

قضايا بحثية

سارة مشعي الدوسري

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق اهداف الاتصال الاستراتيجي لوزارة التربية و التعليم الفلسطينية

خامساً - أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي ضمن آليات الاتصال اليومي للإدارة العامة للعلاقات الدولية والعامة في وزارة التربية والتعليم على مستوى تحقيق أهداف الاتصال الاستراتيجي، وذلك على صعيد إيصال رسائل الوزارة وتوجيهاتها إلى الجمهور.

كما تهدف الدراسة للتعرف على كيفية إسهام توظيف منصات التواصل الاجتماعي في تطوير آليات العملية الاتصالية بين الوزارة وجمهورها، والتعرف على مدى فعالية الموارد البشرية والتقنية التي توظفها الوزارة لتحقيق أهداف الاتصال الاستراتيجي من خلال المنصات الاجتماعية

وتهدف الدراسة أيضاً للتعرف على مدى انسجام استراتيجيات الوزارة في بناء وإنتاج ونشر المحتوى على المنصات الاجتماعية الرقمية مع ما تفترضه مبادئ الاتصال الاستراتيجي، إضافة للتعرف على الأطر المستخدمة في رسائل الوزارة لمخاطبة جمهورها الخارجي.

ومن أهداف الدراسة الوصول إلى توصيات لتعزيز وتعديل سلوك وسياسة الوزارة على المنصات الرقمية، والاستفادة من نتائج الدراسة لتقديم نموذج مدروس لاستخدام دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها في إحداث اتصال استراتيجي يخدم أهداف ورؤى هذه المؤسسات.

ثالثاً- تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس المتمثل بـ: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق أهداف الاتصال الاستراتيجي لوزارة التربية والتعليم الفلسطينية؟ وعليه تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الفرعية الآتية:

- كيف يسهم توظيف منصات التواصل الاجتماعي في تفعيل العملية الاتصالية بين الوزارة وجمهورها المستهدف في المدارس؟
- ما مدى فعالية دور القائمين على الاتصال في الوزارة في تحقيق أهداف الاتصال الاستراتيجي من خلال المنصات الاجتماعية؟
- ما مدى انسجام استراتيجيات الوزارة في بناء وإنتاج ونشر المحتوى على المنصات الاجتماعية الرقمية مع ما تفترضه مبادئ الاتصال الاستراتيجي؟
- ما هي الأطر المستخدمة في رسائل الوزارة لمخاطبة جمهورها الخارجي؟

3- طرق جمع البيانات والمعلومات:

اعتمد الباحث على الأدوات الآتية في جمع المعلومات، وهي:

- **تحليل المضمون:** ويتناول تحليل محتوى منصات التواصل الاجتماعي وتحديداً منصة الفيسبوك الخاصة بالوزارة، بحيث اتخذت الدراسة الأشهر (حزيران، وأيلول، وكانون الأول) من العام 2019 فترة لتحليل مضامين رسائل وزارة التربية والتعليم الفلسطينية في الفيسبوك، لقياس قدرة الوزارة على تحقيق اتصال استراتيجي جماهيرها باستخدام المنصات الاجتماعية.
- ويُعرّف تحليل المضمون بأنه الطريقة المنهجية التي نستخدمها لوصف مضمون الاتصال، سواءً كان شفهياً أو مكتوباً أو إذاعياً أو تلفزيونياً، وصفاً كمياً وموضوعياً بطريقة منهجية منتظمة، وذلك لاختيار فروض علمية أو الإجابة عن تساؤلات بحثية (الجمال، 1999، ص220).
- ويعد تحليل المضمون من أحد الأدوات البحثية المستخدمة في جمع المعلومات في الدراسات الإعلامية، وغيرها من الدراسات الاجتماعية التي تهتم برصد وتوصيف وتحليل المضامين المختلفة سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية (المزاهرة، 2014، ص369).
- ويشير تحليل المضمون إلى خطوات متتالية ومتكاملة للتوصيف الشامل والدقيق للرسائل الإعلامية وفقاً لاستراتيجية بحثية يتم فيها تحديد أهداف الدراسة، ونوع العينات، وطبيعة فئات المضمون المستهدف وتحليلها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات وغيرها، وقد استخدمت في بحوث الإعلام للكشف عن المضمون، وما تبثه وسائل الإعلام من سلوك وأفكار (المزاهرة، 2014).
- ولقد اعتمد الباحث على نموذج التأطير الإعلامي لتحليل محتوى رسائل الوزارة على المنصات الاجتماعية وتحديد الفيسبوك، وقد تطرّق الباحث للنموذج في الإطار النظري.

