

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

ماجستير علاقات عامة



فعالية ممارسات العلاقات العامة في تعزيز الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات
الوطنية في المملكة العربية السعودية دراسة ميدانية

إعداد الطالب/

هند احمد مني

251000373

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد محمد حسن

العام الدراسي:

2025

3	مقدمة:
5	مشكلة الدراسة
7	أهمية الدراسة:
8	أهداف الدراسة:
9	تساؤلات الدراسة
10	فروض الدراسة:
10	الدراسات السابقة:
17	الفجوة البحثية:
18	المنطلقات النظرية للدراسة:
22	المنهجية وطرق البحث:
22	مصادر جمع البيانات
23	مجتمع وعينة الدراسة
24	أدوات الدراسة:
25	حدود الدراسة:
27	المراجع:

مقدمة:

تُعد العلاقات العامة من أبرز الوظائف الاتصالية الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة، إذ لم تعد مقتصرة على إصدار البيانات الصحفية أو تنظيم الفعاليات الإعلامية، بل أصبحت تُعنى ببناء الصورة الذهنية وتعزيز الثقة والتفاعل المستدام بين المؤسسة والجمهور، وتبرز أهميتها بوجه خاص في السياقات التي تستدعي التزامًا مجتمعيًا عاليًا تجاه السياسات والبرامج العامة، بما في ذلك المبادرات الوطنية التي تقودها الحكومات. (Muthia, 2021)

في البيئة السعودية المعاصرة، أصبح لزامًا على المؤسسات الرسمية وشبه الرسمية أن تطور من أدواتها الاتصالية وتبنى استراتيجيات متقدمة في العلاقات العامة، تتناسب مع التحولات الاجتماعية والتكنولوجية والثقافية التي يمر بها المجتمع، ويشهد المجتمع السعودي انفتاحًا كبيرًا على الفضاء الرقمي، وتتوَعَّا في مصادر التلقي، وتغيرًا في أنماط المشاركة، مما يستدعي ممارسات علاقات عامة أكثر ديناميكية وتفاعلية وارتباطًا بقيم الجمهور المحلي. (Priambodo & Rosy, 2023)

إن المبادرات الوطنية تمثل ترجمة عملية للرؤية الاستراتيجية للدولة، وهي تتطلب من المواطنين ليس فقط الفهم، بل أيضًا القبول والدعم والمشاركة الفعالة، وتعد العلاقات العامة آلية مركزية في تحفيز المجتمع، وتوسيع قاعدة التفاعل، وبناء جسور الثقة بين الجهة المبادرة والجمهور المستهدف، ولا تكتمل من خلال الخطاب الرسمي وحده، بل عبر ممارسات اتصالية متعددة الأبعاد تشمل الإعلام، التفاعل الميداني، وتكامل الرسائل مع السياق الثقافي والاجتماعي. (Zaini, 2024)

تتعدد أدوات العلاقات العامة وتنوع، ومن أبرزها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كقناة تفاعلية سريعة التأثير والانتشار، ففي المجتمعات الشابة مثل السعودية، يبرز هذا النوع من الاتصال كوسيلة رئيسية لبناء الحضور الذهني للمبادرات، وخلق تفاعل لحظي مع الرسائل، مما يعزز من فرص

الالتزام المجتمعي، كما أن استثمار العلاقات العامة في المنصات الرقمية يُعد ضرورة لا رفاهية، لضمان الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المواطنين بمحتوى جذاب ومقنع وذو صلة (Syakir & Mahmudah, 2023).

تتصل فعالية العلاقات العامة أيضًا بقدرتها على إشراك الجمهور لا كمتلقٍ سلبي، بل كطرف فاعل في المبادرات، عبر التفاعل، وإبداء الرأي، والمشاركة المباشرة في الفعاليات والمشاريع، وهو ما يُطلق عليه "المشاركة المجتمعية"، وتُعد هذه المشاركة مؤشراً على فعالية استراتيجية العلاقات العامة، إذ إنها تعكس انتقال الجمهور من موقع التلقي إلى موقع التأثير والدعم العملي للمبادرة الوطنية (Aghazadeh, 2024).

و لا تكتمل فعالية العلاقات العامة دون بناء صورة ذهنية إيجابية ومتماسكة حول المؤسسة أو المبادرة. هذه الصورة تتشكل عبر مزيج من الرسائل، والسلوك المؤسسي، وتجارب الجمهور، وتُعد أساساً لتعزيز الثقة والاستعداد للتفاعل، فالعلاقات العامة الناجحة هي تلك التي تتجح في ضبط هذه الصورة بما ينسجم مع قيم المجتمع وتوقعاته، وبما يعزز من صدقية المبادرة ويجعل الجمهور أكثر استعداداً للانخراط فيها. (Sarhan et al., 2022).

ويُعد البعد القيادي عنصراً أساسياً في ممارسات العلاقات العامة، إذ يتطلب العمل الاتصالي المؤسسي قيادة واعية تُجيد التنسيق والتحفيز، وتدرك أهمية التفاعل المتبادل، وتوجه الفريق نحو تحقيق أهداف المؤسسة والمجتمع في آنٍ معاً، هذا الجانب لا يتعلق بالخطاب فحسب، بل بأسلوب الإدارة الاتصالية الشاملة التي تعتمد على التخطيط، التنظيم، التنفيذ، والتقييم المستمر. (Zaini, 2024).

