موارد التواصل، وإشراك الجهات الأكثر ارتباطًا بنجاح الاستراتيجية.

▪ منهجية تحديد الأولويات:

تم تطوير قائمة أصحاب المصلحة وتدقيقها بشكل تشاركي، ثم تصنيفها وترتيبها ضمن مصفوفة أولويات تُحدّث دوريًا.

▪ استراتيجيات الإشراك والتواصل بحسب الأولوية:

- إشراك وتفاعل مستمر (قوة عالية/ تأثير عالٍ، مجموعة أولى): تدار الأطراف الواقعة ضمن هذه الفئة كشركاء أساسيين عبر إشراكهم في التخطيط، والتنفيذ، والتغذية الراجعة بشكل منتظم، لضمان تبني الاستراتيجية وفاعلية التطبيق.
- إطلاع وتحديث دوري (قوة منخفضة/ تأثير عالٍ، مجموعة ثانية): تدار الأطراف الواقعة ضمن هذه الفئة عبر قنوات تحديث منتظمة (الورش، المؤتمرات، البيانات، منصات الوزارة)، لضمان جاهزية الدعم عند الحاجة دون إثقال آليات التنسيق.
- ضمان الرضا (قوة عالية/ تأثير منخفض، مجموعة ثالثة): تدار الأطراف الواقعة ضمن هذه الفئة عبر تلبية المتطلبات، والاستجابة السريعة، وبناء الثقة، لضمان عدم تحويل القوة المؤسسية إلى عائق أو معطّل للمبادرات.
- متابعة ورصد (قوة منخفضة/ تأثير منخفض، مجموعة رابعة): تدار الأطراف الواقعة ضمن هذه الفئة عبر متابعة دورية لاحتمالية تغيير مستوى تأثيرهم/ قوتهم، مع الحفاظ على حد أدنى من التواصل وعدم الإقصاء.

▪ حوكمة التنفيذ:

تُحدّث خريطة أصحاب المصلحة بشكل دوري، وتُربط بخطة التواصل التنفيذية (الرسائل، القنوات، وتواتر التفاعل)، وبمؤشرات متابعة بسيطة (مستوى التفاعل، جودة التغذية الراجعة، ومدى الالتزام بالتنسيق).

ويقتصر هذا القسم على عرض أبرز أصحاب المصلحة ضمن المجموعة الأولى فيما ترد التفاصيل الكاملة لجميع مجموعات أصحاب المصلحة، وتحليلها، وتصنيفها في وثيقة «الخريطة الشمولية لأصحاب المصلحة» المعتمدة لدى الوزارة.

أبرز أصحاب المصلحة لوزارة الاتصال الحكومي - المجموعة الأولى

أولاً: داخل الحكومة (صُناع القرار والتمكين المؤسسي)

- مجلس الوزراء.
- رئاسة الوزراء (مشاريع الوزارة ضمن البرنامج التنفيذي الثاني لخارطة طريق تحديث القطاع العام، تقييم الأثر).
- ديوان التشريع والرأي (لضمان الموازنة التشريعية والسياسية).
- وزارة المالية / دائرة الموازنة العامة (الربط بالبرامج، المخصصات وقياس الأداء).
- وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة (التمكين الرقمي والمنصات، البيانات).
- هيئة الخدمة والإدارة العامة (ملف الكفاءات وبناء القدرات).

ثانياً: شبكة الاتصال الحكومي عبر الوزارات والمؤسسات

ناطقو الوزارات والمؤسسات والهيئات ومسؤولو وحدات الإعلام الحكومي (هم «قناة التنفيذ» لتوحيد الرسائل وتطبيق الأدلة والمعايير).

ثالثاً: منظومة الإعلام والتأثير العام

- المؤسسات الإعلامية والصحفيون (نقل الرواية الرسمية، ومساءلة الأداء الاتصالي).
- صنّاع المحتوى الرقمي (القوة المحركة للاتجاهات، وتوجيه الرأي العام عبر القنوات الرقمية).
- منظمات المجتمع المدني المعنية بالإعلام (تعزيز موثوقية الخطاب، وتجويد بيئة الممارسة الإعلامية).

رابعاً: الجمهور والمستفيد النهائي

المجتمعات المحلية والمواطنون والجمهور الإقليمي والدولي (المعيار الحقيقي لفعالية الاتصال: الفهم، التفاعل، الثقة).

خامساً: البعد الدولي

المنظمات الدولية، والمنظمات المتخصصة، والبرامج والصناديق التابعة للأمم المتحدة (للصورة الدولية، والتقارير، والشراكات المعرفية والبرامجية ودعم القيم المرتبطة بحقوق الإنسان).

وثُعد هذه المجموعات من أصحاب المصلحة محورية لضمان التفاعل المستمر، وإشراكها في مراحل التخطيط والتنفيذ والتغذية الراجعة، بما يدعم نجاح الاستراتيجية.

4. الاتجاهات العالمية الناشئة في الإعلام والاتصال الحكومي

في ضوء التحولات المتسارعة في البيئة الإعلامية الدولية، وتزايد توقعات المواطنين من حيث سرعة المعلومة ودقتها وشفافيتها، أصبح من الضروري أن تبنى مقاربات الاتصال الحكومي على فهم معقّق للاتجاهات العالمية الناشئة. وعليه، يقدّم هذا القسم قراءة مركّزة لهذه الاتجاهات، ويربطها بشكل مباشر بأثرها على أدوار الوزارة وأولوياتها، بما يدعم تطوير سياسات وأدوات اتصال أكثر تأثيرًا.

الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات	التفاعل الرقمي	التحول من الإعلام إلى الاتصال الحكومي
الاتصال الحكومي الموجّه	التحقق من الأخبار ومحاربة الشائعات	الإعلام التفاعلي والمحتوى الرقمي
مشاركة المواطن في صناعة المحتوى	تبني استراتيجيات اتصال متعددة القنوات	تحسين مستوى الشفافية

4.1 التحول من الإعلام إلى الاتصال الحكومي

يمثل التحول من الإعلام التقليدي إلى الاتصال الحكومي نهجًا جديدًا وأكثر شمولية في إدارة العلاقة بين الحكومة والمواطنين، عبر ما يُعرف بالاستماع المؤسسي، الذي يقوم على رصد و تحليل وفهم آراء، واحتياجات الجمهور المستهدف وأصحاب المصلحة بحيث يتجاوز الاتصال الحكومي مفهوم تداول المعلومات فقط، ليشمل عكس هذه المعلومات على القرارات بصورة تحسن الأداء وتبني الثقة.

لم يعد الاتصال الحكومي يقتصر على نقل الأخبار والإعلانات الحكومية، بل أصبح عملية استراتيجية متكاملة تهدف إلى بناء الثقة، وتعزيز الشفافية، وتحقيق التفاعل الفعّال بين الحكومة والمواطنين.

