

The Role of Digital Awareness Publications in Achieving the Communication Goals of the Ministry of Hajj and Umrah in the Kingdom of Saudi Arabia

Essa Saleh Alkathiri

Associate Professor of Mass Communication and Public Relations, Department of Public Relations, College of Communication and Media, King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia

الأدلة التوعوية الرقمية ودورها في تحقيق الأهداف الاتصالية
لوزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية

عيسى صالح الكثيري

أستاذ مشارك، قسم العلاقات العامة، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية

Received:10/05/2026 Revised:20/04/2026 Accepted:29/03/2026

تاريخ التقديم:2026/03/29 تاريخ ارسال التعديلات:2026/04/20 تاريخ القبول:2026/05/10

الملخص:

ارتبط هدف الدراسة الحالية بمحاولة إلقاء الضوء على دور الأدلة التوعوية الرقمية في تحقيق أهداف وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية، في ظل التحول الذي تشهده المملكة والاتجاه إلى تحويل الخدمات التقليدية إلى خدمات رقمية يمكنها الوصول بشكل أسرع إلى المستفيدين. وقد وظفت الدراسة منهج المسح من خلال أداة تحليل المضمون التي تم تطبيقها على عينة من (24) دليل من الأدلة التي توفرها الوزارة عبر موقعها الإلكتروني وهي مقسمة إلى (17) دليل عام و (7) أدلة مخصصة إلى الحجاج بالمنطقة العربية، ومن خلال الحصر الشامل لهذه الأدلة اتضح أنها متاحة بعدد كبير من اللغات يخدم أغلب الأفراد من دول العالم وقد بلغ عدد هذه اللغات (16) لغة، كما أنها تستعين بالعديد من الصور الحقيقية والرسوم الجرافيكية والرموز التعبيرية وكذلك الخرائط التفاعلية التي تتيح للمستخدم الاستفادة القصوى منها، كما اتسمت الهيئة الشكلية لهذه الأدلة بجودة التصميم وإمكانية الاستماع إلى مضمونها أو تحميلها أو قراءتها مباشرة وكذلك مشاركتها مع الآخرين. وعلى مستوى المضمون كشفت نتائج الدراسة أن الموضوعات الأكثر بروزاً في الأدلة التوعوية هي مناسك الحج والعمرة وكذلك موضوعات تتعلق بمزارات مكة والمدينة وأهم معالمهما، في حين لم يقتصر الأمر على ذلك وإنما حرصت وزارة الحج والعمرة على التوعية القانونية والسيبرانية والصحية للحجاج والمعتزمين عبر العديد من الأدلة المتخصصة وهو ما يساعد في تنظيم مناسك الحج والعمرة ويخدم الأهداف الاتصالية للوزارة بشكل واضح.

الكلمات المفتاحية:

الأدلة الرقمية، العلاقات العامة الرقمية، الخدمات الحكومية الرقمية، وزارة الحج والعمرة.

Abstract:

This study aimed to shed light on the role of digital awareness publications in achieving the objectives of the Ministry of Hajj and Umrah in the Kingdom of Saudi Arabia. The study employed survey methodology, using content analysis applied to a sample of 24 publications provided by the Ministry on its website. These digital publications are divided into 17 general and 7 guides specifically for Muslim pilgrims in the Arab region. The results revealed that these publications are available in a large number of languages, serving most people worldwide (16 languages in total). They also utilize numerous real images, graphics, QR codes, and interactive maps to maximize user benefit. Furthermore, also these publications are characterized by their high-quality design and the ability to listen to, download, read, and share their content. In terms of content, the study revealed that the most prominent topics in the awareness guides were the rituals of Hajj and Umrah, as well as topics related to the holy sites and landmarks of Mecca and Medina. Furthermore, the Ministry of Hajj and Umrah focused on legal, cybersecurity, and health awareness for Muslim pilgrims through a range of specialized topics.

Keywords: Digital publications, Digital Public Relations, Digital Government Services, Ministry of Hajj and Umrah.h

مقدمة

من الآليات التي من خلالها تتواصل مباشرة مع المواطنين وتستمتع إلى آرائهم ومشاكلهم (الشمري، 2025).

وفي هذا السياق اتجهت وزارة الحج والعمرة بالملكة العربية السعودية إلى اعتماد العديد من الخدمات الإلكترونية للمواطنين والمقيمين والزائرين، هذه الخدمات تتوافق مع التحول الرقمي وتقدم للعديد من التيسيرات لتسهيل إجراءات الحج والعمرة، في جانب إطلاق العديد من التطبيقات الرقمية مثل تطبيق "نسك" الذي أثبتت فعاليته في تنظيم أمور الحج والعمرة، أطلقت الوزارة للعديد من الأئمة التوعوية الرقمية والتي تقدم إرشادات تفصيلية لمساعدة ضيوف الرحمن في أداء مناسك الحج والعمرة.

وقد تم نشر هذه الأدلة بالعديد من اللغات، وكذلك تم طرحها بشكل رقمي يستفيد من الخصائص التفاعلية للإنترنت، إذ يمكن قراءتها أو الاستماع إليها وتحميلها ومن ثم حفظها والرجوع إليها في أي وقت، وقد بلغ عددها (17) دليل رقمي عام يُطرح بنسخة مصورة وتفاعلية ومحتوى مميز، هذا فضلاً عن عدد (7) أدلة مخصصة للحجاج بالوطن العربي. وتسعى الوزارة من خلال هذه الأئمة إلى رفع درجة الوعي بالخدمات والأماكن والمناسك، وهذه الأدلة من صميم عمل العلاقات العامة وتساهم بدور ملحوظ في تقديم تجربة حية للزائر أو المواطن بكل المعلومات اللازمة (Ministry of Hajj and Umra, 2026).

وتحاول للدراسة الحالية إلقاء الضوء على دور هذه الأئمة الرقمية التوعوية في تحقيق الأهداف الاتصالية لوزارة الحج والعمرة بالملكة من خلال دراسة تحليلية شاملة للكشف عن طبيعتها وأهدافها ومضمونها في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030 والتحول الرقمي في كافة القطاعات الحكومية، وذلك من أجل مواكبة التطور الذي حدث في تكنولوجيا الاتصال الرقمي خاصة في مجال العلاقات العامة الحكومية التي تسعى إلى رفع درجة الوعي العام بالخدمات الحكومية والضوابط والقواعد المنظمة للحصول على هذه الخدمات.

مشكلة البحث

مع التحول الرقمي الذي يشهده العالم، غيرت المنصات الرقمية من ديناميكيات تفاعل الجهات والهيئات الحكومية مع الجماهير المستهدفة مما أتاح التفاعل الفوري مع الجماهير في المناطق الجغرافية المترهلة، ولذلك بدأت للعديد من الهيئات والوزارات في الاعتماد على التطبيقات الرقمية والخدمات الإلكترونية، بل أن العديد من المطبوعات وأدوات التواصل باتت تقدم في قوالب رقمية تفاعلية قادرة على الوصول الفوري وتحقيق الأهداف الاتصالية بشكل فعال، هذا مع توفير فرص حقيقية لقياس الأثر ورجع الصدى.

في عصر يتسم بالابتكار التكنولوجي السريع، غالباً ما يُنظر إلى رقمنة الخدمات للعلمة على أنها مرادفة لكفاءة الدولة والحوكمة الحديثة، إذ تتجه للعديد من الحكومات والهيئات الرسمية إلى تحويل خدماتها إلى خدمات رقمية لتصبح أكثر فعالية في تحقيق الأهداف والوصول إلى الجماهير المستهدفة، هذا بالإضافة إلى القدرة على قياس مدى النجاح ومن ثم التوسع في تطوير هذه الخدمات في المستقبل (Balaji, 2025). إذ تعزز أساليب التواصل الرقمي من فعالية العلاقات العامة الحكومية وأداء مهامها، وفي عصر الرقمنة اتجهت الأجهزة الحكومية الرسمية إلى الاعتماد على أدوات ومطبوعات العلاقات العامة الرقمية في التواصل مع الجماهير المختلفة التي تطمح إلى الوصول إليها، لقد باتت التواصل من خلال هذه الأدوات الرقمية أسرع وأسهل وأكثر قدرة على الوصول بفعالية وبأقل جهد وتكلفة ممكنة.

وقد ارتبط ذلك بتحول نموذج العلاقات للعلمة من النموذج التقليدي إلى النموذج الرقمي digital، ووفقاً لهذا النموذج تغيرت إستراتيجيات وأساليب وطرق وأدوات الاتصال التي يعتمد عليها ممارسو العلاقات للعلمة ليس فقط في القطاع الخاص، وإنما في العديد من القطاعات الحكومية التي تتعامل مع جمهور عريض وفي مناطق وبلدان مختلفة (Dunan, 2020). وقد برزت قضية الوعي العام public awareness كقضية محورية يمكن لأساليب الاتصال الرقمي أن تساهم في تعزيزها. فهو يسهل اعتماد السياسات، ويُعزز المشاركة المدنية، ويُشجع على تبني السلوكيات الصحيحة وفي الآونة الأخيرة شهدت آليات تنمية الوعي العام تحولات جذرية. وقد أعاد ظهور التقنيات الرقمية تشكيل آليات عمل العلاقات العامة بشكل واضح ناقلاً التواصل من نموذج خطي أحادي الاتجاه إلى حوار ديناميكي وتفاعلي، وغالباً ما يكون فوراً (Athey et al., 2023).

وفي ظل رؤية 2030 ارتبط برنامج التحول الوطني بالملكة العربية السعودية بتسريع التحول الرقمي والارتقاء بالخدمات المقدمة إلى المواطنين من خلال التوسع في تقديم الخدمات الرقمية الحكومية التي توفر الجهد والوقت وتوفير سلسلة متنوعة ومبتكرة من الخدمات التي تعكس الريادة السعودية في مختلف القطاعات الخدمية والإنتاجية العامة والخاصة.

لقد باتت المؤسسات الحكومية السعودية تستعين بالعديد من التقنيات الرقمية لتقديم الخدمات المختلفة إلى المواطنين وقد شغل ذلك كلفة الوزارة مثل وزارة الصحة والثقافة ووزارة الحج والعمرة والاستثمار والتعليم. بل أن العلاقات العامة تحولت هي أيضاً إلى التقنيات الرقمية التي تهدف إلى دعم الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية عبر العديد

تساؤلات البحث

يسعى البحث إلى الإجابة على عدة تساؤلات يمكن الإشارة إليها على النحو التالي:

- ما أبرز عناصر الهيئة الشكلية للأدلة التوعوية الرقمية التي تقدمها وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية؟
- ما الموضوعات التي تشملها الأدلة التوعوية الرقمية كما تظهر عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية؟
- ما الأنماط المعرفية والتثقيفية التي تهدف الأدلة التوعوية الرقمية إلى إكسابها للجمهور المستهدف؟
- إلى أي مدى ترتبط كتابة الأدلة التوعوية الرقمية لوزارة الحج والعمرة بأساليب كتابة محددة؟
- ما أبرز الأساليب الإنشائية التي تم توظيفها في الأدلة التوعوية الرقمية كما ظهرت عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة بالمملكة؟

أهمية البحث العلمية والعملية

يستمد هذا البحث أهميته في إطار بُعدين أساسيين على النحو التالي:

على المستوى النظري:

- يحاول البحث تقديم تأصيل نظري يرصد تطور العلاقات العامة الحكومية وانتقال نماذج الاتصال التي توظفها المؤسسات الحكومية من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي، خاصة في القطاع الحكومي الذي يتعامل مع عدد كبير من الأفراد ومن ثم محاول الوقوف على رأي الباحثين وإسهاماتهم في هذا المجال.
- رصد إسهامات الباحثين في مجال مطبوعات العلاقات العامة الرقمية وكذلك الوقوف على أبرز المتغيرات الحديثة المرتبطة بتوظيف تكنولوجيا الاتصال في مجال العلاقات العامة وخاصة فيما يتعلق بالجهات والمؤسسات الحكومية الخدمية.

على المستوى التطبيقي:

- رصد طبيعة الأدلة التوعوية الرقمية كأداة من أدوات العلاقات العامة والتي تقع في إطار مطبوعات العلاقات العامة الرقمية التي توظفها المؤسسات والمنظمات عبر الموقع الإلكتروني، ومن ثم رصد التطور الذي طرأ على هذه الأدلة من حيث الطبيعة الشكلية والمضمون وأساليب الكتابة المستخدمة.
- يحاول البحث تقييم الأدلة التوعوية الرقمية بهدف تقديم نتائج تطبيقية للمسؤولين والممارسين بوزارة الحج والعمرة بالمملكة

هذا الأمر غير طبيعة العلاقات التبادلية بين الحكومة والمواطنين وقدم نموذج اتصالي قادر على بناء الثقة من خلال الشفافية والتفاعلية في تقديم الخدمات الحكومية، ولذلك أصبح نجاح الاتصال مرتبط ارتباطاً شديداً بالتحول من مجرد نموذج "الإعلام" إلى نموذج "الاستماع الفعال والاستجابة والمشاركة" (Dunan, 2020).

وفي ظل توجه المملكة نحو التحول الرقمي تحولت العديد من الأنشطة والخدمات الحكومية إلى تعزيز التواجد الرقمي والتواصل مع المواطنين، وقد قامت وزارة الحج والعمرة بالعديد من الجهود في هذا الشأن، والتي ربما تتطلب جهداً بحثياً للكشف عن طبيعته عبر الأدلة الرقمية التي تعتمد عليها الوزارة، وفي هذا السياق تبلور مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل الرئيس: ما الأدوار التي تقوم بها الأدلة التوعوية الرقمية لوزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية في تحقيق الأهداف الاتصالية المختلفة للوزارة؟

في محاولة لتقييم هذه الأدلة كأحد أدوات العلاقات للعلمة الرقمية التي تساهم في تحقيق أهداف وزارة الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة 2030.

أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى تحقيق هدف عام يتمثل في الكشف عن دور الأدلة التوعوية الرقمية في تحقيق أهداف وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية، وبشكل أكثر تفصيلاً يمكن تحديد أهداف الدراسة على النحو التالي:

- الكشف عن عناصر الهيئة الشكلية للأدلة التوعوية الرقمية التي تقدمها وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية.
- تحديد الموضوعات التي تشملها الأدلة التوعوية الرقمية كما تظهر عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية.
- رصد الأنماط المعرفية والتثقيفية التي تهدف الأدلة التوعوية الرقمية إلى إكسابها للجمهور المستهدف.
- الكشف عن أساليب كتابة الأدلة التوعوية الرقمية كما ظهرت عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة.
- التعرف على الأساليب الإنشائية التي تم توظيفها في الأدلة التوعوية الرقمية كما ظهرت عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة بالمملكة.