كما تبرز أهمية العلاقات العامة في الأطر الحكومية التي تنفذ مبادرات تتطلب تغييراً سلوكياً أو مجتمعياً، سواء في مجالات البيئة أو الصحة أو التعليم أو التقنية، وتكون العلاقات العامة مطالبة ببناء

نماذج اتصال تشاركية تدمج المجتمع في فهم القضية، والمساهمة في حلها، وتحمل مسؤوليتها، وهو ما يعزز بدوره من استدامة المبادرات ويجعلها أكثر رسوخًا في وجدان الأفراد.(Varrel et al., 2024)

وفي السياق السعودي، فإن تسارع إطلاق البرامج الوطنية، وتوسع حجم المشاريع، وارتفاع سقف التطلعات، يجعل من الضروري تقويم ممارسات العلاقات العامة في الجهات الرسمية، لمعرفة مدى مساهمتها الفعلية في تعزيز الالتزام المجتمعي، أي التحول من مجرد التفاعل إلى الالتزام السلوكي والقيمي والمعرفي تجاه المبادرات الوطنية.(Yildam et al., 2024)

وانطلاقًا من كل ما سبق، تأتي هذه الدراسة لتتناول فعالية ممارسات العلاقات العامة بأبعادها المختلفة، في تعزيز الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية داخل المملكة العربية السعودية، سعيًا إلى فهم مدى قدرة الاتصال المؤسسي على بناء علاقة صحية بين الدولة والمجتمع، وتحفيز المواطنين على دعم المبادرات لا باعتبارهم جمهورًا مستهدفًا فقط، بل باعتبارهم شركاء في صناعة التغيير الوطني.

مشكلة الدراسة

في ظل التوجهات الوطنية المتسارعة التي تقودها المملكة العربية السعودية لتحقيق رؤية 2030، برزت المبادرات الوطنية كوسيلة استراتيجية لترجمة الأهداف التنموية إلى مشاريع واقعية تتطلب مشاركة فاعلة من المجتمع، وقد أصبح نجاح هذه المبادرات لا يعتمد فقط على قوة التخطيط والتمويل، بل على مدى تفاعل الأفراد معها، والتزامهم بدعمها وتنفيذها، تبرز أهمية العلاقات العامة باعتبارها الأداة الاتصالية الرئيسة التي تُعنى ببناء الجسور بين المؤسسات والجمهور، والتأثير في اتجاهاتهم وسلوكياتهم، ولا تزال هناك تساؤلات مطروحة حول مدى فاعلية ممارسات العلاقات العامة في تحقيق هذا الدور، خصوصًا في السياق السعودي.

تشير بعض الدراسات إلى أن ممارسات العلاقات العامة التقليدية لا تحقق دائمًا الأثر المتوقع على مستوى الالتزام المجتمعي، ما يعكس فجوة بين الرسائل المؤسسية وتفاعل الجمهور معها ، فكتفت دراسة (Sarhan et al., 2022) أن المواطنين الفلسطينيين لا يتفاعلون مع محتوى العمل التطوعي في وسائل التواصل، مما يعكس ضعف في استراتيجيات العلاقات العامة رغم وفرة الحملات. كما بيّنت دراسة (Priambodo & Rosy, 2023) أن التفاعل المجتمعي مع برنامج "كاليمسادا" كان محدودًا رغم الجهود الاتصالية، مما يشير إلى تحديات في الوصول والإقناع.

و توصلت دراسة (Zaini, 2024) إلى أن دمج وسائل الاتصال الشفهي والكتابي والرقمي كان له أثر إيجابي على مشاركة المجتمع، خاصة عندما ارتبطت ممارسات العلاقات العامة بالأفعال الاجتماعية والدينية التي تلامس القيم، وهذا ما يُظهر أهمية إعادة تصميم أدوات العلاقات العامة لتكون أكثر قربًا من الجمهور، وأكثر تعبيرًا عن الواقع الثقافي والاجتماعي للمجتمع المستهدف، أظهرت دراسة (Muthia, 2021) أن قناة NET نجحت في بناء صورة ذهنية إيجابية وجذب مجتمع متفاعل من خلال استراتيجيات تواصل مخصصة تعزز الولاء والهوية، مما يطرح تساؤلًا عن مدى تطبيق هذا النموذج في المبادرات الوطنية الحكومية.

ورغم أن بعض الدراسات في السياق الصحي (Yildam et al., 2024) أو البيئي (Varrel et al., 2024) أظهرت نجاح العلاقات العامة في رفع الوعي وتعديل السلوك المجتمعي، إلا أن هذه النتائج كانت مشروطة بوجود تواصل ثنائي الاتجاه، وشفافية، وتعاون مؤسسي مجتمعي واضح، وهو ما أكدته دراسة (Syakir & Mahmudah, 2023) التي ربطت بين التخطيط الاحترافي للعلاقات العامة وتحسين انطباعات المجتمع المحلي تجاه مؤسساتهم.

انطلاقاً من هذه الأدبيات، تتمثل المشكلة الأساسية لهذه الدراسة في أن "العلاقات العامة رغم حضورها المؤسسي في المملكة لا تزال بحاجة إلى تفعيل أكثر استراتيجية وقياس دقيق لفعاليتها في تعزيز الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية"، خصوصاً مع تباين ممارساتها من جهة إلى أخرى، وغياب إطار تقييمي واضح لمدى تأثيرها على مواقف وسلوكيات الأفراد .

وتتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما مدى فعالية ممارسات العلاقات العامة بأبعادها المختلفة في تعزيز الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية في المملكة العربية السعودية؟

أهمية الدراسة:

تعتمد أهمية هذه الدراسة على إسهاماتها النظرية والتطبيقية فيما يلي:

أولاً: الأهمية العلمية (النظرية):

- تساهم في إثراء الأدبيات العلمية حول ممارسات العلاقات العامة ودورها في تعزيز الالتزام المجتمعي.
- تقدم إطاراً نظرياً حديثاً يربط بين أدوات العلاقات العامة ودرجة تفاعل المجتمع مع المبادرات الوطنية.
- تفتح المجال أمام دراسات مستقبلية لفهم أعمق لسلوك الجمهور في سياق المبادرات الوطنية.
- تسلط الضوء على أبعاد جديدة للعلاقات العامة في السياق السعودي، لم تُتناول كثيراً في الدراسات السابقة.