- **المقابلات المُعمّقة:** بحيث أُجريت مع ستة من مسؤولي وموظفي العلاقات العامة والإعلام التربوي في وزارة التربية والتعليم الفلسطينية وبعض مديرياتها في الضفة الغربية وهم: مدير عام العلاقات العامة والدولية في الوزارة نديم سامي، ومدير الإعلام التربوي ثائر ثابت، ورؤساء أقسام العلاقات العامة والإعلام التربوي في مديريات التربية في كل من الخليل سارة زلوم، ورام الله والبييرة رمضان فنون، ونابلس سمر القاضي، وجنين علا زكارنة.
- ولقد تم اختيار مدير عام العلاقات العامة، ومدير الإعلام التربوي في الوزارة لإجراء مقابلات معهم، كون الباحث حلل منشورات صفحة الوزارة، والمركز الوظيفي لهذين الشخصين يجعلهما مرشحين للإجابة على أسئلة الباحث ومقارنة إجابتهما مع نتائج الدراسة.
- كما تم اختيار عينة عشوائية من مديريات التربية موزعة جغرافياً في الضفة الغربية (جنوب، وسط، شمال) للاطلاع على آرائهم بخصوص منشورات الوزارة كونهم يعملون في أقسام العلاقات العامة والإعلام في المديريات المختارة، علماً أنه لم يتم تحليل أي من منشورات صفحات المديريات.
- ويُشار إلى أن الباحث لم يُجر أي مقابلات مع جمهور الطلبة أو المعلمين نظراً لما تقتضيه هذه المقابلات من جهود كبيرة ربما الأفضل تغطيتها من خلال أبحاث أخرى منفصلة يمكنها أن تعطي الموضوع حقه بشكل أكبر.
- وبخصوص المقابلات مع العاملين في وزارة التربية والتعليم ومديرياتها، فقد تم أخذ الموافقة منهم على نشر هذه المقابلات مع ذكر الأسماء.
- والمقابلات المُعمّقة هي إحدى أدوات جمع البيانات الكيفية، وتُصنّف بأنها عبارة عن لقاء مخطط له بين الباحث والمبحوث للإجابة على مجموعة من الأسئلة المفتوحة التي تدور حول موضوع محدد بجوانبه المختلفة، والتي يكون الباحث قد درسها جيداً، وأعد الأسئلة حولها بعناية، بحيث يمكن الحصول على معلومات تفصيلية متعمقة عن موضوع البحث (المزاهرة، 2014).
- وتتحدد في المقابلة المتعمقة نوعية وكمية المعلومات بناءً على أهداف موضوعات البحث، وهي لا تكون مقننة مثل المقابلات في الدراسة الكمية، كما أنها تأخذ وقتاً أطول من المقابلة في المسوح الميدانية (المزاهرة، 2014).
- كما اعتمد الباحث في تجميع البيانات على المصادر الثانوية المتمثلة في الكتب العربية والأجنبية، والدوريات والمقالات، والدراسات السابقة العربية والأجنبية ومواقع الإنترنت.

1- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة برسائل وزارة التربية والتعليم الفلسطينية في فيسبوك، وتحديدًا خلال أشهر حزيران وأيلول وكانون الأول من العام 2019 كعينة عشوائية لتحليل مضامين رسائل الوزارة عبر "الفيسبوك"، لقياس قدرة الوزارة على تحقيق اتصال استراتيجي ب جماهيرها باستخدام المنصات الاجتماعية، إذ بلغ عدد المنشورات التي تم تحليلها 122 منشوراً.

وقد تم اختيار الأشهر أعلاه من العام 2019 بشكل عشوائي، ونظراً لكون جائحة كورونا لم تكن قد دخلت فلسطين بعد. لذا فإن الباحث أراد تحليل رسائل الوزارة في الوضع الطبيعي، وليس في وضع طارئ واستثنائي فرضته جائحة كورونا.