تنوعت دراسات هذا المحور وكانت مرتبطة بشكل مباشر بموضوع الدراسة وتناولت بشكل دقيق المطبوعات الرقمية وتوظيفها كأداة من أدوات العلاقات العامة الحكومية، ومن أمثلة هذه الدراسات، دراسة (Sani et al (2022) والتي سعت إلى الكشف عن أهم الاستراتيجيات التي يركز عليها ممارسو العلاقات للعلمة كما تظهر في المطبوعات الرقمية التي تعتمد عليها حكومة أندونيسيا في التواصل مع الجمهور وكذلك إدارة الأزمات الحكومية، وهي دراسة وصفية تحليلية اعتمدت على منهج المسح بشقه التحليلي من خلال تحليل مضمون المطبوعات الحكومية من الأدلة والنشرات والبيانات الصحفية خلال مدة زمنية امتدت إلى 6 شهور، وخرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها، التوسع في الاعتماد على المطبوعات الرقمية كأداة من أدوات العلاقات للعلمة الحكومية في عصر الاتصال الرقمي، كما كشفت نتائج الدراسة أن التواصل مع أصحاب المصلحة والجهات الحكومية الأخرى من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية يعزز من ثقة المواطنين في الحكومة من خلال إظهار ألقا تحترم آراء الجمهور وتأخذها في الاعتبار، كما أوضحت النتائج أن أهم استراتيجية تعتمد عليها العلاقات للعلمة عند مواجهة الأزمات والشللتات التي تمس الحكومة هي الاعتراف بالمشكلة، وتقديم تحديثات شفافة، وإظهار الالتزام بحل الموقف، وفي ذات السياق اتضح أن قدرة العلاقات العامة على إنشاء وتوزيع المحتوى بشكل رقمي سريع وفعال ساعد كثيراً في حل العديد من الأزمات التي تعرضت لها الحكومة.

وفي دراسة (Sedra & Esra (2022) ارتبط الهدف الأساسي بمحاولة رصد وتحليل أنماط استخدام العلاقات للعلمة الحكومية للمطبوعات الرقمية والمنصات الاجتماعية من قبل وزارة التربية الوطنية بجمهورية تركيا وذلك في الفترة من 16 مارس وحتى 31 ديسمبر 2021، وكذلك الكشف عن تأثير المطبوعات الرقمية والحسابات عبر منصات التواصل الاجتماعي على السمعة الرقمية للوزارة، خاصة في ظل الأزمات الصحية التي مر بها العالم والانتقال إلى التعليم عن بعد بعد جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تحليل المضمون المطبوعات وتحليل المنشورات posts الموجودة على منصات فيسبوك وانستجرام وتويتر، وخرجت الدراسة بالعثور من النتائج أهمها اعتماد الوزارة على العديد من المطبوعات الرقمية بهدف إدارة الأزمات وإدارة الفعاليات الخاصة للوزارة، الإعلام عن المستجدات، والتواصل مع وسائل الإعلام من خلال البيانات الصحفية الرقمية التي توضح آخر التطورات، كما اتضح أن استخدام المنصات الاجتماعية ساعد كثيراً في دعم الثقة بين الوزارة وجمهورها، كما كشفت نتائج الدراسة أن الوزارة نجحت في بناء هوية رقمية مميزة من خلال الشعار والألوان واستخدام المواد التعليمية التي تحمل الشعار

العربية السعودية من أجل مزيد من الفاعلية والوصول إلى الجمهور المستهدف وكذلك تطوير المحتوى وأساليب الكتابة الموظفة.

مفاهيم البحث

الأدلة التوعوية الرقمية: تعد الأدلة التوعوية واحدة من مطبوعات العلاقات العامة التي تعتمد عليها المؤسسات والمنظمات بهدف التوعية بالأنشطة المؤسسية وخلق تواصل فعال مع القطاعات المستهدفة. وفي مجال الاتصالات الحكومية يتم الاعتماد على هذه الأدلة لإعلام المواطنين بالخدمات الحكومية المختلفة، كما يتم الاعتماد عليها في إطار حملات التوعية التي تطلقها المؤسسات والهيئات الحكومية (wright & Hinson, 2017).

وعلى المستوى الإداري فالأدلة التوعوية الرقمية في هذه الدراسة هي الأدلة التي تصدرها وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية ويعددها (24) دليل وهي متاحة عبر الموقع الإلكتروني للوزارة وتخدم العديد من الحجاج والمعتمرين من كافة بلدان العالم.

الأهداف الاتصالية: تسعى مطبوعات العلاقات العامة إلى تحقيق العديد من الأهداف الاتصالية التي أبرزها تعزيز الرسالة المؤسسية وتوفير المعلومات عن الخدمات المقدمة وكذلك نشر المعلومات والتوعية والتثقيف وكذلك توثيق الإنجازات المختلفة وتنوع هذه الأهداف بحسب نشاط المؤسسة وحج ونوع الجماهير المستهدفة والنطاق الجغرافي لتواجدهم (أبو عاقلة وآخرون، 2021).

وعلى المستوى الإداري تحاول الدراسة التحليلية الكشف عن أبرز الأهداف الاتصالية التي تحاول وزارة الحج والعمرة تحقيقها من خلال المطبوعات الرقمية التي توظفها للتواصل مع الحجاج والمعتمرين وهذه الأدلة متنوعة وهي متاحة بعدة لغات وتخدم العديد من الفئات.

الدراسات السابقة: مساهمات الباحثين ذات الصلة بموضوع الدراسة

تمكن الباحث من رصد للعديد من الإسهامات البحثية التي تتعلق بموضوع الدراسة، وقد تنوعت هذه الدراسات في تناولها للعديد من المتغيرات ذات الصلة بالدراسة الحالية، وإن كانت المدرسة الأجنبية أكثر ثراءً مقارنة بالمدرسة العربية، وبشكل عام وبعد القراءة المتأنية والتحليل يمكن تقسيم هذه الدراسات إلى محورين أساسيين على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي ركزت على اعتماد الجهات الحكومية على العلاقات للعلمة والمطبوعات الرقمية باعتبارها أدوات حديثة في التواصل مع الجمهور

تهدف إلى زيادة التوعية الصحية من خلال العديد من المطبوعات وكذلك التوسع في استخدام الهواتف والشاشات الذكية في التوعية الصحية للحجاج والمُعتمرين.

وركزت دراسة (Samit 2024) على الدور المحوري للعلاقات العامة الرقمية كقناة أساسية وفعّالة من حيث التكلفة ودورها في تحقيق الوعي العام لا سيما داخل المنظمات الحكومية، وذلك في محاولة للكشف عن فعالية المطبوعات الرقمية التي وظفتها إدارة العلاقات للعلمة بوزارة الصحة في قبرص في التوعية بالأمراض الصحية. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تحليل المضمون وكذلك استمارة الاستقصاء التي طبقت مع المستخدمين، وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج أهمها أن النشر المنتظم للمحتوى عبر الإنترنت من خلال أنشطة العلاقات العامة الرقمية يمثل الطريقة الأكثر اقتصادية لتنمية الوعي العام وجذب الانتباه على نطاق واسع. كما أوضحت النتائج أن المطبوعات الرقمية التي تعتمد عليها العلاقات للعلمة تقارس دور حيوي في توعية الجمهور والتواصل معه بشكل مستمر وذلك بتكلفة منخفضة، كما أوضحت الدراسة أن المطبوعات الرقمية التي تصدرها العلاقات العامة تتمتع بميزة نسبية وهي إمكانية قياس الأثر عبر عدد مرات التحميل والضغط على الروابط أو عدد المشاهدات في حال اشتغالها على مقاطع فيديو قصيرة.

وفي الدراسة التحليلية لكل من (Singh & Sharma 2024) اتضح أن أجهزة وإدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والقطاع العام في العديد من الدول الأوربية قبلت تستفيد من القنوات الرقمية بشكل متزايد للوصول إلى المواطنين وتعزيز المشاركة والشفافية الحكومية، حيث تشمل استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية الفعّالة لكيانات القطاع العام مجموعة من التكتيكات، وتشمل هذه الاستراتيجيات إجراء بحوث قائمة على البيانات لتوجيه الرسائل، وتوزيع بيانات صحفية جديدة بالنشر (غالباً ما تكون مدعمة بعناصر وسائط متعددة وبيانات للناشرين الإلكترونيين)، والمشاركة في "توظيف الأخبار" (إدراج الرسائل استراتيجياً في المواضيع الرائجة)، والتواصل الفعال مع الصحفيين الرقميين والمدونين المؤثرين، وتأمين فرص لإجراء مقابلات مع خبراء لتقديم رؤى موثوقة، توظيف منشورات للردود الإعلامية، والندوات عبر الإنترنت، والبودكاست، والرسوم البيانية، ومقاطع الفيديو التفاعلية، وتعزيز مشاركة مجتمعية قوية عبر الإنترنت، والتعاون الاستراتيجي مع مسؤولي الأجهزة الحكومية الأخرى، هذا فضلاً عن الاعتماد على المطبوعات الرقمية التي تشمل المجلات والبيانات الصحفية الإلكترونية والاعتماد على الأخبار الإلكترونية عبر الموقع الإلكتروني للمنظمة.

وفي دراسة (Oka et al 2024) حاول الباحثون التعمق في تحليل استراتيجية العلاقات العامة لحكومة مقاطعة مادايون في أندونيسيا في الترويج لنظام غذائي صحي من خلال حملة "الوزن المثالي" في زيادة

بشكل متكرر، حيث ظهرت على المطبوعات وعبر المنشورات بشكل متكرر.

وتناولت دراسة (Artem 2023) فعالية حملات العلاقات العامة الرقمية في زيادة وعي المواطنين بمفهوم الصحة العامة مع التركيز على المناطق الريفية، وقد وظفت الدراسة منهج المسح من خلال استمارة لاستقصاء تم تطبيقها على عينة قوامها 850 مبحوث من مناطق مختلفة في أوكرانيا، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة الرقمية توفر إمكانات هائلة لتعزيز مشاركة القطاع العام وشفافيته، إلا أن فعاليتها في سد الفجوة الرقمية، لا سيما في المناطق الريفية، لا تزال تشكل تحدياً كبيراً ومستمرًا. وهذا يدل على أن مجرد تبني الأدوات الرقمية غير كافٍ، فالوصول العادل إلى التكنولوجيا ومبادرات محو الأمية الرقمية شرطان أساسيان لحملات توعية عامة شاملة وفعالة حقًا. كما كشفت نتائج الدراسة أن تواصل الحكومات في مجال العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لم ينجح تمامًا في سد هذه الفجوة، لا سيما في المناطق الريفية، ومن ثم تسلط الدراسة الضوء على قصور جوهري يؤثر على مدى وصول جهود التوعية للعلمة وعدالتها فعلى الرغم من أن القنوات الرقمية تُمكن من الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعاً، إلا أن هذا الوصول لا يتوزع بالتساوي على جميع الفئات السكانية والمناطق الجغرافية إذا وصلت حملات التوعية الرقمية بشكل غير متناسب إلى سكان المدن الملمين بالتكنولوجيا الرقمية، فإنها تُخاطر بتفاقم أوجه عدم المساواة القائمة في الوصول إلى المعلومات الحيوية مما يهدد نجاح هذه الحملات، ومن ثم يجب التكامل في الاعتماد على القنوات الرقمية والتقليدية في حللة الحملات للعلمة التي تغطي مناطق جغرافية كبيرة ومتراصة.

وسعت دراسة إيمان حسين (2023) إلى الكشف عن دور مطبوعات العلاقات للعلمة الحكومية بالملكة العربية السعودية في زيادة الوعي الصحي للحجاج والمُعتمرين، وهي دراسة وصفية تحليلية وظفت منهج المسح من خلال دراسة ميدانية تم تطبيقها على عينة (400) مبحوث من خلال الاعتماد على استبيان مطبوع تم توزيعه على المبحوثين، وقد وظفت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري. وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج أهمها أن 78.8% من المبحوثين يتعرضون لمطبوعات العلاقات العامة الحكومية بهدف التنقيف الصحي، كما كشفت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض المبحوثين لمطبوعات العلاقات للعلمة الصحية ودرجة معرفتهم بالموضوعات التي تتضمنها، كما أوضحت النتائج زيادة مستوى الوعي الصحي لدى الأفراد نتيجة اعتمادهم على العديد من هذه المطبوعات التي تشرح أساليب الوقاية وطرق تجنب الإصابة بالأمراض والفيروسات المختلفة أثناء الحج والعمرة. وقد خرجت الدراسة بالعديد من التوصيات أهمها زيادة حملات التوعية بما تقوم به وزارة الحج والعمرة من جهود

وفي ذات السياق حاول عدد من الباحثين (Sanina et al 2023) الكشف عن العلاقة بين الحكومة الإلكترونية والحكومة الرقمية وشروط نجاح الدول في التحول الرقمي الشامل، وقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن العلاقة بين التحول الرقمي والحكومة الإلكترونية والحكومة الرقمية هي علاقة تراكمية وليست خطية، حيث يوفر التحول الرقمي البنية التحتية التقنية - الشبكات والمنصات وقواعد البيانات، وتنظم الحكومة الإلكترونية هذه البنية التحتية لتقديم الخدمات بكفاءة وفعالية، ثم تأتي الحكومة الرقمية، وهي بمثابة المرحلة الناضجة التي تتعاون فيها الجهات الحكومية وغير الحكومية لإنتاج القيمة العامة والإشراف، كما توصلت الدراسة إلى وجود عدة شروط لكي تتجح الحكومات والهيئات في الوصول إلى التحول الرقمي الشامل للخدمات الحكومية. وقد أطلق عليها للمباحثون الشروط تمكينية وهي: بنية تحتية قوية، وتشريعات واضحة، ورأس مال بشري كفؤ، وثقافة تشاكرية. وبدون هذه الشروط الأربعة، تظل عمليات التحول والإصلاح الرقمي سطحية. واليوم، ومن ثم يمكن القول أن الدول في الفترة الحالية لا يمكن تقييم نجاحها فقط بعدد المنصات الرقمية التي تقدمها، بل بمدى تكامل هذه المنصات وموثوقيتها وتشاركية استخدامها.

