

**دور العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الشفافية والمساءلة في ضوء رؤية
2030.**

إعداد الطالب/

عبدالرحمن العبدالعزیز

252000986

إشراف/

د.

العام الدراسي: 2025

3	مقدمة:
4	مشكلة الدراسة:
5	أهمية الدراسة:
6	أهداف الدراسة:
7	تساؤلات الدراسة:
7	فروض الدراسة:
8	الدراسات السابقة:
16	الفجوة البحثية:
17	المنطلقات النظرية للدراسة:
20	المنهجية وطرق البحث:
22	أساليب التحليل الإحصائي:
22	حدود الدراسة:
24	المراجع:

مقدمة:

تُعد الشفافية والمساءلة من القيم الجوهرية في بناء منظومات الحوكمة الحديثة، وهي تشكل أساساً لضمان عدالة الإجراءات الإدارية، وفاعلية المؤسسات العامة، وتعزيز ثقة الجمهور في أداء الأجهزة الحكومية، ويبرز الاهتمام العالمي بهاتين القيمتين في ظل توسع دور الدولة وتعدد مسؤولياتها، واتساع نطاق تطلعات المواطنين للحصول على معلومات دقيقة وموثوقة حول السياسات العامة، مما جعل الشفافية والمساءلة من المرتكزات الرئيسة لتحسين الأداء الحكومي وضمان كفاءته، ومع صعود مفاهيم الحوكمة الرشيدة، أصبحت الشفافية والمساءلة محور اهتمام الأبحاث المعاصرة التي تسعى إلى فهم علاقة الاتصال المؤسسي بمتطلبات الإفصاح والمحاسبة (حجازي وآخرون، 2022).

ويلعب الاتصال العام دوراً مركزياً في تعزيز التواصل بين المؤسسات والمجتمع، حيث يتجاوز دوره حدود الإعلام التقليدي ليصبح منظومة متكاملة تهدف إلى بناء النفاهم المشترك، وتعزيز وضوح الرسائل، وتسهيل الوصول إلى المعلومات، وأن العلاقات العامة تُعد ركناً أساسياً في العملية الاتصالية المؤسسية، إذ تشارك بفاعلية في صياغة الخطاب المؤسسي وتوجيه تدفق المعلومات بما يتوافق مع احتياجات الجمهور وتوقعاتهم. (Afriani & Timan, 2024).

ومع التحولات العالمية المتسارعة تزايدت الحاجة إلى علاقات عامة حكومية قادرة على مواكبة هذه التغيرات، من خلال نهج اتصالي يقوم على التواصل المفتوح والواضح، وإدارة المعلومات بطريقة منهجية تسهم في تمكين المواطنين من الاطلاع على الإجراءات الحكومية بسهولة، وقد أظهرت بحوث اتصالية حديثة أن المؤسسات التي تعتمد سياسات اتصال واضحة وقنوات تواصل متعددة تحقق مستويات أعلى من الفهم العام للسياسات، مما يسهم في تعزيز شرعيتها المؤسسية. (Karmilah et al., 2025).

وفي إطار الاهتمام بالاتصال العام، برز مفهوم إدارة المعلومات بوصفه أحد المداخل الأساسية لتعزيز الشفافية، حيث يتيح تنظيم البيانات ونشرها بطريقة تضمن اطلاع المجتمع على الحقائق المرتبطة بالعمل الحكومي. ومن منظور اتصالي، فإن إدارة المعلومات لا تتوقف عند نشر البيانات، بل تشمل تصميم

آليات تسهل فهم الجمهور لها وتمكينه من استخدامها في متابعة الأعمال الحكومية. (Kazanskaia, 2025).

كما يعد بناء الثقة أحد الأعمدة الأساسية للتواصل الحكومي، إذ يُعد شرطاً ضرورياً لتحقيق الانسجام بين الأفراد والمؤسسات، ويؤثر مباشرة في درجة قبول المجتمع للسياسات العامة، وتتولد الثقة من الممارسات التي تتصف بالوضوح والاتساق في الرسائل المقدمة للجمهور، وقد أوضحت الأدبيات أن العلاقات العامة تلعب دوراً فاعلاً في بناء الثقة من خلال قدرتها على تصميم الخطاب المؤسسي وصياغته بشكل يعكس الاهتمام الحقيقي بالجمهور وفهم احتياجاته. (قطاب، 2022).

وفي ضوء ما تقدّم، يتضح أن العلاقات العامة الحكومية تمثل عنصراً حيوياً في تعزيز مقومات الشفافية والمساءلة، نظراً لدورها في إدارة الاتصال المؤسسي، وتنظيم المعلومات، وبناء الثقة، وتفعيل المشاركة المجتمعية بأسلوب يحقق الانسجام بين أهداف المؤسسات الحكومية واحتياجات جمهورها، كما أن تكامل هذه الأبعاد يعد شرطاً ضرورياً لتحقيق التواصل الحكومي الفعال الذي يتماشى مع مبادئ الحوكمة الرشيدة المنصوص عليها في الأدبيات الحديثة، وقد أكدت البحوث الإدارية أن تحسين العمليات الاتصالية في المؤسسات الحكومية يرتبط بفاعلية تطبيق مبادئ الشفافية والمساءلة، وهو ما يشير إلى أهمية تناول هذا الموضوع بالدراسة والتحليل.

مشكلة الدراسة

تُعد الشفافية والمساءلة من الركائز الأساسية للحوكمة الرشيدة، وبخاصة في الأجهزة الحكومية التي يتوجب عليها الإفصاح عن معلوماتها وسياساتها بشكل واضح، وتحمل نتائج قراراتها أمام الجمهور، إلا أن التحديات التنظيمية والإدارية التي تواجه مؤسسات الدولة تجعل عملية تحقيق الشفافية والمساءلة عملية معقدة تتطلب أدوات اتصال فعّالة تدعم الإفصاح والمتابعة المستمرة، وقد أشارت دراسة حجازي وآخرون (2022) إلى أن الشفافية والمساءلة، رغم أهميتهما، لا تزالان تواجهان فجوات في التطبيق العملي نتيجة ضعف آليات الاتصال وتقييد تدفق المعلومات، مما ينعكس سلباً على الأداء الإداري والثقة المؤسسية.

وتواجه الأجهزة الحكومية تحديات متزايدة تتعلق بإدارة المعلومات وضمان دقتها وسهولة الوصول إليها، وقد أثبتت دراسة Kazanskaia (2025) أن غياب آليات فعّالة للإفصاح يسهم في انخفاض الثقة العامة وانتشار المعلومات المضللة، وهو ما يجعل تعزيز الشفافية مسؤولية اتصالية بالدرجة الأولى. كما تشير دراسة قطاب (2022) إلى أن بناء الثقة يعتمد بدرجة كبيرة على قدرة المؤسسة على التواصل الفعّال مع جمهورها، وأن فشل المؤسسات في تحقيق ذلك يضعف صورتها الذهنية ويقلل من قدرتها على تحقيق المساءلة أمام المجتمع.

