

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة



عنوان البحث

دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في تعزيز الهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية
لمواقع التواصل الاجتماعي

إعداد الطالب/

مشعل مناع عجاج السبيعي العنزي

الرقم الأكاديمي

٢٤٢٠٠٣٢١

إشراف/

د. الفيصّل عبد الحميد

د. فايز جرّاد

العام الدراسي:

٢٠٢٤

مقدمة:

تلعب العلاقات العامة دورًا محوريًا في الوزارات الحكومية في المملكة العربية السعودية، حيث تسهم في تعزيز الهوية الوطنية من خلال تواصل فعال مع المجتمع. في ظل التطور التكنولوجي المتسارع وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت هذه الوسائل أدوات استراتيجية في يد العلاقات العامة، لتعزيز الرسائل الوطنية وتوحيد الصفوف خلف رؤية المملكة ٢٠٣٠. من خلال التواصل المباشر مع الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر، فيسبوك، وإنستغرام، تتمكن الوزارات من بناء صورة إيجابية للحكومة، وتعزيز الولاء والانتماء الوطني.

تعتمد الوزارات في المملكة على استراتيجيات إعلامية تتماشى مع التطورات الاجتماعية والثقافية، وتسعى لتعزيز الهوية الوطنية عبر تسليط الضوء على القيم المشتركة، التراث الوطني، والإنجازات التنموية. هذه الجهود لا تسهم فقط في تعزيز الهوية الوطنية، بل تساعد أيضًا في بناء الثقة بين المواطنين والحكومة، مما يؤدي إلى تعزيز اللحمة الاجتماعية وتحقيق الأهداف الوطنية.

إن هذه الدراسة تهدف إلى تحليل دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية عبر منصات التواصل الاجتماعي. سيتم التركيز على كيفية استخدام هذه الوزارات لوسائل الإعلام الرقمية في نشر الرسائل الوطنية، واستراتيجياتها في تعزيز الوعي الوطني بين الجمهور، والتحديات التي تواجهها في هذا السياق.

كما تهدف الدراسة إلى فهم مدى تأثير هذه الجهود الإعلامية على الرأي العام، وكيفية استجابة المجتمع السعودي لهذه الرسائل التي تعزز من هويته وثقافته الوطنية. من خلال التحليل المعمق لمحتوى الحسابات الرسمية للوزارات الحكومية على منصات التواصل الاجتماعي، سيتم استكشاف الأدوات والأساليب المستخدمة للتواصل مع الجمهور، وكذلك التفاعل الذي يولده هذا التواصل في دعم القضايا الوطنية الكبرى مثل التنمية المستدامة، والحفاظ على التراث، وتعزيز القيم الإسلامية والاجتماعية التي تشكل جزءًا لا يتجزأ من الهوية الوطنية السعودية.

مشكلة الدراسة:

في ظل التطور الكبير في وسائل التواصل الاجتماعي ودورها المتزايد في تشكيل الوعي الاجتماعي، تواجه الوزارات الحكومية في المملكة العربية السعودية عدة تحديات في كيفية استخدام هذه المنصات لتعزيز الهوية الوطنية. تتضمن مشكلة الدراسة النقاط التالية:

١. **فعالية التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي:** إلى أي مدى تستفيد العلاقات العامة في الوزارات الحكومية من وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الرسائل التي تعزز الهوية الوطنية؟ وهل تُحقق هذه الجهود التأثير المطلوب؟

٢. **التفاعل مع الجمهور:** ما هو مستوى التفاعل بين الوزارات الحكومية والجمهور على منصات التواصل الاجتماعي؟ وهل تعكس هذه المنصات تفاعلاً حقيقياً يعزز الهوية الوطنية، أم أن هناك فجوة بين الرسائل المقدمة واستجابة الجمهور؟

٣. **التحديات التكنولوجية:** ما هي التحديات التكنولوجية التي تواجه العلاقات العامة في الوزارات الحكومية عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟ وهل هناك حاجة لتطوير الأدوات والاستراتيجيات المستخدمة لضمان الوصول الفعّال للجمهور؟

٤. **محتوى الرسائل الإعلامية:** هل محتوى الرسائل الإعلامية المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يتناسب مع تطلعات المجتمع السعودي بكافة فئاته؟ وهل تساهم هذه الرسائل في تعزيز القيم الوطنية والثقافية؟