ثانياً: الأهمية العملية (التطبيقية):

- تساعد الجهات الحكومية ومؤسسات العلاقات العامة على تطوير استراتيجياتها الاتصالية لتعزيز الالتزام المجتمعي.

- توفر مؤشرات عملية وتوصيات قابلة للتطبيق لتحسين كفاءة وفاعلية البرامج الاتصالية الموجهة للمواطنين.
- تساهم في رفع مستوى الوعي المجتمعي بأهمية المبادرات الوطنية وزيادة التفاعل الإيجابي معها.
- تدعم جهود تحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030 من خلال تعزيز الشراكة المجتمعية والمواطنة الفاعلة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل فعالية ممارسات العلاقات العامة في تعزيز الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية في المملكة العربية السعودية، من خلال الوقوف على الأساليب الاتصالية التي توظفها الجهات الرسمية في التواصل مع المجتمع، وتقييم مدى تأثير هذه الممارسات على تشكيل اتجاهات إيجابية ومستمرة تجاه المبادرات الوطنية، بما يسهم في دعم استراتيجيات التنمية وتحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030.

وتتفرع منه عدة أهداف الفرعية:

- تحليل دور ممارسات التواصل الإعلامي للعلاقات العامة في رفع مستوى وعي أفراد المجتمع بالمبادرات الوطنية.
- دراسة أثر مشاركة المجتمع في الفعاليات التوعوية والأنشطة الميدانية التي تنفذها العلاقات العامة على تنمية الالتزام المجتمعي.
- استكشاف إسهام جهود بناء الصورة الذهنية المؤسسية والثقة من خلال العلاقات العامة في تعزيز القبول المجتمعي للمبادرات الوطنية.

- تقديم مجموعة من التوصيات العلمية والعملية للجهات الحكومية والخاصة المعنية بتفعيل العلاقات العامة، لتعزيز دورها في رفع مستوى الالتزام المجتمعي بالمبادرات الوطنية.

تساؤلات الدراسة

- السؤال الرئيسي الأول: ما مدى فعالية ممارسات العلاقات العامة في تعزيز الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية في المملكة العربية السعودية؟

الأسئلة الفرعية للدراسة:

1. ما مدى فاعلية أدوات ووسائل التواصل الإعلامي المستخدمة من قبل إدارات العلاقات العامة في رفع وعي المجتمع تجاه المبادرات الوطنية؟
2. كيف تسهم المشاركة المجتمعية في الفعاليات والأنشطة التي تنفذها العلاقات العامة في تحفيز الأفراد على الالتزام بالمبادرات الوطنية؟
3. ما دور بناء الصورة الذهنية الإيجابية والثقة المؤسسية من خلال العلاقات العامة في تعزيز قبول المجتمع ودعمه للمبادرات الوطنية؟
4. ما أبرز التوصيات المقترحة التي يمكن أن تسهم في تطوير ممارسات العلاقات العامة لتعزيز الالتزام المجتمعي بشكل فعال ومستدام؟

فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها يمكن للباحث اعتماداً على الإطار النظري المتعلق بالدراسة، واستناداً إلى نتائج الدراسات السابقة تم صياغة الفرضيات التالية:

• الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسات العلاقات العامة ودرجة

الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية في المملكة العربية السعودية.

وتتفرع منه عدة فرضيات فرعية :

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فعالية التواصل الإعلامي الذي تمارسه إدارات العلاقات

العامة ومستوى وعي المجتمع بالمبادرات الوطنية.

2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى المشاركة المجتمعية في الأنشطة التي تنظمها

العلاقات العامة ومستوى الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية.

3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بناء الصورة الذهنية والثقة المؤسسية من خلال ممارسات

العلاقات العامة وبين دعم المجتمع للمبادرات الوطنية.

الدراسات السابقة:

دراسة (Zaini, 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجيات إدارة العلاقات العامة بأبعادها (التواصل الشفهي،

التواصل الكتابي، التواصل من خلال الأفعال النموذجية "القدوة الحسنة"، واستخدام وسائل التواصل

الاجتماعي (على زيادة مشاركة المجتمع في المدارس المتوسطة الإسلامية.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي النوعي من خلال مدخل دراسة الحالة، وتكوّنت العينة من عدد من القادة التربويين والعاملين في العلاقات العامة وأفراد المجتمع ذوي الخلفيات المتنوعة، وتم جمع البيانات باستخدام المقابلات المتعمقة والملاحظة والمستندات الرسمية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الدمج بين أساليب التواصل المختلفة، خاصة التواصل الشفهي والكتابي وتلك القائمة على الأفعال الملموسة، بالإضافة إلى الدور الفعّال لوسائل التواصل الاجتماعي والقيادة القوية، ساهم بشكل كبير في تعزيز مشاركة المجتمع في أنشطة المدرسة. وأوصت الدراسة بـ ضرورة تبني استراتيجية علاقات عامة شاملة تدمج بين وسائل التواصل التقليدية والحديثة، وتعزيز دور القيادة في التنسيق والتحفيز، مع التركيز على التواصل القائم على القيم والأفعال الاجتماعية والدينية، لما له من أثر بالغ في كسب ثقة المجتمع وزيادة تفاعله مع المدرسة..

دراسة (Syakir & Mahmudah, 2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجيات العلاقات العامة بأبعادها (التخطيط المنهجي، إدارة العلاقات العامة، التنفيذ، والإشراف على الأنشطة الإعلامية (على تطوير صورة وانطباع المجتمع تجاه مدرسة "إسلاميك سنتر بن باز (ICBB) "في يوجياكرتا. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام مدخل دراسة الحالة، وتكوّنت العينة من رئيس قسم العلاقات العامة والإعلام ورئيس وحدة تحليل وتوقع العملاء المحتملين. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المدرسة تبنت استراتيجيات فعّالة وناجحة في تحسين صورتها العامة وتعزيز انطباع المجتمع، وذلك من خلال تخطيط ممنهج لإدارة العلاقات العامة، وتنفيذ أنشطة تواصلية تهدف إلى توضيح أهداف المدرسة واستجابتها لتطلعات المجتمع.