وسعت دراسة (Zhang 2024) إلى الكشف عن تأثير التكامل بين الحملات التقليدية والرقمية التي تقوم بها الجهات الحكومية في زيادة وعي الجمهور بالإرشادات الحكومية أوقات الطوارئ في لستاليا، وهي دراسة تحليلية ميدانية استعانت بالعديد من الأدوات البحثية مثل استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء، وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج أهمها أن التكامل بين حملات التوعية الإعلامية في الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والراديو وإعلانات الطرق والحملات الرقمية التي تستعين بالإنترنت هو أساس تعزيز فعالية حملات التوعية العامة. فوسائل الإعلام التقليدية، رغم صعوبة قياسها بشكل مبشر من حيث التفاعل وحجم المشاهدة والتأثير على الاستجابة إلا أنها تشكل عاملاً قوياً لتوليد الوعي الأولي وبناء الثقة، ما يدفع الجماهير بفعالية إلى متابعة القنوات الرقمية حيث يمكن تحقيق تفاعل أعمق، وبخلاف من مريد من المعلومات ومن ثم نتائج سلوكية قابلة للقياس. وهذا يخلق تغذية ديناميكية، حيث تُعزز كل قناة فعالية القنوات الأخرى، مما يؤدي إلى تأثير أقوى وأشمل وأكثر استدامة على الوعي العام لدى الجماهير المستهدفة.

دراسة (Edinger 2024) والتي حاولت الإجابة على تساؤل رئيسي إلى أي مدى تأثرت فلسفة واستراتيجيات المؤسسات الحكومية بالتحول الرقمي في التواصل مع الجمهور؟ وهي دراسة كيفية تمت من خلال إجراء العديد من المقابلات المتعمقة مع المسؤولين الحكوميين في الولايات المتحدة الأمريكية، وخرجت للدراسة بالعديد من النتائج أبرزها أن العديد من المؤسسات الحكومية لا يجب عليها فقط تكيف

وعى الجمهور بأنظمة الغذاء الصحي، وقد ساق للمباحثون بتحليل المطبوعات الرقمية وكذلك الحسابات الرسمية التي أطلقتها الحكومة بالتعاون مع المؤثرين على المنصات الاجتماعية في تحقيق أهداف الحملات، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة من خلال التركيز على الأنشطة الرقمية للحملة والتي لشمملت على مقابلات مع المؤثرين influencers وتحليل تعليقات المستخدمين، وكذلك إجراء مقابلات على منشورات الحملة عبر موقع فيسبوك، وكذلك إجراء مقابلات متعمقة مع المسؤولين بجهاز العلاقات العامة في الحكومة، وفي إطارها النظري وظفت للدراسة نظرية الخطوات الأربع للعلاقات للعلامة، وكشفت نتائج الدراسة إلى أن استعانة أجهزة العلاقات العامة الحكومية بالمؤثرين في مجال حملات التوعية الطبية قد زاد من فعالية الوصول إلى جمهور أوسع وزيادة فعالية إيصال الرسائل التوعوية مع الأخذ في الاعتبار المحتوى الذي يقلقه هؤلاء المؤثرين وكذلك عدد المتابعين لهم، كما كشفت الدراسة تحول استراتيجية العلاقات العامة في المقاطعة إلى الشكل الرقمي الذي يعتمد على البيانات الصحفية الرقمية، المنشورات والتغييرات الرقمية التي تركز على جمهور يقع في الفئة العمرية من 18 وحتى 35 عام.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تطور الإستراتيجيات الاتصالية للجهات الحكومية وتأثيرها بالتحول الرقمي في التواصل مع الجمهور

تناولت دراسات هذا المحور الاستراتيجيات الاتصالية الحكومية ودور العلاقات للعلامة في ظل التحول الرقمي في خدمة أهداف التواصل مع الجمهور، مع التركيز على انتقال الحكومات إلى إستراتيجيات التواصل الرقمي، وفي هذا السياق حاولت دراسة كل من (Umbach 2022) و (Tkalec) تحديد الفرق بين مفهوم "الحكومة الإلكترونية" و"الحكومة الرقمية"، حيث توصل للمباحثان إلى أن مفهوم الحكومة الإلكترونية يشير إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل مؤسسات الدولة لتقديم الخدمات إلكترونياً، مع التركيز على الكفاءة وسهولة الوصول، وهنا يتم توفير العديد من المنصات التي تقدم الخدمات عن بُعد وذلك يُعَدُّ بديلاً عن طلب الخدمات بالشكل التقليدي وجها لوجه، وفق هذه المعاملات يكون هناك سهولة في الحصول على الخدمة مع نطاق محدود للمشاركة من المواطنين أنفسهم. وفي المقابل، يشير مفهوم الحكومة الرقمية إلى صياغة علاقات الدولة بالمجتمع من خلال دمج الشفافية والمساءلة ومشاركة أصحاب المصلحة. وتطمح الحكومة الرقمية في جوهرها إلى إنشاء أنظمة حوكمة شبكية تعمل فيها المؤسسات العامة والشركات الخاصة ومشغلو أنظمة النقل بشكل تعاوني لتصميم الخدمات وتنفيذها ومراقبتها، ومن ثم لا يتطلب هذا التكامل التقني فحسب، بل يتطلب أيضاً معايير مشتركة، وسياسات بيانات مفتوحة، وأطراً قانونية شاملة، مع تعاون كامل بين قطاعات الدولة والقطاع الخاص.

والخاص ويتسع نطاق عمل البرنامج ليشمل سبع وزارات وأكثر من 50 جهة مشاركة، وقد ساهمت هذه التحولات في الحصول على خدمات بشكل أفضل والحصول على خدمات حكومية رقمية سلسلة وتوفير الوقت والجهد، كما كشفت نتائج الدراسة زيادة مساهمة الاقتصاد الرقمي في إجمالي الناتج المحلي في المملكة بنسبة 5.48% وشمل ذلك عدة مجالات أبرزها السياحة والتعليم ورأس المال البشري والابتكار، كما تم إنشاء الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي "سدايا" وقد بدأت في عملها وحقق نجاحات كبيرة مما سيجعل المملكة من أكبر المستفيدين من التكنولوجيا في الشرق الأوسط.

وفي ذات السياق، حاولت دراسة Machado (2025) الإجابة على التساؤل التالي: هل الاتجاه إلى الرقمنة، في شكل الحكومة الإلكترونية، قادر فعلاً على تعزيز أداء الحكومات، أم أن القدرة الحكومية الإلكترونية على إشراك المواطنين وتعزيز المسائلة والشفافية مازالت محدودة؟، وهي دراسة تتبعه اعتمدت على تحليل بيئيات مؤشر جودة الحكومة الإلكترونية في العديد من بلدان أوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية، وقد كشفت نتائج الدراسة ارتباط نجاح الحكومة الإلكترونية بعدة عوامل أساسية مثل مستوى الدخل ومدى الوعي بالتكنولوجيا واستخدامها، ومدى استخدام الحكومة لنماذج حديثة مجربة تجنباً للأخطاء والمشاكل التقنية، وأوضحت نتائج الدراسة أن تطوير الحكومة الإلكترونية في العديد من بلدان العام قد أحدث تغييراً إيجابياً حقيقياً في أداء الحكومات، حيث تشير جميع النتائج إلى أن الحكومات أصبحت أكثر كفاءة وفعالية مع نضوج تطبيقها للحكومة الإلكترونية، وفي ذات السياق كشفت نتائج الدراسة أهمية متغير "جودة الحكم" كأحد معايير نجاح الحكومة الإلكترونية في تحقيق الأهداف الاجتماعية، كما أوضحت نتائج الدراسة نجاح تجربة الرقمنة والحكومة الإلكترونية في العديد من للدول والتي أهمها الولايات المتحدة الأمريكية، كندا، أستراليا، نيوزيلندا، في حين تراجعت دول أمريكا الجنوبية وأفريقيا في تطبيق عناصر الحكومة الإلكترونية بالشكل الصحيح.

وسعت دراسة كل من Al-Sayyed & Elyah (2026) إلى الكشف عن معوقات التحول الرقمي في القطاع الحكومي في دولة قطر مع تقديم تأصيل نظري لمفهوم "البيروقراطية الرقمية digital bureaucracy"، وهي دراسة كيفية اعتمدت على أداة للمقابلات المتعمقة مع 38 من المسؤولين الحكوميين وممثلين من الهيئات الرقابية وكذلك المواطنين، وأوضحت نتائج الدراسة اتفاق أغلب المبحوثين على أن مسيرة التحول الرقمي في قطر شهدت إنجازات كبيرة، لا سيما من خلال نشر منصات معترف بها وطنياً مثل منصة حكومي ومؤشر قطر الرقمي. وكثيراً ما يصفها المسؤولون الحكوميون بأنها "بوابات بيانات مركزية" وهي ترمز إلى التزام الدولة بتوفير الخدمات الرقمية. ومع ذلك، تكشف الأخطاء العملية عن تشتت مستمر بين الجهات الحكومية، مما يقوض التماسك

أدوات الاتصال الخاصة بها، بل يجب عليها أيضاً إعادة النظر جذرياً في فلسفتها الاتصالية كما توصلت الدراسة إلى أن هناك تحولاً جذرياً في وسائل الاتصال التي تعتمد عليها الوزارات والجهات الحكومية فقد تحولت من الإعلام المطبوع والتلفزيون والإذاعة، والتي تختل بطبيعتها من سرعة الاتصال ونطاقه. في المقابل، غيرت المنصات الرقمية هذه الديناميكية، إذ مكّنت من التفاعل الفوري مع الجماهير عبر مناطق جغرافية واسعة وبطريقة أكثر تخصيصاً. هذا التحول يتحدى اعتماد القطاع العام التاريخي على نشر المعلومات الرسمية، الذي غالباً ما يكون أحادي الاتجاه، مما يستلزم تبني الشفافية والتفاعل الفوري لإدارة السمعة وتعزيز الثقة. كما أوضحت نتائج الدراسة أن المنصات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية الحديثة وفرت أدوات فعالة تسمح بالتفاعل المباشر بين الجمهور والهيئات الحكومية.

وفي درلسة Balaji (2025) حاول الباحث لمستكشف الدور المحوري للحكومة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية في تحويل الإدارة للعلمة والخدمات للعلمة عبر التقنيات الرقمية في دولة الهند. كما سعت للدراسة إلى التعمق في فهم كيفية توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين كفاءة الخدمات العامة وشفافيتها وسهولة الوصول إليها وذلك من خلال مراجعة شاملة لمبادرات الحكومة الإلكترونية وتأثيرها على كفاءة القطاع العام، وهي دراسة تحليلية ميدانية ركزت على تحليل بولبة الحكومة الإلكترونية في الهند وكذلك إجراء مسح على العديد من المواطنين، وكشفت نتائج الدراسة أن القطاع العام في الهند يواجه ضغوطاً متزايدة للتكيف مع التوقعات الجديدة فيما يتعلق بتقديم الخدمات، والكفاءة، والشفافية، حيث تمثل الحكومة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية وجهين لهذا التحول، حيث تستغل الحكومات قوة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين تقديم الخدمات للعلمة وإشراك المواطنين بشكل أكثر فعالية في عمليات الحكومة، ويشمل ذلك كل شيء بدءاً من أنظمة تقديم القرارات الضريبية عبر الإنترنت وصولاً إلى خدمات الصحة الإلكترونية ومنصات الهوية الرقمية.

وسعت دراسة الأسمر مروان (2025)، إلى الكشف عن مدى تطبيق مفهوم الحكومة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية على مستوى الخدمات الحكومية، ومدى توافقها مع رؤية المملكة 2030، هذا بالإضافة إلى التعرف على مدى إسهام هذه الجهود في تحقيق الرؤية التنموية للمملكة، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وقد خرجت الدراسة بالعديد من النتائج أهمها اتجاه المملكة إلى تدشين العديد من البرامج والمبادرات لدعم التحول إلى مفهوم الخدمات الرقمية، ومن أبرز هذه البرامج "برنامج التحول الوطني" والذي يبدأ عام 2016 تحت مظلة مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية ويهدف البرنامج إلى تطوير البنية التحتية وتهيئة البيئة الممكنة للقطاع العام

وفعال، ومن ثم الاستمرارية مهمة جداً في تحقيق الفعالية وكذلك ضرورة الرد على المستخدمين والتفاعل معهم.

- من خلال عرض وتحليل الإسهامات البحثية ذات الصلة بموضوع الدراسة اتضح أن منهج "المسح" هو الأكثر توظيفاً بشقيه التحليلي والميداني، مع تركيز خاص على الجانب التحليلي من خلال تحليل المطبوعات الرقمية والنشرات الإعلامية والمجلات وكذلك تحليل ما ينشر عبر المنصات الرقمية للمؤسسات الحكومية عبر حساباتها الرسمية، وكذلك قام العديد من الباحثين بإجراء مقابلات وملئ استبانات مع المواطنين والمتخصصين في إطار الجهود البحثية الرامية إلى الكشف عن واقع الممارسة وتقييم فعالية هذه المطبوعات الرقمية أو السياسات الحكومية في التواصل مع الجمهور.

- كشف استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة عن غياب النماذج النظرية والنظريات التي يمكن من خلالها تأصيل التطور في مجال العلاقات العامة ومطبوعاتها وتحولها إلى النموذج الرقمي، إذ ارتبط البناء المعرفي لأغلب الدراسات برصد مفاهيم العلاقات العامة الرقمية وتوظيفها من جانب المؤسسات الحكومية، وكذلك تطور شكل المطبوعات وتحولها إلى الشكل الرقمي مع دعم كل ذلك بإسهامات العديد من الباحثين في تطور أنشطة ومطبوعات العلاقات العامة في عصر المنصات الرقمية.

الإطار النظري للدراسة

العلاقات العامة الحكومية في عصر التحول الرقمي

أدى التطور في قنوات الاتصال وتحولها إلى الشكل الرقمي إلى تحول العلاقات العامة أيضاً إلى النماذج الرقمية التي تؤكد على أهمية التفاعل الفوري مع الجماهير، ومع بروز المنصات الرقمية وثبوت فعاليتها كقنوات اتصالية تحظى باهتمام ومشاركة الجمهور بدأت الحكومات في الاعتماد على الإنترنت والمطبوعات الرقمية والمنصات التفاعلية بهدف الوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور وتحقيق الأهداف الاتصالية.

وفقاً للعديد من الباحثين (Huang et al, 2017) فقد ظهر مصطلح "العلاقات العامة الرقمية" نتيجة التطور في تكنولوجيا الاتصال والتي تشجع استراتيجيات المشاركة العامة في العصر الرقمي. وتختلف هذه الاستراتيجية اختلافاً جوهرياً عن الأساليب التقليدية، إذ يتم إيصال الرسائل عبر الإنترنت عبر عدة قنوات ووسائل ومنها الموقع الإلكتروني أو المنصات الاجتماعية. وفي العصر الرقمي، يُسهّم استخدام منصات الإعلام الإلكتروني في تحسين أداء العلاقات للعلامة الحكومية في تنظيم الحملات التوعوية والتثقيف، ولتحقيق هذا الهدف من الضروري تنظيم رسائل فعّالة وموجهة ومتسقة، واختيار قنوات التواصل المناسبة، هذا مع الحرص على قياس أثرها (Johnston, 2020).