استناداً إلى ما سبق، يتضح أن الإشكالية الجوهرية تتمثل في وجود قصور في توظيف العلاقات العامة الحكومية بأبعادها الأربعة (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، والمشاركة المجتمعية) بما يكفل تحقيق مستوى متقدم من الشفافية والمساءلة المطلوبين في إطار رؤية المملكة العربية السعودية 2030. وتُظهر الدراسات السابقة وجود فجوات في الإفصاح، وضعفاً في إدارة المعلومات، وتحديات في بناء الثقة، ومحدودية في المشاركة المجتمعية، وتعكس الحاجة إلى فهم علمي معمق للعلاقة بين العلاقات العامة الحكومية والحوكمة الشفافة. وبناءً على ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الآتي:

ما أثر دور العلاقات العامة الحكومية بأبعادها الأربعة (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، المشاركة المجتمعية) على تعزيز الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030؟

أهمية الدراسة:

تعتمد أهمية هذه الدراسة على إسهاماتها النظرية والتطبيقية فيما يلي:

أولاً: الأهمية العلمية

- سد فجوة بحثية في الأدبيات العربية حول دور العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الشفافية والمساءلة، خصوصاً في سياق التحول الوطني ورؤية المملكة 2030 التي تجعل الحوكمة والشفافية ركائز أساسية للتنمية.

- الإسهام في تطوير الإطار النظري للعلاقات العامة الحكومية من خلال الربط بين أبعادها الأربعة (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، المشاركة المجتمعية) ومتطلبات الشفافية والمساءلة باعتبارها مكونات مركزية للحكم الرشيد.
- تقديم نموذج علمي مقترح يساعد الباحثين في دراسة العلاقة بين الاتصال الحكومي والحوكمة، ويساعد في بناء مقاييس أكثر دقة لقياس أثر العلاقات العامة على الشفافية.
- إغناء المعرفة العلمية حول الممارسات الاتصالية الحديثة في القطاع الحكومي، وخاصة في ظل التحولات الرقمية التي تدفع نحو تعزيز الإفصاح وتدفق المعلومات.

ثانياً: الأهمية العملية

- تمكين الأجهزة الحكومية من فهم الدور العملي للعلاقات العامة في رفع مستوى الشفافية والمساءلة من خلال تحسين الاتصال، وتطوير أساليب التواصل مع الجمهور بطرق أكثر فعالية.
- دعم صناع القرار في تطوير سياسات اتصال حكومية تستجيب لمتطلبات رؤية 2030، وتسهم في بناء ثقة الجمهور وتعزيز الرقابة المجتمعية.
- تحسين الأداء المؤسسي عبر تقديم توصيات قابلة للتطبيق تساعد على رفع كفاءة الاتصال الحكومي، وتطوير آليات نشر المعلومات، وتعزيز قنوات المشاركة المجتمعية.
- تعزيز ثقة المواطنين من خلال تبني ممارسات اتصالية واضحة وشفافة، بما ينعكس إيجاباً على قبول القرارات الحكومية وتفاعل الجمهور معها.
- إبراز دور العلاقات العامة كمكوّن استراتيجي في الحوكمة الحكومية، وليس مجرد وظيفة اتصالية تقليدية، بما يساعد المؤسسات على الانتقال نحو بيئة عمل أكثر احترافية ورقابة ومساءلة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل أثر دور العلاقات العامة الحكومية بأبعادها الأربعة (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، والمشاركة المجتمعية) على تعزيز الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين كفاءة الممارسات الاتصالية الحكومية ومستوى الحوكمة المؤسسية وتحقيق مبادئ الإفصاح والمساءلة العامة.

وتتفرع منه عدة أهداف فرعية:

- تحليل أثر الاتصال المؤسسي للعلاقات العامة الحكومية في توضيح السياسات والقرارات وتعزيز الشفافية في التواصل مع الجمهور .
- تقييم دور إدارة المعلومات في تمكين الإفصاح العام وضمان تدفق البيانات الدقيقة والموثوقة بما يعزز المساءلة المؤسسية.
- دراسة أثر بناء الثقة بين الحكومة والجمهور في رفع مستوى تقبل القرارات الحكومية وتعزيز الانخراط المجتمعي في متابعة الأداء العام.
- بحث دور المشاركة المجتمعية كأحد أبعاد العلاقات العامة في دعم الشفافية والمساءلة من خلال إشراك المواطنين في تقييم المبادرات والسياسات الحكومية.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيس للدراسة: ما أثر دور العلاقات العامة الحكومية بأبعادها الأربعة (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، والمشاركة المجتمعية) على تعزيز الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030؟

وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية :

1. ما أثر الاتصال المؤسسي للعلاقات العامة الحكومية في تعزيز الشفافية في عرض السياسات والقرارات الحكومية؟
2. ما دور إدارة المعلومات في دعم الإفصاح العام ورفع مستوى المساءلة داخل الأجهزة الحكومية؟
3. كيف يسهم بناء الثقة بين الحكومة والجمهور في تعزيز الشفافية وتفعيل المساءلة المجتمعية؟
4. ما أثر المشاركة المجتمعية في دعم الشفافية وتمكين الجمهور من القيام بدور فاعل في المساءلة العامة؟

فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها يمكن صياغة الفرضيات التالية:

الفرض الرئيسي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور العلاقات العامة الحكومية بأبعادها الأربعة (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، المشاركة المجتمعية) على تعزيز الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

الفرضيات الفرعية:

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الاتصال المؤسسي للعلاقات العامة الحكومية على الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد إدارة المعلومات للعلاقات العامة الحكومية على الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية.
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد بناء الثقة للعلاقات العامة الحكومية على الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية.
4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد المشاركة المجتمعية للعلاقات العامة الحكومية على الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية.