وأوصت الدراسة بـ أهمية تعزيز استراتيجيات العلاقات العامة القائمة على الشفافية والتفاعل المستمر مع الجمهور، والاستفادة من التخطيط والإدارة الاحترافية لبناء صورة إيجابية لدى المجتمع المحلي..

دراسة (Salam et al., 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر إطار إدارة العلاقات العامة بأبعاده (التخطيط، التنفيذ، نظم الاتصال، الإشراف التنظيمي، تنظيم الفعاليات الخاصة، استخدام وسائل الإعلام، وتقييم برامج العلاقات العامة) على تحسين السلوك التنظيمي في مدرسة "مدراساه عليا نيجري 3" بمدينة ميدان. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي النوعي، وجمعت البيانات من خلال الملاحظة، والمقابلات، وتحليل الوثائق، وتم تحليلها باستخدام نموذج مايلز وهوبرمان الذي يشمل تقليص البيانات، وعرضها، واستخلاص النتائج، مع تطبيق أسلوب المثلثية (Triangulation) لضمان موثوقية النتائج. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إدارة العلاقات العامة في المدرسة تعتمد على إطار متكامل يُسهم في تعزيز السلوك التنظيمي من خلال تحسين التواصل المرتد، ودعم المجتمع، وتوحيد الأهداف المؤسسية مع توقعات المجتمع. وقد أظهرت النتائج أن الإدارة القوية للعلاقات العامة تُعزز العمليات الداخلية وتقوي علاقة المؤسسة التعليمية بالمجتمع المحلي. وأوصت الدراسة بـ أهمية تبني هيكل تنظيمي شامل لإدارة العلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية، والتركيز على آليات التواصل الفعال والدعم المجتمعي، لما لذلك من أثر كبير في تحسين السلوك التنظيمي وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل منسجم مع تطلعات البيئة المحيطة..

دراسة (Aghazadeh, 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في بناء المجتمع من خلال دراسة حالة لقطاع الحدائق والترفيه في السياقات البلدية الصغيرة، وذلك بأبعاد (تعزيز الروابط الاجتماعية، دعم الرفاه

الجماعي، وتمكين التعاون بين الحكومة والمواطنين). واستخدمت الدراسة المنهج النوعي، من خلال مجموعات تركيز مع السكان المحليين ومقابلات مع موظفي إدارة الحدائق والترفيه في المدينة، وتم تحليل البيانات باستخدام التحليل الموضوعي لاستخلاص الأنماط والدلالات الرئيسية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الأنشطة الترفيهية تلعب دورًا محوريًا في بناء المجتمع من خلال تعزيز التفاعل الاجتماعي وتحقيق الرفاه النفسي والجسدي، كما أن التعاون بين الحكومة المحلية والمواطنين في دعم هذه الأنشطة يُعدّ أداة فعالة للعلاقات العامة في ربط الأفراد بالمجتمع. كما أظهرت النتائج أن استخدام مفهوم "العائلة" كمجاز تنظيمي يعزز فهم وظيفة المجتمع في المدن الصغيرة. وأوصت الدراسة بـ إعادة توجيه نظريات العلاقات العامة والحكم المحلي نحو نماذج تتمحور حول المواطن، وضرورة الاعتراف بأهمية القطاعات الخدمية الترفيهية في تحقيق أهداف العلاقات العامة المجتمعية.

دراسة (Priambodo & Rosy, 2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجيات العلاقات العامة بأبعادها (الدعم الموجه لقادة الأحياء، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، التوعية المباشرة، وتقديم الخدمات في مراكز المجتمع المحلي) على تحسين جودة الخدمات العامة من خلال تعزيز استخدام المواطنين لبرنامج "كاليمسادا" في منطقة كيتيتانغ بمدينة سورابايا.

واستخدمت الدراسة المنهج النوعي الوصفي، وتم اختيار المشاركين باستخدام أسلوب العينة القصدي (Purposive Sampling).

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الاستراتيجيات التي اتبعتها إدارة العلاقات العامة في منطقة كيتينتانغ كان لها أثر إيجابي في زيادة إقبال السكان على خدمات الإدارة المدنية (Adminduk) المقدمة من خلال برنامج "كالميسادا"، رغم أن الاستفادة لم تصل بعد إلى أقصى طاقتها. كما أظهرت النتائج أن استخدام المنصات الرقمية مثل تيك توك وإنستغرام وواتساب، بالإضافة إلى اللقاءات المباشرة والدعم المؤسسي المحلي، أسهم في رفع مستوى الوعي المجتمعي وتحسين تجربة الخدمة العامة. وأوصت الدراسة — استمرار تطوير استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية والميدانية، وتوسيع نطاق التوعية المجتمعية لضمان تحقيق الاستفادة الكاملة من برنامج كالميسادا وتحقيق أهدافه في تسريع وتحسين خدمات الإدارة المدنية للسكان..

دراسة (Yildam et al., 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر مفاهيم واستراتيجيات العلاقات العامة بأبعادها (تعزيز المشاركة المجتمعية، بناء العلاقات الإعلامية، وزيادة الوعي والتثقيف الصحي) على فعالية نظم الاتصال الاستراتيجي الصحي في وكالة PLASCHEMA في ولاية بلاتو بنيجيريا خلال الفترة 2019-2023. واستخدمت الدراسة المنهج النوعي، من خلال مراجعة الأدبيات وتطبيق مدخل دراسة الحالة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تبني استراتيجيات علاقات عامة فعالة كان له دور محوري في نجاح جهود الوكالة، من خلال تحسين التفاعل مع المجتمع، وتعزيز الحضور الإعلامي، وزيادة الوعي لدى المواطنين حول برامج التأمين الصحي، إضافةً إلى تمكين الوكالة من التعامل مع التحديات الاتصالية التي واجهتها.