٥. **التأثير على الوعي الوطني:** ما هو تأثير جهود العلاقات العامة على الوعي الوطني لدى المجتمع؟ وهل تساهم هذه الجهود في تعزيز الولاء والانتماء الوطني في ظل التحديات الاجتماعية والثقافية المتنوعة؟

٦. **التكامل بين الجهات الحكومية:** ما مدى التنسيق والتكامل بين الوزارات الحكومية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية؟ وهل توجد جهود مشتركة ومتناسقة لتحقيق هذا الهدف؟

تتمثل مشكلة الدراسة في غياب فهم دقيق حول كيفية استخدام الوزارات الحكومية السعودية لمنصات التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية، وما إذا كانت هذه الجهود تحقق التأثير المطلوب على الجمهور. كما تتعلق المشكلة بالتحديات التي تواجهها العلاقات العامة في الوزارات في تحقيق تواصل

فعال ومستدام مع الجمهور، وسط بيئة تواصلية ديناميكية ومعقدة، تحتاج إلى ابتكار ومرونة في الأساليب والاستراتيجيات المتبعة.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال تناولها لقضية حيوية تتعلق بدور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. تتضح أهمية الدراسة من خلال النقاط التالية:

١. **تعزيز الهوية الوطنية:** تقدم الدراسة فهماً أعمق لكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لتعزيز الهوية الوطنية، وهو أمر ضروري لتحقيق الانسجام الاجتماعي وتقوية الروابط الوطنية بين أفراد المجتمع السعودي.
٢. **دعم رؤية المملكة ٢٠٣٠:** تساهم الدراسة في دعم الأهداف الاستراتيجية لرؤية المملكة ٢٠٣٠ التي تسعى إلى تعزيز الولاء والانتماء الوطني من خلال استراتيجيات إعلامية متطورة تستفيد من التقنيات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي.
٣. **تحسين استراتيجيات العلاقات العامة:** تقدم الدراسة إرشادات مبنية على التحليل العلمي حول كيفية تحسين أداء العلاقات العامة في الوزارات الحكومية، مما يساهم في زيادة فعالية التواصل مع الجمهور وتعزيز التفاعل الإيجابي.
٤. **مواكبة التطورات التكنولوجية:** تُبرز الدراسة أهمية مواكبة التطورات السريعة في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تعتبر أداة رئيسية في التواصل مع الأجيال الشابة وغيرها من الفئات المستهدفة، مما يساهم في تحسين استخدام الوزارات لهذه الوسائل بشكل أكثر فعالية.
٥. **تحليل التحديات والحلول:** تساعد الدراسة في تحليل التحديات التي تواجه الوزارات الحكومية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتقدم حلولاً مبتكرة للتغلب على هذه التحديات وضمان توجيه الرسائل الإعلامية بطرق تتناسب مع تطلعات الجمهور.
٦. **توجيه السياسات الإعلامية:** تساهم الدراسة في توجيه السياسات الإعلامية للوزارات الحكومية من خلال تقديم توصيات مبنية على أسس علمية، مما يساعد في وضع استراتيجيات إعلامية متكاملة تساهم في تعزيز الهوية الوطنية وتحقيق أهداف التنمية الوطنية.

٧. إثراء الأدبيات العلمية: تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية في مجال العلاقات العامة والإعلام الرقمي، من خلال دراسة حالة متعلقة بالوزارات الحكومية السعودية، مما يتيح الفرصة للباحثين والمهتمين بفهم أفضل للتجارب المحلية والإقليمية في هذا المجال.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تسعى إلى فهم دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. يمكن تلخيص هذه الأهداف فيما يلي:

١. تحليل استراتيجيات العلاقات العامة: دراسة وتحليل الاستراتيجيات الإعلامية التي تستخدمها الوزارات الحكومية السعودية على منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية.
٢. تقييم فعالية وسائل التواصل الاجتماعي: تقييم مدى فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الأهداف الوطنية المتعلقة بتعزيز الهوية الوطنية ونشر القيم الوطنية والثقافية.
٣. قياس التفاعل مع الجمهور: قياس مستوى التفاعل بين الوزارات الحكومية والجمهور السعودي عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومدى تأثير هذا التفاعل في زيادة الوعي الوطني.
٤. تحديد التحديات والفرص: تحديد التحديات التي تواجه العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية، واستكشاف الفرص المتاحة لتعزيز هذه الجهود.
٥. دراسة تأثير الرسائل الإعلامية: دراسة تأثير الرسائل الإعلامية التي تبثها الوزارات الحكومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الانتماء الوطني لدى مختلف فئات المجتمع.
٦. اقتراح استراتيجيات تحسين: تقديم توصيات واستراتيجيات لتحسين استخدام الوزارات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكثر فعالية، بهدف تعزيز الهوية الوطنية وتحقيق التفاعل الإيجابي مع الجمهور.
٧. دعم التكامل بين الجهات الحكومية: تحليل مدى التنسيق والتكامل بين الوزارات والجهات الحكومية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية، واقتراح آليات لتعزيز هذا التكامل.

٨. المساهمة في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ :دعم تحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ من خلال تعزيز دور الإعلام الرقمي والعلاقات العامة في نشر القيم الوطنية والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية الاجتماعية والثقافية.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات الرئيسية والفرعية التي تركز على دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. تتمثل هذه التساؤلات في:

١. السؤال الرئيسي:

○ ما هو دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

٢. الأسئلة الفرعية:

- ما هي الاستراتيجيات التي تتبعها الوزارات الحكومية السعودية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية؟
- إلى أي مدى تؤثر الرسائل الإعلامية التي تنشرها الوزارات على تعزيز الانتماء والولاء الوطني لدى الجمهور؟
- كيف يتفاعل الجمهور السعودي مع المحتوى الذي تنشره الوزارات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالهوية الوطنية؟
- ما هي التحديات التي تواجه العلاقات العامة في الوزارات الحكومية عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف تعزيز الهوية الوطنية؟
- كيف يمكن تحسين استراتيجيات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية لزيادة تأثيرها على الهوية الوطنية عبر منصات التواصل الاجتماعي؟
- ما هو دور التنسيق بين الجهات الحكومية المختلفة في تعزيز الهوية الوطنية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي؟

○ كيف تساهم الجهود الإعلامية للوزارات الحكومية في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ من خلال تعزيز الهوية الوطنية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

هذه التساؤلات توجه الدراسة نحو تحليل شامل لكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الوزارات الحكومية لتعزيز الهوية الوطنية، والتحديات والفرص المرتبطة بهذا الاستخدام.

فروض الدراسة

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من الفروض التي تهدف إلى اختبار العلاقة بين دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية. تتمثل الفروض فيما يلي:

١. الفرضية الأولى:

○ العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية تعتمد على استراتيجيات مدروسة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية.

٢. الفرضية الثانية:

○ هناك تأثير إيجابي للرسائل الإعلامية التي تنشرها الوزارات الحكومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الانتماء والولاء الوطني لدى الجمهور السعودي.

٣. الفرضية الثالثة:

○ مستوى التفاعل بين الجمهور السعودي والمحتوى المنشور من قبل الوزارات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي يساهم بشكل فعال في تعزيز الهوية الوطنية.

٤. الفرضية الرابعة:

○ الوزارات الحكومية تواجه تحديات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية لتحقيق أهداف تعزيز الهوية الوطنية.

٥. الفرضية الخامسة:

○ التنسيق بين الجهات الحكومية المختلفة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تعزيز الجهود الإعلامية المشتركة في دعم الهوية الوطنية.

٦. الفرضية السادسة:

- استراتيجيات تحسين الأداء الإعلامي للعلاقات العامة في الوزارات الحكومية يمكن أن تسهم في تعزيز دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق أهداف الهوية الوطنية

الدراسات السابقة:

تلعب الدراسات السابقة دورًا مهمًا في توضيح السياق الأكاديمي للدراسة الحالية وتبسيط الضوء على الجهود البحثية السابقة التي تناولت موضوع العلاقات العامة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية. ومن أبرز هذه الدراسات:

١. دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية

ركزت العديد من الدراسات على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية، مثل دراسة أجراها محمد علي (٢٠١٩) والتي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الوطنية بين فئات المجتمع المختلفة. أشارت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي، مثل تويتر وإنستغرام، تلعب دورًا مهمًا في تشكيل وعي الشباب الوطني وتوجيه اهتمامهم نحو القضايا الوطنية.