الدراسات السابقة:

دراسة (Kazanskaia, 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تطبيق مبادئ الشفافية والمساءلة بأبعادها المختلفة على تعزيز الثقة والمشاركة المجتمعية ومنع انتشار المعلومات المضللة في المنظمات الدينية غير الربحية، من خلال تحليل الممارسات الاتصالية والأطر الأخلاقية الحاكمة لهذه المؤسسات. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّنت عينة الدراسة من مجموعة من دراسات الحالة في خمس دول: أوغندا، الهند،

البرازيل، كينيا، وإندونيسيا، بهدف رصد الاستراتيجيات السياقية التي تتبناها المنظمات الدينية في تطبيق مبادئ الشفافية والمساءلة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تعزيز الانفتاح في الإبلاغ والمسؤولية في صنع القرار يسهمان في ترسيخ الثقة، وتوسيع المشاركة، ومنع تداول المعلومات المغلوطة. كما بيّنت النتائج أن المنظمات الدينية غير الربحية تواجه جملة من التحديات، أبرزها محدودية الموارد، والفروق الثقافية، والمعوقات التقنية، الأمر الذي يستدعي تطوير استراتيجيات ملائمة للسياق. وأظهرت النتائج كذلك أن المؤسسات المعنية تتجح في دمج مبادئ الشفافية والمساءلة من خلال استخدام لغة مبسطة، وتعدد قنوات الاتصال، واعتماد التقارير الدورية، وتفعيل سياسات حماية المبلّغين.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الممارسات الاتصالية الأخلاقية في المنظمات الدينية غير الربحية، وتطوير استراتيجيات اتصالية تتوافق مع السياقات الثقافية والجغرافية المختلفة، إلى جانب توسيع قنوات الإبلاغ والافصاح بما يدعم بناء الثقة المستدامة ويعزز المشاركة المجتمعية..

دراسة (Tran et al., 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير استراتيجيات العلاقات العامة بأبعادها المختلفة على مستوى مشاركة الطلبة، واتخاذهم قرارات الالتحاق، واستمرارهم في المؤسسات الجامعية، وذلك في سياق التنافس المتزايد في قطاع التعليم العالي. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على مراجعة الدراسات السابقة، وإجراء مقابلات ميدانية في عشر مدن مختلفة في فيتنام، وتحليل عدد من دراسات الحالة . وتكوّنت عينة الدراسة من مجموعة من الطلاب في المدن العشر، إضافة إلى مصادر بحثية نوعية داعمة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط قوي بين استراتيجيات العلاقات العامة ومستوى مشاركة الطلبة، وأن الأنشطة الاتصالية المصممة خصيصاً لفئات الطلبة المختلفة، ولا سيما عبر المنصات الرقمية، تؤثر تأثيراً مباشراً في تصورات الطلبة وقرارات التحاقهم بالجامعة . كما بيّنت النتائج أن العلاقات العامة تمتد تأثيراتها إلى مرحلة ما بعد الالتحاق من خلال دعم استبقاء الطلبة وزيادة معدلات بقائهم في المؤسسة، مما يعكس أهمية البعد الاستراتيجي للعلاقات العامة في بناء علاقة طويلة الأمد مع الطلبة.

دراسة (Afriani & Timan, 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة بأبعاده المختلفة في دعم عملية التطوير التنظيمي بالمؤسسات الجامعية، وذلك من خلال تحليل كيفية دمج ممارسات العلاقات العامة في مراحل التطوير التنظيمي وفق نموذج (McLean 2006) واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، وتكونت العينة من مجموعة من المصادر العلمية التي تناولت العلاقات العامة والتطوير التنظيمي في مؤسسات التعليم العالي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة تؤدي دوراً محورياً في بناء الصورة الإيجابية للمؤسسة الجامعية، وتعزيز الاتصال الفعال مع أصحاب المصلحة، ودعم تنفيذ الاستراتيجيات التنظيمية. كما كشفت النتائج عن انخراط العلاقات العامة في جميع مراحل التطوير التنظيمي، بدءاً من صياغة الاتفاقات الأولية، مروراً بالتواصل حول خطط التطوير، وتحليل الثقافة التنظيمية، وتصميم الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة، وصولاً إلى تقييم أثر التدخلات التنظيمية.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز دمج ممارسات العلاقات العامة في عمليات التطوير التنظيمي بالمؤسسات الجامعية، لما لذلك من أثر في رفع التنافسية، وتحقيق الأهداف الاستراتيجية، وتوطيد العلاقات مع أصحاب المصلحة، وتعزيز السمعة المؤسسية على المدى الطويل.

دراسة (Karmilah et al., 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور إدارة العلاقات العامة بأبعادها المختلفة في تعزيز الصورة المؤسسية وتحسين الأداء الاتصالي في المؤسسات التعليمية في ظل التحولات الاجتماعية والتكنولوجية المتسارعة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ذي المقاربة النوعية من خلال الدراسة المكتبية وتحليل الأدبيات ذات الصلة، لكونه الأنسب لطبيعة موضوعها. وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من المصادر العلمية والدراسات السابقة التي تناولت استراتيجيات العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إدارة العلاقات العامة الفعالة تسهم في تعزيز الاتصال الداخلي والخارجي، وبناء الثقة لدى الجمهور، ودعم تحقيق الرؤية والرسالة المؤسسية. كما أظهرت النتائج أن نجاح العلاقات العامة يتأثر بجملة من التحديات أبرزها محدودية الموارد، والمقاومة الداخلية، والتطورات التقنية في وسائل الاتصال، مما يتطلب التكيف المستمر والابتكار في الممارسات الاتصالية. وأكدت النتائج أن الإدارة

الفعالة للعلاقات العامة تُسهم في تحسين الصورة الذهنية، وزيادة المشاركة المجتمعية، ورفع جودة الخدمات التعليمية، وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز قدرات وحدات العلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية، وتطوير مهارات العاملين فيها، واعتماد استراتيجيات اتصال مبتكرة تتلاءم مع البيئة الرقمية الحديثة، بما يضمن استدامة السمعة المؤسسية وارتفاع مستوى الثقة لدى الجمهور.

