المجلة العربية
لنشر الابحاث والعلوم

"استراتيجيات الاتصال المؤسسي في الوزارات الحكومية عبر المنصات الرقمية: دراسة تحليلية لحساب وزارة الصحة في المملكة العربية السعودية على منصة X خلال عام 2024م"

إعداد : محمد بن مبارك بن براهيم القحطاني

ISSN:2518-5719 @ arsjournals.com ✉ arsjournals.com

المجلة العربية
لنشر الابحاث والعلوم

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجيات الاتصال المؤسسي في الوزارات الحكومية السعودية عبر المنصات الرقمية، من خلال دراسة حالة حساب وزارة الصحة السعودية على منصة X (تويتر سابقًا) خلال عام 2024. وتأتي هذه الدراسة في سياق التحول الرقمي الشامل الذي تشهده المملكة ضمن رؤية السعودية 2030، وما يصاحبه من جهود لتعزيز الشفافية والثقة العامة والالتزام بضوابط الأمن السيبراني في التواصل الحكومي.

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون الكيفي والكمّي، حيث شملت عيّنة بلغت (480) تغريدة منشورة من الحساب الرسمي للوزارة خلال عام 2024، وتم تصنيفها وتحليلها وفق سبع فئات رئيسية شملت: نوع الرسالة، الهدف الاتصالي، الوسائط، النبرة، الشفافية، الأمن السيبراني، ومستوى التفاعل الجماهيري. كما استند التحليل إلى النظرية ثنائي الاتجاه المتوازن.

أظهرت النتائج بالدراسة أن الاتصال المؤسسي الحكومي في وزارة الصحة يقوم على استراتيجيات متوازنة بين الإعلام والإقناع والمشاركة وأن الرسائل التوعوية شكّلت النسبة الأكبر من المحتوى الاتصالي (43.8%)، تلتها الرسائل الإعلامية (26%)، وأن الخطاب الرسمي اتسم بالطابع الإيجابي والمطمئن، الأمر الذي يبعث على تعزيز الثقة العامة. كما كشفت النتائج عن التزام الوزارة الكامل بضوابط الأمن السيبراني في النشر وإدارة الحسابات، وتكامل الاتصال المؤسسي مع سياسات الحوكمة الرقمية. وخلصت الدراسة إلى أن تجربة وزارة الصحة تمثل نموذجًا متقدمًا في الدمج بين الاتصال المؤسسي والأمن السيبراني، ويمكن تعميمها على باقي الوزارات الحكومية في إطار تطوير منظومة الاتصال الحكومي الذكي.

الكلمات المفتاحية: الاتصال المؤسسي، استراتيجيات، المنصات الرقمية.

المقدمة

يشهد العالم اليوم تحولًا جذريًا في أنماط الاتصال المؤسسي، خاصة في القطاع الحكومي، وذلك نتيجة التوسع في استخدام المنصات الرقمية كقنوات رسمية للتواصل مع الجمهور. وفي المملكة العربية السعودية، برز هذا التحول بوضوح في إطار رؤية 2030 التي أولت أهمية كبيرة للحوكمة الرقمية، وتعزيز الشفافية، ورفع جودة الخدمات الحكومية. وقد أدّى هذا التوجه إلى إعادة صياغة أساليب التواصل الحكومي، بحيث انتقلت المؤسسات من النمط التقليدي القائم على الرسائل الأحادية إلى أنماط أكثر تفاعلية تعتمد على المشاركة والمعلومات الفورية والتحليل المباشر لاتجاهات الجمهور.

أصبحت المنصات الاجتماعية، وعلى رأسها منصةX ، نافذة مباشرة تنقل من خلالها الوزارات رسائلها إلى المواطنين والمقيمين، حيث تتيح سرعة الوصول، وتعدد الوسائط، والقدرة على التفاعل الفوري، مما جعلها عنصرًا أساسيًا في بناء الصورة الذهنية وتعزيز الثقة العامة. وفي هذا الإطار، اكتسب الاتصال المؤسسي الحكومي بعدًا جديدًا يقوم على التخطيط الاستراتيجي وإدارة المحتوى وفق ضوابط تنظيمية وأمنية دقيقة، لضمان مصداقية الرسائل وحماية الحسابات الرسمية من المخاطر السيبرانية.

وتعد وزارة الصحة السعودية من أبرز الجهات التي طوّرت منظومة اتصال رقمي متقدمة، نظرًا لطبيعة عملها المرتبطة بصحة المجتمع وحاجتها المستمرة إلى نشر معلومات دقيقة وتوعوية، خصوصًا في فترات الأزمات الصحية والمواسم ذات الحساسية الوبائية. وقد استطاعت الوزارة عبر حسابها الرسمي في منصةXأن تقدّم نموذجًا متقدمًا في الاتصال المؤسسي الرقمي، يجمع بين التوعية، والتفاعل، والإعلام الصحي، والالتزام بالهوية البصرية الموحدة، وتطبيق ضوابط الحماية الرقمية.

من هذا المنطلق، تستند هذه الدراسة إلى تحليل محتوى حساب وزارة الصحة على منصةXخلال عام 2024 بهدف فهم استراتيجيات الاتصال المؤسسي التي اعتمدتها الوزارة في رسائلها الرقمية، واستكشاف مدى توافقها مع متطلبات الاتصال الحكومي الحديث، ومعايير الأمن السيبراني، ومتطلبات بناء الثقة مع الجمهور. وتسعى الدراسة إلى تقديم قراءة علمية تجمع بين الجانبين الكمي والكيفي، مما يساهم في بناء إطار معرفي يساعد على تطوير ممارسات الاتصال الحكومي في البيئة الرقمية السعودية.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من التطور التقني والتنظيمي الكبير الذي شهدته المنصات الحكومية الرقمية، لا تزال هناك فجوة بحثية في فهم طبيعة الرسائل والأنماط الاتصالية التي تستخدمها الجهات الحكومية في تواصلها مع الجمهور. فالدراسات السابقة ركزت غالبًا على الأداء الإعلامي أو التفاعل العام، دون تحليل منهجي شامل لمضمون الرسائل الحكومية الرقمية في ضوء معايير الاتصال المؤسسي والأمن السيبراني (الهيئة الوطنية للأمن السيبراني، 2025).

من هنا تتبلور مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس:

كيف تُوظف وزارة الصحة السعودية استراتيجيات الاتصال المؤسسي عبر منصة X لتحقيق التواصل الفعّال والآمن مع الجمهور خلال عام 2024؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تأتي في مرحلة يشهد فيها الاتصال الحكومي تحولًا جذريًا نحو الاعتماد المكثف على المنصات الرقمية كقنوات رئيسية للتواصل مع الجمهور. ومع توسع هذا الدور، تبرز الحاجة إلى دراسات علمية تستكشف استراتيجيات الاتصال المؤسسي المطبقة في الجهات الحكومية، وتوضح مدى فاعلية هذه الاستراتيجيات في تعزيز الثقة العامة وتطوير الحوكمة الرقمية. وتنقسم أهمية الدراسة إلى جانبين رئيسيين:

أولًا: الأهمية المعرفية

1. الإسهام في تطوير المعرفة النظرية في مجال الاتصال المؤسسي الحكومي من خلال تقديم تحليل علمي لأحد أهم الحسابات الحكومية نشاطًا وتأثيرًا، وهو حساب وزارة الصحة السعودية على منصة X.
2. سد فجوة بحثية تتمثل في قلة الدراسات التي دمجت بين تحليل الاتصال المؤسسي ومتطلبات الأمن السيبراني في السياق الحكومي، إذ تركز أغلب الدراسات السابقة على جانب واحد دون الآخر.
3. إثراء الأدبيات المرتبطة بالاتصال الرقمي الحكومي من خلال الجمع بين المنظور الاتصالي والمنظور التقني، وتوضيح العلاقة بينهما في بناء الرسائل الحكومية الموثوقة.
4. تقديم نموذج تحليلي يمكن للباحثين الاستفادة منه في دراسات لاحقة تتناول الاتصال المؤسسي في مؤسسات حكومية أخرى أو في قطاعات عامة مختلفة.

ثانيًا: الأهمية التطبيقية

1. دعم الوزارات والهيئات الحكومية في المملكة العربية السعودية من خلال توفير نتائج عملية يمكن توظيفها لتحسين جودة الاتصال الرقمي وصياغة الرسائل الحكومية بطريقة أكثر تأثيرًا ووضوحًا.
2. تعزيز الالتزام بضوابط الأمن السيبراني عبر إبراز الممارسات المثلى التي اتّبعتها وزارة الصحة في حماية حسابها الرسمي على المنصات الرقمية، مما يوفر نموذجًا يمكن تعميمه على بقية الجهات الحكومية.
3. المساعدة في تطوير السياسات الحكومية المتعلقة بإدارة الحسابات الرسمية والتفاعل مع الجمهور، من خلال تقديم مؤشرات كمية وكيفية حول طبيعة الرسائل الأكثر فاعلية واستراتيجيات الخطاب المناسبة.
4. رفع كفاءة العاملين في إدارات الاتصال والعلاقات العامة عبر منحهم فهمًا أعمق لكيفية استخدام المنصات الرقمية بطريقة احترافية تتماشى مع متطلبات الحوكمة الرقمية والرؤية الوطنية.