والفعالية الشاملة لهذه الأنظمة. وعلى الرغم من الاستثمارات التكنولوجية، لا تزال للخدمات الرقمية تعمل بمعزل عن بعضها. كما كشفت نتائج الدراسة أن التشرذم المؤسسي، والغموض القانوني، ومحدودية المشاركة المدنية، هي أبرز العوامل التي تعيق انتقال قطر من الحكومة الإلكترونية إلى الحوكمة الرقمية المتكاملة. كما كشفت نتائج للدراسة أنسبداً من التغلب على البيروقراطية تعيد الأنظمة الرقمية إنتاجها من خلال مركزية التحكم، وترسيخ الممارسات المنعزلة.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها في الدراسة الحالية

من خلال جمع وتحليل الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، خرج الباحث ببعض المؤشرات التي يمكن الإشارة إليها على النحو التالي:

- ارتبطت إسهامات بعض الباحثين بتناول التطور الذي حدث على مستوى مطبوعات العلاقات العامة الرقمية وتوظيفها باعتبارها أداة من أدوات المؤسسات الحكومية يمكن من خلالها التواصل مع أصحاب المصلحة والجهات الحكومية الأخرى ووسائل الإعلام، وكذلك مواجهة الشائعات والأزمات الطارئة مثل الأزمات الصحية، هذا بالإضافة إلى إدارة الفعاليات الحكومية بكفاءة في ظل التحول الرقمي وقدرة العلاقات العامة على إنتاج محتوى سريع وفعال. وعلى الجانب الآخر ركزت بعض الإسهامات البحثية على تطور الاستراتيجيات الحكومية في التواصل مع المواطنين وتحول العديد من هذه المؤسسات إلى النموذج الرقمي الذي ساعد في دعم الشفافية والتواصل بفعالية وكفاءة عالية مع الجماهير النوعية المختلفة التي تخاطبها المؤسسات وفي هذا السياق ظهرت مفاهيم عديدة مثل "الحوكمة الرقمية" و"الحكومة الرقمية" و"البيروقراطية الرقمية".

- خرجت الدراسات السابقة بنتيجة مهمة وهي أن التكامل بين الوسائل التقليدية والرقمية يُعد من الأمور المهمة لتعزيز فعالية حملات التوعية العامة التي تقوم بها العلاقات العامة الحكومية، خاصة في ظل بروز مفهوم "العدالة الرقمية"، حيث مازالت بعض المناطق الريفية غير قادرة على التعامل مع الأدوات والوسائل الرقمية ومن ثم يمكن من خلال توظيف الوسائل التقليدية الوصول إلى هذه المناطق الجغرافية ومن ثم تحقيق التأثير المطلوب ودعم الثقة في الحكومة وشفافيتها.

- أكدت الدراسات السابقة على أهمية النشر المنتظم للمحتوى عبر المنصات الرقمية، إذ أن فعالية الجهود الحكومية الرقمية مرتبطة ارتباطاً شديداً بالنشر المنتظم والمتنوع عبر المنصات الرقمية والمطبوعات الرقمية، فالجمهور تحول إلى جمهور رقمي نشط

وقد أدركت للعديد من الجهات الحكومية والرسومية هذا الأمر، لذلك أصبحت تبادر بنشر المعلومات عبر المواقع الإلكترونية والمنصات الاجتماعية بهدف كسب ثقة المواطنين وخلق حوار دائم معهم، وبالتالي أصبح ممارسو العلاقات العامة الحكومية في العديد من الدول حريصين على توفير المعلومات والتواصل باستمرار مع المواطنين بشأن القرارات والخطط الحكومية، وأيضاً ساهمت العلاقات العامة الرقمية في جعل الحكومة أكثر مساءلة من خلال رصد الاتجاهات والمحددات، ومعالجة القضايا، والرد على الاستفسارات، وتحديد الرأي العام، وإدارة الأزمات (Meganck et al, 2020).

كما تُنفذ المؤسسات والمنظمات العامة العديد من أنشطة العلاقات العامة بشكل رقمي، مثل إدارة الأزمات، وتحسين صورة المؤسسة وهويتها، والترويج، والإعلام، والإعلان، وإدارة العمليات، ويتم ذلك كله في بيئة رقمية عبر الموقع الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي (Johnston, 2020).

وتشير العديد من الإسهامات البحثية إلى أن العديد من التقنيات الرقمية والمنصات الحديثة نجحت في تقريب الخلفاء للعامة من الأفراد من خلال المشاركة الفعالة للجمهور المستهدف، حيث وفرت إمكانيات كبيرة للتواصل المتبادل السريع والفوري، هذا ما جعل المؤسسات العامة قادرة على زيادة مشاركتها وتفاعلها مع الجمهور.

منهجية البحث

نوع البحث

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية، حيث تسعى إلى الكشف عن ملامح الهيئة الشكلية للأدلة التوعوية الرقمية التي تعتمد عليها وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية في توعية وتثقيف الحجاج والمعتمرين بكافة الأمور ذات الصلة بالحج والعمرة وما يرتبط بذلك من أمور تنظيمية وقانونية وصحية. هذا النوع من الدراسات يتجاوز حدود الوصف المجرد للظاهرة في واقعها الراهن إلى التعمق في التحليل ومعرفة تكلفة المتغيرات الأخرى التي تؤثر عليها أو تتأثر بها للخروج بنتائج ذات دلالة (محمد عبد الحميد، 2000).

منهج البحث

تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح بشقه التحليلي وهو "تحليل المضمون" إذ يهدف هذا المنهج إلى الكشف عن أساليب الممارسة وكذلك أهم الفئات والقضايا والموضوعات التي يسعى المحتوى إلى تقديمها، ويسعى هذا المنهج إلى وصف المحتوى وتحديد أهم الموضوعات والأنماط السائدة وكذلك الاستعمالات المستخدمة وأهم النقاط التي تم التركيز عليها، مع ضرورة تدوين الملاحظات الكيفية من قبل الباحث

بل أن العديد من الحكومات بدأت في الاستعانة بالمؤثرين influencers في حملات التوعية العامة التي تنظمها إدارات العلاقات العامة بهدف جذب انتباه الجمهور وحثهم على المشاركة العامة ومن ثم الاستجابة لأنشطة الحملة عبر المنصات الاجتماعية، وهو ما أثبتت فعاليته بشكل واضح في العديد من القضايا خاصة الصحية. ووفقاً لما أشار إليه العديد من الباحثين فإن بأن مؤسسات القطاع العام في عصر التحول الرقمي تُشجع على تغيير توجهها التنظيمي من السيطرة على الجمهور إلى التشارك معه والتواصل الحواري. ويستند هذا إلى التغيرات في احتياجات الجمهور وأنماط التواصل، ووفقاً لهذا التوجه تحقق العلاقات العامة الحكومية عدة مزلياً على النحو التالي (Pöyry et al, 2022):

- التواصل السريع والفعال مع الجمهور المستهدفة عبر منصات رقمية تفاعلية قادرة على الوصول والتأثير.
- زيادة شفافية الأنشطة الحكومية، إذ أن كل الأنشطة تصبح رقمية ومرئية ويمكن للجمهور رؤيتها ومشاهدتها.
- زيادة مشاركة الجمهور من خلال الحوار وإبداء الرأي مما يزيد من ثقته في الأنشطة الحكومية والمؤسسية.
- تحول نموذج العلاقات العامة الحكومية من مجرد الإعلام إلى المشاركة والتعاون لحل المشاكل المجتمعية.

إن تبني العلاقات العامة الرقمية في عمل الجهات الحكومية سهل عملية الوصول إلى الجمهور خاصة في حملات التوعية، كما ساعد هذا التوجه في تحول وسائل الاتصال من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي، لذا أصبحت البيانات الصحفية تنشر عبر الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي، وأصبحت الأدلة رقمية يمكن قراءتها وتحميلها في أي وقت، هذا الأمر ساعد في دعم التواصل بين المؤسسات وجمهورها.

لقد أضافت وسائل الإعلام الرقمي بُعد آخر في عملية التواصل بين المؤسسات والجمهور، وهو ما يمكن أن نطلق عليه "المسئلة الاجتماعية" social accountability وهي تعني قدرة المواطنين ووسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني على محاسبة المسؤولين والجهات الحكومية على أفعالهم والتدخلاتهم واستجابتهم لاحتياجات المواطنين، إذ أتاحت هذه المنصات حوار مباشر ومستمر ويمكن لأي مواطن أن يعلق على السياسات الحكومية بالإيجاب أو السلب، هذا بدوره ساعد في تحويل المؤسسات الحكومية إلى مؤسسات مسؤولة وتشاركية وتفاعلية (Tosin et al., 2023).

فئات المضمون: وتتضمن الفئات التالية:

الموضوعات التي تشملها الأدلة: موضوعات تتعلق بمناسك الحج والعمرة - موضوعات تتعلق بمزارات مكة والمدينة - موضوعات تتعلق بالتنوعية بقضايا مختلفة.

الأنماط المعرفية والتثقيفية التي تهدف الأدلة لتحقيقها: معلومات ومعارف مرتبطة بمناسك الحج والعمرة - معلومات إجرائية وتنظيمية بخطوات أداء الحج والعمرة - معارف مرتبطة بالشعائر ومزارات مكة والمدينة - معلومات مرتبطة بالتواصل مع الجهات المختلفة بالملكة - موضوعات ومعارف عامة تتعلق بالحج والعمرة.

أساليب كتابة الموضوعات في الأدلة التوعوية الرقمية: الأسلوب الإخباري المباشر - الأسلوب القصصي (سرد وحكي) - الأسلوب العاطفي (الإنساني) - الأسلوب الاستشهادي - الأسلوب القانوني - الأسلوب التاريخي.

الأساليب الإنشائية الموظفة بالأدلة التوعوية الرقمية: أسلوب الاستفهام - أسلوب الأمر - أسلوب النهي - أسلوب الدعاء.

إجراء اختبارات الصدق والثبات:

بعد تصميم لاستمارة تحليل المضمون، قام الباحث بعرضها على عدد من المحكمين في التخصص لإبداء الرأي في صلاحية الاستمارة وفق أهداف الدراسة والتأكد من دقة ووضوح الفئات، وفي ضوء ذلك تم إجراء بعض التعديلات حتى أصبحت في صورتها النهائية.

وفيما يتعلق بالثبات، اعتمد للباحث على إجراء اختبار الثبات مع باحثين آخرين، وذلك من خلال إجراء اختبار على عينة (10) % من إجمالي العينة الكلية مع تطبيق معادلة هولستي لقياس الثبات، وقسّم الباحث بتوظيف أسلوب "إعادة الاختبار" والذي يتفق الخبراء على أنه أنسب لأسلوب لقياس ثبات استمارة تحليل المضمون وقد اتضح أن نسبة الثبات 93% وهي نسبة مرتفعة وتشير إلى ثبات الأداة ووضوح الاستمارة وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة.

عينة البحث:

اعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل لكافة الأدلة التوعوية الرقمية التي لتاحتها وزارة الحج والعمرة عبر موقعها الإلكتروني، والتي بلغ عددها (24) دليلاً مقسمة إلى (17) دليل عام موجه إلى جميع الحجاج والمعتمرين، وأيضاً عدد (7) أدلة توعية مخصصة للحجاج في المنطقة العربية وباللغة العربية وبما يتناسب مع ثقافة كل دولة من الدول العربية التي تحظى بنصيب كبير من عدد الحجاج والعمرة كل عام.

والتي من شأنها دعم عملية تفسير النتائج والاستدلال بما يخدم أهداف الدراسة (سامي طابع، 2001).

ويعد منهج المسح من أبرز المناهج في العلوم الاجتماعية، وفي مجال الإعلام يركز هذا المنهج على الرسالة الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام التقليدي والحديث ويحاول بشكل موضوعي ومحايد الكشف عن الأساليب السائدة والاستمالات والنقاط التي يحاول القائم بالاتصال تمريرها ونقلها للجمهور أو مستخدميه وسائل الإعلام، ويعتمد هذا المنهج على عدة خطوات إجرائية منها تكويد وتحديد فئات التحليل وصولاً إلى الخروج بالنتائج الكمية مع إمكانية تدعيم ذلك بشكل كافي ومن خلال الاستعانة بمقتطفات وأمثلة ونماذج من المادة التي يتم تحليلها (Klaus, 2016).

أداة جمع البيانات

يعد تحليل المضمون واحداً من أهد أدوات جمع البيانات في العلوم الاجتماعية، إذ يمكن من خلاله الكشف عن سمات المحتوى المقدم، وكذلك الاستدلال على أبعاد السياق الذي قدم من خلاله (Zhang, 2013). ويمكن من خلال تحليل المحتوى الوقوف على سماته وطبيعته وأهدافه بشكل واضح (سامي طابع، 2001). وفي هذا السياق تعتمد الدراسة الحالية على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات من الأدلة التوعوية الرقمية محل الدراسة وقد جمعت الاستمارة بين التحليل الكمي والكيفي حيث قام الباحث باستعراض المؤشرات الكمية أولاً لكل متغير من المتغيرات التي تتضمنها التساؤلات، ثم الاستعانة بأمثلة تطبيقية من واقع ما جاء في هذه الأدلة الرقمية.

وقد اعتمد الباحث على وحدة "الكلمة" وكذلك وحدة "الموضوع" ووحدة "الصور" وهي الوحدات التي تضمنتها الدراسة التحليلية مع بيان الفئات المختلفة للدراسة بالتفصيل.

فئات التحليل

اشتملت استمارة تحليل مضمون الأدلة التوعوية الرقمية الفئات التالية:

فئات الشكل: وتتضمن الفئات التالية:

نوع الدليل: عام - مخصص.

عدد اللغات الموظفة في الكتابة: لغة واحدة - اثنتين - ثلاث لغات - أربع لغات..... ستة عشر لغة.

طرق التفاعل المتاحة: القراءة - الاستماع - التحميل - المشاركة.

الوسائل البصرية المستخدمة: الصور الحقيقية - الرموز التعبيرية - الرسوم الجرافيكية - أكواد الاستجابة السريعة QR Codes - الخرائط التفاعلية عبر جوجل Google Maps.

وقد اعتمد الباحث على الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة للوصول إلى هذه الأدلة، ومن ثم قام بالاطلاع عليها وتحميلها ثم للبدا في عملية التحليل وفق الفئات التي حددها في استمارة تحليل المضمون وقد وجد الباحث سهولة في الوصول إلى هذه الأدلة مع الجودة الواضحة في التصميم والمحتوى وكذلك تقديمها بهوية بصرية جيدة ومتناسقة (Ministry of Hajj and Umra, 2026).

الإطار الزمني للدراسة: قام الباحث بإجراء الدراسة التحليلية في الفترة الزمنية من 1 ديسمبر عام 2026 وحتى الأول من مارس لعام 2026 ولتمدت لثلاثة شهور متتالية، وقد لاحظ للباحث عدم تغير الأدلة الرقمية وبقائها كما هي خلال فترة التحليل.