دراسة (على وتميم، 2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة بأبعادها المختلفة في الترويج السياحي بمنطقة الخرطوم، وذلك من خلال إبراز أهميتها باعتبارها عنصراً محورياً ضمن عناصر المزيج الترويجي، ودورها في تنمية الوعي السياحي وتعزيز فعالية الجهود الترويجية في القطاع السياحي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات ذات الصلة بموضوع البحث. وتكونت العينة من مجموعة من العاملين في القطاع السياحي والعلاقات العامة بعدد مناسب يحقق أغراض الدراسة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة تمثل الركيزة الأساسية في عمليات الترويج السياحي، إذ تسهم بفاعلية في بناء الصورة الذهنية للوجهة السياحية وتحقيق أهداف الترويج بشكل متكامل. كما أوصت الدراسة بضرورة عدم إغفال بقية عناصر المزيج الترويجي عند التركيز على العلاقات العامة، لتفادي مشكلات عدم التجانس في العملية الترويجية، إضافة إلى تطوير البنية التحتية السياحية في منطقة الخرطوم بما يتوافق مع متطلبات النشاط السياحي لضمان فعالية أكبر للجهود الترويجية

دراسة (الغنام، 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لأبعاد العلاقات العامة الإلكترونية (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، العوامل الاجتماعية، التسهيلات المتاحة، النية السلوكية) (على امتنان العمل بأبعاده (الامتنان الإدراكي، الامتنان العاطفي، الامتنان السلوكي)، وذلك عبر توسيط رضا العميل، من خلال تطبيقها على نزلاء فنادق مدينة شرم الشيخ. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وفق أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، حيث بلغ حجم العينة (332) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي. وقد تم استخدام برنامج SPSS V.25 لاختبار التأثيرات المباشرة، وبرنامج Amos V.23 لاختبار التأثيرات غير المباشرة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي للعلاقات العامة الإلكترونية على رضا العميل، إلى جانب تأثير معنوي إيجابي لرضا العميل على امتنان العميل. كما أكدت النتائج وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر للعلاقات العامة الإلكترونية على امتنان العميل، بالإضافة إلى تأثير معنوي إيجابي غير مباشر للعلاقات العامة الإلكترونية على امتنان العميل عبر متغير رضا العميل كوسيط.

وفي ضوء النتائج، أوصت الدراسة بضرورة تعزيز ممارسات العلاقات العامة الإلكترونية وتطويرها داخل الفنادق، والعمل على رفع مستوى التفاعل الرقمي مع العملاء بما يساهم في تعزيز رضاهم ومن ثم رفع مستويات الامتنان لديهم، إضافة إلى تبني استراتيجيات اتصال إلكتروني أكثر فاعلية تدعم بناء علاقات مستدامة مع العملاء.

دراسة (الشمري والرميضي، 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في توعية الجمهور بأخطار تلوث البيئة، وذلك من خلال تحليل الأساليب الاتصالية المستخدمة في مؤسسات الضبط البيئي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي بوصفه الأنسب لطبيعة موضوعها. وتمثلت أداة الدراسة في مقابلات متعمقة أجريت مع عينة مكونة من (11) مبحوثاً من القائمين بالاتصال في شرطة البيئة التابعة لوزارة الداخلية الكويتية.

وتوصلت النتائج إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعدّ الوسيلة الأكثر فاعلية في توعية الجمهور بقضايا حماية البيئة، وذلك لما توفره من سهولة في الوصول إلى فئات متعددة من الجمهور، وسرعة في نشر الرسائل الاتصالية، إضافة إلى قدرتها على إتاحة رجع الصدى الفوري، وتمكين الجمهور من التعليق والاستفسار عبر الحسابات الرسمية للمؤسسة.

وأوصت الدراسة بضرورة سنّ تشريعات بيئية فاعلة تُحدّ من استخدام الملوثات وتضمن مراقبة تطبيقها، بما يساهم في دعم جهود العلاقات العامة في حماية البيئة وتعزيز الوعي المجتمعي بقضاياها.

دراسة (ولدمجير والطيب، 2021)

هدفت هذه الورقة البحثية إلى دراسة حملات وبرامج العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الاستشفائية، والكشف عن آليات تجسيد هذه الحملات والبرامج في الواقع العملي، وذلك من خلال دراسة ميدانية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية لولاية المدية. كما تسعى الدراسة إلى تبيان دور برامج العلاقات العامة

في تحسين صورة وسمعة المؤسسة لدى جماهيرها، وإبراز مدى فاعلية الممارسة الاتصالية داخل المؤسسة الصحية.

وتسلط الدراسة الضوء على واقع ممارسة العلاقات العامة داخل المؤسسة، وذلك من خلال تحليل وظائفها الأساسية، وفي مقدمتها التخطيط للرسائل الصحية والبيئية ذات الطابع الاجتماعي في أبعادها التحسيسية، الوقائية، والإرشادية التوجيهية، بما يسهم في تبني جماهير المؤسسة لسلوك أو موقف معين أو التخلي عنه. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تخطيط أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة الصحية بولاية المدية يرتبط ارتباطاً وثيقاً باستراتيجيتها الاتصالية، التي تهدف إلى تحقيق الفهم المشترك بين المؤسسة وجماهيرها، بما ينعكس إيجاباً على تحسين صورة المؤسسة الصحية وتعزيز سمعتها.

دراسة (قطاب، 2022)

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور العلاقات العامة في تحسين سمعة المؤسسة الرياضية، انطلاقاً من كون العلاقات العامة تُعدّ من أهم الأنشطة الاتصالية التي تستند إلى تحقيق المصلحة المشتركة بين المؤسسة الرياضية وجماهيرها، بما يسهم في تدعيم صورتها وتحسين سمعتها لدى الجمهور الخارجي. وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي لملاءمته طبيعة موضوع الدراسة. وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من الجمهور الخارجي للمركب الرياضي بالشلف بلغ عدد أفرادها 60 مبحوثاً، وذلك خلال الفترة الممتدة من 25/08/2019 إلى 2019/12/19.

واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، في حين تم تحليل البيانات باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية شملت: المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار كاف تربيع، وذلك من خلال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أن العلاقات العامة تسهم بفاعلية في كسب ثقة الجمهور الخارجي، من خلال دورها في ترسيخ سمعة المركب الرياضي في أذهان الجمهور وتعزيز صورته الذهنية، مما يؤكد أهمية تطوير ممارسات العلاقات العامة داخل المؤسسات الرياضية لتحقيق تواصل فعال مع جماهيرها.

دراسة (حجازي وآخرون، 2022)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير تطبيق الشفافية والمساءلة على الأداء الإداري لموظفي محكمة بداية طولكرم. ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحثون المنهج الوصفي الارتباطي، وقاموا بتصميم استبانة وتوزيعها على عينة مكونة من (50) موظفاً من موظفي محكمة بداية طولكرم. وبعد جمع الاستبانات وترميزها، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها أن درجات تطبيق الشفافية والمساءلة في محكمة بداية طولكرم كانت مرتفعة، كما كانت درجة الأداء الإداري لدى الموظفين مرتفعة. وأظهرت النتائج وجود تأثير معنوي ذي دلالة إحصائية لتطبيق كل من الشفافية والمساءلة على الأداء الإداري، ووجود علاقة طردية مفادها أن ارتفاع مستوى تطبيق الشفافية والمساءلة ينعكس إيجابياً على مستوى الأداء الإداري. في المقابل، بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير تطبيق الشفافية والمساءلة على الأداء الإداري تُعزى للمتغيرات الديمغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الفئة الوظيفية).

