



اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية

للمؤسسات الحكومية

– دراسة مسحية

**Attitudes of Saudi journalists towards the role of the Government Communication
Center in coordinating the media for government institutions**

- Survey Study

إعداد الباحثات:

1- زينب على آل نمر

2- نجود مظفر المظفر

3- هند على الدوسري

4- د/زكية النور يوسف: أستاذ مشارك في الاعلام-قسم الاتصال والاعلام -كلية الآداب -جامعة

الملك فيصل

تاريخ نشر البحث: 2023/1/30

تاريخ استلام البحث: 2023/1/1

Abstract

The study aimed to identify the attitudes of Saudi journalists towards the center of government communication in coordinating the media efforts of government institutions, the study sample consisted of (212) journalists in the Kingdom of Saudi Arabia, this study followed the survey method. The questionnaire was used as a tool for collecting information from the sample of the study, a deliberate sample. This study reached a number of results, the most important two were: high degree of the role of the Government Communication Center website in obtaining the news of Saudi government institutions with a percentage of (87.3%); The results also showed that Saudi journalists benefit from the government communication center in writing news by a percentage (68.4%). Among the most important recommendations that may contribute to solving the problem presented in this

study is the necessity of defining the role of the government communication center through social media and highlighting the efforts. Also, highlighting the efforts and achievements of Saudi journalists and presenting them through the website.

key words: Government Communication Center, media efforts, Governmental institutions, journalist trends, Saudi journalists, coordinate efforts, directional theory, Dependence t

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية، وتكونت عينة الدراسة من (212) من الصحفيين السعوديين في المملكة العربية السعودية، اتبعت هذه الدراسة المنهج المسحي، واعتمدت الاستبانة كأداة لجمع البيانات تم تطبيقها على عينة عمدية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها: وجود درجة عالية في دور الموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي في الحصول على أخبار المؤسسات الحكومية السعودية بنسبة مئوية (87.3%)، بالإضافة إلى استفادة الصحفيين السعوديين من الموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي في كتابة الأخبار بنسبة مئوية (68.4%)، ومن أهم التوصيات التي لعلها تسهم في علاج المشكلة المطروحة في هذه الدراسة: هي وجوب التعريف بدور مركز التواصل الحكومي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وإبراز الجهود بشكل أكبر، بالإضافة لإبراز جهود الصحفيين السعوديين وإنجازاتهم وعرضها من خلال الموقع الإلكتروني للمركز.

الكلمات المفتاحية: مركز التواصل الحكومي، الجهود الإعلامية، المؤسسات الحكومية، اتجاهات الصحفيين، الصحفيين السعوديين، تنسيق الجهود، نظرية الاتجاهات، نظرية الاعتماد.

Attitudes of Saudi journalists towards the role of the Government

Communication Center in coordinating the media for government institutions

المقدمة:

تعمل المؤسسات الحكومية بالمملكة العربية السعودية على إبراز إنجازاتها من خلال النشر الإعلامي عبر العديد من الوسائط الإلكترونية والنشرات الإعلامية التي تعكس الجهود الخاصة بكل مؤسسة على حدة.

ونظراً لارتباط المؤسسات الحكومية بتحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030 والتي تتطلب عملاً مشتركاً بين مختلف المؤسسات الحكومية لتحقيق الرؤية، أنشأت وزارة الإعلام السعودية في عام 2018 مركز التواصل الحكومي والذي يهدف لتوحيد الرسالة الإعلامية وتعزيز صورة الدولة محلياً وإقليمياً ودولياً.

ويعتبر المركز جهة إعلامية مشتركة لجميع المؤسسات الحكومية لتحقيق أهدافها الإعلامية وفق أفضل الممارسات العالمية والعمل على إنتاج محتوى إعلامي متطور يستخدم أحدث طرق الإنتاج الإعلامي والتي تهدف لإيصال الرسالة بطرق مختلفة تتناسب مع حاجات جميع وسائل الإعلام سواءً المقروءة، أو المسموعة، أو المرئية، عبر نشر الفيديوهات، والصور، والبيانات الإعلامية، والإنفو جرافيك، من خلال الموقع الإلكتروني الخاص بالمركز، وحساباته الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي كان أنشطها حساب المركز بموقع تويتر.

"كما وقف المركز على إدارة عدد من الخطط والملفات الإعلامية السعودية، بدأت بخطة موسم الحج 1439هـ، وزيارة الملك سلمان بن عبد العزيز إلى روسيا، وإدارة المركز الإعلامي للإعلاميين المشاركين في تغطية أحداث القمة العربية التاسعة والعشرين، والإشراف على خطة التغطية لجولة ولي العهد السعودي الأمير محمد بن سلمان"¹ ما يظهر الأدوار الإعلامية المتعددة التي يقوم بها المركز. ويمثل المركز مصدراً إعلامياً متجدداً للصحفيين السعوديين الذين يستعينوا بما ينشره المركز عبر موقعه الإلكتروني وحساباته من أخبار ومحتوى متنوع حول المؤسسات الحكومية، والذي يثري محتوهم الإعلامي بمعلومات حديثة، بالإضافة لدوره في التنسيق الإعلامي بين المؤسسات الحكومية أثناء إقامتها الفعاليات والمناسبات، وبين المؤسسات الإعلامية المحلية والدولية للعمل على تنظيم التواصل، ما أعطى مرونة وسهولة في عملية التواصل بين الصحفيين وبين مختلف المؤسسات الحكومية.

وتأتي هذه الدراسة لمحاولة التعرف على اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو الدور الذي يقوم به مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية، ولتقييم تحقيق المركز لأهدافه.

أهمية الدراسة:

- 1- تستطلع اتجاهات الصحفيين السعوديين في تعاملهم مع مركز التواصل الحكومي.
- 2- تقدم تقييم للدور الذي يقوم به المركز في تنسيق الجهود الإعلامية ومدى استفادة الصحفيين من هذا الدور.
- 3- قد تفضي نتائج الدراسة إلى مسار مقترح لكيفية تعزيز دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية.
- 4- حداثة موضوع الدراسة وعدم وجود دراسات تتناول اتجاهات الصحفيين نحو دور مركز التواصل الحكومي.

أهداف الدراسة:

¹ فيصل هلال الصليبي "دور مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية للجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 76، ص 594

يتمثل الهدف العام للدراسة في التعرف على اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية. ويتفرع من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية تتمثل في:

1- الكشف عن دور مراكز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية من وجهة نظر الصحفيين.