الأثر على الوزارة: هذا الاتجاه يعني الانتقال من «نشر الأخبار» إلى «إدارة العلاقة والاتصال»؛ ما يستدعي توحيد الرسائل على مستوى الحكومة، وضبط الحوكمة (من يقول؟ ماذا؟ ومتى؟)، وتفعيل آليات الإصغاء والتفاعل مع الجمهور، وربط الاتصال بالأولويات والسياسات والنتائج لا بالأنشطة فقط.

4.2 التفاعل الرقمي

التفاعل الرقمي المباشر هو أحد الاتجاهات الأساسية التي ظهرت بقوة في مجال الإعلام والاتصال الحكومي على مستوى العالم في السنوات الأخيرة، فقد أصبح من الممكن للحكومات التواصل مع المواطنين بشكل أكثر فعالية مع ازدياد الاعتماد على القنوات الرقمية والوسائل التكنولوجية.

الأثر على الوزارة: هذا الاتجاه يفرض على الوزارة الانتقال من نموذج «الإعلان من طرف واحد» إلى نموذج «الحوار الثنائي» مع الجمهور عبر المنصات الرقمية، بما يستلزم وضع حوكمة واضحة للتفاعل (الأدوار والصلاحيات، سياسات الرد، نبرة الخطاب، وإدارة التعليقات)، وتأسيس آليات استجابة سريعة مرتبطة برصد القضايا والاتجاهات لحظيًا، مع تحديد مستويات التصعيد والتنسيق مع الجهات الحكومية ذات العلاقة.

4.3 الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات

أصبح الذكاء الاصطناعي يشكل أداة مهمة ضمن الاتجاهات العالمية الناشئة في الإعلام والاتصال سواء لنادية دعم عمليات إنتاج المحتوى أو لنادية تحليل البيانات، حيث أحدث تحولًا كبيرًا في كيفية إدارة الحكومات للتفاعل مع المواطنين واتخاذ القرارات، وتعدّ تقنيات توليد المحتوى وأدوات التحليل المتقدم عبر الذكاء الاصطناعي أدوات قوية لتوفير منتج إعلامي وتواصلي حديثي، ورؤى معمقة حول مواقف المواطنين واحتياجاتهم.

الأثر على الوزارة: هذا الاتجاه يفرض أهمية دراسة هذه الأدوات والعمل على تبينها حسب الحاجات العملية في دعم عمليات إنتاج المحتوى وفي اعتماد اتصال قائم على الأدلة عبر قياس الرأي العام والاتجاهات، وتجزئة الجمهور، وتحسين الرسائل وفق البيانات. وهو ما يتطلب توفير هذه الأدوات وبناء القدرات على استخدامها في إنشاء وتطوير المحتوى وتحليل البيانات وحوكمة استخدام الذكاء الاصطناعي (المسؤولية، الخصوصية، التحيز، دقة المحتوى، والمراجعة البشرية).

4.4 الإعلام التفاعلي والمحتوى الرقمي

يمثل الإعلام التفاعلي والمحتوى الرقمي تحولاً جذرياً في طريقة تفاعل الحكومات مع المواطنين من خلال منصات وسائل الإعلام الرقمية. هذا الاتجاه يعكس الإقبال المتزايد على منصات الفيديو المباشرة والمحتوى التفاعلي.

الأثر على الوزارة: هذا الاتجاه يعيد تشكيل توقعات الجمهور نحو محتوى مختصر، بصري، وسريع الاستجابة وتحسين سرعة الإنتاج والنشر، وتبني معايير جودة وهوية رقمية موثقة، مع إدارة التعليقات والتفاعل كجزء من الخدمة العامة.

4.5 التحقق من الأخبار ومكافحة الشائعات

أصبح التحقق من الأخبار ومكافحة الشائعات من أولويات الحكومات في مواجهة التحديات المرتبطة بالأخبار المزيفة والشائعات التي تنتشر بسرعة عبر شبكة الإنترنت، فمع تزايد تأثير وسائل الإعلام الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، أصبح من الضروري تطوير آليات للتأكد من صحة المعلومات وحماية المواطنين من التضليل من خلال:

- **التوعية والتحقق:** تسعى الحكومات إلى تطوير أدوات تكنولوجية وبرمجيات تساعد المواطنين على التحقق من الأخبار والمعلومات التي تصادفهم عبر شبكة الإنترنت، على سبيل المثال: تم تطوير بعض المواقع الإلكترونية والتطبيقات التي تتيح للمستخدمين فحص مصداقية الأخبار.
- **التدريب على مهارات التحقق:** بدأت العديد من الحكومات في تنظيم ورش عمل وحملات توعية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى المواطنين، وتزويدهم بالمعرفة حول كيفية التحقق من صحة المعلومات قبل نشرها.
- **التعاون مع منصات وسائل التواصل الاجتماعي:** تتعاون الحكومات مع الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي المختلفة لتطبيق أدوات التحقق من الأخبار والحد من انتشار الأخبار المضللة.

الأثر على الوزارة: هذا الاتجاه يستدعي بناء قدرة مؤسسية لرصد الشائعات مبكراً، والتحقق السريع، والرد بوضوح وبشكل قابل للمشاركة، مع تحديد وتكليف ناطقين إعلاميين حكوميين بذلك ورسائل جاهزة للمواقف المتكررة. كما يتطلب تنسيقاً حكومياً لتفادي تضارب الروايات وتقليل فجوة المعلومات التي تغذي الشائعة.

4.6 الاتصال الحكومي الموجّه

هو اتجاه متزايد في الإعلام والاتصال الحكومي، يركز على تصميم وتوجيه الرسائل الإعلامية استنادًا إلى البيانات وتحليل توجهات المواطنين واحتياجاتهم، بما يسهم في رفع فاعلية الاتصال الحكومي وتحقيق أثر أكبر. ويعتمد هذا التوجّه على الفهم العميق لاحتياجات الفئات المستهدفة واستخدام التقنيات الحديثة وأدوات تحليل البيانات لتقديم رسائل أكثر ملاءمة وفاعلية:

- تحليل البيانات: يتم جمع البيانات المتعلقة بتوجهات المواطنين على منصات الإنترنت، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف الذكية، لتحليل اهتماماتهم واحتياجاتهم.
- التخصيص: بعد تحليل هذه البيانات، تخصص الحكومات الرسائل الإعلامية المناسبة لتلبية احتياجات كل فئة من الفئات المستهدفة، على سبيل المثال: يمكن تخصيص حملات إعلامية موجهة للمجتمعات المحلية أو للفئات العمرية أو المهنية.
- تحليل توجهات المواطنين: يمكن للحكومة من خلال فهم توجهات المواطنين واهتماماتهم وتفاعلاتهم الرقمية، تقديم رسائل تتناسب مع الأوقات التي يكون فيها تفاعلهم أكثر مما في سواها؛ مما يجعل الاتصال أكثر فاعلية.