وبناءً على النتائج، أوصت الدراسة بضرورة تعزيز مبادئ الحكم الراشد في مختلف المجالات وفي كافة المؤسسات الحكومية والخاصة باعتبارها أداة لمكافحة الفساد وضمان تحقيق العدالة وصولاً إلى تنمية مستدامة وفق خطط استراتيجية واضحة. كما أوصت بضرورة وضع هيكل تنظيمي مرن وواضح يساهم في دعم تطبيق الشفافية والمساءلة وتوحيد اللوائح والأنظمة بما يضمن تطبيقها بعدالة. وأكدت التوصيات أهمية الاستمرار في عقد ورشات العمل والتدريبات للتعريف بقانون مكافحة الفساد وأنظمة تضارب المصالح والهدايا وحماية المبلغين والشهود وإقرارات الذمة المالية، بما يعزز ثقافة النزاهة في بيئة العمل.

دراسة (القضاه والقيسى، 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تحول دون تحقيق معايير المساءلة والشفافية بأبعادها المختلفة وفق مقياس الشفافية العالمي وعلاقتها بمستوى المساءلة الإدارية لدى مديري الدوائر الحكومية في الأردن. واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي التحليلي لملاءمته لطبيعة أهدافها، كما تم تطوير استبانة وتوزيعها على عينة مكونة من (476) مفردة، استجيب منها (394) استبانة صالحة للتحليل بنسبة استجابة بلغت (90.6%).

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تصورات مديري الدوائر الحكومية لمفاهيم الشفافية والمساءلة جاءت بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج وجود أثر لأبعاد معايير الشفافية في المساءلة الإدارية، بحيث فسرت هذه الأبعاد ما نسبته (56.2%) من التباين في المساءلة الإدارية. كذلك بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمعايير الشفافية والمساءلة تُعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية (المؤهل التعليمي، النوع الاجتماعي، الخبرة).

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز مفهوم الشفافية في الدوائر الحكومية لما له من دور في تهيئة بيئة إدارية داعمة لتحسين مستوى المساءلة وزيادة فعاليتها، والعمل على ترسيخ ممارسات شفافة في مختلف مجالات العمل الحكومي بما يضمن الارتقاء بفاعلية المساءلة الإدارية.

دراسة (سعد، 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الشفافية الإدارية بأبعادها المختلفة على إدارة التغيير في المنظمات العامة، وذلك من خلال تحليل طبيعة العلاقة بين المتغيرين في بيئة العمل الحكومي بمحافظة الدقهلية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت معلوماتها النظرية من المصادر المكتبية، بينما تم جمع البيانات الميدانية باستخدام استبانة وُزعت على عينة مكونة من (384) عاملاً من العاملين بمديريات الخدمات بمحافظة الدقهلية. وتم تحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها أن إدراك العاملين لمستوى الشفافية الإدارية بأبعادها المختلفة جاء بدرجة متوسطة، وكذلك كان إدراكهم لإدارة التغيير بمداخلها المختلفة متوسطاً. كما أظهرت النتائج وجود ارتباط معنوي قوي بين الشفافية الإدارية وإدارة التغيير، بما يعني أن زيادة مستوى الشفافية الإدارية يسهم في تعزيز نجاح جهود إدارة التغيير داخل المنظمة. وبينت النتائج أن أكثر أبعاد الشفافية الإدارية تأثيراً في إدارة التغيير هو بعد المشاركة، بينما كان أقل الأبعاد تأثيراً بعد إجراءات العمل. وأشارت الدراسة إلى أن الشفافية الإدارية بأبعادها المختلفة تفسر ما نسبته (79.2%) من التغيرات في إدارة التغيير.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز تطبيق مبادئ الشفافية الإدارية من خلال نشر ثقافة الشفافية وأهميتها في بيئة العمل، وتدريب القيادات على كيفية ممارسة أبعادها المختلفة. كما أكدت ضرورة رفع وعي

العاملين بمفهوم إدارة التغيير وأهدافه وآثاره الإيجابية على المؤسسة والعاملين وجودة الخدمات المقدمة للمجتمع، بما يسهم في خلق بيئة داعمة للتغيير الفعال والمستدام

الفجوة البحثية:

تتفق الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في تركيزها على أهمية العلاقات العامة والشفافية والمساءلة بوصفها ركائز لتعزيز الثقة وتحسين الأداء المؤسسي. فجميع هذه الدراسات، سواء تلك التي تناولت المنظمات الدينية (Kazanskaia, 2025)، أو الجامعات (Afriani & Timan, 2024)؛ Tran et al., 2024؛ Karmilah et al., 2025)، أو المؤسسات الحكومية والقضائية (حجازي وآخرون، 2022؛ القضاء والقيسي، 2021؛ سعد، 2021)، تؤكد أن الاتصال الفعال، وإدارة المعلومات، وبناء الثقة، والمشاركة المجتمعية تُعد عناصر محورية في تحقيق الشفافية والمساءلة المؤسسية. كما تشاركت معظم الدراسات في استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاعتماد على أدوات كمية أو نوعية لقياس أثر الممارسات الاتصالية على السلوك التنظيمي والثقة العامة. ويتقاطع ذلك مع الدراسة الحالية التي تركز على أثر أبعاد العلاقات العامة الحكومية الأربعة على الشفافية والمساءلة في ضوء رؤية 2030.

أوجه	الاختلاف	مع	الدراسة	الحالية:
تختلف الدراسة الحالية عن أغلب الدراسات السابقة في المجال والسياق؛ إذ تركز على الأجهزة الحكومية السعودية ضمن إطار رؤية 2030، بينما ركزت الدراسات الأخرى على قطاعات متنوعة مثل المنظمات الدينية، والجامعات، والمؤسسات الصحية، والقطاع السياحي. كما تتميز الدراسة الحالية بتركيزها على تحليل أثر أربعة أبعاد محددة للعلاقات العامة الحكومية (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، المشاركة المجتمعية)، بينما انصببت بعض الدراسات السابقة على أبعاد أخرى مثل العلاقات العامة الإلكترونية، أو الشفافية الإدارية، أو إدارة التغيير. ويظهر الاختلاف كذلك في مستوى الدمج بين العلاقات العامة والحوكمة؛ فالدراسة الحالية تستهدف قياس العلاقة بصورة مباشرة بين العلاقات العامة والشفافية والمساءلة، بينما تناولت بعض الدراسات العلاقة بصورة غير مباشرة من خلال مفاهيم مثل التحسين المؤسسي، التنافسية، أو السمعة. وبالتالي، تُعد الدراسة الحالية أكثر ارتباطاً بالسياسات الحكومية والتحول الوطني من حيث التركيز على رؤية 2030 وربطها بالشفافية والمساءلة كمتغيرات حوكمة أساسية.				