2- الوقوف على اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو موقع وحسابات مركز التواصل الحكومي كمصدر للمعلومات وأخبار المؤسسات الحكومية.

3- التعرف على الاستراتيجية الاتصالية المتبعة بمركز التواصل الحكومي في نشر الأخبار.

4- معرفة دوافع اعتماد الصحفيين لمركز التواصل الحكومي في الحصول على أخبار المؤسسات الحكومية.

5- التحقق من مدى استفادة الصحفيين من مركز التواصل الحكومي إعلامياً.

مشكلة الدراسة:

يستعين أغلب الصحفيين السعوديين بمركز التواصل الحكومي في الحصول على المعلومات الحديثة، والبيانات الإعلامية، والتغطيات الإعلامية للفعاليات والمناسبات التي تحققها المؤسسات الحكومية، والتي ينشرها المركز عبر موقعه الإلكتروني وحساباته على مواقع التواصل الاجتماعي، ويمثل المركز جهة مرجعية يعتمد عليها الصحفيين في الحصول على المحتوى المعلوماتي والخبري المهم عن المؤسسات الحكومية سواءً من خلال ما ينشره أو من خلال وسائل الاتصال التي تتيح للصحفيين التواصل مع المركز وطلب المعلومات والبيانات، على عكس المواقع الخاصة بالمؤسسات الحكومية والتي تنشر بشكل مستمر محتوى خاص بالمؤسسة قد لا يكون له أهمية خبرية أو إعلامية بالنسبة للصحفيين، ولأهمية الدور الذي يلعبه المركز بالنسبة للصحفيين السعوديين، وحادثة إنشاء المركز، وندرة الدراسات التي تناولت دوره الإعلامي رأيت الباحثات ضرورة التعرف على اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية.

مصطلحات الدراسة:

مركز التواصل الحكومي: هو مركز استشاري وتنسيقي سعودي، أسسته وزارة الإعلام في يناير 2018؛ لتحسين الأداء الإعلامي للأجهزة الحكومية، وتنسيق جهود التواصل وفقاً لبرنامج إعلامي يهدف إلى توحيد الرسالة الإعلامية، ويعزز صورة الدولة محلياً، وإقليمياً، ودولياً.²

الجهود الإعلامية: يُراد بها مجموعة المهام والمنتجات والتغطيات الإعلامية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة والمراكز الإعلامية التابعة للمؤسسات والجهات الحكومية بشكل عام.

المؤسسات الحكومية: هي تلك المؤسسات التي تنشأها الدولة وتقوم على إدارتها ودعمها من أجل القيام بمهام محددة.³

الاتجاه: يعرف بأنه استعداد نفسي وتهيؤ عقلي وعصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة. (أو يقصد بالاتجاهات في هذه الدراسة: الصحفيين السعوديين ووجهات نظرهم حول دور مركز التواصل الحكومي في المملكة العربية السعودية).⁴

التنسيق: يعيد التنسيق إحدى الوظائف الإدارية المهمة، وقد أشار قاموس كامبردج الدولي إلى المعنى اللغوي لمفهوم التنسيق كما جاء في دراسة بيومي (2005) إلى أنه: "العملية التي تجعل الأشياء تعمل معاً بطريقة فعالة"، وتعني أيضاً "قوة العلاقة بين أفراد الجماعة بحيث يمتلك أحد الأفراد الطاقة والقدرة لدفع

² الصليبي، فيصل هلال. (2020). دور مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية للجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية، رقم الصفحة 8، الناشر جامعة القاهرة - كلية الإعلام

³ مصطفى، ولاء (2020). الاستراتيجيات الاتصالية لرسائل المؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي تويتر المكتبة الرقمية، المنظومة

⁴ درار، خالد (2015). اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة في التنمية الاقتصادية، جامعة الاهرام الكندية

الآخرين للعمل معاً". ويشير القانون نفسه إلى أن عملية عدم التنسيق تعني "عدم معرفة أحد أفراد العلاقة بماذا يفعل الآخر".⁵

الصحفيين السعوديين: العاملين في الصحافة السعودية الصادرة في المملكة العربية السعودية (سواء من الصحفيين أو الصحفيات) على اختلاف الوظائف التي يؤدونها في مجال الصحافة (تحرير/ إخراج/ تصوير)،⁶ والبالغ عددهم 2262 عضواً بحسب موقع هيئة الصحفيين.

فروض الدراسة:

- توجد علاقة بين اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الحكومية ومدى تقييمهم لدوره.
- توجد علاقة بين أداء مركز التواصل الحكومي ودوره تنسيق الجهود الإعلامية.
- توجد علاقة بين استراتيجيات عمل مركز التواصل الحكومي وبين تنسيق الجهود الإعلامية.
- توجد علاقة إيجابية بين الاستراتيجيات الاتصالية وتنسيق الجهود الإعلامية.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: طبقت هذه الدراسة على الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية بالمملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمانية: الربع الأول من عام 2023.
- الحدود الموضوعية: اتجاهات الصحفيين السعوديين لدور مركز التواصل الحكومي في المملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية من وجهة نظر الصحفيين السعوديين؟

5 الدوسري، نوره. (2022) واقع التنسيق بين مُعلّمي ومشرفي التربية الفكرية في تقديم الخدمات الانتقالية في مدينة الرياض تاريخ النشر 2022، مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة الأمير سطام
6 المقوشي، عبد العزيز (2011). اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو التدريب على رأس العمل: دراسة مسحية. مجلة جامعة الملك سعود – الأداب، مج21، ع2، ص423-473.

2- ما اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو موقع وحسابات مركز التواصل الحكومي كمصدر لمعلومات وأخبار المؤسسات الحكومية؟

3- ما الإستراتيجية الاتصالية المتبعة بمركز التواصل الحكومي في نشر الأخبار؟

4- ما دوافع اعتماد الصحفيين على مركز التواصل الحكومي في الحصول على أخبار المؤسسات الحكومية؟

5- ما مدى الاستفادة الإعلامية للصحفيين السعوديين من مركز التواصل الحكومي؟

الإطار النظري للدراسة

توظف هذه الدراسة نظريتي الاتجاه والاعتماد على وسائل الإعلام، وستسهم نظرية الاتجاه في التعرف على اتجاه الصحفيين نحو دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية نحو المؤسسات الحكومية. كما ستسهم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في معرفة مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الصحفيين السعوديين للحصول على معلومات تخص موقع مركز التواصل الحكومي ودرجة تنسيق الجهود الإعلامية التي اعتمدهم عليها.