الأثر على الوزارة: هذا الاتجاه يعني الانتقال من رسائل عامة إلى رسائل مُخصّصة وموجهة بحسب الفئة أو الموقع أو الاهتمام أو القناة؛ ما يرفع فاعلية التأثير. ويتطلب ذلك: تجزئة الجمهور المستهدف (خرائط جماهير)، ورسائل رئيسة لكل فئة، واختبار الرسائل قبل الحملات الكبرى.

4.7 تحسين مستوى الشفافية

- منصات إلكترونية متكاملة: تقوم الحكومات بتطوير منصات حكومية إلكترونية تتيح للمواطنين الوصول إلى البيانات والمعلومات المتعلقة بالحكومة بسهولة ويسر. هذه المنصات توفر الشفافية في العمليات الحكومية (مثل العقود، والميزانيات، والمشاريع).

- **البيانات المفتوحة:** تسعى الحكومات إلى توفير البيانات المفتوحة التي يمكن للمواطنين استخدامها لتحليل المعلومات المتعلقة بالقرارات الحكومية؛ مما يعزز الشفافية ويزيد من الثقة العامة بالحكومة وأدائها.
- **خدمات عبر الإنترنت:** يمكن للمواطنين عبر منصات الحكومة الإلكترونية الوصول إلى الخدمات الحكومية المختلفة؛ مثل: تجديد الوثائق، دفع الرسوم، الاطلاع على المعاملات الحكومية في أي وقت؛ مما يعزز الفهم الشفاف لكيفية عمل المؤسسات الحكومية.
- **حق الحصول على المعلومات:** ضمان حق المواطنين في الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة من مصادرها الحكومية الرسمية، بما يعزز الشفافية ويدعم مبادئ الحوكمة الرشيدة، ويتوافق مع التشريعات الوطنية والمعايير الدولية ذات الصلة.

الأثر على الوزارة: هذا الاتجاه يرفع معيار «الإفصاح الاستباقي»، إلى جانب تقديم المعلومة مع بياناتها وفي سياقها، وليس فقط عند الطلب؛ مما يتطلب سياسات نشر واضحة، وتحديثات دورية، وإتاحة بيانات أو مؤشرات يمكن للجمهور فهمها وتتبعها، بما يعزز المصداقية ويقلل مساحة التأويل.

4.8 تبني استراتيجيات اتصال متعددة القنوات

- **الإعلام التقليدي:** ما يزال للإعلام التقليدي (مثل التلفزيون والإذاعة والصحف) دور مهم في الوصول إلى جمهور واسع، خاصة في المناطق التي قد لا تتمتع بتغطية إنترنت قوية واسعة أو بين الأجيال الأكبر سنًا.
- **الإعلام الاجتماعي:** تزداد أهمية وسائل الإعلام الاجتماعية (مثل «فيسبوك» و«X» و«إنستغرام») في تسهيل التواصل المباشر بين الحكومات والمواطنين؛ مما يعزز سرعة التفاعل ويعطي المواطنين فرصة للتعبير عن آرائهم.
- **المحتوى الرقمي:** يتضمن ذلك المواقع الإلكترونية الرسمية، والمدونات، والنشرات الإخبارية الرقمية. هذا النوع من التواصل يساهم في إيصال معلومات متعمقة ومحدثة بشكل مستمر، كما يوفر منصة تفاعلية للمواطنين لمتابعة أخبار الحكومة ومشاريعها.

الأثر على الوزارة: يعزز هذا الاتجاه قدرة الوزارة على إيصال المعلومات إلى جميع فئات المجتمع عبر قنوات متعددة ومتكاملة، بما يضمن شمولية الوصول وعدم استثناء أي جمهور، ويرفع فاعلية وموثوقية الاتصال الحكومي.

4.9 مشاركة المواطن في صناعة المحتوى

يُعد إشراك المواطنين في صناعة المحتوى نهجًا حديثًا يعزز الشفافية، ويبني الثقة بين الحكومة والمجتمع، ويسهم في تطوير سياسات وبرامج تلبي الاحتياجات الفعلية للمواطنين. هذا النهج يعتمد على خلق بيئة تفاعلية تتيح للمواطنين تقديم مقترحاتهم، والتعبير عن آرائهم، والمشاركة في صياغة السياسات العامة.

وتعزز مشاركة المرأة والشباب في إنتاج المحتوى الرقمي والإعلام التفاعلي بما يضمن تقديم محتوى شامل يعكس التنوع المجتمعي ويدعم قضايا المرأة والشباب.

الأثر على الوزارة: هذا الاتجاه يحوّل المواطن من متلقٍ إلى شريك / مُسهم؛ مما يعزز الثقة والانتشار المعلوماتي. ويتطلب ذلك أطرًا واضحة للمشاركة (قصص النجاح، الشهادات، المقترحات)، مع معايير للتحقق والحقوق والخصوصية، وآليات لإبراز المحتوى المجتمعي دون تضليل.

5. المرجعيات الوطنية للاستراتيجية

- الرسائل والخطابات الملكية السامية والأوراق النقاشية لجلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين المتعلقة بالسياسات الإعلامية:
- تعدّ الرسائل والخطابات الملكية السامية من المرتكزات الأساسية التي تحدد التوجهات الرئيسة للسياسات الإعلامية. هذه الرسائل والخطابات تعكس رؤية جلالة الملك تجاه تطوير القطاع الإعلامي، وتسهم في رسم إطار عمل يعزز من دور الإعلام في تعزيز الشفافية والمشاركة المجتمعية.
- الأوراق النقاشية التي أطلقها جلالة الملك حول قضايا الإعلام تنطلق من أهمية التواصل الفعال، وتحقيق دور الإعلام في تسليط الضوء على الإنجازات الوطنية وتعزيز الصورة الإيجابية للمملكة على المستوى الدولي.
- **كتب التكليف السامي للحكومات:**
- تُعدّ كتب التكليف السامي للحكومات الموجّه الرئيس للحكومات لتطبيق السياسات والأولويات المحددة من قبل جلالة الملك في مختلف المجالات، بما في ذلك الإعلام. يحدد التكليف السامي الإطار العام الذي يجب أن تعمل وفقه الحكومة، ويعكس التوجهات الاستراتيجية في تعزيز الإعلام الحكومي، بما يسهم في بناء صورة من الثقة بين الحكومة والمواطنين.
- يضمن تكليف الحكومة متابعة تنفيذ السياسات الإعلامية بشكل منظم ومتناغم مع الرؤية الملكية.
- **الخطط الوطنية والحكومية المتعلقة بالإعلام الحكومي:**
- تمثل الخطط الوطنية الإطار التشريعي والتنظيمي لتنفيذ السياسات الإعلامية في الأردن، وهي تستند إلى استراتيجيات محددة تهدف إلى تطوير الإعلام الحكومي بشكل فعال. هذه الخطط تتضمن أهدافاً استراتيجية تهدف إلى تعزيز دور الإعلام في بناء علاقات قوية بين الحكومة والمواطنين، وكذلك توجيه الرسائل الحكومية بوضوح ومصداقية.
- تتضمن الخطط الحكومية أيضاً برامج للتدريب ولتطوير مهارات الكوادر الإعلامية؛ ما يسهم في تحسين جودة الاتصال الحكومي.

- السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي:
- تُعَدّ السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي من المرتكزات الرئيسية التي توجّه وتحدّد الإطار التنفيذي للاتصال الحكومي في المملكة. هذه السياسة تتضمن استراتيجيات موجّهة لتحسين فاعلية التواصل بين الحكومة والمواطنين، مع ضمان الشفافية في نقل المعلومات.
- كما تركز السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي على تعزيز مشاركة المواطنين في الحوار الوطني، وتحقيق التفاعل بين الحكومة والمجتمع عبر مختلف الوسائل الإعلامية؛ التقليدية والرقمية على حد سواء.

▪ أهداف التنمية المستدامة:

- تتقاطع مهام الوزارة مع الأهداف التالية للتنمية المستدامة:
- الهدف (16): السلام والعدل والمؤسسات القوية.
- الهدف (17): عقد الشراكات لتحقيق الأهداف.

6. التحليل الاستراتيجي

يهدف التحليل الاستراتيجي إلى تكوين صورة متكاملة عن واقع وزارة الاتصال الحكومي وبيئتها الداخلية والخارجية، من خلال تحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات باستخدام أداة SWOT وPESTEL. ويستخدم هذا التحليل أساسًا لتحديد الأولويات والأهداف الاستراتيجية، وتوجيه البرامج التنفيذية، وبناء مؤشرات الأداء وإدارة المخاطر، بما يساهم في تطوير القدرة المؤسسية للوزارة ومعالجة التحديات واستثمار الفرص المتاحة بما ينسجم مع دورها واحتياجات أصحاب المصلحة. وعُقدت مجموعة من جلسات العصف الذهني لهذه الغاية.

أولاً: تحليل البيئة الداخلية

البعد	النقطة	الأثر على عمل الوزارة	اتجاه الاستجابة
نقاط القوة	وثيقة السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي	توفير مرجعية موحدة للرسائل والأدوار، وتسهيل توحيد الخطاب وقياس الالتزام	تعظيم الاستفادة (التفعيل، المواعمة، القياس)
	دور قيادي في حوكمة ملف الناطقين الإعلاميين الحكوميين	التمكّن من ضبط الرسائل، وتوحيد الخطاب، وتفعيل الاستجابة السريعة في القضايا العامة	تعظيم الاستفادة (الحوكمة، التدريب، الأدلة)
	إدارة ملف الدعاية الإعلامية والمعلوماتية	تعزيز المناعة المجتمعية ضد التضليل، ودعم الثقة عبر الوعي والتحقق	تطوير برامج تدريبية وعقد ندوات تقييفية وتوعوية
	شبكة علاقات واسعة مع قطاع الإعلام	تسهيل الوصول للجمهور، وتعزيز الانتشار، ودعم إدارة القضايا والأزمات	تعظيم الاستفادة (إطارات وبروتوكولات للتعاون)
	كفاءات مؤهلة	القدرة على إنتاج المحتوى، وإدارة المنصات، وتطوير الممارسات الحديثة	تعظيم الاستفادة (التمكين، التخصصية)

البعد	النقطة	الأثر على عمل الوزارة	اتجاه الاستجابة
نقاط الضعف	عدم ملائمة موقع الوزارة	الحدّ من استضافة الفعاليات/ المنتديات، والتأثير على كفاءة التشغيل الإعلامي	معالجة (البدائل المكانية)
	نقص الكوادر في المديرية	ضغط تشغيلي	معالجة (تخطيط الاحتياجات/ الموارد البشرية، شراء الخدمات، التمكين)
	ضعف تدفق المعلومات من الجهات الحكومية	تأخر الاستجابة، وبثّ رسائل تفتقر إلى الدقة، وزيادة فجوة الثقة، وانتشار الشائعات	معالجة (الحوكمة، مشاركة المعلومات، النماذج المؤدّدة)
	غياب المقارنات المعيارية الدولية	إعاقة التعلم والتحسين المستمّرّين، وافتقار التطوير للمقاييس المرجعية	معالجة (المقارنات المعيارية السنوية، الشبكات الدولية)
	ضعف تواءم الهيكل التنظيمي الحالي مع توسّع الدور الاستراتيجي للوزارة في الاتصال الحكومي الرقمي والتنسيق الوطني	تشثيت المسؤوليات، الازدواجية، ثغرات في تشغيل المنصات والقياس والتعامل مع الأزمات	معالجة (مراجعة الهيكل التنظيمي، الأدوار، الحوكمة)
	نظام حوافز	دعم الاستبقاء، ورفع الدافعية وجودة التنفيذ	معالجة الفجوة من خلال تطوير نظام حوافز مؤسسي وربطه بالأداء

ثانيًا: تحليل البيئة الخارجية

البعد	النقطة	الأثر على عمل الوزارة	اتجاه الاستجابة
الفرص	وجود نافذة إصلاح مؤسسي داعمة للاتصال الحكومي	تعزيز دور الوزارة وتطوير منظومة الاتصال الحكومي	مواءمة الأدوار، وتطوير الحوكمة، وتحديث الممارسات
	توسع القنوات الرقمية وتعدد وسائل الوصول للجمهور	تحسين الوصول للجمهور ورفع فاعلية الاتصال	تطوير اتصال مبني على البيانات، وتعزيز التفاعل الرقمي
	التوسع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام والاتصال الحكومي	يرفع كفاءة الاتصال الحكومي، ويحسن جودة المحتوى وسرعة إنتاجه	استثمار تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أدوات ومنصات الاتصال الحكومي
	رأس مال معنويّ متين وشراكات راسخة؛ بما يتيح تحسين الحضور الإقليمي والدولي بشكل منظم فرصة لبناء وتعزيز الشراكات والشبكات الإعلامية، وإرساء دعائم تعاون مهني لزيادة جودة المحتوى وتوزيعه وتأثيره، وخدمة الهدف المتمثل في تعزيز الصورة الخارجية	تعزيز الصورة الذهنية وتوسيع نطاق التأثير الإعلامي	بناء شراكات إعلامية واستراتيجية وقياس أثرها