وأوصت الدراسة بـ اعتماد نماذج معدلة للعلاقات العامة تركز على الاتصال الفعال كوسيلة لتعزيز الثقة بين المؤسسات الصحية والجمهور، وتعزيز الشفافية والتفاعل المستمر مع وسائل الإعلام والمجتمع المحلي لتحقيق نتائج صحية مستدامة وشاملة..

دراسة (Sarhan et al., 2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور إدارة العلاقات العامة في تعزيز الوعي المجتمعي بقيمة العمل التطوعي من خلال دراسة وتقييم وتحليل الأنشطة والحملات والبرامج التي نفذتها دائرة العلاقات العامة في مؤسسة سواعد 19.، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على الاستبيان والمقابلة كأداتين لجمع البيانات، وشملت العينة 166 متطوعاً تم اختيارهم عشوائياً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مواطني فلسطين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي دون اهتمام كافٍ بالمحتوى المتعلق بالعمل التطوعي، كما أن العمل التطوعي في فلسطين يفتقر إلى التنظيم، ويعاني من غياب التشريعات التي تحمي حقوق المتطوعين. وأوصت الدراسة بـ ضرورة دعم وتعزيز دور العلاقات العامة في مؤسسة سواعد 19، وتكثيف جهود التوعية المجتمعية عبر الوسائط الرقمية، وتطوير حملات إعلامية استراتيجية تُبرز أهمية العمل التطوعي كركيزة للتنمية المجتمعية، إلى جانب الدعوة لوضع أطر قانونية تحمي وتنظم العمل التطوعي في فلسطين.

دراسة (Varrel et al., 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر برامج العلاقات العامة بأبعادها (تحليل الأثر، التوعية البيئية، التغيير السلوكي، وبناء نموذج تواصل تعاوني (على تعزيز جهود الحفاظ على غابات المانغروف وضمان استدامتها ، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي النوعي مع مدخل تحليل الأثر، واعتمدت على

مقابلات مع ممثلين عن المجتمعات المحلية، الجهات الحكومية، المنظمات غير الحكومية، وممارسي العلاقات العامة، إضافة إلى تحليل محتوى المواد الاتصالية المستخدمة في البرامج. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن برامج العلاقات العامة ساهمت بشكل ملموس في رفع وعي المجتمع المحلي وحدثت تغييرات سلوكية إيجابية تجاه الحفاظ على غابات المانغروف، رغم استمرار بعض التحديات مثل ضعف مشاركة بعض الفئات وعدم اليقين البيئي. كما خلصت الدراسة إلى أن تطوير نموذج تواصل تعاوني يدمج بين نظريات الحفاظ البيئي، وتحليل الأثر، ومشاركة المجتمع يُعد ضروريًا لتعزيز فعالية البرامج وتحقيق أهداف الاستدامة. وأوصت الدراسة بأهمية بناء نماذج اتصال تشاركية فعالة ضمن استراتيجيات العلاقات العامة البيئية، مع إشراك جميع الأطراف ذات العلاقة لضمان حماية منظومة المانغروف الساحلية من التدهور وتحقيق تنمية بيئية مستدامة..

دراسة (Muthia, 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات العلاقات العامة التي تتبعها قناة NET التلفزيونية في بناء صورتها الذهنية لدى المجتمع، وذلك باستخدام نظرية سكوت إم. كاتليب وآلن هـ. سننتر في استراتيجيات العلاقات العامة ، واستخدمت الدراسة المنظور البنائي (Constructivist Paradigm) والمنهج النوعي بأسلوب دراسة الحالة، وتم جمع البيانات من خلال المقابلات، والملاحظات، والدراسات المكتبية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن قسم العلاقات العامة في قناة NET اعتمد استراتيجية فعالة لبناء مجتمع من المشاهدين المخلصين تحت اسم "NET. Good People" لتبادل الآراء وتعزيز الولاء، كما أن شعار "NET. TV is COOL" يُعد صورة ذهنية إيجابية راسخة لدى الجمهور. وأشارت الدراسة إلى وجود بعض التحديات التي تواجه القناة، خصوصًا في جذب أفراد جدد للانضمام

إلى مجتمع. NET. Good People وأوصت الدراسة — استمرار تطوير مبادرات العلاقات العامة التي تُركز على بناء المجتمعات التفاعلية وتحقيق التواصل المباشر مع الجمهور، بما يسهم في ترسيخ الصورة الذهنية الإيجابية للقناة وزيادة قاعدة جمهورها.

الفجوة البحثية:

رغم تعدد الدراسات التي تناولت ممارسات العلاقات العامة وأثرها في مجالات متنوعة مثل التعليم، والإعلام، والتنمية البيئية والاجتماعية، إلا أن مراجعة الأدبيات السابقة تكشف عن وجود فجوة بحثية واضحة تتعلق بالربط المباشر بين ممارسات العلاقات العامة ودرجة الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية، خاصة في السياق السعودي.

فقد ركزت بعض الدراسات، مثل دراسة (Zaini, 2024) ودراسة (Syakir & Mahmudah, 2023)، على أثر استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز المشاركة المجتمعية وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسات التعليمية، دون التطرق إلى مفهوم الالتزام المجتمعي كمتغير مركزي يعكس التفاعل العميق والمستدام مع المبادرات الوطنية ذات الطابع الرسمي والشمولي.

في المقابل، تناولت دراسات أخرى مثل (Aghazadeh, 2024) و (Priambodo & Rosy, 2023) أهمية العلاقات العامة في دعم الجهود المجتمعية في السياقات البيئية والخدمية، وركزت على أدوات التواصل، ووسائل الإعلام، والشراكة المحلية، لكنها لم تقدّم نموذجًا تفسيريًا متكاملًا يُبرز كيف تؤثر تلك الممارسات في تحفيز الالتزام الوجداني والسلوكي للمواطنين تجاه الأهداف الوطنية الكبرى.