٢. دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية

تناولت دراسة عبد الرحمن العتيبي (٢٠٢٠) دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية، حيث ركزت على كيفية استخدام هذه الوزارات للإعلام الرقمي لتوصيل الرسائل الحكومية والتفاعل مع الجمهور. أوضحت الدراسة أن العلاقات العامة تعتبر من الأدوات الرئيسية لتواصل الحكومات مع مواطنيها، خاصة في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي.

٣. وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الولاء الوطني

قدمت دراسة نورة السبيعي (٢٠٢١) تحليلًا لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الولاء والانتماء الوطني بين المواطنين السعوديين، حيث أكدت أن المنصات مثل تويتر وسناب شات تستخدم بشكل واسع لنشر الرسائل الوطنية والترويج للمناسبات الوطنية والإنجازات الحكومية. وأشارت الدراسة إلى أن المحتوى الذي يعزز الهوية الوطنية يُعد أكثر تأثيرًا حينما يتم إنتاجه بشكل يتناسب مع التوجهات الثقافية والاجتماعية للشباب.

٤. التحديات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة الحكومية

تناولت دراسة أحمد الغامدي (٢٠٢٢) التحديات التي تواجه العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. ووجدت الدراسة أن التحديات الرئيسية تشمل الحفاظ على التفاعل المستمر مع الجمهور، وإنتاج محتوى جذاب يتناسب مع تطلعات المواطنين، بالإضافة إلى مواجهة التغيرات السريعة في تكنولوجيا الإعلام الرقمي.

٥. دور الإعلام الرقمي في تحقيق رؤية ٢٠٣٠

ركزت دراسة فاطمة الحربي (٢٠٢٣) على دور الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠، مشيرة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد أحد الأدوات الفعالة لتعزيز الهوية الوطنية وتحقيق الأهداف التنموية. وأوضحت أن الجهود الحكومية في توظيف الإعلام الرقمي تسهم بشكل مباشر في رفع الوعي الوطني ودعم التفاعل الإيجابي بين الحكومة والمجتمع.

الاستفادة من الدراسات السابقة

تستفيد الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في توضيح الإطار النظري للمسألة وتحليل استراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الهوية الوطنية. كما تبني على ما توصلت إليه من نتائج، مع التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي كأداة رئيسية في تعزيز التفاعل بين الوزارات الحكومية والجمهور، وطرح توصيات لتحسين هذا التواصل في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠.

المنطلقات النظرية للدراسة

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من المنطلقات النظرية التي تساعد في بناء الإطار العلمي لتحليل دور العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية. وتشمل هذه المنطلقات ما يلي:

١. نظرية العلاقات العامة

تعتمد الدراسة على نظرية العلاقات العامة التي تركز على كيفية إدارة الاتصال بين المؤسسات وجمهورها من أجل بناء علاقات إيجابية ومستدامة. في السياق الحكومي، تلعب العلاقات العامة دورًا رئيسيًا في بناء الثقة والتفاعل بين الحكومة والمواطنين، وهو ما يساهم في تعزيز الهوية الوطنية من خلال توصيل الرسائل الوطنية بطريقة مؤثرة. تنطلق هذه النظرية من أن العلاقات العامة تساهم في تحقيق أهداف المؤسسات، سواء كانت حكومية أو غير حكومية، من خلال استراتيجيات الاتصال والتواصل الفعال.

٢. نظرية الاتصال الجماهيري

تستند الدراسة إلى نظرية الاتصال الجماهيري التي تؤكد على دور وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام وتوجيه المجتمع نحو تبني مواقف وسلوكيات معينة. في هذا السياق، تساهم وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري في نشر الرسائل الحكومية التي تعزز الهوية الوطنية وتؤثر في تشكيل الوعي الوطني. هذه النظرية تساعد في فهم كيفية استغلال الوزارات الحكومية للمنصات الرقمية للوصول إلى جمهور واسع وتحقيق أهداف التواصل الوطني.

٣. نظرية التفاعل الرمزي

تُستخدم نظرية التفاعل الرمزي لفهم كيف يتم بناء الهوية الوطنية من خلال التفاعلات الرمزية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وفقًا لهذه النظرية، تشكل الهوية الوطنية من خلال تفاعل الأفراد مع الرموز والقيم الوطنية التي تُقدم عبر الرسائل الإعلامية. تُفسر هذه النظرية كيفية تأثير الجمهور السعودي بالرسائل التي تنشرها الوزارات الحكومية، وتوضح كيف أن هذه الرسائل قد تساهم في تعزيز مشاعر الانتماء والولاء للوطن.