5. دعم التحول الرقمي الحكومي وفق رؤية السعودية 2030، وذلك من خلال توفير توصيات عملية تسهم في تطوير منظومة الاتصال الحكومي الذكي وتعزيز ثقة الجمهور بالمحتوى الرسمي المنشور في المنصات الرقمية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجيات الاتصال المؤسسي لوزارة الصحة السعودية عبر منصة X خلال عام 2024، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

1. تحديد الأنماط الرئيسة للمحتوى الاتصالي المنشور في حساب وزارة الصحة على منصةX ، من حيث طبيعة الرسائل والأشكال الاتصالية المستخدمة.
2. تحليل الأهداف الاتصالية التي تسعى الوزارة لتحقيقها من خلال منشوراتها الرقمية، مثل التوعية والإعلام والتحفيز والتفاعل.
3. استكشاف استراتيجيات الخطاب المؤسسي المستخدمة في صياغة الرسائل الحكومية، وتحليل النبرة واللغة والأطر الاتصالية.
4. تقييم مستوى الالتزام بضوابط الأمن السيبراني والحوكمة الرقمية في المنشورات الرسمية لحساب الوزارة.

أسئلة الدراسة:

1. ما هي الأنماط الرئيسة للمحتوى الاتصالي المنشور في حساب وزارة الصحة على منصةX ، من حيث طبيعة الرسائل والأشكال الاتصالية المستخدمة؟
2. ما هي الأهداف الاتصالية التي تسعى الوزارة لتحقيقها من خلال منشوراتها الرقمية، مثل التوعية، والإعلام، والتحفيز والتفاعل؟
3. ما هي استراتيجيات الخطاب المؤسسي المستخدمة في صياغة الرسائل الحكومية، وتحليل النبرة واللغة والأطر الاتصالية؟
4. ما مستوى الالتزام بضوابط الأمن السيبراني والحوكمة الرقمية في المنشورات الرسمية لحساب الوزارة؟

الإطار النظري والدراسات السابقة:

أولاً الإطار النظري:

نظرية التميز في العلاقات العامة:

نظرية التميز في العلاقات العامة، التي طورها جيمس جرونج وتود هانت في الثمانينيات، تُعد إطارًا شاملًا لإدارة العلاقات العامة. تؤكد هذه النظرية على الإدارة الاستراتيجية للاتصال، وأهمية الاتصال المتوازن ذي الاتجاهين، ودور العلاقات العامة في تحقيق الأهداف التنظيمية. تُعد من أبرز النظريات التي سعت لتقديم نموذج مثالي لممارسة العلاقات العامة كوظيفة إدارية استراتيجية.

تتماشى هذه النظرية بشكل وثيق مع موضوع "الاتصال المؤسسي" في الدراسة، حيث يُعتبر الاتصال المؤسسي وظيفة أساسية ضمن نطاق العلاقات العامة. توفر نظرية التميز أساسًا نظريًا قويًا لفهم كيف يمكن للاتصال المؤسسي الفعال أن يؤدي إلى التميز التنظيمي، وبناء الثقة، وإدارة العلاقات مع الجماهير المختلفة، وتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة. من خلال تبني مبادئ التميز، يمكن للمؤسسات تحسين استراتيجياتها الاتصالية لتحقيق أقصى درجات الفعالية والتأثير.

الفرضيات الأساسية للنظرية:

1. المؤسسات التي تمارس الاتصال المتوازن ذي الاتجاهين تكون أكثر فعالية.
2. الإدارة الاستراتيجية للعلاقات العامة تساهم في الفعالية التنظيمية.
3. أقسام العلاقات العامة التي تُمكن المتخصصين في الاتصال وتُدمجهم في عملية صنع القرار الاستراتيجي تكون أكثر نجاحًا.

أهم الانتقادات

1. وُصفت النظرية بأنها مثالية؛ إذ يُعد افتراض التوازن في الاتصال وتقاسم السلطة بين المنظمة وجماهيرها أمرًا صعب التحقيق في كثير من البيئات الواقعية .
2. كما انتُقدت محدودية تعميمها عالميًا، وتركيز كثير من دراساتها على سياقات غربية محددة، إضافة إلى أن قوة ممارسي العلاقات العامة داخل المنظمات قد لا تكفي لتطبيق النموذج كما هو

مصطلحات الدراسة (اصطلاحي – إجرائي)

الاتصال المؤسسي(Institutional Communication) التعريف الاصطلاحي: يُعرَّف الاتصال المؤسسي بأنه "مجموعة الأنشطة الاتصالية التي تمارسها المؤسسة بهدف بناء علاقات إيجابية مع جمهورها الداخلي والخارجي، وتعزيز صورتها الذهنية، وتحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال رسائل مخططة ومتسقة" (وزارة الإعلام، 2019).

التعريف الإجرائي في هذه الدراسة: يقصد بالاتصال المؤسسي جميع الرسائل والمحتويات الرقمية التي تنشرها وزارة الصحة عبر حسابها الرسمي في منصة X بهدف إعلام الجمهور أو توعيته أو إشراكه أو طمأنته أو توجيهه، بما يعكس الهوية الرسمية للوزارة ويحقق أهدافها الاتصالية خلال عام 2024.

الاتصال الحكومي الرقمي(Digital Government Communication)

التعريف الاصطلاحي: هو عملية تواصل تستخدم فيها الجهات الحكومية المنصات الرقمية لنشر المعلومات والخدمات والتفاعل مع الجمهور بطريقة تتسم بالشفافية والوضوح والموثوقية، وفق ضوابط الحوكمة الرقمية (هيئة الحكومة الرقمية، 2024).

التعريف الإجرائي: يمثل كل شكل من أشكال التواصل الرقمي الذي تمارسه وزارة الصحة عبر منصة X بهدف دعم سياساتها الصحية ونشر معلومات دقيقة وموثوقة وتعزيز العلاقة مع المواطنين خلال عام 2024.

منصةXتويتر سابقا

التعريف الاصطلاحي: منصة تواصل اجتماعي تُعد من أشهر المنصات العالمية، تعتمد على الرسائل القصيرة والتفاعل السريع، وتستخدمها الجهات الحكومية بوصفها قناة رسمية للتواصل المباشر مع الجمهور (وزارة الصحة، 2024).

التعريف الإجرائي: هي البيئة الرقمية التي تمثل مجال التحليل في هذه الدراسة، وتشمل جميع التغريدات المنشورة في حساب وزارة الصحة الرسمي خلال عام 2024، سواء كانت رسائل نصية أو وسائط أو روابط أو وسوم.

تحليل المضمون(Content Analysis)

التعريف الاصطلاحي: هو منهج علمي يعتمد على الوصف الموضوعي والمنظم والكمي لمحتوى الرسائل الاتصالية بهدف تفسيرها واستنتاج دلالاتها واتجاهاتها.(Krippendorff, 2018)

التعريف الإجرائي: هو الإجراء الذي اعتمدته الدراسة لتحليل جميع تغريدات وزارة الصحة على منصةXمن حيث نوع الرسالة، الهدف الاتصالي، الوسائط، النبرة، الشفافية، والأمن السيبراني خلال عام 2024.

ثانياً الدراسات السابقة:

شهدت السنوات الأخيرة اهتمامًا متزايدًا من الباحثين العرب والأجانب بدراسة الاتصال المؤسسي عبر المنصات الرقمية، ولا سيما في البيئة الحكومية التي أصبحت تعتمد بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الجمهور. وقد تباينت الدراسات في مناهجها وأهدافها، إلا أنها اجتمعت على إبراز أهمية الاتصال المؤسسي في تعزيز الشفافية، وبناء الثقة العامة، وتحقيق فاعلية الحوكمة الرقمية. وفيما يلي عرض لأبرز الدراسات السابقة، موزعة على محاور رئيسية.