أما الدراسات التي تناولت العلاقات العامة في سياقات التوعية المجتمعية، كدراسة (Sarhan et al., 2022) أو (Yildam et al., 2024)، فقد أولت اهتمامًا للاتصال الفعّال في التثقيف أو الصحة العامة،

لكنها لم تتناول بشكل منهجي العلاقة بين الاستراتيجيات الاتصالية ومخرجات الالتزام المجتمعي الفعلي، الذي يتجلى في دعم المبادرات الوطنية، والمشاركة في تنفيذها، والاستمرار في تبني أهدافها.

ومن خلال مراجعة هذه الدراسات، يتبين أن هناك ندرة واضحة في الدراسات الميدانية التي تتناول السياق السعودي تحديداً، خاصة ما يتعلق بفحص ممارسات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية وشبه الحكومية ومدى تأثيرها على التزام المجتمع بالمبادرات الوطنية التي تمثل ركيزة أساسية في رؤية المملكة 2030.

تتبع أهمية هذه الدراسة من سعيها إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم تحليل علمي ومنهجي لفعالية ممارسات العلاقات العامة في تعزيز الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية في المملكة العربية السعودية، وذلك عبر التركيز على أبعاد متعددة تشمل أدوات التواصل الإعلامي، المشاركة المجتمعية، وبناء الصورة الذهنية والثقة، مما يجعل الدراسة إضافة نوعية للأدبيات النظرية والتطبيقية في هذا المجال الحيوي.

المنطلقات النظرية للدراسة:

أولاً: ممارسات العلاقات العامة

1.1 مفهوم العلاقات العامة

تُعد العلاقات العامة من الوظائف الاتصالية والإدارية المهمة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم والتعاون بين المؤسسات و جماهيرها. ووفقاً لما أشار إليه Cutlip & Center في نظريتهما الشهيرة، فإن العلاقات العامة هي وظيفة استراتيجية تساعد في بناء علاقات متبادلة المنفعة بين المؤسسة والمجتمع (Muthia, 2021). وقد أصبحت العلاقات العامة في السياق المعاصر عنصراً فاعلاً في دعم

السياسات، وتشكيل الاتجاهات العامة، وتعزيز الالتزام بالمبادرات الوطنية من خلال الحوار، التوعية، والتفاعل المستمر.

وفي ضوء الدراسات الحديثة، لم تعد العلاقات العامة تقتصر على إصدار البيانات الصحفية أو تنظيم الفعاليات، بل باتت تؤدي دورًا حيويًا في بناء الصورة الذهنية، إدارة الأزمات، وخلق التزام مجتمعي حقيقي يدعم استراتيجيات الدولة (Syakir & Mahmudah, 2023)؛ (Yildam et al., 2024).

1.2 أبعاد ممارسات العلاقات العامة

استنادًا إلى تحليل الأدبيات السابقة، يمكن تحديد ثلاثة أبعاد رئيسية لممارسات العلاقات العامة ذات التأثير في تعزيز الالتزام المجتمعي، وهي:

أولاً: التواصل الإعلامي

يُقصد به استخدام الوسائط الإعلامية المختلفة – التقليدية والرقمية – لنشر رسائل المبادرات الوطنية بطريقة مؤثرة. وقد أكدت دراسة (Priambodo & Rosy, 2023) على الدور الفاعل الذي تلعبه منصات التواصل الاجتماعي مثل "تيك توك" و"واتساب" و"إنستغرام" في تعزيز وعي المواطنين بخدمات الدولة، مشيرةً إلى أن الاستخدام الذكي لهذه المنصات أسهم في رفع معدلات الاستجابة المجتمعية لبرنامج "كاليمسادا".

كما أشارت دراسة (Zaini, 2024) إلى أن الدمج بين التواصل الشفهي والكتابي والإعلام الرقمي ساهم في تعزيز مشاركة المجتمع في المدارس الإسلامية، ما يدل على أهمية تنويع أدوات الاتصال في الوصول إلى مختلف فئات المجتمع.

ثانيًا: المشاركة المجتمعية

تشير المشاركة المجتمعية إلى إشراك المواطنين في الأنشطة، البرامج، والقرارات التي تهمهم بشكل مباشر، مما يعزز من شعورهم بالملكية والانتماء. وقد وجدت دراسة (Sarhan et al., 2022) أن غياب المشاركة المنظمة في العمل التطوعي بفلسطين يعود إلى ضعف هيكلية العلاقات العامة، مما يُبرز أهمية بناء نماذج تفاعلية تُشرك المجتمع بفعالية.

كما دعمت دراسة (Aghazadeh, 2024) هذا التوجه من خلال التركيز على قطاع الحقائق والترفيه، وأشارت إلى أن تعزيز التفاعل الاجتماعي والأنشطة الترفيهية يعد من أدوات العلاقات العامة التي تسهم في تقوية الروابط بين المواطنين والحكومة، خاصة في السياقات البلدية.

ثالثاً: بناء الصورة الذهنية والثقة

تُعد الصورة الذهنية من المفاهيم الأساسية في علم الاتصال والعلاقات العامة، إذ ترتبط ارتباطاً مباشراً بمستوى القبول المجتمعي والثقة المؤسسية. وقد أكدت دراسة (Syakir & Mahmudah, 2023) أن التخطيط المنهجي والشفافية في الاتصال ساهما في تحسين الانطباع العام لدى المجتمع عن مدرسة "ICBB" في يوجياكرتا.

كما أشارت دراسة (Muthia, 2021) إلى أن قناة NET اعتمدت على شعار مؤسسي وهوية مرئية قوية لبناء صورة ذهنية جاذبة لدى جمهورها، مما ساعد في تكوين مجتمع من المتابعين المخلصين. وتنعكس هذه النتائج على السياق الحكومي حينما يتم تبني شعارات وطنية تعزز الثقة والولاء.