المنطلقات النظرية للدراسة:

أولاً: مقدمة

تُعد العلاقات العامة الحكومية من أبرز الأدوات الاتصالية في بناء الثقة المتبادلة بين المؤسسات العامة والمجتمع، إذ تؤدي دوراً محورياً في تحقيق مبدأ الشفافية والمساءلة ضمن إطار الحوكمة الحديثة. ومع تبني رؤية المملكة العربية السعودية 2030، اكتسبت العلاقات العامة الحكومية أهمية مضاعفة، كونها تساهم في توضيح السياسات العامة، وتعزيز قنوات الإفصاح، ورفع الوعي المجتمعي بأهداف التنمية والتحول الوطني. وتؤكد الأدبيات الحديثة أن الشفافية والمساءلة لم تعودا مجرد قيم أخلاقية، بل أصبحتا أدوات عملية لضمان الكفاءة والعدالة في الإدارة العامة (القضاه والقيسي، 2021).

ثانياً: مفهوم العلاقات العامة الحكومية

تُعرّف العلاقات العامة الحكومية بأنها النشاط الاتصالي المنظم الذي يهدف إلى تحقيق التفاهم والثقة المتبادلة بين الحكومة والجمهور، عبر إدارة تدفق المعلومات والتواصل الداخلي والخارجي. وقد انتقلت من كونها أداة ترويجية إلى وظيفة استراتيجية قائمة على الإقناع والتفاعل والمشاركة. وتشير دراسة (Afriani & Timan, 2024) إلى أن العلاقات العامة تُعد عنصراً مركزياً في بناء الصورة المؤسسية وتعزيز الاتصال مع أصحاب المصلحة، مما ينعكس إيجاباً على ثقة الجمهور وسمعة المؤسسة. هذا المفهوم يتقاطع مع فلسفة العلاقات العامة الحكومية التي تعمل على تحقيق التوازن بين المصلحة العامة والاتصال الشفاف مع المجتمع.

ثالثاً: أبعاد العلاقات العامة الحكومية

حددت الدراسة الحالية أربعة أبعاد أساسية للعلاقات العامة الحكومية تمثل الإطار البنائي للبحث، وهي: الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، والمشاركة المجتمعية.

1. الاتصال المؤسسي: يمثل الاتصال المؤسسي محور العلاقات العامة الحكومية، إذ يساهم في نقل

القرارات والسياسات بوضوح للجمهور ويعزز ثقتهم في العمل الحكومي. وقد بينت دراسة

Karmilah et al. (2025) أن الاتصال الفعال داخل المؤسسات التعليمية ساهم في تحسين

الأداء الاتصالي وبناء علاقة تفاعلية بين الإدارة والجمهور، ما يدعم المفهوم نفسه في المجال الحكومي حيث يُعد وضوح الرسائل ودقة المعلومات شرطاً أساسياً لتحقيق الشفافية.

2. إدارة المعلومات: تُعنى إدارة المعلومات بتنظيم البيانات الحكومية ونشرها بطريقة تتيح الوصول إليها بسهولة ودون غموض، وهي بذلك تشكل العمود الفقري للشفافية المؤسسية. وبيّنت دراسة Kazanskaia (2025) أن المؤسسات غير الربحية التي اعتمدت على سياسات الإفصاح المنتظم والتقارير الدورية عززت الثقة العامة وساهمت في تقليل انتشار المعلومات المضللة، وهو ما يمكن تطبيقه على السياق الحكومي لضمان المساءلة أمام المجتمع.

3. بناء الثقة: يُعد بناء الثقة أحد أهم أدوار العلاقات العامة الحكومية، إذ تعمل من خلال التواصل المستمر والمصادقية في طرح المعلومات على رفع مستوى قبول الجمهور للقرارات الحكومية. وقد أوضحت دراسة قطاب (2022) أن العلاقات العامة أسهمت بفاعلية في ترسيخ سمعة المؤسسة الرياضية في أذهان الجمهور من خلال بناء الثقة، ما يثبت أن هذا البعد يمثل جوهر العلاقة بين الشفافية والمساءلة في أي مؤسسة.

4. المشاركة المجتمعية: تشكل المشاركة المجتمعية الامتداد العملي للشفافية، إذ تتيح للمواطنين المساهمة في صياغة القرارات ومراقبة تنفيذها. وقد توصلت دراسة Tran et al. (2024) إلى أن الأنشطة الاتصالية المصممة لتلبية احتياجات فئات محددة من الجمهور، وخاصة عبر المنصات الرقمية، زادت من تفاعل الطلبة وانخرطهم في العملية التعليمية، مما يؤكد أن إشراك الجمهور في التواصل المؤسسي يعزز الانتماء والمساءلة في السياق الحكومي أيضاً.

رابعاً: مفهوم الشفافية والمساءلة في العمل الحكومي

تشير الشفافية إلى حرية الوصول إلى المعلومات الحكومية بوضوح ومصادقية، بينما تُعنى المساءلة بخضوع الموظفين والمسؤولين للمراقبة وتحمل تبعات قراراتهم. وترى دراسة حجازي وآخرون (2022) أن تطبيق الشفافية والمساءلة في محكمة بداية طولكرم ساهم في تحسين الأداء الإداري ورفع درجة الثقة المؤسسية، وهو ما يعزز فكرة أن الشفافية ليست مجرد نشر للمعلومات بل نظام شامل للمحاسبة المؤسسية. وفي الإطار الحكومي، تتكامل هاتان القيمتان لتشكّان قاعدة الحوكمة الرشيدة التي تعتمد على الاتصال الصادق والإفصاح المستمر.

خامساً: رؤية المملكة 2030 ودورها في تعزيز الشفافية والمساءلة

تؤكد رؤية المملكة 2030 على أهمية الشفافية كأحد محاور تطوير الأداء الحكومي، حيث نصّت على تمكين المواطنين من الوصول إلى المعلومات وتفعيل نظم المساءلة لضمان العدالة والنزاهة. وتتماشى هذه الرؤية مع نتائج دراسة سعد (2021) التي أوضحت أن زيادة مستوى الشفافية الإدارية تسهم في تحسين إدارة التغيير داخل المنظمات العامة وتعزيز التفاعل بين القيادة والعاملين. ومن هذا المنطلق، تُعد العلاقات العامة الحكومية في المملكة ركيزة أساسية في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للرؤية، من خلال بناء جسور الثقة وتفعيل قنوات الاتصال بين الحكومة والمجتمع لضمان تحقيق المساءلة الفعّالة.