كما تم إجراء مقابلات مع عدد من موظفي العلاقات العامة والإعلام في مقر الوزارة وبعض مديرياتها في الضفة الغربية. إذ تم اختيار اثنين من الوزارة وهما مدير عام العلاقات العامة والدولية، ومدير الإعلام التربوي، ومن المديريات اختار الباحث أربعة من رؤساء أقسام العلاقات العامة والإعلام التربوي في مديريات الخليل ورام الله والبيرة ونابلس وجنين، إذ اختار الباحث العينة من المديريات حسب التوزيع الجغرافي، أي بما يُمثّل المديريات في جنوب الضفة الغربية، ووسطها، وشمالها).

2- الحدود الزمانية والمكانية للدراسة:

اتخذت الدراسة أشهر حزيران وأيلول وكانون الأول من العام 2019 عينة عشوائية لتحليل مضامين رسائل وزارة التربية والتعليم الفلسطينية عبر منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالوزارة، وتحديدًا "الفيسبوك".

وتجدر الإشارة إلى أن الباحث تجنّب اختيار أشهر خلال جائحة كورونا نظراً لكونها مرحلة طارئة، وأراد الباحث قياس رسائل الوزارة في ظل الوضع الطبيعي أي قبل بدء الجائحة.

كما تجدر الإشارة إلى أنه تم اختيار منصة الفيسبوك للتحليل كونها المنصة الأكثر استخداماً من الجمهور الفلسطيني على صعيد منصات الوزارة حسب (ثابت، 2020) وحسب ملاحظة ومتابعة الباحث، علماً أن الوزارة لديها صفحات في مختلف المنصات الاجتماعية، وموقعاً

إلكترونياً رسمياً، إضافةً إلى أنها توظف المجموعات عبر واتساب وفيسبوك لتسهيل مهام العمل والتواصل مع الصحفيين والميدان التربوي.

وقد اختار الباحث صفحة الوزارة فقط دون المديريات كعينة للتحليل، نظراً لكون الصفحة الرئيسية أكثر نشاطاً ومتابعة من الجمهور، علماً أن صفحات المديريات هي أيضاً ذات انتشار واسع في أوساط الجمهور، لكن بالمقارنة مع صفحة الوزارة فإن نشاطها أقل.

يُعد اختبار صدق وثبات أداة جمع البيانات في البحث العلمي أمراً مهماً للتأكد من دقة جمع البيانات بواسطة هذه الأداة أو مجموعة الأدوات، وتعتبر مرحلة جمع البيانات من أصعب المراحل في البحث، وإن أحد أسباب هذه الصعوبة هو اختيار الأداة المناسبة لجمع البيانات لتكون مناسبة لهدف ومجتمع الدراسة.

وعادةً ما يعتمد الباحث على أسس لاختيار أداة معينة من بين الأدوات المتاحة، ومن أهم هذه الأسس هي مدى صدق وثبات البيانات التي توفرها الأداة المختارة، كون ضعف الصدق والثبات في الأداة يؤدي إلى ضعف صحة نتائج الدراسة ككل، الأمر الذي يجعل البحث بلا قيمة، لذا يحرص الباحث على اختيار الأداة الموثوقة (المزاهرة، 2014).

صدق أداة جمع البيانات: ويعني إلى أي درجة توفر الأداة معلومات ذات علاقة بمشكلة الدراسة من مجتمع الدراسة. واختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة الدراسة أو المقياس المستخدم في الدراسة وصلاحيته في جمع البيانات أو قياس المتغيرات بكفاءة ودقة (المزاهرة، 2014، ص96).

إجراءات قياس الصدق: تم عرض استمارة تحليل المضمون على ثلاثة مُحَكِّمين وهم د. فريد أبو ضهير من جامعة النجاح الوطنية، ود. محمود خلوف من الجامعة العربية الأمريكية، ود. علاء عيَّاش من جامعة فلسطين التقنية "خضوري"، والذين بدورهم أبدوا ملاحظاتهم حول الاستمارة، وقد أخذ الباحث من هذه الملاحظات ما هو مناسب ويخدم الدراسة، إذ تم تعديل فئات التحليل في الاستمارة وفقاً لهذه الملاحظات.

وقام الباحث بتحليل مجموعة منشورات كعينة تجريبية، ومن ثم قام بتطوير الاستمارة مستفيداً

من أية ملاحظات ظهرت معه خلال فترة التحليل التجريبية، ومن ثم بدأ من جديد في عملية التحليل النهائي.