- نظرية الاتجاهات

تعريف الاتجاهات:

ذكر العديد من الباحثين تعريفات مختلفة تؤكد أن الأفراد يحملون في دواخلهم اتجاهات متعددة نحو أشياء مختلفة ونحو أفراد ويذكر (Pennington, Kate Gillen, pam Hill1999) Donald c. في جميع جوانب حياتنا للتعرف على اتجاهات الآخرين ومحاولة تغيير وجهات نظرهم بما يتناسب مع الاتجاه الذي نتبعه، ويؤكد (Fiedler senin, Gun R, and Klaus1988) أن الاتجاه عبارة عن استجابة الشخص للأشياء وللأفراد بشكل يوضح تقييم الفرد الإيجابي أو السلبي لتلك الأشياء وتعتمد تلك الاستجابة على تقييم الفرد لكل الحقائق التي يتكون منها عالمه الواقعي الاجتماعي الذي يمكن اعتباره امتداداً لأفعاله نحو ما يفضله أو العكس وكذلك نحو الأفراد والأفكار والجماعات.

أهمية الاتجاهات:

تعد الاتجاهات ذات أهمية وتحتل مكانة بارزة في كثير من الحقول العلمية النفسية والتطبيقية، وتكمن تلك الأهمية في أن التعرف على تلك الاتجاهات يدعمها ويسهل عليها تحقيق الأهداف العلمية في تلك الحقول، من جانب آخر فإن استقرار الاتجاهات وتراكمها في العقل الواعي واللاوعي للفرد تحد من حريته الحقيقية في التصرف، لأن أنماطه وسلوكياته تصبح عبارة عن روتين منكرر يسهل التنبؤ به، كما تعمل الاتجاهات الفكرية على جعل الانتظام في السلوك واستقرار أساليب التصرف ممكن الحدوث وميسراً للحياة الاجتماعية وانطلاقاً من ذلك أصبحت دراسة الاتجاهات مكوناً أساسياً لتفسير التصرفات الحالية للأفراد، وفي إمكانية التنبؤ بالتصرفات المستقبلية للأفراد والجماعات كما ذكر (صالح أبو جادو وعلي محمد 1998م). ويمكن من خلال هذه الدراسة التعرف على اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو دور مركز التواصل الحكومي الموحد، لأن مثل هذه الاتجاهات تؤثر في سلوك الصحفيين وتعاملهم مع المعلومات المقدمة في مركز التواصل الحكومي الموحد.

مكونات الاتجاه:

ذكر بعض العلماء أن الاتجاه يتكون من مكون معرفي ومكون وجداني ومكون سلوكي، وسيُعتمد في هذه الدراسة للتعريف بالمكون المعرفي والمكون السلوكي مع التركيز على المكون المعرفي في السعي لتحقيق أهداف الدراسة.

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory لأنها تتناسب موضوع الدراسة، كما تعد عملية الاعتماد على وسائل الإعلام مجالاً مناسباً ليحقق المستخدمين أهدافهم. واعتمدت الباحثات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لعدة أسباب منها: أن هذه النظرية تمكن من قياس مدى اعتماد الصحفيين على وسائل الإعلام التي تعمل على تشكيل معارفهم ومداركهم، ولذلك تسعى الدراسة لمعرفة اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو دور مركز التواصل الحكومي الموحد فيما يتعلق بالوسائل والرسائل والأساليب والأنشطة الاتصالية المستخدمة لنشر المعلومات، فالنظرية ترى أن التنشيط أو الخمول في البحث عن المعلومات هي نتائج الاعتمادية على وسائل الإعلام.

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

1- **الأهداف:** من أجل أن يحقق الأفراد، والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فعليهم أن يعتمدوا على مصادر يسيطر عليها أفراد، أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح. كما نراها في هذه الدراسة تظهر في السعي لمعرفة كيفية تلمس الصحفيين السعوديين للمعلومات التي تتعلق بمركز التواصل الحكومي الموحد.

2- **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات، من أجل تحقيق الأهداف إلى المصادر المختلفة حيث تعد وسائل الإعلام نظاماً للمعلومات يسعى له الأفراد والمنظمات من أجل تحقيق أهدافهم. ومن جانب آخر تتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

- **المصدر الأول:** جمع المعلومات، حيث يجمع المندوب الصحفي المعلومات التي يحتاج إليها.
- **المصدر الثاني:** تنسيق المعلومات، ويشير إلى معالجة المعلومات التي جمعت بالزيادة والنقصان، بهدف إخراجها بصورة مناسبة على شكل قصص خبرية أو مادة إذاعية أو فيلم سينمائي.
- **المصدر الثالث:** توزيع المعلومات أو القدرة على نشرها لجمهور غير مخصص ويمكن رصد ذلك في الدراسة الحالية من خلال التعرف على الأساليب والأنشطة والرسائل التي تستخدمها إدارة مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية، ومدى اعتماد الصحفيين السعوديين على مركز التواصل الحكومي في الحصول على المعلومات.

الدراسات السابقة:

تسعى الباحثات من خلال مراجعة الدراسات السابقة للوقوف على التراث العلمي الذي تناول جوانب موضوع الدراسة للتعرف على المنهجيات العلمية، والاتجاهات، والأدوار، والجوانب النظرية المتبعة في الأبحاث، بالإضافة للنتائج التي خلصت لها تلك الدراسات بهدف إثراء البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وقد تم تقسيم الدراسات السابقة ضمن ثلاثة محاور رئيسية مرتبطة بعنوان الدراسة وتم استعراض الدراسات بتسلسل زمني تنازلي من الأحدث للأقدم :

- المحور الأول: الدراسات التي تناولت الاتجاهات نحو الأدوار الإعلامية.
- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت اتجاهات الصحفيين.
- المحور الثالث: الدراسات التي تناولت الأداء الإعلامي للمؤسسات الحكومية.