الدراسات التي ركزت على الاتصال المؤسسي في المؤسسات الصحية

1. **دراسة كيم(2023)**

نُشرت هذه الدراسة في مجلة الأبحاث الإدارية(*Journal of Business Research*) ، وهدفت إلى قياس أثر استخدام الحكومات لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات على مستوى الثقة العامة. اعتمد الباحثان منهجًا تجريبيًا شمل تحليل بيانات لأكثر من عشرة آلاف مستخدم في خمس دول آسيوية وأوروبية. وأظهرت النتائج أن زيادة تفاعل الحكومات عبر المنصات الرقمية خلال الأزمات يؤدي إلى ارتفاع مستوى الثقة العامة، شريطة أن تتسم الرسائل الرسمية بالاتساق والوضوح والدقة. وتؤكد هذه الدراسة أهمية إدارة الاتصال المؤسسي بشكل مهني في فترات الأزمات لتحقيق التواصل الفعّال مع الجمهور

2. **دراسة الشعيبي (2022)**

هدفت الدراسة إلى بيان تأثير جائحة كورونا على نسب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، وإمكانية استخدام ذلك في ترويج حملات العلاقات العامة، تم اعتماد الاستبيان كأداة للدراسة، حيث تم تجميع عدد ٢٣٦ رد صالح للتحليل، انتهت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: تمثل فئة الإناث أكثر الفئات ارتياداً لمواقع التواصل الاجتماعي من الذكور، يظهر أن أغلب المواقع استخداماً في المملكة العربية السعودية (انستقرام، تويتر، سناب شات)، أغلب السعوديين لا يرغبون في استخدام قنوات التواصل الاجتماعي لدوافع خاصة بهم، هناك قلق اجتماعي في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي ربما يعزى لأسباب رقابية، وأوصت الباحثة في نهاية الدراسة بعمل دراسة استقصائية على عينة تجريبية (مركزة) تركز على دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على موضوع الذكاء الاجتماعي في حال الاستخدام وعدم الاستخدام، عمل دراسة عن إمكانية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير الذات، والتسويق الرقمي، والتكسب المالي منها، عمل دراسة تركز على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في صياغة العقل الجمعي وركزت مشكلة الدراسة على بيان اثر تأثير انتشار وباء كورونا على نسب استخدام وسائل التواصل الاجتماعية في السعودية ويمثل مجتمع الدراسة هنا مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالمملكة أثناء الجائحة وبلغ العدد(236) ذكور واناث وتم استخدام أداة الاستبانة الالكترونية .

3. **دراسة المنيع والعقيل(2021)**

تتناول هذه الدراسة مدى اعتماد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة على خطاب المتحدث الإعلامي لوزارة الصحة خلال أزمة كورونا كوفيد 19، وتهدف الدراسة إلى التعرف على مدى هذا الاعتماد ودوافعه، بالإضافة إلى التحقق من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لهذا الاعتماد. تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال الحاجة الماسة للتعرف على الدور الذي يقوم به المتحدث الإعلامي في الجهات الحكومية، وبالتالي تقييم هذا الدور خصوصاً أثناء الأزمات التي يتعرض لها المجتمع، وتتجلى أيضا أهمية هذه الدراسة بندرة الدراسات الوصفية المتعلقة بهذا الموضوع في المملكة العربية السعودية. استخدم الباحثان المنهج الوصفي المسحي للوصول إلى نتائج علمية تكشف عن مدى اعتماد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية على خطاب المتحدث الإعلامي لوزارة الصحة خلال أزمة كورونا كوفيد 19، واعتمد الباحثان على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات اللازمة من أفراد مجتمع الدراسة، وقد تحصل الباحثان على 3234

استبانة. توصلت الدراسة إلى نتائج عامة تصف في مجملها مدى اعتماد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة على خطاب المتحدث الإعلامي لوزارة الصحة خلال أزمة كورونا كوفيد 19، وكان من أبرز هذه النتائج أن أكثر من ثلاثة أرباع أفراد العينة يتابعون خطاب المتحدث الإعلامي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن تويتر جاء في المرتبة الأولى كأكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور السعودي في متابعة خطاب المتحدث الإعلامي لوزارة الصحة، أيضاً أوضحت نتائج الدراسة بأن التأثيرات المعرفية على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في السعودية أتت بالمرتبة الأولى نتيجة اعتمادهم على خطاب المتحدث الإعلامي لوزارة الصحة، وأشارت النتائج إلى إيجابية التأثيرات المعرفية بشكل عام، يليها التأثيرات السلوكية، ثم جاءت التأثيرات الوجدانية حيث أشارت نتائج الدراسة إلى تخوف معظم عينة الدراسة من عدم الوعي الصحي في المجتمع، وعدم القدرة على التصدي لهذه الجائحة.

4. دراسة حسن (2021)

استهدفت الدراسة رصد تأثير الاعتماد على منصات الإعلام الرسمية السعودية بموقع تويتر على معارف الجمهور وسلوكياتهم نحو جائحة كورونا، بالتطبيق على عينة عمدية متاحة من مستخدمي تويتر في المملكة العربية السعودية بمنطقة جازان، وتعد هذه الدراسة إحدى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى تتبع ظاهرة معينة بغرض وصفها وتحليلها ومعرفة الأسباب التي تقف وراءها، وتعتمد على المنهج المسحي،واعتمدت الدراسة على عينة عمدية متاحة من سكان المملكة العربية السعودية قوامها (230) مفردة خلال الفترة من 7–11 2020، ممن لديهم حسابات على تويتر من سكان المملكة العربية السعودية بمنطقة جازان ، وقد توصلت الدراسة إلى تصدر نسبة المتابعين الدائمين للمنصات الإعلامية الرسمية في تويتر نحو جائحة كورونا بنسبة 67.4%، يليهم المتابعين والمهتمين أحيانًا بنسبة بلغت 29.6%، ويبلغ الإجمالي نسبة 97% متابعين لتلك المنصات، وتصدرت المنصة الإعلامية لوزارة الصحة السعودية على تويتر المركز الأول بوصفها أهم منصة إعلامية يتابعها المبحوثون بنسبة 61.3%، يليها في المرتبة الثانية وبنسبة 42.2% الصحف الرسمية السعودية ثم وكالة الأنباء السعودية واس في المرتبة الثالثة بنسبة 36.5%، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائيًا من حيث التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمنصات الإعلام الرسمية على تويتر باختلاف المستوى التعليمي للمبحوثين، والمستويات التعليمية الأكثر تأثرًا هي المستوى الجامعي والدراسات العليا، كما توجد فروق دالة إحصائيًا من حيث تأثيرات منصات الإعلام الرسمية باختلاف المرحلة العمرية للمبحوثين من حيث التأثيرات الوجدانية والسلوكية فشكلت الفئات العمرية الأعلى من 20 سنة أكثر الفئات تأثرًا من الفئات الأقل من 20 سنة.

5. دراسة السباعي (2021)

برزت أهمية تحسين مشاركة الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة. لذلك اهتمت الدراسة بالبحث في العوامل التي تساهم في مشاركة الجمهور في المملكة العربية السعودية في منصة تويتر، خاصة أثناء الأزمات، كالأنماط التكنولوجية، المحتوى الاتصالي والاستمالات العقلية. قامت الباحثة بتحليل 644 تغريدة لوزارة الصحة السعودية في موقع تويتر أثناء فترة الحظر جراء انتشار فيروس كورونا والممتدة من 23 مارس 2020 إلى 21 يونيو. كشفت الدراسة –في أهم نتائجها –أن استخدام الصور في التغريدات يسهم في مشاركة الجمهور من حيث كتابة التعليقات وإعادة التغريد، بينما تسهم مقاطع

الفيديو المنشورة في عمل الإعجاب. كما كشفت الدراسة أن المحتوى المتعلق بتقدير خدمات الطوارئ في الصفوف الأمامية يسهم في مشاركة الجمهور من خلال عمل الإعجاب، في حين يسهم المحتوى المتعلق بآخر الأخبار حول جائحة فيروس كورونا في إعادة التغريد. وبالنسبة للاستمالات الإقناعية، أوضحت الدراسة أن استخدام الاستمالات العقلية في تغريدات الحساب تسهم في عمل الإعجاب، وأن الاستمالات العاطفية تؤدي دورا في كتابة التعليقات، في حين أن استخدام الاستمالات الاقناعية (العقلية والعاطفية) لا يساهم في إعادة التغريد.