نتائج البحث

يستعرض الباحث نتائج الدراسة التحليلية في ضوء الأهداف الأساسية التي سعت إلى تحقيقها وكذلك تساؤلاتها المختلفة على النحو التالي:

أولاً: عناصر الهيئة الشكلية للأدلة التوعوية التي تقدمها وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية

نوع الأدلة التوعوية التي تقدمها وزارة الحج والعمرة عبر موقعها الإلكتروني

اللغات التي تقدم بها الأدلة العامة عبر الموقع الإلكتروني

جدول 2: عدد اللغات التي تعتمد عليها الأدلة التوعوية العامة

جدول 1: نوع الأدلة التوعوية المتاحة على موقع الوزارة

نوع الأدلة التوعوية	العدد (ك)	النسبة (100%)
عامة	17	70.8%
مخصصة	7	29.2%
المجموع	24	100%

تكشف نتائج الدراسة التحليلية أن إجمالي عدد الأدلة التوعوية التي طرحتها وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية عبر موقعها الإلكتروني بلغ (24) دليلاً، تنوعت بها بين الأدلة العامة والتي بلغ عددها (17) دليلاً، في حين جاءت (7) أدلة باعتبارها أدلة مخصصة على مستوى المضمون والجمهور إذ تناولت جميعها أمور تتعلق بالحج، وهي موجهة بالأساس إلى بعض البلدان في الوطن العربي لاحتياجات باللغة العربية، وعلى مستوى الأدلة للعامة فقد جاءت عامة توجه إلى جميع الأفراد في بلدان العام، كما تنوع مضمون هذه الأدلة ليشمل العديد من الضوابط والخطوات الإرشادية للحج والعمرة، وكذلك العديد من المزارات بمكة والمدينة، هذا فضلاً عن العديد من الضوابط المالية والقانونية وضوابط لاستخدام شبكات الإنترنت أثناء الحج والعمرة ومن ثم فقد شملت موضوعات متنوعة ومتعددة.

مسمى الدليل	عدد اللغات (ك)	النسبة (100%)
دليل العمرة والزيارة	16	100%
دليل المسجد الحرام التوعوي	16	100%
دليل العمرة التوعوي	16	100%
دليل المسجد النبوي التوعوي	16	100%
دليل خدمات المسجد النبوي	16	100%
دليل معالم مكة التوعوي	16	100%
دليل معالم المدينة التوعوي	16	100%
دليل الإحرام التوعوي	16	100%
دليل منى التوعوي	16	100%

مسمى الدليل	عدد اللغات (ك)	النسبة (100%)
دليل يوم عرفة التوعوي	16	100%
دليل المزدلفة التوعوي	16	100%
دليل يوم النحر التوعوي	16	100%
دليل الجمرات التوعوي	16	100%
دليل التوعية الصحية	16	100%
دليل التوعية المالية	16	100%
دليل التوعية القانونية	16	100%
دليل التوعية السيبرانية	16	100%

اللغات التي تقدم بها الأدلة المخصصة عبر الموقع الإلكتروني للوزارة

جدول 3: عدد اللغات التي تعتمد عليها الأدلة المخصصة كما تظهر عبر الموقع الإلكتروني للوزارة

مسمى الدليل	عدد اللغات (ك)	النسبة (100%)
دليل الحاج " نسخة الحاج المصري "	1	100%
دليل الحاج " نسخة الحاج الجزائري "	1	100%
دليل الحاج " نسخة الحاج المغربي "	1	100%
دليل الحاج " نسخة الحاج العراقي "	1	100%
دليل الحاج " نسخة الحاج اليمني "	1	100%
دليل الحاج " نسخة الحاج السوداني "	1	100%
دليل الحاج " نسخة الحاج السوري "	1	100%

حرصت وزارة الحج والعمرة بالملكة العربية السعودية على إصدار بعض الأدلة المخصصة للحجاج الوافدين من الدول العربية، وقد وضعتها في تبويب مختلف عبر موقعها الإلكتروني وجميعها تصدر باللغة العربية، وقد بلغ عدد هذه الأدلة (7) أدلة، وقد تضمنت هذه الأدلة إرشادات الحج لمواطني الدول العربية الأكثر إقبالاً على الحج وقد شملت هذه الأدلة دليل الحاج " نسخة الحاج المصري، نسخة الحاج الجزائري "

توضح نتائج الدراسة التحليلية أن وزارة الحج والعمرة بالملكة العربية السعودية قدمت عدد (17) دليلاً علماً عبر موقعها الإلكتروني، وجميعها أدلة توعوية حاولت من خلالها تحسين تجربة الحجاج والمعتمرين من خلال توفير محتوى إرشادي شامل يشمل كلفة الخطوات والإجراءات اللازمة لأداء المناسك، هذا مع تقديم الضوابط المالية والقانونية اللازمة لأداء المناسك وبما يضمن الالتزام بالأنظمة والقوانين المعمول بها داخل المملكة العربية السعودية، كما قدمت هذه الأدلة تغطية شاملة للمناسك بعدة لغات وصلت إلى (16) لغة مختلفة بشكل يلي الاحتياجات اللغوية لكافة الزائرين من بلدان العالم. وقد شملت هذه اللغات: اللغة العربية والإنجليزية والفرنسية والأوردو واللغة البنغالية والإندونيسية والماليزية، وكذلك لغة الهوسا وهي واحدة من أكبر اللغات انتشاراً في القارة الإفريقية ويتحدثها المواطنون في نيجيريا والنيجر والسودان ودول غرب أفريقيا مثل الكاميرون وبنين وساحل العاج وغيرها من الدول، هذا بالإضافة إلى اللغة الأمهرية والفارسية، واللغة الأسبانية والتركية والروسية وكذلك اللغة السنهالية والتي يتحدث بها شعب دولة سريلانكا وهي تنتمي إلى اللغة الهندية الآرية كما ظهرت الأدلة أيضاً باللغتين الأوزبكية والصينية.

وقد قدمت هذه الأدلة لإطاراً مرجعياً موحداً لكلفة مناسك العمرة والحج وكذلك معالم المدينة ومكة بما يسمح لكافة الزائرين الحصول على معلومات دقيقة ومعدمة بصور توضيحية وإرشادية لكلفة الخطوات اللازمة لإتمام مناسك الحج والعمرة أو ترتيب جدول الزيارات بمكة والمدينة.

خدمة" الاستماع" ربما لأن جميعها صدرت باللغة العربية وهي موجهة إلى بلدان المنطقة العربية ومن ثم يمكن الإطلاع عليها من خلال خدمتي "القراءة" و "التحميل" فقط.

وفي ذات السياق أتاحت الوزارة إمكانية مشاركة عدد كبير من هذه الأظلة من خلال أيقونة "المشاركة" التي تتيح للمستخدم إمكانية مشاركة محتواها عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى، وقد بلغ عدد الأظلة التي توفر هذه الخدمة (17) دليلاً وهي الأظلة للعلمة وذلك بنسبة 70.8%، في حين أن الأدلة المخصصة لم تتوفر فيها هذه الخاصية وعددها (7) أدلة.

الوسائل البصرية المستخدمة في دعم مضمون الأدلة التوعوية كما ظهرت في الأدلة الرقمية

جدول 5: الوسائل البصرية التي ظهرت في الأدلة التوعوية (ن=24)

الوسائل البصرية	العدد (ك)	النسبة (%100)
الصور الحقيقية (الموضوعية والشخصية)	24	100%
الرموز التعبيرية	24	100%
الرسوم الجرافيكية	19	79.2%
أكواد الاستجابة السريعة QR Codes	17	58.3%
الخرائط التفاعلية من خلال Google Maps	10	41.7%

توضح بيانات الجدول السابق تعدد الوسائل البصرية التي ظهرت في سياق الأدلة التوعوية الرقمية لوزارة الحج والعمرة عبر موقعها الإلكتروني، وهو ما يحمل دلالة واضحة على حرص مصممي ومحركي هذه الأدلة على شرح المحتوى وتوضيحه وتدعيمه من خلال بعض الوسائل البصرية المتنوعة، وتُظهر الأرقام أن "الصور الحقيقية" جاءت في مقدمة هذه الوسائل البصرية بنسبة 100%، إذ ظهرت هذه الصور في كافة الأدلة التوعوية وتنوعت ما بين صور موضوعية مثل صور الكعبة الشريفة وكذلك صور لبئر زمزم وسقى زمزم، وصور للمواصلات المختلفة والقطارات ومختلف المزارات مثل جبل أحد وغار ثور والمسجد النبوي ومسجد أم المؤمنين وغيرها من الأماكن المقدسة، وصور لمراكز العناية والمشافي كما ظهرت أيضاً العديد من الصور الشخصية مثل صور الحجاج والمعتمرين في كل مكان أثناء القيام بالمناسك المختلفة ولُتُناثرت لولحدهم بمبنى أو رمي الحمرات أو لإنهاء الإجراءات أو التحلل، وصور لموظفي المطار ومسؤولي الأمن والمساعدة، وتم استخدام كافة هذه الصور لدعم وشرح المحتوى، وفي ذات السياق ظهرت "الرموز التعبيرية" بنسبة 100%، إذ تم توظيف هذه الأشكال التوضيحية

ودليل الحاج " نسخة الحاج المغربي ، ونسخة الحاج العراقي" ودليل الحاج " نسخة الحاج اليمني" و" نسخة الحاج السوداني" وكذلك دليل الحاج " نسخة الحاج السوري".

وقد حرصت الوزارة من خلال هذه الأدلة على تقديم معلومات شاملة عن الأجواء والطقس والإجراءات وطرق التأكد من سلامة التأشيرة والملابس والملابس ونصائح عن الطعام والأدوية وطرق الحصول عليها وكذلك طرق التنقل، هذا مع العديد من النصائح التي تعد بمثابة إرشاد ديني، وجهات الطوارئ التي يمكن التواصل معها في حالات الطوارئ، هذا بالإضافة إلى الإجراءات الخاصة بالسفر والتنقل داخل المطارات وضوابط الجمارك، كما تضمنت الأدلة نصائح مهمة حتى يتجنب الحجاج الوقوع في المخالفات وأرقام مهمة للتواصل مع الجهات المعنية وهي معلومات مهمة تهدف إلى مساعدة الحجاج على أن تكون الرحلة رحلة إيمانية صحيحة وآمنة وسعيدة.

طرق التفاعل مع الأدلة التوعوية كما هو متاح عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة بالملكة

جدول 4: طرق التفاعل مع الأدلة التوعوية (ن=24)

طرق التفاعل المتاحة	العدد (ك)	النسبة (%100)
التفاعل من خلال "القراءة"	24	100%
التفاعل من خلال "الاستماع"	16	66.7%
التفاعل من خلال "التحميل"	24	100%
التفاعل من خلال " المشاركة"	17	70.8%

توضح نتائج الدراسة التحليلية طرح وزارة الحج والعمرة بالملكة العربية السعودية الأدلة التوعوية من خلال العديد من طرق الاستعراض والتفاعل التي تتيح للقارئ أو المستخدم التعاطي مع هذه الأدلة واستعراضها بعدة طرق متنوعة بما يضمن تحقيق الاستفادة القصوى منها، حيث تشير الأرقام في الجدول السابق إلى أن إجمالي عدد الأدلة العامة والمخصصة والتي بلغ عددها (24) دليلاً أتاحت للمستخدم إمكانية "القراءة" وكذلك "التحميل" وذلك بنسبة 100%، وهو ما يعكس الحرص على إعطاء المستخدم فرصة للقراءة الآتية أثناء التصفح أو التحميل والإطلاع عليها فيما بعد، وعلى الجانب الآخر بلغ عدد الأدلة التي تم إتاحتها من خلال خدمة صوتية وإمكانية "الاستماع" (16) دليلاً بنسبة بلغت 66.7% وهي نسبة مرتفعة أيضاً وتمثل النسبة الأكبر إذ حرصت الوزارة على إضافة زر "الاستماع" إلى العديد من هذه الأدلة خاصة الأدلة العامة حتى يتمكن الوافدون والزائرون من الاستماع إليها، ومن الملاحظ أن أدلة الحج المخصصة لم تتوفر فيها

على العملة أو استبدال العملة، وكذلك العديد من أكواد الاستجابة السريعة التي تتيح التأكد من صحة التصاريح والتأشيرة، وتسجيل الأفراد والأطفال أو التوعية الطبية ومراكز الخدمة الطبية بمكة والمدينة.

وفي ذات السياق، وفي إطار الحرص على تقديم تجربة متكاملة للحجاج والمعتمرين، ظهرت الخرائط التفاعلية في العديد من الأذلة التوعوية ونسبة 41.7%، وهر خرائط تفاعلية للحرم والمسجد النبوي والعديد من الأماكن المقدسة وتم تقديم العديد منها بشكل نشط hyper بحيث يمكن للقارئ استخدامها مباشرة كخرائط استثمارية في التنقل، وهي خدمة مميزة وتأتي في إطار الحرص على تقديم الخدمة البصري للأذلة الرقمية التوعوية ومساعدة القراء على التفاعل المباشر مع الخدمات المقدمة.