المحور الاول: الدراسات التي تناولت الاتجاهات نحو الأدوار الإعلامية:

1- دراسة العتيبي (2022) بعنوان اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وهدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المواطنين السعوديين نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية بمشروعات الإسكان، والتعرف على إسهام الرسائل الإعلامية في توعية المواطنين بالمشروعات، وهي من الدراسات المسحية التي استخدمت أداة الاستبانة، وبالعينة المتاحة المكونة من 337 مفردة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن تفاعل المواطنين مع الأنشطة الاتصالية لوزارة الشؤون البلدية والقروية للتوعية بمشروعات الإسكان ضعيفة، بالإضافة إلى أن مستوى رضاهم عن الدور التوعوي للوزارة ضعيف.⁷

2- دراسة الجمال (2021) بعنوان اتجاهات الجمهور المصري نحو دور وسائل الاعلام في التوعية بالقضايا القومية، وهدفت إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور المصري نحو دور وسائل الإعلام في التوعية بالقضايا القومية، واعتمدت على المنهج الوصفي، باستخدام الاستبيان، معتمدة على عينة من 400 من متابعي وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن تطور الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل تهديد حقيقي للوسائل التقليدية التي تثبت عجزها سواءً الخاصة أو الحكومية، بالإضافة للعلاقة بين الاعتماد على تلك الشبكات والاتجاه نحو الثورات العربية.⁸

3- دراسة حسن (2013) بعنوان اتجاهات الجمهور الخارجي نحو دور المواقع الإلكترونية في البنوك البحرينية، وهدفت إلى تقييم اتجاهات الجمهور نحو الأدوار التي تلعبها وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها البنوك وأهمية الموقع الإلكتروني، واستخدمت المنهج الوصفي المقارن، باستخدام أداة الاستبانة بعينة من 241 مفردة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن هناك ضعف في المواقع

⁷ العتيبي، جراح (2022) اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان. "

مجلة مجلة البحوث الإعلامية، ع 62، ج1، ص 264

⁸ الجمال، أميرة (2021). اتجاهات الجمهور المصري نحو دور وسائل الاعلام في التوعية بالقضايا القومية، مجلة بحوث كلية الاداب، م 33، ع

131، ص 3

الإلكترونية الخاصة بالبنوك مثل تأخر تحديث الموقع، وعدم التنوع في المضامين، بالإضافة لوجود علاقة ارتباطية بين قيام إدارة العلاقات العامة بتحديث الموقع، واتجاهات الجمهور الخارجي نحو أهمية الموقع الإلكتروني.⁹

4- دراسة عبد الغفار (2011) بعنوان اتجاهات الإعلاميين نحو دور الشبكات الاجتماعية في التغيير المجتمعي، وهدفت لمعرفة اتجاهات الصحفيين نحو دور الشبكات الاجتماعية للتمكن من الاستفادة منها إيجابياً، وهي من الدراسات المسحية التي استخدمت الاستبانة، بعينة من الإعلاميين، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الشبكات الاجتماعية لعبت دوراً في التغيير الاجتماعي، بالإضافة إلى أنها ستلعب دوراً كبير في دعم التغيير المستقبلي، وإبراز دوافع تعرض الإعلاميين للشبكات الاجتماعية.¹⁰

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت اتجاهات الصحفيين:

1- دراسة يوسف (2021) بعنوان اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري، وهدفت الدراسة إلى معرفة الاتجاهات السائدة للصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة الاستبانة، وعينة من 130 من الصحفيين الرياضيين الجزائريين، وخلصت نتائجها إلى غلبة الذاتية على الموضوعية في كتابة ومعالجة المواضيع الرياضية من طرف الصحفيين، كما غلب الاهتمام بكرة القدم على حساب الرياضات الأخرى.¹¹

2- دراسة العشيرى (2020) بعنوان اتجاهات الصحفيين نحو قانون مكافحة جرائم المعلومات رقم 175 لسنة 2018 والممارسة الصحفية المتصلة بها، وهدفت إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو إيجابيات وسلبيات قانون مكافحة جرائم المعلومات، والتعرف على معرفة الصحفيين لتلك القواعد، واستخدمت المنهج الوصفي، مستخدمة الاستبانة على عينة من 188

⁹ حسن، عبد الصادق (2013) اتجاهات الجمهور الخارجي نحو دور الموقع الإلكتروني في البنوك البحرينية، مجلة البحوث الإعلامية، ع 40، ج 40، ص 99

¹⁰ القاضي، ندية (2011) اتجاهات الإعلاميين نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي، مجلة البحوث الإعلامية، ع 36، م 2، ص 133.

¹¹ حميش، يوسف (2021) اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أنواع الصحفية في الاعلام الرياضي الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة محمد بوضياف المسيلة.

من الصحفيين، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الاتجاه العام للصحفيين كان سلبي تجاه قانون مكافحة جرائم المعلومات وذلك لغموض بعض البنود، والحد من حرية الصحافة.¹²

3- دراسة عبد الغفار (2020) بعنوان اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطور أساليب التحرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، وهدفت إلى معرفة على مدى استخدام الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية للأساليب الحديثة في تحرير الأخبار، من خلال عينة من جميع الصحفيين العاملين بالصحف الإلكترونية، وتنتمي للدراسات المسحية، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الصحفيين المصريين لم يصلوا للاحترافية في استخدام الأساليب الحديثة.¹³

4- دراسة الشمري، والصدیق (2018) بعنوان اتجاهات الصحفيين نحو الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحافة الورقية، وهدفت إلى معرفة الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية لمتصفحها من الصحفيين، والمشكلات المتعلقة بالاستخدام، وتنتمي للدراسات الوصفية التي استخدمت الاستبانة، وحددت العينة بـ 100 صحفيين من مختلف الصحف، وخلصت الدراسة توجه الصحفيين نحو كون الصحافة الإلكترونية تتيح هامشاً من حرية التعبير وتزيح كل أنواع القيود الرقابية، ورؤيتهم بأن الصحافة الورقية والإلكترونية تسير بشكل متوازي.¹⁴

5- Tamam Ezhar and Abdullah Nadzma, (2014) Malaysian Journalists: Perceptions on the Role of the Media هدفنا الدراسة إلى معرفة اتجاهات الصحفيين الماليزيين نحو دور وسائل الإعلام في المجتمع المحلي. واعتمدت الدراسة على عينة مكونة من 182 صحفياً شملتهم الاستبانة. وكشفت الدراسة وجود أفكار وآراء مختلطة بين الصحفيين حول دور الإعلام الماليزي والبيئة المحيطة به، لكونه يخضع للقوانين والأنظمة الحكومية حسب اعتقاد عينة الدراسة. ويعتقد الصحفيون أن الإعلام الماليزي يقوم بدوره في مجال نشر المعلومات وتفسيرها بشكل ناجح ولكنه يفتقد إلى الدور الرقابي سلطة رابعة في المجتمع. وأوضحت الدراسة

¹² العشري، ميرال (2020) اتجاهات الصحفيين نحو قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم 175 لسنة 2018 والممارسات الصحفية المتصلة به، مجلة البحوث الإعلامية، ع 55، ج 1.