الدراسات التي ركزت الاتصال الحكومي الرقمي

تناولت دراسة سلفادور وكارلا سيلفا (2024) الاتصال الحكومي في المؤسسات العامة البرتغالية عبر منصةX، وفق تحليل موسع شمل أكثر من 18 ألف تغريدة لـ 14 مؤسسة حكومية خلال عام 2023. استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون لقياس أنماط الرسائل ودرجة التفاعل، وخلصت إلى أن الاتصال الحكومي في البرتغال يعتمد بشكل كبير على النشر الأحادي الاتجاه، مع غياب واضح لأساليب التفاعل المباشر مع الجمهور. كما بيّنت النتائج أن بعض المؤسسات لا تزال تستخدم المنصات الاجتماعية كقنوات بث معلومات فقط بدون مشاركة حقيقية، مما يحدّ من بناء الثقة الرقمية. وأكدت الدراسة أن تعزيز الشفافية والانفتاح التفاعلي يعد شرطًا أساسيًا لرفع جودة الاتصال الحكومي، ودعت إلى تبنّي استراتيجيات اتصالية مشابهة لتجارب الدول التي حققت نجاحًا في إدارة الاتصال الرقمي، مثل التجربة السعودية. وتبرز هذه الدراسة أهميتها في المقارنة بين سياقات مختلفة، وفي إبراز أثر التفاعل الرقمي كعنصر جوهري في بناء الثقة الحكومية في العصر الرقمي.

وفي دراسة المطيري الجوهرة بنت عويض (2023)، تم تحليل محتوى الحسابات الرسمية للوزارات السعودية على تويتر بهدف التعرف على الموضوعات الأكثر تداولًا وأنماط الخطاب المستخدمة. استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون الكمي لتصنيف مئات التغريدات الصادرة عن الوزارات، ورصدت تكرار الموضوعات والوسائط المستخدمة، والأطر الاتصالية الأكثر حضورًا. أظهرت النتائج أن الوزارات السعودية أصبحت تعتمد بشكل متزايد على المحتوى البصري والتصاميم الموحدة، مما يعزز الهوية المؤسسية ويقوي الرسائل الحكومية. كما بيّنت الدراسة دور الوسوم الموحدة في زيادة انتشار الرسائل الرسمية وتوحيد الخطاب بين الجهات الحكومية. وأكدت النتائج أن التواصل الحكومي يميل نحو المحتوى الذي يعزز الثقة ويبرز المنجزات، مع وجود تفاعل ملحوظ في الحملات التي تستهدف الجمهور مباشرة. وتدل هذه الدراسة على نضج الممارسات الاتصالية الحكومية في المملكة، وتحديدًا في تبنّي أساليب حديثة في إدارة المحتوى الرقمي.

أما دراسة هانسون وسارة بيج (2022)، فقد نُشرت في مجلة الدراسات النقدية للخطاب، واستهدفت تحليل الخطاب الحكومي البريطاني في حساب "البريكست" الرسمي عبر تويتر خلال فترة خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي. اعتمد الباحثان منهج التحليل اللغوي النقدي لفهم كيفية استخدام الحكومة للغة في خلق الشرعية المؤسسية والتأثير على الرأي العام. وأظهرت النتائج أن اللغة الحكومية ركزت على مفاهيم "المصلحة الوطنية" و"المنافع المستقبلية" و"الإجماع الشعبي"، باعتبارها روافع لغوية لإقناع الجمهور بقرارات الخروج. كما كشفت الدراسة عن استخدام استراتيجيات خطابية تقوم على التطمين، وإعادة صياغة الحدث سياسيًا، والهيمنة على السرد. وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها توضح كيف تستخدم الحكومات الخطاب الرقمي كأداة

سياسية مؤثرة، وكيف تسهم اللغة الرقمية في تشكيل المواقف العامة. وتمثل هذه الدراسة مرجعية مهمة في فهم البناء الخطابي في الاتصال الحكومي عبر المنصات الرقمية.

ركزت دراسة "خصائص المنظومة الصحية السعودية على منصة تويت (2021) على تحليل الخطاب الصحي الرسمي الموجّه للجمهور في المملكة، من خلال تتبع الأنماط الاتصالية في تغريدات وزارة الصحة، وبقية الحسابات الداعمة لها. اتبعت الدراسة منهج تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي لتحديد خصائص الصياغة الاتصالية، ودرجة الاتساق البصري واللغوي، ومستوى الشفافية في تقديم المعلومات الصحية. وأظهرت النتائج أن الوزارة نجحت في بناء خطاب صحي يعتمد على الوضوح والدقة والارتباط بالمصادر الرسمية، مما عزز موثوقية الرسائل المنشورة. كما بيّنت الدراسة أن استخدام الوسائط البصرية، مثل الإنفوجرافيك والرسوم الإيضاحية، ساهم في رفع مستوى الفهم لدى الجمهور وزيادة التفاعل. وتدل هذه النتائج على أن القطاع الصحي في المملكة استطاع أن يوظف المنصات الرقمية بصورة مهنية تُسهم في صناعة خطاب صحي موثوق ومتسق، الأمر الذي يعكس وعيًا مؤسسيًا بأهمية الاتصال الرقمي في دعم الصحة العامة.

أما دراسة العلي فهد بن معيقل (2020)، فقد تناولت اتجاهات الموظفين الحكوميين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل الحكومي، مع التركيز على معوقات الاستخدام وأثره على الصورة المؤسسية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي عبر استبيانات شملت عددًا من موظفي الجهات الحكومية. وأظهرت النتائج وجود وعي متزايد بأهمية المنصات الرقمية في بناء صورة إيجابية للجهات الحكومية، وتعزيز التواصل مع المواطنين، إلا أنها كشفت أيضًا عن وجود تحديات أبرزها: ضعف التدريب الرقمي، غياب بعض السياسات التنظيمية الواضحة، ومخاوف تتعلق بالأمن المعلوماتي. كما أشارت إلى أن بعض الموظفين يترددون في استخدام هذه المنصات خوفًا من ارتكاب أخطاء اتصالية قد تُساء قراءتها من قبل الجمهور. وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها توضح الدور الداخلي للعاملين الحكوميين في تشكيل الاتصال المؤسسي، وأن فعالية الاتصال الرقمي لا تعتمد فقط على المنصة بل أيضًا على جاهزية الكفاءات البشرية التي تديره.

وفي دراسة "المنصات الرقمية السعودية ودورها في دعم ممارسات الاتصال الحكومي" (2020)، تم تحليل تجربة منصة التواصل الحكومي باعتبارها أحد أهم الأدوات التي أسهمت في تنسيق الجهود الاتصالية بين الوزارات السعودية. اعتمدت الدراسة منهج الدراسة التطبيقية وتحليل السياسات لتقييم أدوار المنصة في توحيد الرسائل الحكومية وتحسين جودة التواصل. وأكدت النتائج أن هذه المنصة أسهمت في رفع مستوى الموثوقية واتساق الرسائل الرسمية، إضافة إلى تعزيز التكامل الاتصالي بين الجهات الحكومية المختلفة. وأظهرت الدراسة أن الإدارة الرقمية الموحدة ساعدت الوزارات على اعتماد آليات أكثر احترافية في صياغة الرسائل، مع مراعاة الهوية الموحدة والضوابط التنظيمية، مما ساعد على تقديم خطاب حكومي متسق وشفاف. وتدل هذه الدراسة على أهمية الإدارة المركزية للاتصال في تعزيز فعالية الاتصال الحكومي الرقمي في المملكة.

في دراسة الرّتيق حصة محمد (2019)، سعت الباحثة إلى فهم استخدام الجهات الحكومية السعودية لتويتر كمنصة للتواصل مع المواطنين، مع التركيز على طبيعة التفاعل في الحسابات الحكومية الرسمية. اعتمدت الدراسة منهج المسح وتحليل المضمون لرصد نوعية المحتوى المنشور وقياس مستوى التفاعل الجماهيري معه. كشفت النتائج أن العديد من الجهات الحكومية كانت تُكثّف النشر دون تحقيق مستويات تفاعل متوازنة، مما يشير إلى وجود فجوة بين حجم الرسائل وبين التفاعل

المتوقع من الجمهور. كما توصّلت الدراسة إلى أن ضعف التفاعل يعود إلى اعتماد بعض الجهات على الرسائل الإخبارية التقليدية بدلًا من الرسائل التفاعلية أو التشاركية. وأكدت النتائج الحاجة إلى تطوير استراتيجيات اتصال رقمي تتضمن إشراك الجمهور بصورة أكبر، واستخدام لغة أكثر قربًا ومحتوى يعزز المشاركة. وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها لفتت الانتباه إلى محدودية التفاعل الرقمي الحكومي قبل تطبيق أطر الحوكمة الرقمية الجديدة في المملكة، مما يجعلها مرجعًا مهمًا لقياس التطور الذي شهدته الوزارات لاحقًا.

التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة واوجه الاتفاق والاختلاف:

يتضح من استعراض الدراسات السابقة أنّ هناك اتجاهًا عامًا مشتركًا يؤكد أهمية الاتصال الرقمي بوصفه أداة رئيسية لتعزيز الشفافية الحكومية وبناء الثقة بين المؤسسات والجمهور. وقد اتفقت معظم الدراسات على أن المنصات الاجتماعية، خصوصًا تويتر/X، أصبحت محورًا أساسيًا في إيصال الرسائل الحكومية وإدارة الأزمات وتوجيه السلوك العام، كما ظهر في دراسات الخطاب الصحي السعودي، والدراسات المتصلة بتجربة البريكست، والدراسات المرتبطة بالتواصل الحكومي المؤسسي في السعودية والبرتغال. وتجمعت نتائج الدراسات حول الدور المؤثر للغة الإيجابية والاتساق البصري والشفافية المعلوماتية في رفع مستوى الثقة العامة وتطوير الصورة المؤسسية للجهات الحكومية.

ورغم هذا الاتفاق، كشف تحليل الدراسات عن بعض الاختلافات، أبرزها تفاوت مستوى التفاعل الجماهيري بين الدول والوزارات. فبينما ركزت بعض الدراسات على ضعف التفاعل الحكومي بسبب هيمنة الرسائل أحادية الاتجاه، كما في الحالة البرتغالية، أشارت دراسات أخرى إلى نجاح كبير في التفاعل الجماهيري في السعودية خلال الأزمات الصحية. كما اختلفت الدراسات في المنهج المستخدم، إذ اعتمد بعضها على التحليل الكمي فقط، بينما استخدمت دراسات أخرى التحليل النوعي أو التحليل الخطابي النقدي.

أما على صعيد الثغرات البحثية، فقد تبين أن الدراسات السابقة لم تتناول بشكل كافٍ العلاقة بين الاتصال المؤسسي ومتطلبات الأمن السيبراني في الحسابات الحكومية، كما لم تُسلّط ضوءًا منهجيًا على كيفية مواءمة المحتوى الحكومي مع الضوابط التنظيمية للحوكمة الرقمية في المملكة. كذلك افتقرت بعض الدراسات إلى التحليل المتكامل الذي يجمع بين الجانبين الكمي والكيفي في تحليل مضمون الرسائل الحكومية، مما يبرز الحاجة إلى دراسة شمولية تتناول هذا التكامل بصورة منهجية، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقه.

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدة جوانب منهجية وتحليلية، حيث ساهمت تلك الدراسات في بناء الإطار العام لفئات التحليل المستخدمة، مثل تحديد أنواع الرسائل الاتصالية، وخصائص الخطاب الصحي، وعناصر الشفافية، وأنماط التفاعل، والوسائط، وهي العناصر التي ظهرت بوضوح في دراسات الخطاب الصحي السعودي والدراسات المرتبطة بالاتصال الحكومي الرقمي. كما ساعدت نتائج الدراسات السابقة في ضمان تكامل المنهج الكمي والكيفي في هذه الدراسة، وذلك من خلال الاستفادة من نماذج الترميز المستخدمة في الدراسات التحليلية المشابهة، وتبني منهج تحليل المضمون المتوازن الذي يجمع بين التكرار الإحصائي والتفسير الدلالي للخطاب.

وفي جانب الأسئلة البحثية، ساعدت الدراسات السابقة في صياغة تساؤلات الدراسة الحالية بطريقة منهجية، بحيث تتوافق مع الأهداف وتغطي الجوانب النظرية والتطبيقية، مثل طبيعة الخطاب الصحي، ومستوى التفاعل، واستراتيجيات الخطاب الحكومي، والالتزام بالحوكمة الرقمية. كما أسهمت هذه الدراسات في بناء النموذج التحليلي الذي تتبناه الدراسة الحالية، وذلك عبر دمج خبرات سابقة في تحليل الخطاب الرسمي مع متطلبات الأمن السيبراني والضوابط الحكومية، مما أتاح تطوير إطار أكثر شمولية لدراسة الاتصال المؤسسي في المملكة. وبذلك شكّلت الدراسات السابقة قاعدة معرفية مهمة ساهمت في إثراء التحليل وتوجيه خطوات البحث بطريقة علمية دقيقة.

منهج الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على منهج تحليل المضمون بشقّيه الكمي والكيفي، بهدف الكشف عن خصائص الرسائل الاتصالية المنشورة في حساب وزارة الصحة السعودية على منصة X خلال عام 2024. ونظرًا لأن الباحث قام بتحليل جميع التغريدات المنشورة خلال الفترة الزمنية المحددة، فإن الدراسة تعتمد على المسح الشامل(Census) ، حيث شمل التحليل كامل المحتوى الاتصالي البالغ 480تغريدة، بما يعكس تمثيلًا كاملًا ودقيقًا لمجتمع الدراسة دون استثناء.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع التغريدات الأصلية المنشورة في الحساب الرسمي لوزارة الصحة السعودية على منصة X (@SaudiMOH)خلال الفترة من 1 يناير إلى 31 ديسمبر 2024.

ونظرًا لرغبة الباحث في تحليل الخطاب المؤسسي للوزارة بدقة، فقد تم اعتماد المسح الشامل لجميع التغريدات المنشورة خلال عام 2024، بحيث شملت العينة كل التغريدات الأصلية البالغ عددها (480) تغريدة، مع استبعاد إعادة التغريد (Retweets)والتعليقات التي لا تحتوي على مضمون أصلي صادر عن الوزارة.

عينة الدراسة:

تم اختيار أسلوب المسح الشامل ليشمل، جميع التغريدات المنشورة من الحساب الرسمي لوزارة الصحة خلال عام 2024 والتي تنطبق عليها الشروط الآتية:

1. أن تكون منشورة من الحساب الموثق الرسمي للوزارة.
2. أن تتضمن محتوى اتصالي موجّهًا للجمهور (وليس ردودًا داخلية).
3. أن تحتوي على نصوص أو وسائط (صور، فيديو، روابط) تعكس مضمونًا اتصاليًا.

بلغ إجمالي عدد التغريدات خلال الفترة المحددة (وفق رصد أولي) حوالي 480تغريدة، تم تحليلها جميعًا بوصفها تمثل كامل الإطار الزمني للدراسة، مع استبعاد الإعادات (Retweets) التي لا تتضمن محتوى أصليًا من الوزارة.

وصف العينة وتحليلها المبدئي:

تضمّنت عيّنة الدراسة جميع التغريدات الأصلية المنشورة من الحساب الرسمي لوزارة الصحة السعودية على منصة X (@SaudiMOH) خلال الفترة الزمنية الممتدة خلال عام 2024، بإجمالي (480 تغريدة) تمثل كامل المحتوى الاتصالي الصادر عن الوزارة خلال العام محل الدراسة.

وقد تم اختيار العينة بأسلوب المسح الشامل لتضمين جميع الرسائل الاتصالية التي تعكس الخطاب الرسمي للوزارة، مع استبعاد الإعادات (Retweets) أو الردود التي لا تحتوي على مضمون أصلي صادر عن الحساب نفسه. يهدف هذا الأسلوب إلى ضمان تحليل الرسائل التي تمثل الاستراتيجية الاتصالية الفعلية للوزارة.

ولغرض التوضيح، يُعرض فيما يلي نماذج تمثيلية من العينة توضح طبيعة البيانات التي جرى تحليلها فعليًا، وهي تغريدات منشورة من حساب وزارة الصحة الرسمي خلال عام 2024:

رقم التغريدة	التاريخ	نص مختصر للتغريدة	نوع الرسالة	الوسائط
1	3 مارس 2024	"صحتك أولويتنا دائمًا.. خذ اللقاح وكن سببًا في وقاية نفسك ومجتمعك #خذ_الخطوة"	توعوية / وقائية	نص + صورة
2	12 يونيو 2024	"أطلقت وزارة الصحة المرحلة الثانية من خدمة الملف الصحي الإلكتروني لتمكين المواطنين من متابعة بياناتهم بسهولة وأمان."	إعلامية / خدمية	نص + فيديو قصير
3	29 أكتوبر 2024	"شاركنا رأيك في جودة خدمات المستشفيات عبر استبيان رضا المستفيدين على الرابط أدناه. #الصحة_937"	تفاعلية	نص + رابط

تُظهر هذه النماذج التنوّع في طبيعة الرسائل الاتصالية التي تنشرها وزارة الصحة بين الرسائل **التوعوية** الموجهة للوقاية، و**الإعلامية** الخاصة بالإعلانات والخدمات الجديدة، و**التفاعلية** التي تستهدف مشاركة الجمهور في تقييم الأداء. كما يتضح من هذه الأمثلة التزام الوزارة بالهوية البصرية الرسمية، باستخدام الألوان والشعارات المعتمدة، وتوحيد لغة الخطاب بما يعزز الثقة ويُرسّخ الصورة المؤسسية للوزارة في الفضاء الرقمي.