البعد	النقطة	الأثر على عمل الوزارة	اتجاه الاستجابة
التهديد	ضعف الثقة، وسرعة تشكّل الروايات البديلة (انتشار الشائعات بالمعلومات المغلوطة والخطاب المتحيز)	إضعاف مصداقية الرسائل الحكومية وتأخر الاستجابة	تعزيز الثقة والمصداقية، وتطوير منظومة الرصد والاستجابة السريعة
	التشظّي المعلوماتي، وضعف اتساق الرسائل بين الجهات. تعثّر تدفق المعلومات من الجهات المعنية، وتفاوت جاهزية الوحدات الإعلامية) حتى مع وجود رسائل جيدة (قد يخلقان تناقضات، ويتسببان في تأخير الاستجابة؛ بما يجعل الجمهور يشعر بـ „غياب الوضوح“)	تأخر تدفق المعلومات وظهور رسائل متناقضة	تعزيز التكامل والتنسيق بين الجهات الحكومية، وتوحيد الرسائل الإعلامية، ورفع جاهزية وحدات الاتصال الحكومي
	محدودية المخصصات المالية	تقييد تنفيذ المشاريع والمبادرات التوسعية للوزارة	السعي للحصول على تمويل خارجي لدعم تنفيذ المشاريع
	تذبذب الأولويات الإعلامية	قد يؤثر في استمرارية تنفيذ المبادرات الاستراتيجية ويحد من تحقيق النتائج المستهدفة نتيجة إعادة توجيه الجهود والموارد للاستجابة للمستجدات	تعزيز مرونة التخطيط، ومراجعة الأولويات بصورة دورية، ومواءمة الخطط التنفيذية مع المستجدات مع الحفاظ على تحقيق الأهداف الاستراتيجية

ثالثاً: محركات البيئة الخارجية

النقطة	العوامل المؤثرة	الأثر على عمل الوزارة
سياسي	تحديث القطاع العام، والإصلاح الإداري، وحساسية الرسائل في سياقات داخلية وإقليمية متغيرة. الوضع الجيوسياسي والوضع الإقليمي	يرفع الحاجة إلى خطاب حكومي منسق، وإدارة رسائل „متسقة“ فيما بين الجهات، مع قواعد واضحة للرسائل ذات الحساسية العالية، وتفعيل “غرفة تنسيق” وقت الأزمات
اقتصادي	ضغط الموازنات، وترباط الصورة الذهنية (السمعة) الدولية بجذب الاستثمار والسياحة	يدفع لقياس عائد الاتصال (الثقة، الصورة الذهنية/ السمعة، التفاعل)، وربط الاتصال بأهداف الاقتصاد الوطني (الاستثمار والسياحة)، مع جعل الاستراتيجية اتصالاً مبنياً على الحقائق والشفافية، لا أن تكون مجرد “عمل دعائي”
اجتماعي	تراجع أو تذبذب الثقة بالرواية الرسمية، وتغيّر عادات استهلاك الأخبار، وثقل الشائعات، وشيوع خطاب الكراهية، وزيادة الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والأخبار	يتطلب الانتقال من “إعلام” إلى تواصل ثنائي الاتجاه: استماع نشط، ردود سريعة، تبسيط معلومات السياسات، وخط تواصل يراعي اختلاف الفئات (الشباب، المحافظات، الفئات المهنية)
تقني	تكاثر المنصات الرقمية، انتشار أدوات الذكاء الاصطناعي والتحليل، سرعة دورة الأخبار	يحسم ضرورة بناء قدرة رقمية مؤسسية: رصد لحظي، تحليل اتجاهات، محتوى متعدد الصيغ (مقاطع الفيديو، الفيديوهات القصيرة، البودكاست، التصاميم البصرية)، وتحديث سياسات النشر والرد، مع ضوابط الجودة والتحقق
بيئي	الأحداث أو الكوارث أو المواسم (طقس، مياه، طاقة...) وما يرافقها من معلومات مضللة أو حالة من القلق العام	يفرض مسار اتصال جاهز للأحداث البيئية: رسائل توعوية، تنسيق مع الجهات القطاعية، ومحتوى خدمي واضح يقلل الإرباك ويمنع الشائعات وقت الحدث
قانوني	بيئة تشريعية تشمل تنظيم الإعلام، وحماية البيانات (الخصوصية)، وحقوق الوصول للمعلومة، وضبط التضليل	يستلزم هذا البعد „حوكمة المحتوى“: ما الذي يُنشر؟ من يوافق؟ ما حدود الخصوصية؟ وكيف نضمن حق الجمهور بالمعلومة. كما يستلزم بناء إجراءات تحقق قبل النشر، وتوثيق مصدر البيانات الحكومية (يتقاطع هذا بقوة مع مبادئ الوصول للمعلومات)

7. القضايا الاستراتيجية

تم تحديد القضايا الاستراتيجية استناداً إلى نتائج تحليل البيئة الداخلية والخارجية، وتحليل أصحاب المصلحة، ودراسة الاتجاهات العالمية في الإعلام والاتصال الحكومي، ومراجعة المرجعيات الوطنية ذات العلاقة.

1. حوكمة «الرواية الرسمية»، وتوحيد الخطاب الحكومي، واستعادة الثقة بالرواية الحكومية.

جوهر القضية: كيف نضمن اتساق الرسائل بين الوزارات/ الدوائر بسرعة ومن دون تضارب؟

فجوة التنسيق وتفاوت الرسائل يضربان الثقة ويضعفان أثر أي تواصل أو حملة. **قرار مطلوب:** إيجاد آلية أكثر فاعلية لضمان تنسيق واتساق الرسائل الإعلامية الحكومية، وتمكين الناطقين الإعلاميين الحكوميين من إيصال الرواية الرسمية بسرعة ودقة، بما يعزز الثقة ويضمن توحيد الخطاب الحكومي.

2. تدفق المعلومات من الجهات إلى الوزارة بوصفها جاهزة للنشر. **جوهر القضية:** نقص أو تأخر المعلومات من الجهات الحكومية يخلق فراغاً تملؤه الشائعات ويؤخر الاستجابة.

قرار مطلوب: مواثيق تبادل بيانات ومعلومات داخل الحكومة، وتحديد مالك معلومات لكل ملف عام، وآلية تحقق قبل النشر.

3. الانتقال من اتصال «تفاعلي» إلى اتصال «مبني على البيانات» (الرقمنة، الذكاء الاصطناعي).