¹³ عبد الغفار، وفاء (2020). اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطور أساليب التحرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، ع 54، ج 7، ص 4828.

¹⁴ الشمري، والصدیق (2018). اتجاهات الصحفيين نحو الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحافة الورقية، مجلة العلوم الإنسانية، م 19، ص 31.

أن التعليم والخبرة العملية لا تأثير يذكر لهما على فهم الإعلاميين لدور الإعلام ووظائفه في مجتمع المملكة الماليزية.¹⁵

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت الأداء الإعلامي للمؤسسات الحكومية:

1- دراسة مرسي (2021) بعنوان رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحواري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، وهدفت للتعرف على تصورات الشباب حول الثقة في فعالية استراتيجيات العلاقات العامة على منصات التواصل الاجتماعي وقدرتها على تعزيز الحوار والتفاعل خلال جائحة كورونا، واعتمدت على منهج المسح، بعينة من 400 من الشباب السعودي، وخلصت نتائج الدراسة إلى فعالية تأثير الاتصال الحواري للعلاقات العامة الحكومية مع المواطنين على منصات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا.¹⁶

2- دراسة الصليبي (2020) بعنوان دور مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية للجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية، وهدفت الدراسة إلى إبراز الأدوار التي قام بها مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية للجهات الحكومية، وتنتمي للدراسات الوصفية التحليلية، والتي استخدمت المقابلة والاستبانة، وكانت العينة موظفي مركز التواصل الحكومي، وخلصت نتائجها إلى أن مركز التواصل الحكومي يمتلك خطة عمل واضحة المعالم تحدد كيفية وطرق التعامل مع الجهات الحكومية وتهدف لإيجاد رسالة إعلامية موحدة، كما يقوم المركز بدور محوري في توحيد الجهود الإعلامية وذلك عبر بوابة المركز الإعلامي الموحد والذي يضم أكثر من 109 جهاز حكومي.¹⁷

3- Soukenik, S (2018) Toward a Stakeholder Model of government Communication: a case study of the Czech Republic.

¹⁵ Tamam Ezhar and Abdullah Nadzmah, (2014) Malaysian Journalists: Perceptions on the Role of the Media. - http://www.researchgate.net/publication/266561957_Malaysian_journalists_perceptions_on_the_role_of_the_media.

¹⁶ مرسي، إيمان (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحواري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة جائحة كورونا، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 28، ص 63.
¹⁷ الصليبي، فيصل (2020). دور مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية للجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام عدد 76، ص 625

استهدفت الدراسة قياس إدراك كل من المتعاملين والمؤسسات للاتصال الحكومي في جمهورية التشيك، واستخدمت الدراسة أداة المقابلة مع مسؤولين سابقين في الحكومة التشيكية وكبار المسؤولين التنفيذيين من قطاع الشركات، وأوصت الدراسة بضرورة إجراء الدراسات المستمرة للتعرف على تقييم الجمهور للأنشطة الاتصالية الحكومية، وتطوير الاتصال مع الجمهور الداخلي من العاملين بالهيئات الحكومية ومؤسسات الدولة بعضها البعض.¹⁸

4- دراسة العيساوي، والقاسمي (2017) بعنوان مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد، وهدفت إلى معرفة مستوى القائم بالاتصال في العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الجديد في وزارات سلطنة عمان، واستخدمت المنهج الوصفي المسحي من خلال إدارة الاستبانة، وبعبارة من موظفي العلاقات العامة في مقرات وزارات سلطنة عمان، وخلصت نتائج الدراسة قلة تعرض موظفي العلاقات العامة للدورات التطويرية وفعاليات تنمية مهارات التعامل مع الإعلام الجديد واستخدامه في العلاقات العامة.¹⁹

5- دراسة أحمد (2017) بعنوان فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية، وهدفت إلى إيجاد أساس علمي ومنهجي لعمل إدارات و أقسام العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتحقيق النتائج المرجوة، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وبعبارة من العاملين بوزارة الإعلام الاتحادية بمختلف درجاتهم الوظيفية، وخلصت نتائجها إلى وجود معوقات تواجه عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية تتمثل في عدم وجود ميزانية مخصصة لنشاط العلاقات العامة، بالإضافة إلى أن العلاقات العامة لا تشارك بصورة ملموسة في وضع سياسات وخطط وبرامج الوزارة.²⁰

¹⁸ Soukenik, S (2018) Toward a Stakeholder Model of government Communication: a case study of the Czech Republic. Communication today. (1), P20-37.

¹⁹ العيساوي، والقاسمي (2017). مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، عدد 1، ص 144.

²⁰ أحمد، شاذلي (2017). فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية، دراسة ماجستير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

6- دراسة زين محمد (2014) بعنوان فاعلية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وهدفت إلى إبراز دور إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة أدوات المقابلة والاستبيان والملاحظة، واختارت عينة من 160 من الجمهور الداخلي والخارجي، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن علاقة إدارة العلاقات العامة مع جمهورها الداخلي والخارجي ضعيفة جداً، بالإضافة إلى أن كوادر العلاقات العامة غير مؤهلين التأهيل العلمي وغير مدربين التدريب الكافي الذي يجعلهم يمارسون هذه المهنة.²¹

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة اتضح الآتي:

- شح الدراسات التي تناولت دور مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية باستثناء دراسة الصليمي (2020) والتي هدفت لإبراز الأدوار التي قام بها مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية للجهات الحكومية، عبر بوابة المركز الإعلامي الموحد والذي يضم أكثر من 109 جهاز حكومي من خلال مسح لآراء العاملين بالمركز وهو ما يعكس الحاجة لبحث دور المركز من جهات أخرى، ويدعم اختيار موضوع الدراسة حول اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو دور المركز في توحيد الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية.
- بينت الدراسات وجود تأثير لتواصل المؤسسات الحكومية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على الجمهور كما في دراسة مرسي (2021) ما يشير إلى أهمية الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية في التأثير على الجماهير، ويعكس الحاجة لمعرفة الجهود الإعلامية التي تقوم بها المؤسسات الحكومية، ما يتوافق وهدف الدراسة في تقييم الجهود الإعلامية.
- أظهرت الدراسات وجود ضعف لدى المؤسسات الحكومية في التعامل مع وسائل الاعلام وعدم مقدرتها على إيصال رسائلها الإعلامية بشكل صحيح نتيجة لضعف تأهيل كوادر العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية كما في دراسة زين محمد (2014) ودراسة أحمد (2017) ما يدعم الحاجة

²¹ زين الدين، فتح الرحمن (2014). فاعلية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، المستودع الرقمي في جامعة طيبة.