ثانياً: تحليل مضمون الأذلة التوعوية التي تقدمها وزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية

الموضوعات التي تشملها الأذلة التوعوية كما تظهر عبر الموقع الإلكتروني للوزارة

جدول 6: الموضوعات التي تشملها الأذلة التوعوية (ن=24)

الموضوعات التي تشملها الأذلة التوعوية	العدد (ك)	النسبة (%)
موضوعات تتعلق بمناسك العمرة والحج	15	62.5%
موضوعات تتعلق بالمرارات ومعاظم مكة والمدينة	5	20.8%
موضوعات تتعلق بالتوعية بقضايا مختلفة	4	16.7%
المجموع	24	100%

تُعبّر الأرقام والنسب في الجدول السابق عن تعدد وتنوع الموضوعات التي عبرت عنها الأذلة التوعوية التي طرحتها وزارة الحج والعمرة عبر موقعها الإلكتروني، إذ جاءت الموضوعات التي تتعلق بمناسك الحج والعمرة في الترتيب الأول ونسبة 62.5%، وقد حملت للعديد من الأذلة عناوين مباشرة تتعلق بمناسك العمرة والحج وقد بلغ عدد هذه الأذلة (15) دليلاً ومن أمثلتها: "دليل العمرة والزيارة"، و "دليل العمرة التوعوي" وهي أدلة عامة تقدم العديد من الخطوات المفصلة التي تتعلق بالحج والعمرة، في حين جاءت بعض هذه الأذلة لتتناول موضوعات متخصصة مثل دليل "الإحرام التوعوي" و "دليل منى التوعوي"، وكذلك دليل "يوم عرفة التوعوي"، ودليل "المزدلفة التوعوي" و "دليل النحر التوعوي"، هذا بالإضافة إلى سبعة أدلة مخصصة للحج والتي تناولت دليل مخصص للحاج المصري واليمن والسوري والجزائري والمغربي والعراقي ونسخة الحاج السوداني. وفي ذات السياق جاءت

لشرح المحتوى وتبسيط بعض الإجراءات وكذلك تسهيل عملية الإدراك لدى جمهور القراء، وكان أبرز هذه الرموز التعبيرية رمز الذهاب إلى الصفحة الرئيسية وهو رمز متعارف عليه ويأخذ شكل "منزل"، وكذلك ظهرت العديد من الرموز التعبيرية مثل رمز "الساعة" للإشارة إلى توقيتات ومواعيد مهمة لا يمكن تخطيها لسلامة إجراءات الحج والمعتمرين، أو الوصول والمغادرة، ورمز "شظية السفر" للإشارة إلى الاستعدادات المهمة للرحلة أو المغادرة وللتأكد من الأمتعة والمتعلقات، وكذلك ظهرت عدة رموز تعبيرية للإشارة إلى التنقل مثل رمز السيارة أو الطائرة أو القطار السريع وتكرر استخدامها في العديد من الأذلة، وكذلك ظهر رمز عدم التوقف وهو عبارة عن علامة متعارف عليها وتشير إلى عدم إمكانية التوقف في أماكن محددة، وكذلك ظهر رمز "المقص" للإشارة إلى شروط وطريقة التحلل، كما اعتمدت الأذلة على عدة رموز تعبيرية جاءت في شكل أشخاص مرسومة للدلالة على قول أو فعل ما لتوضيح أدعية محددة أو طريقة القيام بالصلاة أو الطواف وغيرها من المناسك، كما ظهرت الأسهم بشكل متكرر كرموز تعبيرية هدفها شرح المحتوى وتبسيطه، كما تكرر استخدام "الأيدي" كرموز تعبيرية مرسومة هدفها بالأساس حث المستخدم على الضغط على رابط ما أو استخدام شيء ما بطريقة صحيحة مثل أكواب الماء أو الحقائب الشخصية وغيرها.

وتوضح الأرقام في الجدول السابق أيضاً ظهور "الرسوم الجرافيكية" كأحد الرموز التعبيرية المهمة، وقد ظهرت في العديد من الأذلة التوعوية الرقمية لوزارة الحج والعمرة، هذه الرسوم هي رسوم توضيحية اعتمد عليه مصمموا الأذلة بهدف تبسيط المحتوى وخلق مساحة بصرية مريحة تساعد القارئ على فهم المحتوى، وقد ظهرت هذه الرسوم في 79.2% من الأذلة محل الدراسة، ومن أمثلتها رسوم للتطبيقات المستخدمة أثناء الحج والعمرة، ورسوم جرافيكية للمطارات ورسوم جرافيكية لطريقة ممي الحمرات ولتنقل وغيرها من الخطوات والإجراءات اللازمة لإتمام الحج والعمرة، ورسوم جرافيكية لجبل أحد والمروة والكعبة الشريفة، كما تضمنت بعض الأذلة رسوم جرافيكية لمسارات الأشخاص ذوي الإعاقة البصرية وهي خدمة مهمة تساعد الأشخاص ذوي الإعاقة وذويهم في معرفة طرق ومسارات مهمة يمكن الاعتماد عليها لتسهيل عملية التنقل.

وتوضح الأرقام في الجدول السابق أيضاً، استخدام "أكواد الاستجابة السريعة" بشكل واضح في العديد من الأذلة الرقمية وذلك بنسبة 58.3% من الأذلة التوعوية، هذه الأكواد هي بمثابة تقنيات رقمية حديثة تساعد في تحميل المحتوى أو بعض الأدلة بسهولة الرجوع إليها أو قراءتها في أوقات محددة، مثل أكواد الاستجابة السريعة لتحميل أهم التطبيقات الرقمية مثل نسك وغيره من التطبيقات المهمة، وكذلك أكواد الاستجابة السريعة لأهم قوائم البنوك والجهات المعتمدة للحصول

توضح نتائج الدراسة التحليلية تعدد الأنماط المعرفية والتثقيفية التي تهدف الأدلة التوعوية محل الدراسة إلى إكسابها للجمهور، وتشير الأرقام في الجدول السابق أن "المعلومات والمعارف المرتبطة بمناسك الحج والعمرة" جاءت في الترتيب الأول نسبة 100%، حيث اشتملت جميع الأدلة التوعوية الرقمية التي لفتت انتباه وزارة الحج والعمرة عبر موقعها على معلومات مرتبطة بمناسك الحج والعمرة، واتسمت الأدلة بثراء هذه المعلومات وتنوعها وكذلك استخدام الصور والرموز التوضيحية والرسوم التعبيرية التي تشرح للزائر كلفة الخطوات اللانعة لأداء المناسك وكذلك توضح كافة الأمور المتعلقة بشروط استخراج التأشيرة، والاستعداد للرحلة بدنياً وقانونياً مع وصف ملابس الإحرام وطريقة التلبية والمحظورات وطريقة الغتسال، بالإضافة تدعيم ذلك بخرائط تفاعلية للحركة والتنقل داخل الحرم وخطوات الإحرام والطواف والوصول إلى المسعى وأداء السعي وغيرها من المعارف المهمة التي تفيد المعتمر أو الحاج بشكل مفصل، كما توضح الأرقام في الجدول السابق أن المعلومات المرتبطة بالخطوات الإجرائية والتنظيمية اللانعة لأداء أداء الحج والعمرة جاءت في الترتيب الثاني بنسبة 79.2%، حيث اشتملت أغلب الأدلة على خطوات إجرائية تشرح للجمهور بشكل مفصل كلفة الأمور اللانعة لأداء الحج والعمرة من بمللية استخراج التأشيرة ومروراً بالوصول إلى المطار ثم الوصول إلى محل الإقامة ثم أداء المناسك بشكل مفصل، واتسمت بعض الأدلة بالتحصص الشديد مثل "دليل العمرة التوعوي" الذي يعد دليل شامل ومفصل ومصور يمكن للمستخدم تحميله أو قراءته أو الاستماع إليه ويساعد بشكل كبير في أداء كافة المناسك وتم وضعه في شكل نقاط متسلسلة بحيث يسهل على المستخدم اتباع هذه الخطوات بكل سهولة ودون وجود عقبات.

كما تظهر الأرقام في الجدول السابق أن اتجاه العديد من الأدلة الرقمية لتثقيف الجمهور حول طبيعة الشعائر من حج وعمرة وكذلك طبيعة الأماكن المقدسة في مكة والمدينة، حيث جاء هذه الهدف بنسبة 75%، وذلك من خلال شرح فضائل العمرة وفضائل الحج، وفضل الصلاة في المسجد الحرام والمسجد النبوي وكذلك شرح آداب الحرمين الشريفين ومرعاة قدسية المكان، وجاءت بعض الأدلة بعنوان "دليل مكة التوعوي" و "دليل المدينة التوعوي" لتقديم معلومات قيمة حول أبرز المعالم والأماكن والمزارات والمعارض والمتاحف والمساجد بمكة والمدينة، والتي اشتملت على غار ثور وموقعه، جبل النور، وحمام أم المؤمنين رضى الله عنها، ومسجد البعثة (الحمرات)، وجامعة عائشة الراجحي وما يقدمه من أنشطة تثقيفية واجتماعية مختلفة، وكذلك معرض كسوة الكعبة وغيرها من المعلومات المفيدة والقيمة.

كما توضح الأرقام في الجدول السابق أن الهدف المرتبطة بتقديم معلومات عن جهات الاتصال للمتاحة جاء بنسبة 100%، حيث

الموضوعات المتعلقة بالمزارات ومعالم مكة والمدينة في الترتيب الثاني بإجمالي عدد (5) أدلة توعوية تناولت جميعها موضوعات تتعلق بمعالم مكة والمدينة والمزارات وشرح لطبيعة المسجد النبوي والمسجد الحرام ومن الأمثلة لذلك: دليل المسجد النبوي، ودليل المسجد الحرام التوعوي ودليل خدمات المسجد النبوي ودليل معالم مكة التوعوي. وفي الترتيب الأخير جاءت بعض الأدلة للتوعية بالأمور الصحية والقانونية والمالية للإقرارات الجمركية، كما تناولت بعض الأدلة التوعية المالية قبل القدوم، وشراء خدمات الحج والعمرة، والعملة السعودية المعتمدة وكذلك الإقرارات الجمركية، والتي تتضمن شركات خدمات الحج والعمرة والالتزامات الواجبة عليها، وجهات تقدم خدمات الحج والعمرة للحجاج من الخارج. كما جاء دليل التوعية السيبرانية تحت رعاية كل من الهيئة الوطنية للأمن السيبراني ووزارة الحج والعمرة وكذلك الهيئة للعلفة للأوقاف، وقد تناول الدليل أهمية الوعي بالأمن السيبراني في موسم الحج والعمرة، وأساليب التصيد وكيفية تجنبها وكذلك التصفح الآمن لشبكة الإنترنت داخل المملكة، وأمن التطبيقات الإلكترونية المستخدمة أثناء الحج والعمرة، بما يضمن سلامة معلومات المستخدمين وضيوف الرحمن.

الأنماط المعرفية والتثقيفية التي تهدف الأدلة التوعوية إلى

إكسابها للجمهور

جدول 7: الأنماط المعرفية والتثقيفية التي تهدف الأدلة التوعوية إلى إكسابها للجمهور (ن=24)

الأنماط المعرفية والتثقيفية للأدلة التوعوية	العدد (ك)	النسبة (100%)
معلومات ومعارف مرتبطة بمناسك الحج والعمرة	24	100%
معلومات إجرائية وتنظيمية لخطوات أداء الحج والعمرة	19	79.2%
معارف تثقيفية مرتبطة بتثقيف الجمهور حول طبيعة الشعائر والمعالم والمزارات المختلفة بمكة والمدينة	18	75%
معلومات مرتبطة بالتواصل مع الجهات المختلفة بالمملكة	24	100%
معلومات ومعارف عامة أثناء رحلة العمرة أو الحج	14	58.3%

مواقيت الإحرام؟. وغيرها من الأسئلة التي قدمت الأدلة إجابات سريعة وواضحة عليها بهدف إخبار القارئ بكل المعلومات التي تساعد في إتمام المناسك بالشكل الصحيح، كما تتمد بمعلومات مهمة حول الشعائر والاشتراطات اللازمة لتأدية الحج والعمرة على النحو السليم وفق ما أمر به الله تعالى، أو حياء في الملهدي النبوي. ومن أمثلة توظيف الأسلوب الإخباري المباشر في كتابة الأدلة التوعوية ما نلاحظه في "دليل الإحرام التوعوي"، إذ يبدأ الدليل بتعريف الإحرام بشكل مبسط ومبشر فعندما نقوم بقراءة أو تحميل هذا الدليل وبالذهاب إلى الصفحة رقم (3) نجد تعريف الإحرام على النحو التالي "الإحرام هو أول خطوة في عبادة عظيمة أمر الله أن نخلص فيها غيبتنا ونقيمها على أكمل وجه". كما يقدم الدليل شرح مبسط في شكل نقاط محددة من أجل تثقيف الحجاج والمعتمرين بالعديد من الأمور المهمة مثل "محظورات الإحرام" والتي يقسمها إلى محظورات علمية وأخرى تخص الرجال ومحظورات تخص النساء. وفي ذات السياق، قدمت الأدلة العديد من المعلومات المهمة للحجاج والمعتمرين وحاءت الموضوعات التي تحمل هذه المعلومات تحت عناوين تم كتابتها بخط كبير للفت الانتباه مثل "مخالفات موجبة للعقوبة" وقد ظهر هذا العنوان بشكل متكرر في ألفة الحج ومن هذه المخالفات: التدخين في الأماكن العامة وإتلاف الممتلكات العامة والعمل خلال فترة الحج.

وعلى النحو الآخر ظهر الأسلوب العاطفي في العديد من الأدلة وذلك بنسبة 66.7%، حيث حرص محررو الأدلة على توظيف لغة إنسانية عاطفية تمس مشاعر الجمهور وتخطبهم بشكل إنساني، وقد ظهر هذا الأسلوب في العديد من الأدلة ككل أو في أجزاء منها عندما تم مخاطبة الحجاج أو المعتمرين بلغة أخوية وإنسانية مثل "الإحرام هو عمل قلبي تدخل به أخي الحاج والمعتمر في عبادة عظيمة ينبغي به وجه الله ورضاه". ومن الأمثلة على توظيف هذا الأسلوب أيضاً ما نقرأه في دليل الحجاج "نسخة الحاج الجزائري" عندما يشير الدليل إلى الحج باستخدام لغة إنسانية وعاطفية على النحو التالي "في الجزائر الحج ليس فريضة، هو عرس روحي كبير. الناس تجهز وتدعو وترغد وتزين البيوت والجدران — ربي يسهل عليك يا حاج وتكون من المقبولين" وكذلك يستخدم الدليل لغة عاطفية في حديثه عن الحج على النحو التالي "كل شيء يبدأ من القلب وكل خطوة في طريق مكة هي خطوة نحو بلوغ المقصود إلى نرجوه". وفي ذات السياق ظهر الأسلوب العاطفي في شكل تقديم النصح للحجاج والمعتمرين ومن الأمثلة على ذلك في دليل الحج نجد عنوان "نصيحة": احتفظ بنسخة رقمية من جواز السفر على هاتفك يقدر يسهل عليك الرجوع في حال فقدانه؟

كما ظهر الأسلوب الاستشهادي بشكل ملحوظ وذلك بنسبة 45.8% إذ تمثلت صفحات العديد من الأدلة بلستشهادات من القرعاع أو السنة النبوية المشرفة، على سبيل المثال عند الحديث عن فضل الحج

تضمنت كافة الأدلة معلومات مرتبطة بجهات الاتصال المختلفة والتي شملت مركز اتصال وزارة الحج والعمرة على الرقم (920002814) والاستفسارات الخاصة بالمسجد الحرام والمسجد النبوي على الرقم (1966)، وألقام لحالات الطلوة والخدمات الأمنية (911)، ألقام الاستشارات الطبية العاجلة (937)، كما شملت هذه المعلومات أيضاً التطبيقات المتاحة وطرق تنزيلها والاستفادة منها.

وفي إطار تقديم معلومات ومعارف علمية حول الحج والعمرة والتي حاءت بنسبة 58.3% حاولت الأدلة تقديم للعديد من المعلومات العامة والتي جاء بعضها من خلال الإجابة على العديد من تساؤلات الأفراد ووضعها في شكل نقاط محددة في سياق الأسئلة الأكثر شيوعاً مع تقديم إجابات عليها، واشتملت هذه المعلومات على بعض الأدعية المحببة، وأماكن يفضل القيام بها، وبعض الخدمات المتوفرة بمكة والمدينة ومعلومات عن التنقل والقطارات وطريقة الحجز وتأكيد الحجز.