جوهر القضية: هل نمتلك القدرة على تحليل الرأي العام، والرصد الرقمي، واستهداف رسائل بما يلائم جمهوراً متعدد القنوات؟

الاتجاهات الحديثة تجعل البيانات والتحليل عنصراً حاسماً في فعالية الاتصال (خصوصاً في الأزمات وتبذل السرديات بسرعة).

قرار مطلوب: بناء وظيفة «تحليل بيانات الاتصال الحكومي» (الرصد والاستماع، الرؤى والتحليلات)، ومبادئ استخدام مسؤول للذكاء الاصطناعي في الرصد والتحليل وصناعة المحتوى.

4. مواجهة التضليل والشائعات وخطاب الكراهية بنهج مؤسسي (وليس في إطار ردّ الفعل).

جوهر القضية: كيف ننتقل من «نفي» متأخر إلى منظومة رصد وتحقق واستجابة سريعة، إلى جانب تحصين المعلوماتي أو الاستباق الاتصالي؟ التضليل يقوّض الثقة ويؤثر على الاستقرار الاجتماعي، وتوصيات المنظمات الدولية تؤكد أهمية الاستجابة المبكرة، والشفافية، والتواصل ثنائي الاتجاه. **قرار مطلوب:** بروتوكول وطني للتعامل مع الشائعات (الأدوار، القنوات، زمن الاستجابة)، وتدريب الناطقين، وبنك «رسائل جاهزة» للأزمات.

5. بناء قدرات الناطقين الإعلاميين الحكوميين ووحدات الإعلام والاتصال كمنظومة مهنية موّدة المعايير.

جوهر القضية: التفاوت في مهارات وحدات الإعلام والاتصال يخلق تفاوتاً في الجودة والسرعة ويضعف الاتساق. **قرار مطلوب:** إطار ومصفوفة الكفايات، مؤهلات مهنية معتمدة، أدلة عمل موّدة، تقييم دوري للأداء (وهذا منسجم مع نماذج تخطيط الحملات الحكومية التي تشدد على تحويل الأهداف إلى تنفيذ وقياس).

6. تعزيز الاتصال الدولي بصورة «محكومة بالرسائل» و«قاسية الأثر». **جوهر القضية:** هل هو «نشاط إعلامي» أم «اتصال دولي برسائل محددة وجمهور محدد ومؤشرات»؟ **قرار مطلوب:** تحديد الأسواق أو الجماهير الدولية ذات الأولوية، وخط رسائل متعدد اللغات، وشراقات إعلامية دولية، وقياس الأثر (الصورة الذهنية/ السمعة، التغطية النوعية، الاستجابة).

7. بناء الوعي الرقمي والتفكير النقدي. **جوهر القضية:** يتمثل التحدي في تعزيز قدرة أفراد المجتمع على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، والتعامل الواعي مع المحتوى الإعلامي والرقمي، بما يسهم في الحد من تأثير الشائعات والمعلومات المضللة، وتعزيز الاستخدام المسؤول لوسائل الإعلام والمنصات الرقمية. **قرار مطلوب:** تنفيذ برامج ومبادرات مستدامة لتعزيز الدراية الإعلامية والمعلوماتية، ونشر ثقافة التفكير النقدي.

8. أثر الاتصال الحكومي وتحسينه.

جوهر القضية: هل نقيس "عدد البيانات أو المشاهدات"، أم تغيّر المعرفة أو السلوك أو الثقة أم كلاهما؟

غياب القياس يسبب تشتت المبادرات، ويصعب الدفاع عن الميزانيات، ويضعف التحسين المستمر. نماذج مثل تعريف النموذج وأي مصطلحات وردت في التخطيط الحكومي، تركز على ربط الهدف بالاستراتيجية والتنفيذ ثم القياس والتقييم.

قرار مطلوب: مصفوفة مؤشرات أداء مركزة ونافذة (الثقة، الفهم، التفاعل، سرعة الاستجابة، جودة المحتوى)، وتطبيق منهجية التقييم المقارن (قبلي/بعدي).

8.1 الرؤية

- منظومة اتصال حكومي توّجّد الخطاب وتعزّز الثقة

▪ منظومة

- المقصود بـ "المنظومة" أن الاتصال الحكومي يُدار كمنظومة متكاملة، لا كأشطة متفرقة، وبما يشمل:
 - الحوكمة والأدوار الواضحة (قن يقرر؟ قن ينشّق؟ قن يوافق؟)، وسلاسل الاعتماد المختصرة زمنياً.
 - المعايير وأدلة العمل موّدة الأسلوب، وإدارة المحتوى، والناطقين الإعلاميين الحكوميين، وإدارة الأزمات.
 - البنية الرقمية للاتصال (منصات النشر، إدارة المحتوى، الرصد والتحليل، مكتبة الرسائل والأصول).
 - قياس الأداء والأثر (ليس فقط مخرجات نشر)، عبر مؤشرات مثل: الفهم، والثقة، والوصول الفعّال، والاستجابة.
- هذا المعنى يتوافق مع منطق أطر الاتصال الحكومي الاحترافية التي تؤكد أن الاتصال الفعّال ليس مجرد إنتاج محتوى، بل يُبنى على نموذج تخطيط واضح (الهدف، فهم الجمهور، الاستراتيجية، التنفيذ، التقييم).

▪ اتصال حكومي

الاتصال الحكومي هنا يعني ربط السياسات والخدمات برسائل مفهومة للمواطن، وتقديم رواية حكومية موّدة من دون إلغاء خصوصية كل جهة. كما يعني الانتقال من "إبلاغ" الجمهور إلى تواصل ثنائي الاتجاه (استماع، تفسير، رد، تصحيح، وتغذية راجعة)، بما يخدم المصلحة العامة، ويعزز المساءلة.

- توّجّد الخطاب
- توحيد الخطاب لا يعني "نسخ ولصق" رسالة واحدة للجميع، بل يعني:
- رسالة حكومية رئيسة متسقة / وحدة الخطاب مع تنوع الأساليب؛ وذلك بتكييف الرسائل بحسب الجمهور والقناة.
- المرجعية الموحدة والبيانات الموثقة، وذلك بتوحيد المصطلحات، والأرقام، ومرجعيات البيانات.
- تنسيق توقيت الإعلانات والرسائل في ما بين الجهات لتجنّب التعارض أو التكرار.
- تمكين الناطقين الإعلاميين الحكوميين بأدلة ومساندة معلوماتية تجعل الخطاب موثّقًا في الجوهر ومتوازنًا في الأسلوب.