لوجود جهة إعلامية متخصصة لتنسيق الجهود الإعلامية في المؤسسات الحكومية، وهو ما تسعى الدراسة في الوصول إليه.

- أشارت الدراسات التي تناولت اتجاهات الصحفيين مقدرة الصحفيين على تقييم الأدوار المختلفة للجهات ما يخدم تطويرها وتحسين أدوارها كما في دراسة يوسف (2021) والعشيري (2022) ويتوقع أن تقدم هذه الدراسة تقييماً للأدوار التي يقوم بها مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية بما يخدم تطوير هذا الدور.

- اعتمدت جميع الدراسات التي اطلعت عليها الباحثات على أداة الاستبانة في رصد اتجاهات الصحفيين، وهو ما يدعم اختيار الباحثات لهذه الأداة في بحثهم الحالي.

- أظهرت الدراسات التي تناولت الاتجاهات نحو الأدوار الإعلامية وجود علاقة بين الاتجاهات وفاعلية الأدوار، ما يتوافق وعنوان الدراسة، ومتغيراتها.

- أوضحت الدراسات بأن تناول الاتجاهات يساعد في معرفة الدور الحالي والكشف عن الدور المستقبلي وتحديد الدوافع كما في دراسة الجمال (2021)، وعبد الغفار (2011) ما يدعم اختيار الدراسة حول الاتجاهات لمعرفة الأدوار الحالية والمستقبلية وتقديم مقترحات علمية تفيد في حل مشكلة الدراسة.

رابعاً: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثات من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بناءً على ما لدى الباحثات من تصورات أولية وما قدمه التراث العلمي الذي اطلعوا عليه من نتائج.
- ساعدت الدراسات السابقة في اختيار المنهج وأداة البحث المستخدمة حيث استخدمت جميع الأبحاث التي تناولت الاتجاهات أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.
- الاستفادة من الإطار النظري المستخدم ومحاولة استكمال البناء العلمي الذي بدأته الأبحاث السابقة باستخدام إطار نظري مختلف للتوصل لنتائج جديدة.
- الاطلاع على الفروض المطروحة وما يرتبط بها من نتائج والاستفادة منها.
- الإفادة في تصميم الاستبانة وتحديد محاورها.

الإطار المعرفي للدراسة

الاتصال الحكومي:

ترى الدكتورة عائشة البو سميط أن الاتصال الحكومي هو: "كل عملية تواصل داخلي أو خارجي، تنفذها أية مؤسسة من المؤسسات الحكومية، بالتنسيق مع جهة الاتصال الحكومي"، ويرى الدكتور علي الصليبي أن الاتصال الحكومي: "هو عملية تكاملية بين جهة الاتصال الحكومي والجهات الحكومية، بهدف توحيد الجهود والأنشطة الإعلامية التي تعزز صورة الحكومة، بالإضافة إلى تبادل الخبرات فيما بينهما، وإدارة الأزمات، بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة".

عناصر الاتصال الحكومي:

تعد جهة الاتصال الحكومي جهة حيوية، كغيرها من المؤسسات الحكومية على قدم المساواة، وهذه الحيوية عائدة إلى ثلاثة عناصر رئيسة تستمد جهة الاتصال الحكومي حيويتها منها؛ وهي:

1- جهة الاتصال الحكومي: وتعد الجهة الأم المنظمة لكل العمليات الاتصالية بين المؤسسات الحكومية المختلفة بالدولة، مما يساعد على خلق منظومة عمل متناغمة ذات طابع موحد، يعكس في نهاية الأمر صورة موحدة للحكومة.

2- المؤسسات الحكومية الخاضعة لهذا الاتصال: وتعليماته وضوابطه وكذلك مفاهيمه، فهي تبرز الحكومة في نسق موحد، وصورة موحدة ماثلة أمام كل من له علاقة بها من مواطنين أو وافدين.

3- ضوابط وأهداف تحكم عملية الاتصال الحكومي: من المعلوم أنه لا يوجد تعاون بين جهة أو أكثر في أي شأن، إلا إذا كانت هناك ضوابط تحكم وتسهل تلك العملية الاتصالية، أو أهداف مشتركة يطمح أفراد تلك المنظومة الاتصالية تحقيقها على الأمد القصير أو الطويل المدى.

مسؤوليات الاتصال الحكومي:

تعد جهة الاتصال الحكومي المسؤول الأول عن تفاعل المؤسسات الحكومية مع بعضها، لكن يقع على عاتقها مجموعة من المسؤوليات التي لا بد من تحقيقها لضمان جودة الاتصال الحكومي:

1- دعم جهات الاتصال الحكومي بالخبرات والكفاءات الضرورية.

2- أن يجري وضع خطة استراتيجية للاتصال الحكومي على مستوى الحكومة.

3- وضع آلية لتقييم الخطة الاستراتيجية للاتصال الحكومي ومراجعتها.

4- تصنيف المعلومات.

5- حقوق الملكية الفكرية.

أهداف الاتصال الحكومي:

1- تطوير القطاع الحكومي.

2- تشجيع التنافس والتعاون.

3- نشر مفاهيم الإبداع والتميز والجودة.

4- توفير مرجعية لقياس التطور.

5- تحفيز موظفي الحكومة.

أدوات الاتصال الحكومي:

الاتصال الكتابي، والاتصال الشفوي، والاتصال التكنولوجي، والرصد الإعلامي، التجاوب مع وسائل الإعلام، ورسائل الحكومة، ورسائل الجهات الحكومية، والبرنامج الإعلامي، والتواصل الإعلامي في حالات الأزمات والنشر، والعلاقات العامة، والمتحدثون الرسميون:

أ- المتحدثون الرسميون باسم الحكومة.

ب- المتحدثون باسم الجهة الحكومية.