الثبات: ويقصد به ثبات أداة جمع البيانات، للتأكد من درجة اتساقها العالية، بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر ومتغيرات بدرجة دقيقة، والحصول على نتائج متطابقة إذا تكرر استخدامها أثناء جمع ذات المعلومات أو قياس الظواهر أو المتغيرات نفسها (الجوهري، الخريجي، 1980).

وتعرّف المزاهرة (2014) الثبات بأنه "ضمان الحصول على نفس النتائج تقريباً إذا أعيد تطبيق الاستبيان أكثر من مرة على نفس المجموعة من الأفراد وفق ظروف مماثلة، أو مدى الاتساق في الإجابة على الاستبيان من قبل المبحوث إذا طُبِّق الاستبيان نفسه عدّة مرات في ذات الظروف".

إجراءات قياس الثبات: قام الباحث بإعادة التحليل إلكترونياً باستخدام نماذج جوجل، لضمان التأكد من نتائج التحليل بدقة، ومعالجة أية إشكاليات قد تظهر في عملية التحليل.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم جمع البيانات والتحليل من خلال استخدام نماذج جوجل، بحيث تم رفع استمارة تحليل المضمون على "جوجل فورم"، وتم إجراء عملية التحليل، ومن ثم قام الباحث بتجميع التكرارات للفئات واستخراج النسب المئوية لها، وذلك لكل شهر من الأشهر الثلاثة المختارة بشكل منفصل، ومن ثم المجموع الكلي لكل الأشهر.

تحديات الدراسة: واجه الباحث بعض الصعوبات التي يمكن ذكر أهمها، وهي:

- نقص المراجع والدراسات السابقة باللغة العربية في موضوع البحث، خاصةً فيما يتعلق بمحور الاتصال الاستراتيجي وارتباطه بوسائل التواصل الاجتماعي.
- صعوبة التعامل مع المراجع الأجنبية، والحاجة الدائمة للترجمة الدقيقة.
- أزمة فيروس كوفيد 19- كورونا، وصعوبة التنقل في ظل الجائحة.

وفيما يأتي عرض لنتائج تحليل المضمون:

مدى انسجام استراتيجيات الوزارة في بناء وإنتاج ونشر المحتوى على المنصات الاجتماعية الرقمية مع ما تفترضه مبادئ الاتصال الاستراتيجي:

فئة شكل المنشور: يستعرض الجدول رقم (1) أشكال ومدى تنوع المنشورات التي تعتمد على وزارة التربية في فيسبوك، ومدى تحقيقها لأغراض وأهداف الوزارة الاتصالية، بحيث وضع الباحث مجموعة فئات من شأنها قياس هذا الجانب. وتجدر الإشارة إلى أن المنشور الواحد قد تنطبق عليه أكثر من فئة في هذا الجدول وفي الجداول الأخرى أدناه.

جدول رقم (1): تصنيف محتوى منشورات الوزارة على فيسبوك.

الشهر	شكل المنشور	حزيران		أيلول		كانون الأول		الإجمالي لكل الأشهر	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نص	خبر	25	28.4	39	24.7	25	25.3	89	25.8
	بيان	2	2.3	4	2.5	3	3	9	2.6
	تقرير	0	0	0	0	0	0	0	0
	توضيح	1	1.1	0	0	0	0	1	0.3
	استطلاع	0	0	0	0	0	0	0	0
صورة	صورة فقط	1	1.1	1	0.6	0	0	2	0.6
	صورة مع نص	27	30.7	46	29.2	26	26.3	99	28.7
	اليوم	1	1.1	0	0	2	2	3	0.9
	إنفوجرافيك	0	0	0	0	0	0	0	0
	خبرية	6	6.9	12	7.6	12	12.2	30	8.7
من حيث المضمون	توضيحية/ تعبيرية	3	3.4	4	2.5	3	3	10	2.9
	أرشيفية	1	1.1	3	1.9	0	0	4	1.2
	بروتوكولية	18	20.5	27	17.1	13	13.2	58	16.8
	مقابلة/تصريح	0	0	0	0	0	0	0	0
	موشن جرافيك	0	0	1	0.6	1	1	2	0.6
فيديو	بث مباشر	2	2.3	0	0	2	2	4	1.2
	برومو	0	0	1	0.6	0	0	1	0.3
	ريبورتاج	0	0	2	1.3	0	0	2	0.6
	وثائقي	0	0	1	0.6	1	1	2	0.6
	تقرير مصور	0	0	1	0.6	0	0	1	0.3
	حلقات توعوية	0	0	2	1.3	0	0	2	0.5
	مؤتمر صحفي	0	0	0	0	0	0	0	0
	مشاركة رابط من موقع الوزارة	0	0	0	0	9	9	9	2.5
	مشاركة رابط من مواقع إعلامية	1	1.1	4	2.5	0	0	5	1.4
	رابط يوتيوب	0	0	10	6.4	2	2	12	3.5
المجموع		88	100%	158	100%	99	100%	345	100%