ثانياً: الالتزام المجتمعي

2.1 مفهوم الالتزام المجتمعي

الالتزام المجتمعي هو تعبير عن استعداد الأفراد للمشاركة الفاعلة والداعمة في المبادرات العامة، وتنفيذ ما يُطلب منهم من أدوار مجتمعية نابعة من الإيمان بقيمة العمل المشترك. وهو يرتبط بسلوكيات مثل: الحضور في الفعاليات، التطوع، التفاعل الرقمي، الالتزام الأخلاقي، الدفاع عن المبادرات الوطنية، وغيرها.

وقد أظهرت دراسة (Zaini, 2024) أن استخدام القدوة الحسنة والأفعال النموذجية في التواصل ساعد في رفع الالتزام المجتمعي بالمبادرات المدرسية. أما (Yildam et al., 2024) فأكدت أن الشفافية والاتصال المتبادل مع المجتمع في برامج الصحة الحكومية أدت إلى زيادة الالتزام المجتمعي بالتأمين الصحي.

2.2 أبعاد الالتزام المجتمعي

بالاستناد إلى أدبيات سابقة، يمكن تصنيف الالتزام المجتمعي إلى:

الالتزام المعرفي: ويعني فهم المواطنين لأهداف المبادرات الوطنية ومحتواها.

الالتزام السلوكي: ويشمل الانخراط الفعلي في الفعاليات والأنشطة ذات الصلة.

الالتزام القيمي: وهو اقتناع الأفراد بمبادئ وأهداف المبادرة، مما يدفعهم للدفاع عنها وتمثيلها.

وقد أبرزت دراسة (Varrel et al., 2024) أن البرامج البيئية التي تضمنت تحليل الأثر والتواصل التعاوني أدت إلى تغييرات معرفية وسلوكية لدى المجتمعات المحلية فيما يخص الحفاظ على غابات المانغروف.

المنهجية وطرق البحث:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وهو أحد المناهج العلمية الشائعة في الدراسات الاجتماعية والسلوكية التي تهدف إلى وصف الظاهرة موضوع البحث وتحليلها وبيان علاقتها بالمتغيرات الأخرى. وقد تم اختيار هذا المنهج نظرًا لملاءمته لطبيعة أهداف الدراسة التي تسعى إلى قياس العلاقة بين ممارسات العلاقات العامة بأبعادها المختلفة، ومدى تأثيرها في تعزيز الالتزام المجتمعي تجاه المبادرات الوطنية في المملكة العربية السعودية.

ويتيح هذا المنهج للباحث وصف الواقع القائم لممارسات العلاقات العامة داخل الجهات الحكومية أو الشبه حكومية التي تقود المبادرات الوطنية، ومن ثمّ تحليل تأثير هذه الممارسات على مستوى وعي الأفراد، ومشاركتهم الفعلية، وقناعاتهم تجاه المبادرات.

كما يُمكن المنهج الوصفي التحليلي من الربط بين الأطر النظرية والدراسات السابقة والبيانات الميدانية، وتحليل النتائج إحصائيًا للكشف عن طبيعة العلاقات الارتباطية أو التأثيرية بين المتغيرات، واختبار الفرضيات المصاغة في ضوء الإطار النظري.

مصادر جمع البيانات

➤ **المصادر الثانوية:** تمثلت في الأدبيات العلمية ذات العلاقة، بما في ذلك الدراسات السابقة المحلية والدولية، والكتب الأكاديمية، والمقالات المحكمة، والتقارير الرسمية الصادرة عن الجهات الحكومية، وتوظيف هذه المصادر في بناء الإطار النظري، ودعم تحليل النتائج، ومقارنة ما توصلت إليه الدراسة الحالية.

➤ **المصادر الأولية:** تمثّلت في البيانات الميدانية التي جُمعت باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية . وقد تم تصميم الاستبانة بناءً على الإطار النظري وأهداف الدراسة، لتقيس آراء أفراد العينة حول أبعاد ممارسات العلاقات العامة (التواصل الإعلامي، المشاركة المجتمعية، بناء الصورة الذهنية والثقة) وعلاقتها بمستويات الالتزام المجتمعي (المعرفي، السلوكي، القيمي) تجاه المبادرات الوطنية. وتم توزيع الاستبانة على عينة مختارة من المواطنين السعوديين الذين سبق لهم التفاعل مع المبادرات الوطنية أو شاركوا في فعاليات مرتبطة بها، وذلك بهدف الحصول على بيانات كمية دقيقة قابلة للتحليل الإحصائي.

مجتمع وعينة الدراسة

يتكوّن مجتمع الدراسة من جميع المواطنين السعوديين الذين سبق لهم التفاعل أو المشاركة في إحدى المبادرات الوطنية التي أطلقتها الجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية، مثل برامج رؤية السعودية 2030، جودة الحياة، تنمية القدرات البشرية، ومشروعات نيوم وغيرها. ويُقدَّر حجم هذا المجتمع بالملايين نظرًا لاتساع نطاق المبادرات وامتدادها إلى مختلف مناطق المملكة، لكن الدراسة ركّزت على الفئة التي تتوفر فيها شروط: الوعي بالمبادرات، والتفاعل معها سواء من خلال الحضور الميداني أو التفاعل الرقمي أو المشاركة التطوعية.

وبناءً على طبيعة المجتمع الكبير، تم استخدام الأسلوب العشوائي البسيط في اختيار العينة، وتم تحديد حجم العينة باستخدام جدول كرجسي ومورغان، حيث يُعد عدد 384 فردًا كافيًا لتمثيل مجتمع يفوق حجمه المليون فرد عند مستوى ثقة 95% وهامش خطأ $\pm 5\%$. وقد تم توزيع 400 استبانة إلكترونية وورقية على أفراد العينة لضمان تحقيق العدد المستهدف، وتم استرجاع 392 استبانة صالحة للتحليل

الإحصائي، أي بمعدل استجابة بلغ 98% تقريبًا، مما يعكس دقة التصميم وملاءمة الأداة لجمهور الدراسة.