إن هذه الأدوات وإن كانت كل واحدة منها ذات قوة تأثيرية لا يستهان بها في مجال الإعلام والاتصال الحكومي، إلا أن تلك القوة تبقى في إطار المحدودية، معرضة للضعف ولو بعد حين، مما يوجب على جهة الاتصال الحكومي العمل على توحيد جهود الجهات الحكومية في استخدام تلك الأدوات الإعلامية بشكل متجدد ومتطور ومستمر، من غير تدخل في شؤون جهة أو جهات أخرى، في تناسق وتكامل وتناغم يعزز الصورة الشفافة والدقيقة للحكومة أمام جمهورها المحلي والإقليمي والعالمي العريض.²²

مركز التواصل الحكومي في المملكة العربية السعودية:

مركز التواصل الحكومي هو أحد الأذرع الحيوية المهمة لوزارة الإعلام، التي تنصب مهمتها الأساسية على تعزيز أدوات التواصل الحكومي وتحقيق التكامل بينها، وفقاً لبرنامج عمل إعلامي متكامل، يحقق استراتيجية الوزارة في توحيد الرسالة الإعلامية، والارتقاء بقدرات العاملين في المجال الإعلامي، بما يعكس الصورة الحقيقية للمملكة في الداخل والخارج.

أهداف مركز التواصل الحكومي:

- تعزيز الأداء الإعلامي الحكومي
- تحقيق التكامل الإعلامي بين الأجهزة الحكومية
- عكس الصورة الحقيقية للمملكة العربية السعودية
- تطوير آلية الاستجابة السريعة للمستجدات وإدارة الأزمات
- رفع مستوى اعتزاز وعي المواطنين بالمشاريع والبرامج الحكومية

خدمات مركز التواصل الحكومي:

1- البرنامج الإعلامي الموحد للأجهزة الحكومية:

هو أحد مبادرات مركز التواصل الحكومي الذي يهدف إلى تنسيق وتعزيز الانسجام والتناغم في الأداء الإعلامي الحكومي في المملكة وتبادل الخبرات الإعلامية المختلفة.

2- مراجعة الخطط والحملات الإعلامية:

²² البو سميث، عائشة (2016). الاتصال الحكومي المؤسسي. دار كتاب للنشر والتوزيع.

يقوم مركز التواصل الحكومي على ابتكار الحلول العملية الذكية في مراجعة الخطط والحملات الإعلامية وتقديم الاستشارات للأجهزة الحكومية.

3-الإبداع والتصميم:

تصميم وتطوير الهوية البصرية، والتي تعتمد على إبراز الأهداف الأساسية للحدث ودعمها بعناصر تعتمد على ركائزها.

4-الإنتاج الرقمي:

إنتاج المحتوى الرقمي والمرئي بطريقة مبتكرة ومدعومة بأحدث الصور والفيديوهات والإنفوجرافيك والوثائقيات.

5-نشر المواد الإعلامية:

نشر جميع كافة المحتويات الإعلامية في جميع وسائل الإعلام المختلفة لإيصال الأهداف الرئيسية للأجهزة الحكومية.

6-خدمات التحرير:

كتابة البيانات، والأخبار، والتقارير الصحفية في شتى المجالات، والعمل على ترجمتها إلى اللغات الأجنبية، وتقديمها لوسائل الإعلام باحترافية عالية.

7-الشراكات الإعلامية:

تحقيق الشراكات الاستراتيجية بين المركز والأجهزة الحكومية وغير الحكومية، تجسيدا للتعاون والتكامل الإعلامي.

8-المراكز الإعلامية:

لدى مركز التواصل الحكومي الكفاءة والقدرة على تطوير مراكز إعلامية، لتغطية الأحداث ودعم الإعلاميين وتسهيل أعمالهم للوصول إلى المعلومة بطريقة سريعة.

9-المناسبات والفعاليات الإعلامية:

ينظم مركز التواصل الحكومي الفعاليات الإعلامية، ويهتم بتقديم تجربة فريدة بدءاً من تطوير المحتوى وتنظيم الفعالية، إلى التنسيق مع قطاعات وزارة الإعلام وبقية الأجهزة الحكومية.

10- التقارير والرصد:

تم تطوير آليات الرصد الإعلامي لكي يتم تغطية الأحداث الحالية ووضع التوصيات المناسبة لذلك تنقسم التقارير إلى تقارير دورية وتقارير بحسب الحدث وتقارير بحسب الطلب.

11- التواصل الرقمي:

يهدف إلى تطوير المنظومة الرقمية لتواصل فعال من خلال إنشاء وتصميم وتطوير مواقع وبوابات إلكترونية.

- العناصر البنائية المكونة للموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي السعودي :

يتكون الموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي الموحد من واجهة رئيسية تضم شريط الوصول السريع لجميع منصات التواصل الاجتماعي الخاصة لمركز التواصل الحكومي من ها: فيس بوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب. كما تدعم اللغة العربية والإنجليزية للمستخدم وأيضاً هناك توجيه أوامر صوتية للبوابة ويمكنها التفاعل مع الأوامر.

وكذلك تضم تبويب " خبر" الذي يعبر عن عدة أخبار رئيسية عن المؤسسات الحكومية كافة. وتبويب "إنفوجرافيك" الذي يقدم معلومات وحقائق حول موضوعات متنوعة باستخدام إنفوجرافيك. وهناك تبويب " قصه" الذي تحتوي على إنجازات القادة والمواطنين. وأيضاً تبويب " المملكة في أسبوع" والذي ينقل أبرز ما حدث من برامج وفعاليات وأنشطة خلال الأسبوع.

ويضم كل تبويب لون مميز يميزها عن غيرها: القصة باللون البنفسجي، الخبر باللون الأخضر الغامق، الإنفوجرافيك باللون الأخضر الفاتح والمملكة في أسبوع باللون الوردي. بالإضافة إلى وجود شريط متحرك يحتوي على دليل الجهات الحكومية والمؤسسات من ها "وزارة التعليم، وزارة الرياضة، الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع"

وبليه تبويب آخر يُسمى "تابع الجديد" ويضم أربع خانوات وهي: قصص، صور، فيديو، إنفوجرافيك. ويتكون الموقع من تبويب يهتم بسياسية الخصوصية واللوائح والأنظمة والشروط والأحكام وميثاق العملاء، بالإضافة إلى تبويب التواصل الذي يأتي أسفل صفحة الموقع، مع شعار المركز وهو وزارة الإعلام .