أساليب كتابة الموضوعات في الأدلة التوعوية الرقمية كما ظهرت عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة بالمملكة

جدول 8: أساليب كتابة الموضوعات في الأدلة التوعوية (ن = 24)

أساليب كتابة الأدلة التوعوية الرقمية	العدد (ك)	النسبة (100%)
الأسلوب الإخباري المباشر	24	100%
الأسلوب القصصي (سرد وحكي للموضوع)	16	66.7%
الأسلوب العاطفي (الإنساني)	14	58.3%
الأسلوب الاستشهادي	11	45.8%
الأسلوب القانوني	5	20.8%
الأسلوب التاريخي	3	12.5%

تكشف نتائج الدراسة التحليلية كما هو موضح في الجدول السابق تنوع أساليب كتابة الأدلة التوعوية الرقمية التي لتاحتها وزارة الحج والعمرة عبر موقعها الإلكتروني، وتكشف الأرقام في الجدول أن "الأسلوب الإخباري المباشر" جاء في مقدمة هذه الأساليب بنسبة 100%، إذ اشتملت كافة الأدلة على موضوعات قدمت معلومات مباشرة وبمبسطة تخص الحج أو العمرة، ومن خلال هذا الأسلوب حرص محررو هذه الأدلة على إضافة فهارس شارحة في الصفحات الأولى للأدلة تسهل على القارئ الوصول إلى المعلومات بسرعة ودقة، كما وظفت العديد من الأدلة لأسلوب "السؤال والجواب" أو الاستفهام من أجل تقديم إجابات سريعة وواضحة على موضوعات محددة ومن الأمثلة على ذلك ما هو الإحرام؟، وما هو لباس الإحرام؟، وما هي

خلك، وتعدد الأغراض البلاغية لاستخدام هذا الأسلوب وتنوع لتشمل التقرير والتعجب والتشويق (وليد قصاب، 2010). وتكشف نتائج الدراسة التحليلية بروز هذا الأسلوب بشكل واضح في كتابة الأدلة التوعوية الرقمية وقد تنوعت الأهداف من استخدام هذا الأسلوب لتشمل التقرير والتشويق، ومن الأمثلة التطبيقية لهذا الأسلوب ما نقرأه في "دليل المسجد الحرام التوعوي"، حيث استخدم محررو الدليل هذا الأسلوب في العديد من المواضيع بهدف التقرير والتشويق، ومن الأمثلة التي تضمنها الدليل تلك الأسئلة: ماذا يعني الحرم ولماذا؟، وماذا يعني الحرم بالنسبة لي؟ وأيضا نجد عدة أسئلة تقع في نطاق هذا الأسلوب مثل: لماذا يختص الحرم؟ وتأتي الإجابة لتحمل تقريرا مفصلا بكل المعلومات التي يحتاجها الحاج والمعتمر، كما تم توظيف هذا الأسلوب بغرض التشويق وإثارة انتباه القارئ.

كما ظهر هذا الأسلوب في العديد من الأدلة الأخرى مثل "دليل الإحرام التوعوي"، إذ نجد فيه العديد من الأسئلة التي يهدف من خلالها محررو الأدلة إلى تقديم إجابات واضحة عن موضوع السؤال، ومن الأمثلة على ذلك الاستفهام: ما هو الإحرام؟ وتكشف نتائج الدراسة التحليلية عن ظهور لأسلوب الاستفهام بشكل واضح في الجزء الخاص بالأسئلة الأكثر شيوعا، إذ حرص محررو الأدلة التوعوية على تقديم أسئلة تكرر الاستفسار عنها من قبل المستخدمين ومن الأمثلة: هل تتيح تأشيرة العمرة التنقل بين مدين المملكة؟، هل يمكن أداء العمرة خلال رحلات العبور "الترانزيت"؟، أين يمكنني الحلاقة؟

وأيضاً في دليل التوعية المالية نجد السؤال التالي: من أين أحصل على الريال السعودي؟ وفي ذات السياق استخدم محررو هذا الدليل لأسلوب الاستفهام من أجل جذب انتباه القارئ وتوعيته بالأمور المهمة ولذلك يظهر التساؤل التالي: كيف تتسوق بأمان عبر الإنترنت؟

وفي " دليل الجمرات التوعوي " نجد توظيف آخر لهذا الأسلوب: ما هو رمي الجمرات؟، ولماذا نرمي الجمرات؟ وكيف أرمي الجمار؟ وكيف أصل إلى الجمرات؟

أسلوب الأمر:

يتضمن أسلوب الأمر طلب فعل الشيء باستخدام صيغ لغوية متعددة، ولتحقيق عدة أغراض بلاغية أهمها الإلزام، والنصح والإرشاد أو الحث على القيام بشيء ما Abdul-Raof (2014) وقد ظهر هذا الأسلوب بشكل واضح في سياق العديد من الأدلة التوعوية محل الدراسة ومن الأمثلة التطبيقية على ذلك ما جاء في دليل المسجد الحرام التوعوي: احرص على اتباع تعليمات الأمن وعدم إيذاء الآخرين، وأسلوب الأمر هنا هدفه الإلزام، وكذلك ظهر أسلوب الأمر: جدد نيتك وإخلاصها لله، وهو أمر هدفه النصح ولتقان العبادة. وكذلك: تحل بالسكينة والرفق. كما ظهر هذا الأسلوب بشكل متكرر من أجل حث

والعمرة يستشهد الدليل بقول الله عز وجل " وأتموا الحج والعمرة لله" (البقرة: 196). وفي ذات السياق وبالرجوع إلى "دليل المسجد الحرام التوعوي" نجد العديد من الاستشهادات عن فضل مكة، إذ يستشهد محررو الدليل في الصفحة رقم (8) بقول الله عز وجل "إن أول بيت وضع للناس للذي ببكة مباركاً وهدى للعالمين" (آل عمران: 96). كما يستشهد الدليل بقول رسول الله صلى الله عليه وسلم " والله إنك لخير أرض الله، وأحب أرض الله إلى الله". وكذلك قول الرسول الكريم " إن هذا البلد حرمه الله يوم خلق السماوات والأرض، فهو حرام بحرمه الله إلى يوم القيامة".

وتوضح الأرقام في الجدول السابق توظيف الأسلوب القانوني في بعض الأدلة التوعوية ويظهر خلك من خلال محاولة تنقيف الحاج والمعتمرين بالعديد من الأمور القانونية. وقد ظهر هذا الأسلوب بنسبة 20.8%، كما توضح نتائج الدراسة التحليلية وجود دليل كامل تحت مسمى " دليل التوعية القانونية" إذ يشمل هذه الدليل على كافة الأمور المتعلقة بتنظيم الحج والعمرة، والمسؤولية للقانونية على الشركات المنظمة والعقوبات التي تتحملها حال عدم الالتزام بقوانين وتعليمات وزارة الحج والعمرة، كما شمل الدليل على للعديد من الأمور المنظمة لوجود الأفراد على أرض المملكة وضوابط خلك ومسؤوليات المرخص له وواجبته. ومن الأمثلة على خلك أيضاً نلاحظه في " دليل التوعية السيبرانية" عندما يشير محررو التقرير إلى العديد من الأمور المهمة المتعلقة بالتصفح الآمن للإنترنت، وأساليب تجنب سرقة البيانات والمعلومات وعواقب ذلك بشكل قانوني، والإجراءات الاستباقية للحفاظ على بيانات المستخدمين.

وتوضح الأرقام في الجدول السابق أن الأسلوب التاريخي جاء كأقل الأساليب المستخدمة في كتابة الأدلة التوعوية الرقمية وذلك بنسبة 12.5% إذ ظهر هذا الأسلوب في بعض المواضيع عند الحديث مثلاً عن رحلة أبو الأنبياء سيدنا إبراهيم عليه السلام عندما امتثل لأمر الله تعالى وقام برفع قواعد الكعبة المشرفة في مكة المكرمة بمعاونة ابنه إسماعيل وهو لستعراض تاريخي يشير إلى المحطات الأسلمية التي مرت بها عملية بناء الكعبة المشرفة، كما ظهر هذا الأسلوب في أدلة الحج في العديد من النسخ الموجهة إلى المنطقة العربية عندما تم سرد تاريخ الوفود المشاركة في الحج من بعض البلدان وتطور رحلاتهم وقدمهم إلى المملكة لأداء فريضة الحج.

الأساليب الإنشائية التي تم توظيفها في الأدلة التوعوية الرقمية كما ظهرت عبر الموقع الإلكتروني لوزارة الحج والعمرة بالمملكة

أسلوب الاستفهام:

يُعد أسلوب الاستفهام من أكثر الأساليب الإنشائية المستخدمة في الأدلة التوعوية. والاستفهام هو طلب العلم بشيء لم يكن معلوم قبل

قبل القدوم. وهي نصائح مهمة تضمن السلامة المالية لكل حاج أو معتمر.

وكذلك النهي بعدم استخدام شبكات الإنترنت العامة في التسوق الإلكتروني، نجد النهي التالي: لا تستخدم شبكات WI-FI العامة في التسوق عبر الإنترنت. وفي ذات السياق نجد توظيف هذا الأسلوب على النحو التالي: لا تستخدم حساب شخص آخر ولا تمكنه من حسابك. لا تحول ولا تستلم نيابة عن شخص آخر. لا تفرط في وثائقك وبياناتك الشخصية والمالية.

وفي "دليل الجمرات التوعوي" يظهر أيضاً هذا الأسلوب ومن الأمثلة على ذلك: لا تؤذ الحجاج برمي المهملات في طريقهم.

أسلوب الدعاء:

أسلوب الدعاء هو هدفه طلب ما فيه الخير أو دفع ما فيه الضرر. وقد ظهر هذا الأسلوب واعتمد عليه محررو الأدلة التوعوية الرقمية لتحقيق عدة أهداف بلاغية أهمها تمني الخير للحجاج والمعتمرين وبناء حلقة وصل معهم، ومن الأمثلة على ذلك دعاء تكرر في للعديد من الأذلة وهو " تقبل الله أعمالكم وسعيكم".

وهو دعاء يحمل تمني من القائم بالاتصال " المحرر " بأن يقبل الله السعي والتعب والعمل الصالح من الحجاج والمعتمرين على أرض المملكة العربية السعودية.

وفي الأدلة المتخصصة وعددها (7) أدلة نجد العديد من الأدعية التي تمنى القبول للحاج من كل للدول العربية ومن الأمثلة على ذلك: مبارك عليك يا حاج.. كتب الله لك هذه النجاة واختارك من بين الملايين.. فهنيئاً لك. وأيضاً وفي ذات السياق نجد توظيف لهذا الأسلوب على النحو التالي: مبارك عليك يا حاج اختارك الله من بين عباده لتكون ضيفاً على بيته هذا العام.

ملخص الدراسة ومناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري

والدراسات السابقة

في ظل رؤية المملكة 2030 اتضح أن العديد من خدمات وزارة الحج والعمرة أصبحت رقمية، وكذلك توسعت الوزارة في الاعتماد على التطبيقات المختلفة التي تتميز بالتفاعلية والقدرة على تحقيق تواصل مبشر مع المستخدمين. هذا يتوافق مع الاتجاهات الحديثة في أغلب دول العالم من حيث الاتجاه إلى رقمنة الخدمات للعملة إذ ينظر إليها على أنها مرادفة لكفاءة الدولة والحكومة الحديثة، إذ تتجه للعديد من الحكومات والهيئات الرسمية إلى تحويل خدماتها إلى خدمات رقمية لتصبح أكثر فعالية في تحقيق الأهداف والوصول إلى الجماهير المستهدفة، وهذا ما ذهب إليه العديد من الباحثين مثل Balaji, K., 2025، حيث كشف

المستخدمين على لتباع بعض الإجراءات والخطوات من أجل التعامل السليم مع الأدلة والذهاب إلى جزء محدد أو الضغط على زر معين، ومن الأمثلة على ذلك: اضغط هنا للوصول إلى المنصة وتحميل التعليمات، للاطلاع على دليل العمرة التوعوي: اضغط هنا.

وكذلك في "دليل التوعية السيبرانية" نجد أمر هدفه مساعدة المستخدم على التعامل الصحيح مع المحتوى والذهاب إلى أجزاء محددة مثل: اضغط هنا للوصول إلى فيديو التوعية السيبرانية. وفي ذات الدليل نجد أمر هدفه النصح مثل: تجنب التجاوب مع الروابط أو الرسائل مجهولة المصدر. وكذلك احرص على تحديث المتصفح باستمرار ومراجعة إعدادات الأمان. وكذلك، استخدم التطبيقات والمواقع الموثوق بها.

وفي بعض الأحيان كان الأمر يهدف لتباع تعليمات الأمن والجهات المنظمة ومن الأمثلة: اتبع تعليمات الجهات المنظمة وكذلك مشرفي الرحلة بما يضمن سلامتك وسلامة الآخرين.

ومن الأمثلة أيضاً الأمر التالي كما ظهر في دليل العمرة: في حالة عدم العثور على أمتعتك توجه فوراً إلى مكتب المفقودات.

في بعض الأحيان ظهر أسلوب الأمر لحث الأفراد على القيام بشيء ما ومن الأمثلة على ذلك: استكشف المواقع الثقافية والتاريخية بمكة. وهو أمر هدفه تحفيز الأفراد لزيارة المعالم للتاريخية والثقافية وإثراء رحلتهم الروحية.

أسلوب النهي:

يظهر لأسلوب النهي كأحد الأساليب المستخدمة في الكتابة، ويحمل هذا الأسلوب العديد من الأغراض البلاغية قد ترتبط بالتهديد أو الالتماس أو الإرشاد والنصح وفي بعض الأحيان يكون هدفه التمني والتشويق (وليد قصاب، 2010). ومن واقع تحليل الأدلة التوعوية الرقمية محل الدراسة نجد أن هذه الأسلوب ظهر في بعض المواضيع بهدف النهي وتقديم النصح وليس التهديد ومن الأمثلة على ذلك نهي لعدم للتدافع داخل الحرم: لا ينبغي على المسلم التزاحم والتدافع لتقبيل الحجر الأسود، حيث قد يتسبب ذلك في الأذى الجسدي والنفسي للآخرين.

وكذلك ظهر في بعض الأذلة للدلالة على التحذير والتنبيه ومن الأمثلة على ذلك: لا تترك حقيبتك في أي مكان ودون عليها لئلا يبللها. وأيضاً: لا يجب التدخين فالتدخين ممنوعاً باتاً في الساحات والمرافق العامة ومداخل الفنادق.