- تعزّز الثقة
- الثقة ليست "شعارًا"، بل نتيجة تتراكم عندما يلمس الجمهور:
- الدقة والشفافية (المعلومة الصحيحة، التحديث المستمر، والتواصل بشفافية عند عدم اكتمال المعلومات).
- الاستجابة وإبداء الاحترام لأسئلة المواطن واحتياجاتهم (وليس فقط بثّ الرسائل).
- انسجام الرسائل والسياسات والممارسات بين مختلف الجهات الحكومية.
- قياس الثقة والفهم والصورة الذهنية (السمعة) بانتظام وتعديل الرسائل بناءً على نتائج القياس.
- وهذا يتقاطع مع أدبيات الثقة بالمؤسسات العامة التي تستند الى مدى الاتساق والشفافية والاستجابة كعوامل رفع الثقة.

8.2 الرسالة

- إدارة منظومة الاتصال الحكومي وتوحيد الرواية الإعلامية الحكومية وتوفير المعلومات بما يحقق تواصلًا حكوميًا أكثر فاعلية وشفافية.
- عناصر الرسالة:
- إدارة منظومة الاتصال الحكومي:
- تعكس التزام الوزارة بقيادة وتنسيق منظومة الاتصال الحكومي، من خلال تطوير السياسات والأنظمة والأدلة والمعايير، وتعزيز التكامل والتنسيق بين الجهات الحكومية، بما يضمن فاعلية الاتصال واتساقه.

▪ توحيد الرواية الإعلامية الحكومية:

يركز هذا العنصر على توحيد الرسائل الإعلامية الحكومية وتعزيز التنسيق الإعلامي بين الوزارات والمؤسسات الحكومية، بما يضمن اتساق الخطاب الإعلامي، والحد من تضارب الرسائل.

▪ توفير المعلومات:

يؤكد هذا العنصر أهمية توفير معلومات دقيقة وموثوقة وفي الوقت المناسب لوسائل الإعلام والجمهور، بما يعزز الشفافية، ويحسن جودة التواصل الحكومي.

▪ تحقيق تواصل حكومي أكثر فاعلية وشفافية:

يركز هذا العنصر على تطوير قنوات الاتصال الحكومي، وتعزيز التفاعل مع المواطنين وأصحاب المصلحة، وتعزيز أثر الرسائل الإعلامية، بما يساهم في رفع كفاءة الاتصال الحكومي وتحقيق تواصل أكثر فاعلية وشفافية.

- 8.3 القيم الجوهرية

▪ الشفافية

تلتزم الوزارة بنقل البيانات والمعلومات بشكل دقيق، مع المساهمة في توفير بيئة إعلامية تتيح للجمهور الوصول إلى الأخبار الحكومية من دون تحريف أو تزيف. الشفافية تعني فتح قنوات تواصل واضحة تشرح السياسات الحكومية والقرارات؛ ما يعزز الثقة بين الحكومة والمواطنين. تؤمن الوزارة بأن الإعلام الحكومي مسؤول عن توفير صورة حقيقية وموثوقة، تعكس الواقع وتعزز فهم السياسات العامة.

▪ المسؤولية الوطنية

تسعى الوزارة لخدمة مصلحة الوطن العليا، من خلال دعم الوحدة الوطنية وتعزيز التماسك المجتمعي وبناء الثقة. تتجلى المسؤولية الوطنية في تعزيز القيم الوطنية، ودعم المبادرات الحكومية التي تهدف إلى رفعة الأردن واستقراره، مع مراعاة اهتمامات المجتمع.

▪ الاحترافية والتميز

تسعى الوزارة إلى تعزيز الكفاءة المهنية لموظفيها، من خلال التدريب المستمر وتطوير مهارات الإعلام والاتصال الرقمي. تلتزم الوزارة بأخلاقيات العمل، وتعمل على تقديم محتوى إعلامي دقيق ومتوازن، وعالي الجودة، يعكس التزامها بأفضل الممارسات الدولية في مجال الإعلام الحكومي.

▪ الابتكار والتجديد

تؤمن الوزارة بأهمية تبني أحدث التقنيات الرقمية والمنصات الإعلامية لتعزيز فاعلية الاتصال الحكومي. تعمل الوزارة على تطوير استراتيجيات مبتكرة تمكّنها من التواصل مع شرائح واسعة ومتنوعة من المجتمع، مع تبني الفكر الإبداعي لتجاوز التحديات الإعلامية التقليدية.

▪ التواصل الفعّال والشفافية

تؤكد الوزارة أهمية بناء علاقات قوية ومستدامة مع مختلف الجهات الحكومية، والقطاع الخاص، ووسائل الإعلام، والمجتمع المدني؛ لإيجاد قنوات تواصل فعّالة تعزز مشاركة المواطنين في صياغة السياسات وفهمها. تؤمن الوزارة أن التعاون والشفافية هما السبيل لتحقيق الأهداف الوطنية.

▪ حماية الحقوق واحترام الخصوصية

تلتزم الوزارة بتوفير إطار إعلامي يعزز احترام الحقوق الأساسية للأفراد، ويحمي الخصوصية، ويسهم في الحد من انتشار الشائعات والمعلومات المضللة والمغلوبة وخطاب الكراهية أو التحيز عبر وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي. كما تحرص الوزارة على إدارة المعلومات والبيانات الشخصية بمسؤولية تامة، مع احترام التشريعات الوطنية والدولية في هذا المجال.

9.1 تعزيز الثقة بين الحكومة والمواطنين

▪ مبررات الهدف الأول

تؤدي الثقة دورًا حاسمًا في تعزيز العلاقة بين الحكومة والمواطنين، عبر تحسين جودة الاتصال الحكومي، ووضوح الرسائل، ورفع مستوى الشفافية، وتوفير المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب، بما يعزز التفاعل مع المواطنين والاستجابة لقضايا الرأي العام، ويحد من انتشار الشائعات والمعلومات غير الدقيقة.

9.2 رفع جاهزية منظومة الاتصال الحكومي

▪ مبررات الهدف الثاني

تعد جاهزية منظومة الاتصال الحكومي عاملاً أساسياً في تعزيز كفاءة وفعالية الاتصال الحكومي، الأمر الذي يتطلب تطوير قدرات الناطقين الإعلاميين الحكوميين ووحدات الإعلام والاتصال، وبناء معايير وأدلة عمل وتصميم برامج تدريب وتقييم الأداء، بما يساهم في توحيد الممارسات الإعلامية، ورفع جودة الرسائل الحكومية، وتعزيز القدرة على الاستجابة للتحديات والمتغيرات الإعلامية.

9.3 نشر الدراية الإعلامية والمعلوماتية

▪ مبررات الهدف الثالث

نشر وتعزيز الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى مختلف فئات المجتمع، بما يمكنهم من التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، وتنمية التفكير النقدي، والحد من تأثير الشائعات والمعلومات المضللة. يتطلب تحقيق هذا الهدف تطوير برامج تدريبية وعقد ندوات تثقيفية وتوعوية بحيث تكون موجهة لمختلف الفئات المجتمعية (الموظفين الحكوميين، الناطقين الإعلاميين الحكوميين، والصحفيين، والمجتمع المدني، وغيرها من الفئات المعنية) بالتعاون مع الجهات الشريكة والمؤسسات الإعلامية والأكاديمية.