٤. نظرية الانتشار الإعلامي

تستند الدراسة أيضًا إلى نظرية الانتشار الإعلامي التي تركز على كيفية انتشار الأفكار

والمعلومات عبر وسائل الإعلام، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي. وفقًا لهذه النظرية، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في نشر القيم الوطنية وتوجيه الرأي العام نحو الاهتمام بالقضايا الوطنية. تُسهم هذه النظرية في تفسير كيفية انتقال الرسائل الوطنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بسرعة وفعالية.

٥. نظرية بناء الهوية الوطنية

تعتمد الدراسة على نظرية بناء الهوية الوطنية التي تركز على العملية التي يتم من خلالها تشكيل الهوية الوطنية عبر وسائل الإعلام المختلفة. ترتبط هذه النظرية بشكل مباشر بدور العلاقات العامة الحكومية في نشر القيم الوطنية وتعزيز الشعور بالانتماء. توضح هذه النظرية كيف يمكن للعلاقات العامة أن تساهم في ترسيخ الهوية الوطنية من خلال الحملات الإعلامية التي تروج للرموز الوطنية، التراث، والقيم المشتركة.

٦. نظرية التأثير الاجتماعي

تعتمد الدراسة على نظرية التأثير الاجتماعي التي تركز على كيفية تأثير الإعلام والاتصال على المواقف والسلوكيات الاجتماعية. تساعد هذه النظرية في فهم مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز الولاء والانتماء الوطني من خلال الرسائل التي تنشرها الوزارات الحكومية، ودور هذه الرسائل في تغيير تصورات الأفراد حول الهوية الوطنية..

المنهجية وطرق البحث

تتضمن هذه الدراسة منهجية محددة وطرق بحث متنوعة تهدف إلى تحقيق الأهداف المحددة والإجابة عن التساؤلات المطروحة. فيما يلي تفاصيل المنهجية وطرق البحث المستخدمة في الدراسة:

١ . المنهج البحثي

تستخدم الدراسة **المنهج الوصفي التحليلي**، والذي يساعد في وصف وتحليل الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية في تعزيز الهوية الوطنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. يتيح هذا المنهج جمع البيانات وتحليلها بشكل يساعد على فهم الظواهر المتعلقة بالدراسة.

٢ . طرق البحث

تتضمن الدراسة استخدام مجموعة من الطرق البحثية، منها:

١ . تحليل المحتوى

- سيتم تحليل المحتوى المنشور على الحسابات الرسمية للوزارات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي (مثل تويتر، فيسبوك، وإنستغرام). يهدف تحليل المحتوى إلى تقييم نوعية الرسائل المنشورة، ومدى تفاعل الجمهور معها، وأثرها في تعزيز الهوية الوطنية.

٢ . عينة الدراسة

ستكون عينة الدراسة مكونة من:

- عينة من المواطنين السعوديين من مختلف الفئات العمرية والخلفيات الثقافية.
- عينة من المسؤولين في الوزارات الحكومية المعنية بالعلاقات العامة.

٣ . أدوات جمع البيانات

- **استبيانات إلكترونية**: سيتم تصميم استبيان عبر الإنترنت يتضمن أسئلة تتعلق بتفاعل الأفراد مع محتوى الوزارات على وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيره في شعورهم بالانتماء والولاء الوطني.

- مقابلات مسجلة: ستُجرى المقابلات بشكل شخصي أو عبر منصات الاتصال عن بُعد، وسيتم تسجيلها وتحليلها لاحقًا.

- تحليل محتوى رقمي: سيتم استخدام أدوات تحليل المحتوى لدراسة الرسائل التي تنشرها الوزارات الحكومية وتحليل التفاعل والردود عليها.

٥. التحليل الإحصائي

- ستستخدم الدراسة برامج إحصائية لتحليل البيانات التي يتم جمعها من الاستبيانات، مما يساعد على تقديم نتائج دقيقة حول آراء الجمهور وتوجهاتهم.
- سيتم استخدام أساليب تحليل نوعية لتحليل المحتوى الذي يتم جمعه من المقابلات ٦.