وفي "دليل التوعية المالية" ظهر هذا الأسلوب أيضاً لتقديم النصح للحجاج والمعتمرين بشأن التعامل مع الأمور المالية ومن الأمثلة على ذلك: لا تضطر إلى حمل أموال كثيرة عند القدوم، لا تواجه محاولات احتيال مالي من مجهولين، ولا تشغل بشيء يفسد تفرغك للعبادة وحاء هذه العبارات جميعها تحت عنوان لما لا تفعل لتدفع تكاليف الرحلة

للباحث أن الشفافية والثقة في الخدمات الحكومية مرتبطة بتحول الحكومات إلى النموذج الرقمي (Balaji, 2025).

وفي هذا السياق قام الباحث بتحليل عينة حجمها (24) دليل من الأدلة التي توفرها الوزارة عبر موقعها الإلكتروني وهي مقسمة إلى (17) دليل عام و (7) أدلة مخصصة إلى الحجاج بالمنطقة العربية، ومن خلال الحصر الشامل لهذه الأدلة اتضح أنها متاحة بعدد كبير من اللغات يخدم أغلب الأفراد من دول العالم وقد بلغ عدد هذه اللغات (16) لغة، كما أنها تستعين بالعديد من الصور الحقيقية والرسوم الجرافيكية والرموز التعبيرية وكذلك الخرائط التفاعلية التي تتيح للمستخدم الاستفادة القصوى منها، كما اتسمت الهيئة الشكلية لهذه الأدلة بجودة التصميم وإمكانية الاستماع إلى مضمونها أو تحميلها أو قراءتها مبلشرة وكذلك مشاركتها مع الآخرين.

وعلى مستوى المضمون كشفت نتائج الدراسة أن الموضوعات الأكثر بروزاً في الأدلة التوعوية هي منسك الحج والعمرة وكذلك موضوعات تتعلق بمزارات مكة والمدينة وأهم معالمهما، في حين لم يقتصر الأمر على ذلك وإنما حرصت وزارة الحج والعمرة على التوعية القانونية والسيبرانية والصحية للحجاج والمعتزمين عبر العديد من الأدلة المتخصصة وهو ما يساعد في تنظيم مناسك الحج والعمرة ويخدم الأهداف الاتصالية للوزارة بشكل واضح.

وتتسق هذه النتائج مع الأهداف الاتصالية لوزارة الحج والعمرة في زيادة حجم التوعية بالناسك والمزارات المختلفة وكذلك التوعية للقانونية والصحية والسيبرانية للحجاج، إذ أن الهدف الرئيس للوزارة يتمثل في تسهيل الحصول على المعرفة السليمة بكافة الأمور المتعلقة بالحج والعمرة من خلال الأدلة الرقمية والتطبيقات الحديثة. بما يعمل على تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عالمياً في ظل التحول الرقمي وإبراز الخدمات الحديثة التي تقدمها المملكة في مختلف الجهات ومنها وزارة الحج والعمرة.

كما أوضحت نتائج الدراسة التحليلية سعي هذه الأدلة التوعوية إلى تحقيق عدة أهداف تثقيفية ومعرفية أبرزها تقديم معلومات مرتبطة بمناسك الحج والعمرة تتضمن طبيعة الشعائر والخطوات الإجرائية والتنظيمية اللازمة بما يضمن سلامة الحاج والمعتزم، وقد تم تقديم هذه المعلومات في شكل مميز وبالاتساع بالصور والرموز التعبيرية والرسوك الجرافيكية والعديد من اللغات كما سبق وأوضحنا.

وهذا بدوره يصب في كفاءة التواصل وتعزيز المعرفة الصحيحة لكافة الحجاج على أرض المملكة ويسهم في تقديم تجربة دينية وثقافية مميزة لضيوف الرحمن على أرض المملكة.

وقد كشفت نتائج الدراسة التحليلية أيضاً تنوع وتعدد أساليب كتابة هذه الأدلة الرقمية، إذ جاء الأسلوب الإخباري المباشر في مقدمة هذه

الأساليب ثم الأسلوب القصصي الإنساني الذي يخاطب الحاج والمعتزم بلغة إنسانية قريبة إلى القلب بهدف تقديم النصيح، كما ظهرت بعض الأساليب الأخرى مثل الأسلوب العاطفي والاستشهادي الذي يستشهد بالقرآن الكريم والسنة النبوية، وعلى مستوى الأساليب الإنشائية الموظفة في الأدلة التوعوية الرقمية اتضح الاعتماد على العديد من هذه الأساليب مثل أسلوب الاستفهام والأمر والنهي والدعاء، وقد ساعدت هذه الأساليب جميعها في عرض المضمون بشكل مشوق وجذاب.

وبشكل عام يمكن القول إن هذه الأدلة التوعوية الرقمية اتسمت بالحدثا وجودة الشكل والمضمون، وسعت إلى تحقيق الأهداف الاتصالية والمعرفية لوزارة الحج والعمرة بالمملكة العربية السعودية، وقد تنوعت اللغات التي ظهرت بها هذه الأدلة وكذلك تنوعت الموضوعات والأنماط التثقيفية وأساليب الكتابة بما يساعد في دعم أهداف وزارة الحج والعمرة وكذلك يتوافق مع رؤية المملكة 2030 في التحول الرقمي والاتجاه إلى رقمنة الخدمات الحكومية للوزارة والمؤسسات المعنية.

توصيات الدراسة:

فيما يلي بعض التوصيات التي يمكن للممارسين والقائمين على الاتصال بوزارة الحج والعمرة الاستفادة منها على النحو التالي:

- التوسع في إتاحة الأدلة الرقمية عبر الحسابات الرسمية للوزارة عبر منصات التواصل الاجتماعي وكذلك التطبيقات الرقمية للوزارة، هذا بدوره يساهم في تعزيز التواصل ورفع وعي المعتزمين والحجاج بمضمونها ويعظم الاستفادة منها.
- يجب على القائمين على التواصل الرقمي بالوزارة تعزيز استراتيجيات التواصل التفاعلي مع الجمهور المستهدف وعدم الاكتفاء باستراتيجية الدفع (المعلوماتي) وذلك من خلال إتاحة الفرصة للمستخدمين للتعليق على الأدلة والاستفسار عن موضوعات محددة.
- التوسع في توظيف " الإنفوجراف " والفيديوهات القصيرة أو إتاحة الروابط المختلفة لعرض هذه الفيديوهات، حيث تعمل على توضيح المعلومات بشكل أعمق.
- في إطار التكامل بين الاتصال الرقمي والتقليدي يمكن إتاحة هذه الأدلة بالأماكن العامة بمكة والمدينة مع توفير تقنية مسح الأكواد لقراءة هذه الأدلة والتعريف بمضمونها.

الدعم المالي

لم يحصل الباحثون على أي دعم مالي موجه من أي مؤسسة سواء كانت رسمية أو غير رسمية لإجراء هذا البحث.

الإفصاح والتصريحات:

تضارب المصالح: ليس لدى المؤلف أي مصالح مالية أو غير مالية ذات صلة للكشف عنها. المؤلفون يعلنون عن عدم وجود أي تضارب في المصالح.

الوصول المفتوح: هذه المقالة مرخصة بموجب ترخيص إسناد الإبداع التشاركي غير تجاري 4.0 الدولي (CC BY-NC 4.0)، الذي يسمح بالاستخدام والمشاركة والتعديل والتوزيع وإعادة الإنتاج بأي وسيلة أو تنسيق، طالما أنك تمنح الاعتماد المناسب للمؤلف (المؤلفين) الأصليين. والمصدر، قم بتوفير رابط لترخيص المشاع الإبداعي، ووضح ما إذا تم إجراء تغييرات. يتم تضمين الصور أو المواد الأخرى التابعة لجهات خارجية في هذه المقالة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقالة، إلا إذا تمت الإشارة إلى خلاف ذلك في جزء المواد. إذا لم يتم تضمين المادة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقال وكان الاستخدام المقصود غير مسموح به بموجب اللوائح القانونية أو يتجاوز الاستخدام المسموح به، فمسوف تحتاج إلى الحصول على إذن مباشر من صاحب حقوق الطبع والنشر. لعرض نسخة من هذا الترخيص، قم بزيارة: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

المراجع

محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 189.

وليد قصاب. (2010). علم المعاني. دار الفكر. دمشق، 122.

References

- Abdul-Raof, H. (2014). *Arabic Rhetoric: A Pragmatic Analysis*. London. Routledge, 234.
- Al-Sayyed, N. & Elyah, N. (2026). Digital governance in Qatar: navigating the paradox of digital bureaucracy. *Digital Policy, Regulations and Governance*, ahead-of-print. <https://0810bafga-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1108/DPRG-09-2025-0320>.
- Artem, Z. (2023). PR-Message Analysis as a New Method for the Quantitative and Qualitative Communication Campaign Study. *Information & Media*, (93), 42-61.
- Athey, S. et al. (2023). Digital public health interventions at scale: The impact of social media advertising on beliefs and outcomes related to COVID vaccines. *Journal of Medical Internet Research*, (25), 4087. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9945974/>
- Balaji, K. (2025), "E-Government and E-Governance: driving digital transformation", in *Public Administration*. In *Public Governance Practices in the Age of AI*, IGI Global Scientific Publishing, 28.
- Dunan, A. (2020). *Government Communications in the Digital Era: Public Relations and Democracy*. Communication. 5, (1), 1-25. DOI:[10.30818/jpkm.2020.2050108](https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050108)
- Edinger, J. (2024). Staying Agile in the Changing World of Government Social Media. At the 2024 Government Social Media Conference, officials shared their insight on how to operate in the changing landscape of social media. Available: [Staying Agile in the Changing World of Government Social Media](https://haj.gov.sa/ar/Awareness-Center/Awareness-Guides).
- <https://haj.gov.sa/ar/Awareness-Center/Awareness-Guides>
- Huang, Y. H., Wu, F., & Huang, Q. (2017). Does Research on Digital Public Relations Indicate A Paradigm Shift? An Analysis and Critique of Recent Trends. *Telematics and Informatics*, 34, (7), 1364–1376.
- Johnston, J. (2020). *Public Relations: Theory and Practice*. New York: Routledge, 246.
- Klaus, K. (2016). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. London. Sage Publications, 82.
- Machado, P. F. (2025). Enhancing the Quality of Governments: Does E-Government Play a Role? M.A. University of Miho, 1-92. <https://hdl.handle.net/1822/96616>
- Meganck, S., Smith, J., & Guidry, J. P. (2020). The Skills Required for Entry-Level Public Relations: An Analysis of Skills Required in 1,000 PR job ads. *Public Relations Review*, 46, (5), 101973.
- Oka, L. S. et al (2024). Government Public Relations Strategy in the Digital Age: Social Media Influencer (SMI) Collaboration in Building Community Participation in Maidun Regency. *Informasi*, 54, (1), 89-104. [PDF\) Government public relations strategy in the digital age: Social Media Influencer \(SMI\) collaboration in building community participation in Maidun Regency](https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050108)
- Pöyry, E., Reinikainen, H., & Luoma-Aho, V. (2022). The Role of Social Media Influencers in Public Health Communication: Case of the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Strategic Communication*, 16, (3), 469–484.
- Samit, U. (2024). Digital public relations: A leading and cost-effective channel for Public Awareness in

- أبو عاقلة، جابر سليمان، نصر مطصفي (2021). مطبوعات العلاقات العامة وأثرها في تعزيز الرسالة الاتصالية: دراسة تطبيقية على بورصة أسواق المحصولات. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، (6)، 291-329. <https://search.mandumah.com/Record/1137979>
- الأسمر مروان. (2025). الحكومة الإلكترونية ورؤية المملكة العربية السعودية *المجلة العربية للنشر العلمي*، (81)، 123-152. <https://0810g193o-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Search/Results?type=AllFi=elds&lookfor>
- إيمان حسين (2023). دور مطبوعات العلاقات العامة في التثقيف الصحي للحجاج والمعتمرين. *المجلة العلوم الاجتماعية*، 51، (3)، 183-203. <https://0810g193o-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Search/Results?type=AllFi=elds&lookfor>
- راشد الشمري. (2025). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنشآت الصحية بالمملكة العربية السعودية في إطار برنامج التحول الصحي: دراسة ميدانية. *مجلة بحوث كلية الآداب*. 4، (141)، 4. <https://repository.ekb.eg/ar/item/article/67bd76d2315cbd85842e37cb>
- سامي طابع. (2006). بحوث الإعلام، القاهرة. دار النهضة العربية، 144.

- https://www.researchgate.net/publication/362615937_West_Java_Regional_Police_Public_Relations_Personnel's_adaptation_to_digital_age_communication
- Sanina, A., et al. (2023), "The Socio-economic Efficiency of Digital Government Transformation", International
- Umbach, G. & Tkalec, I. (2022), "Evaluating E-governance Through E-government: Practices and Challenges of Assessing the Digitalization of Public Governmental Services", Evaluation and Program Planning, 93, 102118-102125. [Evaluating e-governance through e-government: Practices and challenges of assessing the digitalization of public governmental services](#)
- Wright, D., & Hinson, M. (2017). Tracking how social and other digital media are being used in public relations practice: A twelve-year study. Public Relations Journal, 11(1), 1-30.
- Zhang, N. (2013), "Public Perceptions of Genetically Modified Food on Social Media: A Content Analysis of YouTube Comments on Videos", MA, College of Information and Communications, University of South Carolina, 14.
- Zhang, Y. (2024). The Impact of New Media on Traditional Media. Journal of Education, Humanities and Social Sciences, 28, 691-696. https://www.researchgate.net/publication/309014723_The_Impact_of_New_Media_on_Traditional_Media
- Sani, A. et al. (2022). West Java Regional Police Public Relations Personnel's Adaptation to Digital Age Communication. Public Relations Profession Scientific Journal of Public Relations, 7, (1), 73.
- Journal of Public Administration, Vol. 46 No. 1, pp. 85-96. <https://doi.org/10.1080/01900692.2021.1988637>
- Sedra, V. & Esra, S. (2022). Digital Public Relations Practices. Academy of Strategic Management Journal, 21, (4), 1-12.
- Singh, M. K., & Sharma, M. (2024). The Effectiveness of Social Media Campaigns in Improving Knowledge and Attitudes toward Mental Health and Help-Seeking in High-income countries: Scoping review. JMIR Public Health and Surveillance, 10, 67-87. <https://www.sciencedirect.com/org/science/article/pii/S1438887125007423>.
- The Public Sector. Global Journal of Engineering and Technology Advances, 2024, 19, (1), pp. 231-241.
- Tosin, M et al .(2023). Impact of Digital Public Relations on Good Governance, Accountability, and National Integration in Nigeria. Path of Science, 9, (8), 5009. [\(PDF\) Impact of Digital Public Relations on Good Governance, Accountability, and National Integration in Nigeria.](#)