صورة رقم (2): نسب منشورات الوزارة في كل شهر من الأشهر عينة الدراسة.

ويُلاحظ من خلال النسب أعلاه ارتفاع نسبة المنشورات في شهر أيلول مقارنة بشهري حزيران و كانون الأول، وربما يعود ذلك إلى أن شهر أيلول يكون بالعادة هو بداية العام الدراسي الجديد، وينشط النشر فيه على صفحة الوزارة بشكل أكبر مقارنة بباقي الأشهر.

تحليل النتائج

ويوضح سامي أن العلاقات العامة تهتم بتوجيه رسائل تعكس سياسات وتوجهات الوزارة وأولوياتها، وتركز في معظمها على المعلومات والبيانات التوعوية الهادفة، خاصة فيما يتعلق بالبيانات المرهونة بالدوام المدرسي من عدمه، أو نتائج امتحان الثانوية العامة، أو الرسائل الصحية التوعوية وغيرها.

وبلغت سامي إلى أن قيمة الرسائل الإعلامية التربوية تظهر بصورة واضحة أثناء تنفيذ الحملات الإعلامية التوعوية، كونها تُصاغ بطرق ممنهجة وواضحة، ويتم التعامل معها بمهنية، سيما وأنها تتوافق مع الشكل والمضمون، والاهتمام بالجمهور المستهدف ومراعاة الجوانب النفسية، بحيث تُصاغ دون ابتذال، والحرص على اختيار التوقيت المناسب لها.

ويوضح ثابت (2020) أنه يتم بالعادة الرجوع إلى استراتيجيات الحكومة المتبعة والتواصل معها بخصوص ما يتم اعتماده، حيث تشكل هذه الاستراتيجية منطلقاً يحكم العمل ويمكن الرجوع إليها على صعيد اعتماد الهوية البصرية وما يقترن بها.

ويتضح من خلال نتائج التحليل في الجدول رقم (1) أن الوزارة تركز على المنشورات الإخبارية والبروتوكولية والروابط ولا تركز على استخدام الموشن جرافيك والإنفوجرافيك والأفلام الوثائقية والقصيرة التي من شأنها أن تؤثر على الجمهور وتوصل له الرسالة بشكل أفضل وأكثر إقناعاً. في حين يتضح ارتفاع نسبة استخدام الصور مع النصوص وهو أمر إيجابي، فالصور تجذب الجمهور بشكل أكبر وتسهم في وصول المنشور إلى أعداد كبيرة من فئات الجمهور.

وتتفق هذه النتائج مع بعض ما أشار له سامي أعلاه من حيث تركيز الوزارة على المحتوى الإخباري الذي يُقدّم معلومات ويُروّج للمؤسسة. لكنها تتعارض مع بعض ما قاله، خاصة فيما يتعلق بالاهتمام بالمحتوى الرقمي وإنتاج تقارير وفيديوهات قصيرة تتضمن معلومات وبيانات موجزة وإيصالها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والاهتمام بالمحتوى الذي يُقدم قيمة معرفية وإخبارية، والتركيز على الخبر الذي يعالج قضية أو يخدم الحدث. بحيث تظهر نتائج التحليل التركيز على الجانب البروتوكولي الذي يظهر فيه شخصيات مثل الوزير.

يُشار هنا إلى أهمية التقليل من المنشورات الإخبارية البروتوكولية وتعزيز المنشورات التي تتضمن المعلومات والبيانات والقرارات التي تهتم الجمهور، وأيضاً تعزيز المواد الإعلامية المتنوعة غير البروتوكولية، كالفديوهات بما فيها "الفديو جرافيك"، و"الإنفو جرافيك"، والمنشورات التفاعلية مع الجمهور.

شكرا

رابط الرسالة



Adobe Acrobat
Document