سادساً: الإطار النظري للعلاقة بين العلاقات العامة الحكومية والشفافية والمساءلة

تستند العلاقة بين العلاقات العامة الحكومية والشفافية إلى مجموعة من النماذج النظرية التي تفسر دور الاتصال في الحوكمة الحديثة، من أهمها:

1. النموذج التفاعلي للاتصال الحكومي: يؤكد هذا النموذج أن الاتصال ثنائي الاتجاه بين الحكومة والمجتمع هو أساس تحقيق الشفافية والمساءلة، فكلما زادت المشاركة الاتصالية، ارتفع مستوى الثقة العامة. وتدعم دراسة (Kazanskaia 2025) هذا الطرح من خلال توضيح كيف أن الانفتاح في الإبلاغ يعزز المشاركة ويحد من المعلومات المضللة.
2. نموذج الحوكمة التشاركية: يقوم هذا النموذج على إشراك الجمهور في عمليات صنع القرار، ما يجعل العلاقات العامة قناة تنفيذية للشفافية والمساءلة. وقد أظهرت دراسة Tran et al. (2024) أهمية إشراك الفئات المستهدفة في العمليات الاتصالية، وهو ما يعزز اعتماد النموذج ذاته في البيئة الحكومية.
3. نموذج الاتصال الاستراتيجي: يوضح هذا النموذج أن الاتصال الممنهج والمبني على التخطيط يساهم في بناء الثقة وتحقيق الشفافية المستدامة. وأكدت دراسة (Afriani & Timan 2024) أن دمج ممارسات العلاقات العامة في عمليات التطوير التنظيمي يسهم في رفع كفاءة المؤسسة وتحقيق أهدافها، مما يتقاطع مع توجه الحكومة السعودية نحو بناء اتصال مؤسسي استراتيجي يدعم الشفافية.

سابعاً: دور العلاقات العامة في تحقيق الشفافية والمساءلة

تؤدي العلاقات العامة الحكومية أدواراً متشابهة في بناء منظومة الشفافية والمساءلة، يمكن تلخيصها في الآتي:

- دور اتصالي: نقل المعلومات بوضوح وتوضيح القرارات والسياسات للجمهور، بما يعزز الفهم العام ويحد من الشائعات. وقد أوضحت دراسة الشمري والريمضي (2021) أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ساهم في توعية الجمهور وتعزيز التفاعل مع المؤسسات البيئية، ما يشير إلى أن المنصات الرقمية أداة محورية لتعزيز الشفافية في القطاع الحكومي.
- دور استراتيجي: المشاركة في صياغة الرسائل والسياسات الاتصالية، وهو ما أشار إليه Karmilah et al. (2025) من خلال التأكيد على أن العلاقات العامة الفعالة تسهم في دعم الرؤية المؤسسية وبناء السمعة.
- دور رقابي غير مباشر: إدارة الحوارات العامة وتنظيم المؤتمرات الصحفية التي تمكن الجمهور من مساءلة الجهات الحكومية، وهو ما يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة حجازي وآخرون (2022) بشأن أهمية الإفصاح في تعزيز المساءلة الإدارية.

ثامناً: التحديات التي تواجه العلاقات العامة الحكومية

تواجه العلاقات العامة الحكومية عدداً من التحديات التي قد تعيق فاعليتها في تحقيق الشفافية والمساءلة، ومن أبرزها محدودية الموارد البشرية المؤهلة، وضعف التنسيق المؤسسي، والمقاومة التنظيمية للتغيير. وقد أشار Karmilah et al. (2025) إلى أن محدودية الموارد والمقاومة الداخلية والتطورات التقنية تمثل أبرز العوائق التي تواجه إدارة الاتصال المؤسسي، وهي تحديات تنطبق على السياق الحكومي كذلك. كما بينت دراسة Kazanskaia (2025) أن الفروق الثقافية والتقنية تتطلب تبني استراتيجيات اتصالية تراعي الخصوصية المحلية لضمان فعالية الشفافية والمساءلة.

المنهجية وطرق البحث:

أولاً: منهج الدراسة

ستعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث سيتم توظيفه في تحليل أثر أبعاد العلاقات العامة الحكومية على الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية في ضوء رؤية 2030. وسيعنى هذا المنهج بفهم الظاهرة المدروسة كما ستتم ممارستها في الواقع، من خلال توصيف الممارسات الاتصالية الحكومية، وتحليل العلاقات القائمة بين المتغيرات، واستقراء أنماط التأثير المحتملة استناداً إلى الأطر النظرية ونماذج الحوكمة الحديثة.

وسيتم في إطار المنهجية جمع البيانات من خلال أداة الاستبانة التي ستصمم وفق الأبعاد الأربعة للعلاقات العامة الحكومية (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، المشاركة المجتمعية)، وسيتم توزيعها على عينة من العاملين في الأجهزة الحكومية وفق أسلوب المعاينة المناسب لطبيعة مجتمع الدراسة. كما سيتم إدخال البيانات وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية الملائمة لاختبار الفرضيات، بهدف التوصل إلى نتائج علمية تفسر أثر العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الشفافية والمساءلة، وتدعم تقديم توصيات تطبيقية تسهم في تطوير الأداء الحكومي.

ثانياً: مجتمع الدراسة

سيتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين في الأجهزة الحكومية ذات الصلة بتنفيذ برامج الحوكمة والشفافية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، وبشكل خاص الموظفين العاملين في إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي وإدارات الجودة وتطوير الأداء. ويُقدَّر حجم مجتمع الدراسة بنحو (1,250) موظفاً موزعين على عدة جهات حكومية مركزية في إحدى المناطق الرئيسية (مثل منطقة الرياض)، حيث يشكلون الفئة الأكثر ارتباطاً بمهام الاتصال الحكومي وممارسات الإفصاح والمساءلة..

ثالثاً: عينة الدراسة

فسيتم اختيارها باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة لضمان تمثيل عادل لجميع فئات مجتمع الدراسة. وسيتم تحديد حجم العينة وفق معادلات تحديد العينات الإحصائية، ليكون الحد الأدنى المقبول (294) مفردة عند مستوى ثقة 95% وهامش خطأ 5%. وستوزع الاستبانات على أفراد العينة المختارين، وسيتم استرجاعها وتحليلها باستخدام البرامج الإحصائية المناسبة لضمان دقة النتائج وموثوقيتها..