9.4 إبراز إنجازات وإسهامات المملكة إقليمياً ودولياً

▪ مبررات الهدف الرابع

يعزز هذا الهدف حضور المملكة وصورتها الإقليمية والدولية من خلال تطوير التواصل الإعلامي الدولي، وبناء علاقات فاعلة مع وسائل الإعلام والجهات الدولية، وإبراز إنجازات الأردن ومواقفه وقصص نجاحه. كما يركز على الرصد والتحليل المستمر لما يُنشر عن الشأن الأردني وتوظيف مخرجاته في تطوير الرسائل الإعلامية والاستجابات المدروسة وخطط التحسين. ولضمان أثرٍ فعلي ومستدام، يُدار هذا الملف ضمن تنسيق حكومي موحد يربط الاتصال الخارجي بأولويات الدولة ويعزّز الاتساق بين الجهات.

9.5 موازنة القضايا الاستراتيجية مع الأهداف الاستراتيجية

تم تطوير الأهداف الاستراتيجية للوزارة استناداً إلى القضايا الاستراتيجية التي تم تحديدها من خلال التحليل الاستراتيجي ودراسة الاتجاهات العالمية وتحليل أصحاب المصلحة. ويوضح الجدول التالي العلاقة بين القضايا الاستراتيجية والأهداف الاستراتيجية لضمان معالجة الأولويات والتحديات الرئيسة التي تواجه الوزارة.

الأهداف الاستراتيجية القضايا الاستراتيجية	تعزيز الثقة والمصداقية بين الحكومة والمواطنين	رفع جاهزية منظومة الاتصال الحكومي	نشر الدراية الإعلامية والمعلوماتية	إبراز إنجازات وإسهامات المملكة إقليمياً ودولياً
حوكمة الرواية الرسمية وتوحيد الخطاب الحكومي	✓	✓		
تحسين تدفق المعلومات والاتصال الحكومي	✓	✓		
الاتصال المبني على البيانات والذكاء الاصطناعي	✓	✓		✓
مواجهة التضليل والشائعات وخطاب الكراهية	✓		✓	
بناء قدرات الناطقين الإعلاميين الحكوميين ووحدات الاتصال		✓		
تعزيز حضور الأردن وصورته الإعلامية إقليمياً ودولياً				✓
بناء الوعي الرقمي والتفكير النقدي	✓		✓	
أثر الاتصال الحكومي وتحسينه	✓	✓	✓	✓

تُعرّف الممكنات الاستراتيجية بأنها العوامل والموارد الأساسية التي تمكّن الوزارة من تنفيذ استراتيجيتها وتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية. وتشمل هذه الممكنات الجوانب التشريعية والتنظيمية، والبنية التحتية والتكنولوجية، إضافة إلى الموارد البشرية والمالية، إلى جانب غيرها من العناصر الداعمة للعمليات التشغيلية.

وتُعد هذه الممكنات الركيزة الأساسية في دعم تنفيذ سياسات الإعلام والاتصال الحكومي، وتعزيز الأداء المؤسسي، وضمان استدامة المبادرات والمشاريع الإعلامية، بما يسهم في تحقيق النتائج المرجوة.

وفي هذا الإطار، تعتمد الوزارة على توظيف هذه الممكنات الاستراتيجية بشكل متكامل لتعزيز قدراتها التشغيلية والتنظيمية.

- الممكن الاستراتيجي الأول تطوير الأطر التشريعية والتنظيمية
- الممكن الاستراتيجي الثاني تطوير البنية التحتية والتقنيات الحديثة
- الممكن الاستراتيجي الثالث تطوير رأس المال البشري
- الممكن الاستراتيجي الرابع التطوير المؤسسي

11. إدارة المخاطر

تم تحديد أبرز المخاطر الاستراتيجية المرتبطة بتحقيق أهداف الخطة الاستراتيجية استنادًا إلى نتائج التحليل الاستراتيجي، وذلك لضمان إدارة المخاطر بشكل استباقي وتعزيز فرص تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية. ويوضح الجدول التالي هذه المخاطر وإجراءات التعامل معها.

الهدف الاستراتيجي	الخطر	السبب	الاحتمالية	التأثير	مستوى الخطر	خطة المعالجة
تعزيز الثقة والمصداقية بين الحكومة والمواطنين	انتشار الشائعات والمعلومات المضللة	سرعة تداول المعلومات عبر المنصات الرقمية	مرتفع	مرتفع	عالي	تفعيل منصة مكافحة الشائعات وتعزيز تدفق وانسيابية المعلومات
رفع جاهزية منظومة الاتصال الحكومي	نقص الكفاءات والقدرات المتخصصة في الاتصال الحكومي	محدودية الخبرات المتخصصة والتطور المتسارع في المجال الإعلامي	متوسط	مرتفع	عالي	رشد الوزارة بالكفاءات
نشر الدراية الإعلامية والمعلوماتية	ضعف التفاعل والمشاركة المجتمعية في البرامج التوعوية	انخفاض الوعي بأهمية الدراية الإعلامية والمعلوماتية	متوسط	مرتفع	عالي	تعزيز التوعية بالدراية الإعلامية والمعلوماتية من خلال حملات إعلامية وشراكات مع الجهات ذات العلاقة
إبراز إنجازات وإسهامات المملكة إقليمياً ودولياً	التقارير الإعلامية الخارجية غير المهنية	ضعف الوصول للرواية الرسمية أو انتشار معلومات غير مكتملة	متوسط	متوسط	متوسط	الاستجابة الإعلامية السريعة، وضمان انسيابية تبادل المعلومات

ملاحظة: تمثل المخاطر الواردة أعلاه أبرز المخاطر الاستراتيجية المرتبطة بتحقيق أهداف الخطة، على أن يتم تفصيلها ومتابعة إجراءات معالجتها ضمن سجلات مخاطر المشاريع وفقاً للخطة التنفيذية.

تشكّل هذه الخطة الاستراتيجية إطارًا موجهًا لعمل وزارة الاتصال الحكومي خلال الفترة 2026 - 2028 وتوفر الأساس لتطوير وتنفيذ المبادرات والمشاريع الاستراتيجية بما يحقق الأهداف المؤسسية. وستتم مراجعة الخطة وتحديثها بصورة دورية وفقًا لمستوى الإنجاز والمتغيرات الداخلية والخارجية؛ لضمان استدامة التطوير وتحقيق النتائج المستهدفة.