إن اعتماد هذه العينة الشاملة مكّن الباحث من إجراء تحليل دقيق للتوزيع الكمي لأنواع الرسائل والأهداف الاتصالية، إلى جانب التحليل الكيفي لأساليب الخطاب والنبرة اللغوية، مما أتاح استنتاج الأنماط الاتصالية التي تُعبّر عن هوية وزارة الصحة الاتصالية ضمن إطار التحول الرقمي الحكومي في المملكة العربية السعودية.

وحدة التحليل:

تُعدّ التغريدة الواحدة وحدة التحليل الأساسية في هذه الدراسة، حيث تمثل أصغر وحدة اتصالية تحمل مضمونًا مستقلًا وقابلًا للتحليل الكمي والكيفي. وقد تم تحليل كل تغريدة من حيث:

1. نص الرسالة(Text Content)
2. الوسائط المصاحبة (صورة، فيديو، رابط، وسوم)
3. الطابع الاتصالي (إخباري، توعوي، تفاعلي، دعائي...)
4. السمات اللغوية والنبرية
5. مستوى الأمن السيبراني والالتزام بالضوابط الرقمية

أداة الدراسة: استمارة الترميز

استخدمت الدراسة أداة استمارة ترميز تحليل المضمون التي أعدّها الباحث خصيصًا بناءً على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بالاتصال الحكومي والاتصال الصحي وتحليل الخطاب الرقمي.

وتضمنت الاستمارة ثلاث مجموعات رئيسية من البنود:

1. **البيانات الوصفية** :وتشمل رقم التغريدة، تاريخ النشر، رابط التغريدة، ونوع الوسائط المرفقة، إضافة إلى التفاعل الجماهيري (الإعجابات – إعادة التغريد – التعليقات).
2. **البيانات الكمية** :وتشمل جميع **فئات التحليل السبعة** التي تم تطويرها بالاستناد إلى نتائج الدراسات السابقة، مثل: نوع الرسالة الاتصالية، الهدف الاتصالي، الوسائط، النبرة، مستوى الشفافية، الالتزام بالأمن السيبراني، ومستوى التفاعل.
3. **البيانات الكيفية** :وهي ملاحظات تحليلية مفتوحة يسجل فيها الباحث الدلالات اللغوية والرمزية، والأطر الاتصالية المستخدمة في الخطاب.

وقد حرص الباحث على إعداد تعريفات إجرائية واضحة لكل فئة تحليل، بحيث تعبّر عن طبيعة الدراسة الحالية وتنسجم مع محتوى الحساب الرسمي للوزارة، دون الاعتماد على مراجع؛ إذ إن التعريف الإجرائي هو من صياغة الباحث وفق احتياجات الدراسة.

كما تم التحقق من **ثبات الترميز** من خلال تدريب مُرمّزين آخرين وإجراء اختبار أولي لضمان اتساق الفهم والتطبيق، وذلك قبل تنفيذ الترميز النهائي على جميع التغريدات.

إجراءات جمع البيانات:

1. تم جمع وتحليل بيانات تغريدات عام 2024 خلال شهري **ديسمبر 2024 ويناير 2025** بعد انتهاء الفترة الزمنية المحددة للدراسة.
2. تم نسخ جميع المنشورات في ملفExcel ، مع حفظ النصوص والصور المرافقة لتوثيقها.
3. تم إدخال البيانات الأولية في استمارة الترميز الموحدة.
4. أجري ترميز تجريبي (Pilot Test) لعينة من 50 تغريدة لاختبار وضوح الفئات.
5. بعد تعديل بعض التعريفات التشغيلية بناءً على الملاحظات، بدأ الترميز النهائي.

حدود الدراسة:

تلتزم هذه الدراسة بعدد من الحدود التي تحدد نطاقها، وذلك على النحو الآتي:

1. **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة على **الحساب الرسمي لوزارة الصحة السعودية** على منصةX ، ولم تشمل الحسابات الفرعية أو الحسابات الحكومية الأخرى.
2. **الحدود الزمنية:** تم تحليل جميع التغريدات المنشورة خلال الفترة الممتدة من **1يناير 2024م إلى 31 ديسمبر 2024م.**
3. **الحدود البشرية:** تقتصر الدراسة على **المحتوى المنشور من قبل وزارة الصحة فقط،** دون تحليل تفاعلات الجمهور أو محتويات صادرة من حسابات غير رسمية.
4. **الحدود المنهجية:** تعتمد الدراسة على **منهج تحليل المضمون** الكمي والكيفي، ولا تمتد إلى بحوث المسوح الميدانية أو المقابلات أو التحليل الإحصائي المتقدم.
5. **الحدود الموضوعية:** ينصب تركيز الدراسة على **تحليل استراتيجيات الاتصال المؤسسي،** بما يشمل: نوع الرسالة، الهدف الاتصالي، نبرة الخطاب، الشفافية، الأمن السيبراني، والتفاعل الجماهيري. ولا تمتد الدراسة لتحليل الرأي العام أو تقييم أثر المحتوى على سلوك الجمهور.

ثبات المرمّزين وموثوقية الترميز:

تمت عملية الترميز بواسطة **مرمّزين اثنين،** أحدهما الباحث والآخر باحث مساعد تم تدريبه مسبقًا.

لضمان الموثوقية تم استخدام معامل **Cohen's Kappa** لحساب درجة الاتفاق بين المرمّزين في الفئات الكمية، حيث بلغت قيمة كابّا الإجمالية **(0.87)**، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى **اتفاق قوي** وفق تصنيف Landis & Koch (1977).
أما في الجانب الكيفي، فتم اعتماد مبدأ "التقاطع التحليلي" عبر مقارنة التفسيرات اللغوية والرمزية بين المرمّزين للوصول إلى توافق تفسيري نهائي.

أساليب تحليل البيانات:

في الجانب الكمي:

استخدمت أدوات التحليل الإحصائي الوصفي (التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات) باستخدام برنامج Excel و**SPSS** لاستخراج التوزيع العام لفئات الرسائل.

في الجانب الكيفي:

استخدم التحليل الموضوعي (Thematic Analysis) لتصنيف الأنماط الاتصالية والدلالات السيميائية للخطاب، مع تحديد "الأطر الاتصالية" (Frames) مثل: الطمأنة – المشاركة – التحذير – التحفيز – المسؤولية المجتمعية.

عرض وتحليل النتائج:

النتائج الكمية

توزيع أنواع الرسائل الاتصالية

يُظهر الجدول توزيع أنواع الرسائل التي نشرتها وزارة الصحة خلال عام 2024.

نوع الرسالة	التكرار	النسبة المئوية
توعوية/تثقيفية	210	43.8%
إعلامية (أخبار/بيانات)	125	26.0%
تفاعلية (ردود، استطلاعات، حملات)	75	15.6%
أزمات وتنبيهات	42	8.8%
دعائية لخدمات أو تطبيقات	28	5.8%
الإجمالي	**480**	**100%**

يتضح من الجدول أن **الرسائل التوعوية** شكّلت النسبة الأكبر من محتوى الحساب (43.8%)، وهو ما يؤكد أن استراتيجية الاتصال المؤسسي في وزارة الصحة ترتكز على التثقيف والوقاية ونشر الوعي الصحي العام، بما يتسق مع أهداف برنامج تحول القطاع الصحي

الأهداف الاتصالية

الهدف الاتصالي	التكرار	النسبة المئوية
نشر معلومة صحية	180	37.5%
التوعية السلوكية	120	25.0%
بناء الثقة والطمأنة	90	18.8%
التحفيز والمشاركة	60	12.5%
توجيه الجمهور أثناء الأزمات	30	6.2%
الإجمالي	**480**	**100%**

تُظهر النتائج أن الهدف الرئيس لخطاب الوزارة هو **نشر المعلومات الدقيقة** و**تغيير السلوك الصحي**، تليهما أهداف تعزيز الثقة والتحفيز، مما يعكس اعتمادًا متوازنًا على الاتصال التوعوي والإقناع في الوقت نفسه.

الوسائط المستخدمة

نوع الوسائط	التكرار	النسبة المئوية
نص + صورة	240	50.0%
نص فقط	115	23.9%
نص + فيديو	85	17.7%
نص + رابط أو وسم	40	8.4%

تؤكد البيانات أن نصف المحتوى تقريبًا استخدم الوسائط البصرية (صور أو تصاميم)، مما يشير إلى التزام الوزارة بمبدأ "سهولة الوصول البصري" الذي أوصت به هيئة الحكومة الرقمية (2024) في دليل الخدمات الرقمية للجهات الحكومية.

النبرة الاتصالية

النبرة	التكرار	النسبة المئوية
رسمية ومحايدة	145	30.2%
إيجابية وتحفيزية	160	33.3%
مطمئنة وتشاركية	100	20.8%
تحذيرية أو تنبيهية	50	10.4%
دعوية/توعوية دينية	25	5.3%

تُبرز النتائج أن الخطاب يغلب عليه الطابع **الإيجابي المطمئن**، مما يعزز الثقة ويخفف من القلق المجتمعي في القضايا الصحية الحساسة، خصوصًا أثناء حالات الطوارئ أو الحملات الوقائية.

