

تأثير الهوية الرقمية على تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور: دراسة ميدانية على
وزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية

إعداد

غدير عبدالرحمن عبدالله القحطاني

مشكلة البحث

تواجه المؤسسات الحكومية السعودية تحديات في ظل التحول الرقمي المتسارع، حيث لم يعد التواجد الرقمي مجرد خيار بل ضرورة تفرض تساؤلات حول مدى فاعلية "الهوية الرقمية" في بناء صورة ذهنية متسقة وإيجابية لدى الجمهور. وتبرز المشكلة بشكل جلي في الفجوة بين الأدوات التقنية المستخدمة وبين العائد المعنوي على سمعة المؤسسة، إذ إن مجرد امتلاك منصات رقمية لا يضمن بالضرورة تشكيل انطباع ذهني مستدام، وهو ما أكدته دراسة (باسودان، 2022) التي بينت وجود تحديات حقيقية في قياس تأثير العلاقات العامة الرقمية على أداء المؤسسات الحكومية السعودية، مما يشير إلى وجود حاجة ماسة لضبط هذا الأداء بما يخدم الأهداف الاستراتيجية للصورة الذهنية.

وفي سياق متصل، تظهر إشكالية التخطيط الاستراتيجي للهوية الرقمية، حيث أشارت دراسة (بخش، 2025) إلى أن استراتيجيات التواصل الرقمي تواجه تحديات كبيرة في عصر التحول الرقمي، خاصة فيما يتعلق بتأثيرها المباشر على السمعة المؤسسية، وهو ما يعزز الفرضية القائلة بأن هناك قصوراً في توظيف الهوية الرقمية كأداة لبناء الثقة. ويتقاطع هذا مع ما أوضحه (الحشان، 2023) من أن هناك مشكلة قائمة في كيفية إدارة السمعة لدى المؤسسات الحكومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث غالباً ما تفتقر هذه الممارسات إلى التكامل بين ما تقدمه المؤسسة من محتوى رقمي وبين ما يدركه الجمهور فعلياً في الواقع الميداني.

علاوة على ذلك، يواجه الباحثون والممارسون تحدياً معرفياً يتمثل في ندرة الدراسات التطبيقية؛ فقد ذكرت دراسة (مرسي، 2023) أن الاتجاهات الحديثة في بحوث العلاقات العامة الرقمية في الأدبيات العربية لا تزال بحاجة إلى مزيد من التعمق في الربط بين الهوية والنتائج الذهنية. وتكتسب هذه المشكلة أبعاداً أكثر تعقيداً بالنظر إلى القوة التأثيرية الكبيرة للشبكات الاجتماعية في تكوين الصور الذهنية، وهو ما أكدت عليه دراسة (عسيري، 2022)، مما يضع وزارة الصحة السعودية أمام تحدي الحفاظ على هوية رقمية رصينة قادرة على تشكيل انطباع ذهني مستقر وسط التدفق المعلوماتي الضخم. وبناءً على ذلك، تكمن مشكلة الدراسة الحالية في رصد وتحليل واقع الهوية الرقمية لوزارة الصحة السعودية ومدى نجاحها في معالجة هذه التحديات الاتصالية لتكوين صورة ذهنية إيجابية لدى جمهورها.

تساؤلات الدراسة

يتمثل التساؤل الرئيسي للبحث في السؤال التالي:

ما تأثير الهوية الرقمية لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية على تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور؟

ومن هذا التساؤل الرئيسي، تندرج التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية على تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور؟

2. ما تأثير المحتوى المنشور عبر الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية على تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور؟

3. ما تأثير نتائج محركات البحث وآراء المستخدمين لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية على تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور؟

فرضيات الدراسة

تتمثل فرضيات الدراسة في التالي:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية وبين تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور.

2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المحتوى المنشور عبر الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية وبين تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور.

3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نتائج محركات البحث وآراء المستخدمين لوزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية وبين تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور.

المراجع

- باسودان، عمرو صالح (2022). تأثير العلاقات العامة الرقمية في أداء المؤسسات الحكومية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية بمنطقة جازان للعام 2021م. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، (39)، 316 – 350.
- بخش، أفنان (2025). استراتيجيات التواصل الرقمي وتأثيرها على السمعة المؤسسية في عصر التحول الرقمي: دراسة تطبيقية على بعض الشركات السعودية. *مجلة ميدأوشن للبحوث والدراسات*، 1 (2).
- الخشنان، فارس (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة السمعة لدى المؤسسات الحكومية. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، 5 (2)، 199-263.
- مرسي، إيمان أحمد مرسي (2023). الاتجاهات الحديثة في بحوث العلاقات العامة الرقمية في الأدبيات العربية. *مجلة العلوم التربوية والإنسانية*، (30)، 217-244.
- عسيري، محمد أحمد (2022). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية عن الدول الأوروبية "بريطانيا، السويد، النرويج" وفقا لعينة من الشباب السعودي. *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث*، 8 (4)، 19-38.