أدوات الدراسة:

ستعتمد الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية، وذلك لملاءمتها لطبيعة المنهج الوصفي التحليلي وفعاليتها في قياس الاتجاهات والآراء. وقد تم تصميم الاستبانة وفق نموذج ليكرت الخماسي (من 1 = أعارض بشدة إلى 5 = أوافق بشدة)، وتضمنت قسمين رئيسيين:

- القسم الأول: خاص بالبيانات الديموغرافية (مثل الجنس، العمر، المؤهل العلمي، نوع التفاعل مع المبادرات الوطنية).
- القسم الثاني: تضمن 30 فقرة موزعة على أبعاد الدراسة، حيث تم تخصيص:
 - 12 فقرة لقياس ممارسات العلاقات العامة بأبعادها الثلاثة (4 لكل بعد).
 - 12 فقرة لقياس الالتزام المجتمعي بأبعاده الثلاثة (4 لكل بعد).
 - 6 فقرات تقييمية لقياس الانطباع العام والتفاعل الكلي مع المبادرات.
- تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين الأكاديميين للتأكد من صدقها الظاهري والمنطقي، كما تم إجراء اختبار تمهيدي على عينة استطلاعية مكونة من 30 مشاركًا للتحقق من وضوح الفقرات، قبل اعتمادها في الدراسة الأساسية.

الأساليب الإحصائية المستخدمة

- تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وتم اتباع مجموعة من الإجراءات التحليلية المناسبة لأهداف الدراسة وطبيعة الفرضيات، وذلك على النحو التالي:
- الإحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، التكرارات، النسب المئوية) لوصف خصائص العينة ومستوى الاستجابة لكل فقرة.
- اختبار الصدق والثبات: حيث تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات الاستبانة، وتجاوزت جميع القيم الحد المقبول (0.70).
- تحليل الارتباط: باستخدام معامل بيرسون لاختبار العلاقة بين أبعاد ممارسات العلاقات العامة والالتزام المجتمعي.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار الفرضيات واكتشاف أثر المتغيرات المستقلة (أبعاد العلاقات العامة) على المتغير التابع (الالتزام المجتمعي).

حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية:** اقتصرَت الدراسة على تحليل العلاقة بين ممارسات العلاقات العامة بأبعادها (التواصل الإعلامي، المشاركة المجتمعية، بناء الصورة الذهنية والثقة)، والالتزام المجتمعي بأبعاده (المعرفي، السلوكي، القيمي).

- **حدود مكانية:** تحددت الدراسة مكانياً في المملكة العربية السعودية، حيث تم تطبيقها على عينة من المواطنين السعوديين في عدد من المناطق الحضرية الكبرى مثل الرياض، جدة، والمنطقة الشرقية، كونها من أكثر المناطق التي تشهد مبادرات وطنية فاعلة وتفاعلاً إعلامياً ومجتمعي.
- **حدود زمانية:** تم إعداد الدراسة في عام 2025.
- **حدود بشرية:** اقتصرَت الدراسة على عينة من المواطنين السعوديين البالغين (18 سنة فأكثر) ممن لديهم معرفة أو تجربة مباشرة أو غير مباشرة مع إحدى المبادرات الوطنية، وتم استبعاد المقيمين أو من لم يسبق لهم التفاعل مع مثل هذه المبادرات..

- Aghazadeh, S. A. (2024). Exploring leisure and municipal government public relations for community: A case example of parks and recreation. *Public Relations Review*. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102410>
- Muthia, E. L. B. (2021). Strategi Public Relations Stasiun Televisi Dalam Membangun Corporate Image. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume*, 20(02), 231-243
- Priambodo, L., & Rosy, B. (2023). Public Relations Strategy in Socializing the KALIMASADA Program to Enhance Public Services: Study in Surabaya – Ketintang Sub-District. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 3(2), 109–122. <https://doi.org/10.26740/joaep.v3n2.p109-122>
- Salam, A., Santoso, D., & Nasution, I. (2024). Public Relations Management in Shaping Organizational Behavior at Madrasah Aliyah. *Al-Ishlah*, 16(3). <https://doi.org/10.35445/alishlah.v16i3.5660>
- Sarhan, A., Nabulsi, D. M., & Ghosh, S. G. A. (2022, March). “Public Relations’ Ability in Raising the Level of Community Awareness About the Importance of Volunteering” Sawaed19 as a Case Study. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 621-632). Cham: Springer International Publishing
- Syakir, M. F., & Mahmudah, F. N. (2023). Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra dan Persepsi Masyarakat Terhadap Pondok Pesantren Islamic Centre Bin Baz (ICBB) Yogyakarta. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.541>
- Varrel, V., Novianty, S. J., & Hanutama, P. (2024). Impact Analysis and Development of Collaborative Communication Models in Public

Relations Programs for Mangrove Conservation. Ilomata International Journal of Social Science. <https://doi.org/10.52728/ijss.v5i1.1075>

- Yildam, F. J., Igboechesi, G. P., & Fabong, H. A. M. (2024). Central Ideas of Public Relations: its place in the Strategic Health Communication Systems adopted by PLASHEMA from 2019 -2023. Global Journal of Human Resource Management, 12(7), 1–10. <https://doi.org/10.37745/gjhrm.2013/vol12n7110>
- Zaini, F. (2024). Public relations management strategy to increase community participation in educational institutions. *Managere*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.52627/managere.v6i1.410>

Mid–Ocean University

College of Management

Master of Public Relations



**"The Effectiveness of Public Relations Practices in
Enhancing Community Commitment toward National
Initiatives in the Kingdom of Saudi Arabia: A Field
Study"**

Preparation:

Hind Ahmed Muni

251000373

Supervision:

Dr. Al–Faisal Abdelhamid Mohamed Hassan

1447–2025