الالتزام بضوابط الأمن السيبراني:

مؤشر الالتزام	التكرار	النسبة المئوية
استخدام حساب موثّق رسميًا	480	100%
عدم وجود روابط خارجية مجهولة	480	100%
ذكر مصدر المعلومة الرسمي	480	100%
استخدام شعارات وهوية رقمية رسمية	480	100%
عدم وجود محتوى قابل للتضليل	480	100%

يتبين أن وزارة الصحة تلتزم التزامًا تام بضوابط الأمن السيبراني الصادرة عن الهيئة الوطنية للأمن السيبراني وهو ما يعكس نضجًا مؤسسيًا في إدارة الحسابات الحكومية الرقمية ضمن الإطار الوطني للحوكمة الرقمية.

النتائج الكيفية:

- **نوع الاستراتيجية بالاتصال المؤسسي الرقمي بوزارة الصحة بالمملكة العربي السعودية**

أن استراتيجية وزارة الصحة في الاتصال المؤسسي الرقمي تتسم بالتوازن بين استراتيجية الإعلام واستراتيجية الإقناع واستراتيجية التفاعل، وأنها تطبّق فعليًا توصيات هيئة الحكومة الرقمية من حيث الشفافية وتكامل الخدمات،

1. **استراتيجية الإعلام**

تعد من الاستراتيجيات الاتصالية التي تركز على نقل المعلومات والحقائق الى المتلقي بشكل مباشر وموضوعي دون استهداف احداث تغيير فوري في الاتجاهات او السلوك مثل نشر البيانات الصحية الرسمية والاعلان عن خدمات الوزارة ونشر الإحصاءات والتقارير الصحية

2. **استراتيجية الاقناع**

تعني بالتأثير في اتجاهات الجمهور وسلوكهم من خلال توظيف الحجج العقلانية والأدلة العلمية مثل حملات التطعيم والتوعية بالسلوكيات الصحية.

3. **استراتيجية التفاعل**

تقوم هذه الاستراتيجية على اشراك الجمهور في عملية الاتصال من خلال الحوار والردود لكي يعزز الاتصال ثنائي الاتجاه مثل الرد على الاستفسارات الخاصة بالمتابعين.

- **الأطر الاتصالية في الخطاب الحكومي**

من خلال التحليل الموضوعي، أمكن تحديد خمسة أطر رئيسية استخدمتها وزارة الصحة في رسائلها عبر المنصة:

1. **إطار الطمأنة والثقة:** استخدمته الوزارة في المنشورات المتعلقة بالمستجدات الصحية أو الشائعات، وجاءت اللغة مطمئنة، مثل العبارات: "نحن معكم بخدمتكم دائمًا" و"صحتكم أولوية".

2. **إطار الشراكة والمسؤولية المجتمعية:** تمثّل في الحملات التي تدعو الجمهور للمشاركة، مثل "ساهم معنا في الحد من العدوى"، وهو ما يؤكد نهج الاتصال ثنائي الاتجاه المتوازن (Grunig & Hunt, 1984).
3. **إطار التوعية والتحذير:** يُستخدم في مواسم الحج والأنفلونزا الموسمية، حيث تبرز نبرة التحذير الوقائي مع تعليمات واضحة، مما يعكس التواصل الوقائي المنظم.
4. **إطار الابتكار والتحول الرقمي:** ظهر في تغريدات إطلاق التطبيقات والخدمات الإلكترونية (مثل موعد وتطمن)، مبرزًا التكامل مع سياسات هيئة الحكومة الرقمية (2024) التي تدعو لتقديم خدمات رقمية متكاملة وآمنة.
5. **إطار الهوية الوطنية والانتماء:** تمثّل في استخدام رموز العلم الوطني وشعار رؤية 2030، مما يعزز الانتماء والهوية المؤسسية.

- **تحليل اللغة والخطاب**

أظهر التحليل اللغوي أن اللغة المستخدمة في منشورات الوزارة تتسم بـ:

- البساطة والوضوح :استخدام جمل قصيرة ومباشرة.
- اللغة الإيجابية :التركيز على الأمل والتعاون والمسؤولية المشتركة.
- المصداقية :دعم الرسائل بأرقام وإحصاءات رسمية.
- الاتساق البصري :استخدام ألوان وشعارات رسمية مطابقة لهوية الوزارة.

ويُلاحظ أن هذه الخصائص تتطابق مع الدليل الإرشادي لإعداد الخطط الإعلامية (وزارة الإعلام، 2019)، الذي نص على أهمية التوحّد اللغوي والبصري في الخطاب الحكومي.

- **تمثلات الأمن السيبراني في المضمون**

رصد التحليل أن معظم التغريدات التزمت بخصائص النشر الآمن التي حدّدتها الهيئة الوطنية للأمن السيبراني(2024) ، مثل:

- نشر المحتوى فقط من الحسابات الرسمية الموثّقة.
- الإشارة الدائمة إلى الموقع الرسمي كمصدر للمعلومة.
- خلوّ التغريدات من روابط مشبوهة أو غير موثوقة.
- استخدام شعارات رقمية رسمية ومعرّفات موحدة.
- إدارة المحتوى ضمن بيئة آمنة ذات صلاحيات محددة.

وهذا يبرهن على تكامل الاتصال المؤسسي مع منظومة الحماية السيبرانية، ويجعل وزارة الصحة نموذجًا تطبيقيًا لمفهوم "الاتصال المؤسسي الآمن "في القطاع الحكومي.

مناقشة النتائج

تؤكد النتائج أن استراتيجية وزارة الصحة في الاتصال المؤسسي الرقمي تتسم بالتوازن بين الإعلام والإقناع والتفاعل، وأنها تطبّق فعليًا توصيات هيئة الحكومة الرقمية من حيث الشفافية وتكامل الخدمات، كما تلتزم بتطبيق ضوابط الهيئة الوطنية للأمن السيبراني في إدارة حساباتها.

وتنسجم هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات السباعي (2021) والمنيع والعقيل (2021) اللتين أثبتتا فاعلية خطاب الوزارة أثناء جائحة كوفيد–19، ومع دراسة الشعيبي (2022) التي أوضحت تميز الاتصال الحكومي في إدارة الحملات التوعوية.

كما تختلف هذه النتائج عن دراسة الرّتيق (2019) التي كشفت عن ضعف في تفاعل بعض الجهات الحكومية، إذ بيّن التحليل الحالي ارتفاع مستوى التفاعل والشفافية لدى وزارة الصحة، ما يعكس تطورًا مؤسسيًا ملحوظًا

المناقشة العامة والتوصيات

أولًا: فاعلية الاتصال المؤسسي الحكومي

أظهرت النتائج أن وزارة الصحة السعودية تمتلك منظومة اتصال مؤسسي متطورة تُدار وفق تخطيط استراتيجي منسجم مع رؤية 2030، ما جعلها أكثر الجهات الحكومية تأثيرًا وثقة لدى الجمهور.

تنوّعت الرسائل الاتصالية بين التوعوية والإخبارية والتفاعلية، ما يدل على تطبيق واضح لمبدأ التوازن الاتصالي الذي تنادي به نظرية الاتصال ثنائي الاتجاه (Grunig & Hunt, 1984).

كما أن اعتماد الوزارة على لغة إيجابية مطمئنة عزز ما يمكن تسميته بـ"الاتصال العلاجي"، الذي يسهم في بناء الثقة العامة وتخفيف القلق الاجتماعي في الموضوعات الصحية الحساسة (السباعي، 2021؛ حسن، 2021).

ثانيًا: التوافق مع الأطر التنظيمية والسيبرانية

تُظهر نتائج التحليل التزامًا شبه كامل بالضوابط الصادرة عن **الهيئة الوطنية للأمن السيبراني 2021، 2024، 2025**، مثل استخدام الحسابات الرسمية الموثّقة، وتجنب الروابط غير الآمنة، وتطبيق الهوية البصرية الموحدة.

وهذا التوافق يُجسّد مفهوم **الاتصال الآمن** الذي يجمع بين البُعد الاتصالي والبُعد التقني، ويؤكد أن الاتصال الحكومي لم يعد مجرّد نشاط إعلامي، بل منظومة إدارية وأمنية متكاملة.

ثالثًا: تعزيز الشفافية والثقة العامة

كشفت الدراسة أن الوزارة تعتمد مبدأ الشفافية في محتواها الاتصالي بنسبة عالية، حيث تُرفق معظم تغريداتها بمصادر رسمية وروابط موثوقة، وتستخدم لغة واضحة تبتعد عن الغموض أو التهويل.