رابعاً: أداة جمع البيانات

ستعتمد الدراسة على الاستبانة (Questionnaire) بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، لما تتميز به من قدرة على قياس الاتجاهات والآراء بدقة وموضوعية. وسيتم إعداد الاستبانة استناداً إلى الإطارين النظري والميداني للدراسة، مع مراعاة ملاءمتها لأهداف البحث ومتغيراته الرئيسة، بحيث تتضمن محورين رئيسين:

الأول يقيس أبعاد العلاقات العامة الحكومية المتمثلة في (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، المشاركة المجتمعية)، والثاني يقيس مستوى الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية.

وستتكون الاستبانة من (30) فقرة تقريباً موزعة على محاورها المختلفة، وسيتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتقدير استجابات أفراد العينة، بحيث تتراوح الإجابات بين (موافق بشدة - موافق - محايد - غير موافق - غير موافق بشدة). كما ستُعرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمختصين في مجالات الإعلام والاتصال العام والإدارة العامة للتحقق من صدقها الظاهري والمحتوى، ثم تُطبّق دراسة استطلاعية على عينة محدودة مكونة من (30) مفردة لاختبار ثباتها باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، تمهيداً لتطبيقها على العينة الأساسية وضمان موثوقية النتائج الإحصائية.

أساليب التحليل الإحصائي

ستُحلّل بيانات الدراسة باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك من خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة المتغيرات وأهداف الدراسة. وسيتم البدء بالإحصاءات الوصفية التي تشمل حساب التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية؛ وذلك لوصف خصائص مجتمع الدراسة، وبيان اتجاهات أفراد العينة نحو محاور الاستبانة.

وفيما يتعلق باختبار الفرضيات، فسيتم استخدام اختبارات الإحصاء الاستدلالي، وعلى رأسها:

1. معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) للتحقق من ثبات أداة القياس.
2. اختبار بيرسون للارتباط (Pearson Correlation) لدراسة العلاقات بين المتغيرات المختلفة.

3. تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) لقياس أثر أبعاد العلاقات

العامة الحكومية على الشفافية والمساءلة، واختبار الفرض الرئيسي والفرعية.

4. اختبار (T-Test) وتحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) عند الحاجة؛ لدراسة

الفروق بين المتوسطات وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

حدود الدراسة

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على تحليل أثر دور العلاقات العامة الحكومية بأبعادها الأربعة (الاتصال المؤسسي، إدارة المعلومات، بناء الثقة، المشاركة المجتمعية) (على تعزيز الشفافية والمساءلة في الأجهزة الحكومية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030..)
- **الحدود المكانية:** ستجرى الدراسة ضمن نطاق عدد من الأجهزة الحكومية في منطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية.
- **الحدود الزمانية:** تم إجراء الدراسة خلال الربع الأول من عام 2025م.
- **الحدود البشرية:** تقتصر الدراسة على العاملين في إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي، وإدارات الجودة وتطوير الأداء في الأجهزة الحكومية المختارة.

المراجع

علي، برعي بابر محمود، و تميم، بثينة جمال الدين عبدالله. (2023). دور العلاقات العامة في الترويج السياحي: دراسة تطبيقية على ولاية الخرطوم. *مجلة القلزم العلمية*، ع32 ، 97 - 122. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1379421>

الغنام، محمد الشوافي عبدالحميد محمد. (2024). تأثير العلاقات العامة الإلكترونية على امتنان العميل: الدور الوسيط لرضا العميل: دراسة تطبيقية على نزلاء فنادق شرم الشيخ. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، مج15، ع1 ، 129 - 175. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1504503>

الشمري، محمد مرضي مناور، و الرميضي، جمال سعد. (2021). دور العلاقات العامة في توعية الجمهور من أخطار تلوث البيئة: دراسة وصفية بالتطبيق على شرطة البيئة. *المجلة العربية للعلوم الاجتماعية*، ع19، ج2 ، 38 - 91. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1150958>

ولد مجبر، حبيب، و الطيب، بلوصيف. (2021). دور حملات العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة العمومية: دراسة ميدانية بالمؤسسة الإستشفائية العمومية لولاية المدية. *مجلة العلوم الإنسانية*، مج32، ع4 ، 437 - 450. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1330720>

قطاب، محمد. (2022). دور العلاقات العامة في تحسين سمعة المؤسسة الرياضية: دراسة حالة ديوان المركب المتعدد الرياضيات بالشلف. *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، مج14، ع3 ، 83 - 94. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1320951>

حجازي، محمود حسن محمود، يوسف، أيك صلاح، و زيدان، رائد شريف. (2022). تأثير تطبيق الشفافية والمساءلة على الأداء الإداري لموظفي محكمة بداية طولكرم. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية*، مج7، ع17 ، 17 - 34. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1257508>

القضاة، عمر علي كريم، و القيسي، سليم أحمد علي. (2021). العوامل التي تحول دون تحقيق معايير المساءلة والشفافية وفق مقياس الشفافية العالمي من جهة نظر مدراء الدوائر الحكومية في الأردن للفترة من 2014-2019 م (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1208094>

سعد، محمد علي عبد الحميد. (2021). العلاقة بين الشفافية الإدارية وإدارة التغيير في المنظمات العامة: دراسة ميدانية على مديريات الخدمات بمحافظة الدقهلية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع2 ، 655

- 704. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1121314>

Karmilah, L., Kartini, E., Kusuma, Z. N. A. W., Rostika, N., & Iskandar, S. (2025). Public Relations Management in Improving the Image and Performance of Educational Institutions: Strategies, Challenges, and Implications. *Journal of Innovation and Research in Primary Education*, 4(3), 1417–1425. <https://doi.org/10.56916/jirpe.v4i3.1506>

Afriani, L., & Timan, A. (2024). The Role of Public Relations in Educational Development in Higher Education Institutions. *International Journal of Education and Social Science (IJESS)*, 5(2), 255–260. <https://doi.org/10.56371/ijess.v5i2.332>

Tran, M. T., Ngo, B., Vo, T. K. O., Tran, T. K. C., Duong, H. L., & Trinh, L. T. (2024). Utilizing public relations for achieving success in enrollment: Observations drawn from an extensive study of higher educational institutions. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(7), 4877. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i7.4877>

Kazanskaia, A. N. (2025). *Transparency and Accountability in Ethical Communication for Religious Non-Profits*. <https://doi.org/10.64357/neya-gjnps-eth-cm-rl-org-04>

Mid Ocean University

College of Management

Master's degree in Public Relations.



**The Role of Government Public Relations in Enhancing
Transparency and Accountability in Light of Vision 2030.**

Prepared by:

Abdulrahman Al-Abdulaziz

252000986

Supervision:

Dr.

1447-2025