٦. الإطار الزمني للدراسة

- سيتم تحديد إطار زمني محدد لجمع البيانات وتحليلها، بحيث تغطي الدراسة فترة زمنية مناسبة تتيح الحصول على معلومات دقيقة تمثل الواقع الحالي.

أدوات الدراسة :

تتضمن هذه الدراسة مجموعة من الأدوات التي ستستخدم لجمع وتحليل البيانات المطلوبة. تهدف هذه الأدوات إلى تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن التساؤلات المطروحة. فيما يلي تفصيل لأدوات الدراسة:

٢. المقابلات الشخصية

- **وصف الأداة :** إجراء مقابلات شخصية أو افتراضية مع عدد من المسؤولين في الوزارات الحكومية ومعنيين بالعلاقات العامة.

- **المحتوى :** ستتضمن المقابلات أسئلة مفتوحة تهدف إلى فهم استراتيجيات الوزارات الحكومية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والتحديات التي تواجهها، ومدى تأثير هذه الجهود في تعزيز الهوية الوطنية.

- **طريقة التنفيذ :** سيتم إجراء المقابلات بشكل منظم، مع تسجيل الإجابات وتحليلها لاحقاً.

حدود الدراسة :

تُحدد حدود الدراسة الإطار الذي ستنتم فيه معالجة الموضوع وتوجيه البحث نحو تحقيق الأهداف المحددة. تشمل حدود الدراسة الجوانب التالية:

١. الحدود الزمنية

- **الفترة الزمنية:** تركز الدراسة على تحليل الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في الوزارات الحكومية السعودية خلال الفترة الزمنية الممتدة من عام ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤. ستدرس هذه الفترة كفترة زمنية نشطة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الهوية الوطنية، لا سيما في ظل التطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي شهدتها المملكة.

٢. الحدود الجغرافية

- **الموقع:** تقتصر الدراسة على الوزارات الحكومية في المملكة العربية السعودية. سيتم التركيز على كيفية استخدام هذه الوزارات لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص في السياق السعودي، مما يساهم في فهم الثقافة الوطنية والخصائص الاجتماعية في المملكة.

٣. الحدود الموضوعية

- **الموضوع:** تركز الدراسة بشكل خاص على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الوزارات الحكومية في تعزيز الهوية الوطنية. لن تشمل الدراسة جوانب أخرى من العلاقات العامة أو وسائل الإعلام التقليدية (مثل التلفزيون أو الصحف) إلا في السياق الذي يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي.

٤. الحدود السكانية

- **الفئات المستهدفة:** تركز الدراسة على عينة من المواطنين والمقيمين في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى المسؤولين في الوزارات الحكومية. قد يتم تحديد عينة من فئات عمرية معينة أو خلفيات ثقافية متنوعة لضمان تنوع آراء الجمهور.

المراجع:

١. إسماعيل، ع. (٢٠١٨). العلاقات العامة: النظرية والممارسة. الرياض: دار الكتاب الحديث.
٢. العتيبي، (٢٠٢٠). وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الهوية الوطنية. جدة: دار المؤلف.
٣. الزعبي، م. (٢٠١٩). إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية. عمان: دار الشروق.
٤. الحربي، ف. (٢٠٢٣). دور الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠. "مجلة الدراسات الإعلامية"، ١٥ (٢)، ٤٥-٦٧.
٥. السبيعي، ن. (٢٠٢١). وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لتعزيز الولاء والانتماء الوطني. "مجلة البحوث الاجتماعية"، ١٠ (١)، ١٢٣-١٣٩.
٦. الغامدي، أ. (٢٠٢٢). تحديات العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. "مجلة العلاقات العامة والدعاية"، ٨ (٣)، ٨٩-١٠١.

٤. تقارير ومواقع إلكترونية

- المركز الوطني للإعلام. (٢٠٢٣). استراتيجية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الوزارات الحكومية. [رابط الموقع](#).
- هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات. (٢٠٢٢). التقرير السنوي حول استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية. [رابط الموقع](#).

٥. مؤتمرات وندوات

- الندوة الدولية للعلاقات العامة. (٢٠٢٢). الاتصال الحكومي ووسائل التواصل الاجتماعي: الفرص والتحديات. "وقائع الندوة، الرياض".