هذه النتائج تتسق مع سياسات هيئة الحكومة الرقمية (2024) التي تؤكد على وضوح الرسالة وتكامل الخدمات الرقمية، كما تتفق مع ما ورد في دليل الخطط الإعلامية (وزارة الإعلام، 2019) الذي شدد على ضرورة اتساق الخطاب الرسمي بين الجهات.

رابعًا: الاتصال المؤسسي كأداة لتحقيق رؤية 2030

من خلال تحليل محتوى الحملات الاتصالية التي أطلقتها الوزارة، يتضح أن الاتصال المؤسسي أصبح أداة تنفيذية مباشرة لدعم برنامج تحول القطاع الصحي ضمن رؤية المملكة 2030.

فالمنصات الرقمية لم تعد مجرد وسيلة تواصل، بل أصبحت قناة استراتيجية لقياس الأداء الاجتماعي ونقل صوت المواطن إلى صانع القرار، مما يعزز الاتجاه نحو حكومة تفاعلية وشاملة.

الخاتمة:

تؤكد هذه الدراسة أن الاتصال المؤسسي الحكومي في المملكة العربية السعودية يسير بخطى متسارعة نحو نموذج الحوكمة الاتصالية الذكية التي توحّد الجهود بين المؤسسات، وتدمج الأمن السيبراني مع إدارة المحتوى لتحقيق تواصل فعال وآمن مع الجمهور، ومن خلال تجربة وزارة الصحة، يظهر بوضوح أن الجمع بين الشفافية، الاحترافية، والأمن المعلوماتي يشكّل الأساس لبناء الثقة المجتمعية ودعم أهداف رؤية 2030، وبناء عليه تمثّل الدراسة نموذج تطبيقي يمكن اعتماده لتطوير معايير الاتصال الحكومي في العصر الرقمي وتوصلت الدراسة إلى:

1. أن الاتصال المؤسسي الحكومي في وزارة الصحة يقوم على أسس علمية ومنهجية توازن بين الإعلام والإقناع والمشاركة.
2. يُعدّ الالتزام بالأمن السيبراني أحد العناصر الجوهرية في نجاح الاتصال الحكومي الرقمي.
3. أظهرت نتائج التحليل الكيفي والكمّي أن الوزارة تتبنى خطابًا يتسم بالإيجابية، والشفافية والاتساق البصري واللغوي.
4. تؤكد الدراسة أن وجود تشريعات تنظيمية من هيئة الحكومة الرقمية والهيئة الوطنية للأمن السيبراني يسهم في رفع جودة الاتصال الحكومي وحماية مصداقيته.
5. يمكن تعميم نموذج وزارة الصحة كإطار مرجعي لتطوير الممارسات الاتصالية في الوزارات السعودية الأخرى.

التوصيات

أولًا: توصيات عملية للجهات الحكومية

1. تعزيز التكامل المؤسسي بين إدارات العلاقات العامة والأمن السيبراني في كل وزارة لتأمين الحسابات وإدارة المحتوى بشكل آمن.
2. إعداد دليل موحد للاتصال الرقمي الحكومي يُحدّث دوريًا وفق التطورات التقنية والاتصالية.
3. توسيع نطاق التدريب للعاملين في الاتصال الحكومي على مهارات التحليل الرقمي والتفاعل الذكي مع الجمهور.
4. استخدام أدوات التحليل الآلي للبيانات لرصد توجهات الجمهور وقياس فعالية الرسائل.
5. تفعيل مؤشرات الأداء (KPIs) للاتصال الحكومي وفق معايير الشفافية والتفاعل والمصداقية.

ثانيًا: توصيات بحثية مستقبلية

1. إجراء دراسات مقارنة بين الوزارات السعودية المختلفة لقياس تباين استراتيجيات الاتصال المؤسسي.
2. تحليل المحتوى البصري واللغوي باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لاستخراج الأنماط الدلالية.
3. دراسة علاقة مستوى الأمن السيبراني بمستوى الثقة العامة في الخطاب الحكومي الرقمي.

قائمة المراجع

1. الهيئة الوطنية للأمن السيبراني. (2021). ضوابط الأمن السيبراني لحسابات التواصل الاجتماعي للجهات. الرياض: الهيئة الوطنية للأمن السيبراني.
2. الهيئة الوطنية للأمن السيبراني. (2024). دليل حماية حسابات التواصل الاجتماعي [ملف PDF مُحدّث]. الرياض: الهيئة الوطنية للأمن السيبراني.
3. الهيئة الوطنية للأمن السيبراني. (2025). الأدلة الإرشادية لتطبيق ضوابط الأمن السيبراني: الدليل الإرشادي لتطبيق ضوابط حسابات التواصل الاجتماعي للجهات [صفحة تنظيمية].
4. هيئة الحكومة الرقمية. (2024، 10 مارس). سياسات الحكومة الرقمية (حزمة السياسات والتنظيمات). الرياض: هيئة الحكومة الرقمية.
5. هيئة الحكومة الرقمية. (2024، 3 سبتمبر). ضوابط تسجيل وإدارة النطاقات والمنصات والخدمات الحكومية الرقمية [صفحة تنظيمية].
6. هيئة الحكومة الرقمية. (2024، أبريل). دليل الخدمات الرقمية للجهات الحكومية [ملف PDF].
7. هيئة الحكومة الرقمية. (2022، 15 أغسطس). دليل تعاريف المنصات والمنتجات والخدمات الرقمية [دليل مرجعي].
8. وزارة الإعلام – مركز التواصل الحكومي. (2019، 23 مارس). الدليل الإرشادي لإعداد الخطط الإعلامية.
9. وزارة الإعلام – مركز التواصل الحكومي. (2025، 4 يونيو). مبادرة لقاء GRID: جهود تعزيز الاتصال الحكومي.
10. وزارة الصحة السعودية. (2024). التقرير السنوي للعام المالي 2023.
11. وزارة الصحة السعودية. (2025). تواصل معنا: قنوات الوزارة الرسمية ومنصات التواصل الاجتماعي.
12. برنامج تحول القطاع الصحي – رؤية السعودية 2030. (د.ت). برنامج تحول القطاع الصحي.
13. وزارة الصحة السعودية. (2024). الحساب الرسمي لوزارة الصحة على منصة (@SaudiMOH)X.
14. المتحدث الرسمي لوزارة الصحة. (2024). الحساب الرسمي للمتحدث على X.
15. مركز الاتصال (الصحة 937) – وزارة الصحة. (2024). حساب خدمة الصحة_937 على X.
16. المنيع، علي، والعقيل، فيصل. (2021). تحليل اعتماد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على خطاب المتحدث الإعلامي لوزارة الصحة خلال أزمة كوفيد-19.
17. حسن، زينب محمد. (2021). تأثير الاعتماد على المنصات الإعلامية الرسمية في تويتر على معارف وسلوكيات الجمهور السعودي نحو جائحة كورونا.
18. السباعي، محمد. (2021). تحليل مضمون حساب وزارة الصحة السعودية في تويتر خلال فترة الحظر الصحي.
19. دراسة "خصائص المنظومة الصحية السعودية على منصة تويتر". (2021).
20. الشعيبي، مها علي. (2022). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة أثناء جائحة كوفيد-19 ودورها في ترويج حملات العلاقات العامة الحكومية.
21. الرّتيق، حصة محمد. (2019). واقع استخدام الجهات الحكومية السعودية لتويتر في التواصل مع المواطنين.
22. العلي، فهد بن معيقل. (2020). اتجاهات الموظفين الحكوميين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأجهزة الحكومية.

23. دراسة "المنصات الرقمية السعودية ودورها في دعم ممارسات الاتصال الحكومي". (2020).
24. المطيري، الجوهرة بنت عويض. (2023). تحليل محتوى تويتر في السعودية لرصد أكثر الموضوعات تداولًا في الحسابات الرسمية.
25. دراسة "الاستراتيجيات الاتصالية لرسائل المؤسسات الحكومية على تويتر". (2022).
26. Salvador, X., & Silva, C. (2024). *Government communication in Portuguese public institutions*
27. Lee, J., & Kim, J. (2023). *Crisis management*. Journal of Business Research
28. Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (6th ed.). Sage Publications.
29. Miller, K. (2022). *Organizational communication: Approaches and processes* (8th ed.). Cengage Learning.
30. Papa, M. J., Daniels, T. D., & Spiker, B. K. (2008). *Organizational communication: Perspectives and trends*. Sage Publications.
31. Jablin, F. M., & Putnam, L. L. (Eds.). (2001). *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods*. Sage Publications.
32. Shockley-Zalabak, P. S. (2015). *Fundamentals of organizational communication: Knowledge, sensitivity, skills, values* (9th ed.). Pearson Education.