الخدمات المقدمة بالموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي السعودي :
تقدم منصة إلكترونية متخصصة في تقديم الخدمات الإلكترونية لكافة القطاعات والجهات ذات العلاقة
المباشرة مع مركز التواصل الحكومي السعودي حيث يتم تخصيص خدمات المستفيدين حسب تصنيفاتهم
لتسهيل عملية تقديم ومتابعة وأرشفة كافة الخدمات المقدمة.
ومن هذه الخدمات: طلب خدمة إعلامية، كذلك خدمة الاشتراك في مجموعات التواصل الحكومي، وخدمة
تنسيق الاجتماعات مع الجهات المعنية، وخدمة الوصول السريع لمركز المعرفة، وخدمة تسجيل الأنشطة
الإعلامية المستقبلية، وخدمة الاستفسارات العامة.
ويقدم الموقع إمكانية الاستفادة من خدماته من خلال تسجيل جديد لفتتين فقط وهم " الموظفون
والمستثمرون " عن طريق النفاذ الوطني الموحد، تتيح للمستخدم الاستفادة من خدمات منظومة
الإعلام.23

منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية

منهجية الدراسة:

استخدمت الباحثات المنهج المسحي وذلك لمناسبته لطبيعة البحث .

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الصحفيين السعوديين في المملكة العربية السعودية البالغ عددهم (2262).

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية من الصحفيين السعوديين وعشوائية للصحفيين السعوديين في
جميع مناطق المملكة العربية السعودية، بلغ عددها (212) مفردة من الصحفيين السعوديين.

أداة الدراسة:

الاستبانة الإلكترونية هي الأداة المناسبة للوصول لعينة الدراسة.

اختبارات أداة الدراسة - الصدق والثبات للدراسة:

إجراءات الثبات والصدق:

²³ العتيبي، جراح (2022) اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.
مجلة البحوث الإعلامية، عدد 62، ج1، ص264.

اختبار الصدق: تم عرض الاستبانة على محكمين في مجال الإعلام للاستفادة من خبراتهم وتعديل الاستمارة وفق مقترحاتهم وذلك لقياس الصدق الظاهري للاستبانة.

اختبار الثبات: قامت الباحثات باستخدام معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقياس المستخدم في الدراسة، حيث تم إيجاد قيمة معامل ألفا للدرجة الكلية لأداة الاستبانة، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS (0.953) وهي قيمة مقبولة إحصائياً، وبناءً على ذلك يمكن اعتبار أن جميع العبارات المستخدمة في الاستقصاء تتمتع بالثبات، ولا داعي لحذف أي منها.

كما قامت الباحثات بإجراء اختبار KMO and Bartlett's Test، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS (0.897) وهذا يعني أن حجم العينة كافٍ لفاعلية النتائج. المعالجة الإحصائية للبيانات: تم الاعتماد على برنامج (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة الميدانية. الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

استخدمت الباحثات لتحليل البيانات التي تم جمعها في هذه الدراسة للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها مجموعة من الأساليب الإحصائية التي يتضمنها برنامج (SPSS) وتمثلت في:

- 1- النسب المئوية لوصف خصائص العينة.
- 2- المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للتعرف على درجة موافقة الأفراد المبحوثين على متغيرات الدراسة، ومجالاتها المختلفة.
- 3- معادلة ألفا كرونباخ للتأكد من مدى ثبات أداة الدراسة.

عرض ومناقشة النتائج

أولاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البيانات الديموغرافية:

م	عنصر ديموغرافي	فئات	العدد = (212)	النسبة %
1	الجنس	ذكر	98	46.2
		انثى	114	53.8
2	العمر	من 20 إلى 30 سنة	55	25.9
		من 31 إلى 40 سنة	96	45.3
		من 41 إلى 50 سنة	52	24.5
		من 51 سنة فأكثر	9	4.2
3	المستوى التعليمي	ثانوي	14	6.6
		بكالوريوس	131	61.8
		دراسات عليا	59	27.8
		غير ذلك	8	3.8
4	التخصص الجامعي	الإعلام (صحافة - إذاعة - تلفزيون)	84	39.6
		الاتصال الاستراتيجي (علاقات عامة)	79	37.3
		الإعلام الرقمي	19	9.0
		غير ذلك	30	14.2
5	سنوات الخبرة	من سنة إلى 5 سنوات	79	37.3
		من 6 إلى 10 سنوات	90	42.5
		11 سنة فأكثر	43	20.3
6	المؤسسة الصحفية	عكاظ	26	12.3
		الرياض	37	17.5
		اليوم	52	24.5
		الرياضية	10	4.7
		الشرق الأوسط	7	3.3
		مكة	27	12.7
		الوطن	20	9.4
		غير ذلك	33	15.6

يوضح الجدول أعلاه أن ما مجموعه 98 (46.2%) من الاستجابات كانت من الذكور، بينما كان باقي الاستجابات 114 (53.8%) من الإناث.

من حيث عمر المستجيبين، 55 (25.9%) منهم تتراوح أعمارهم بين 20-30 سنة. بالإضافة إلى 96 (45.3%) من مجموع المستجيبين تراوحت أعمارهم بين 31-40 سنة، بينما 52 (24.5%) تراوحت أعمارهم بين 41-50 سنة. شكل المستجيبون الذين تزيد أعمارهم عن 51 سنة 9 (4.2%) من إجمالي الردود. وبالتالي، تراوحت أعمار غالبية المستجيبين بين 31 و40 عامًا، وتجاوزت أعمار أقلية منهم 51 عامًا.

علاوة على ذلك، يوضح الجدول أعلاه أن أكبر عدد من المشاركين كانوا شهادة البكالوريوس حيث بلغ عددهم 131 (61.8%) مستجيبين، في حين أن 59 (27.8%) من إجمالي المبحوثين كانوا حاصلين على دراسات عليا. كان 14 (6.6%) من مجموع المستجيبين حاصلين على شهادة الثانوية، و8 (3.8%) منهم حاصلين على دبلوم في مختلف التخصصات.

وفيما يتعلق بتخصصات المستجيبين، فإن غالبيتهم من مجال الإعلام (صحافة - إذاعة - تلفزيون) 84 (39.6%)، يليهم مجال الاتصال الاستراتيجي (علاقات عامة) 79 (37.3%). ثم تخصصات في مختلف المجالات بعدد 30 (14.2%) ثم مجال الإعلام الرقمي 19 (9.0%).

من حيث عدد سنوات الخبرة، كانت غالبية المستجيبين الذين تتراوح خبرتهم ما بين 6 إلى 10 سنوات عددهم 90 (42.5%)، يليهم المستجيبين الذين تتراوح خبرتهم ما بين سنة إلى 5 سنوات عددهم 79 (37.3%)، بينما كانت أقلية المستجيبين تتراوح خبرتهم 11 سنة فأكثر والذين بلغ عددهم 43 (20.3%). فيما يتعلق بالمؤسسات الصحفية التي ينتمي لها المستجيبين كان العدد الأكبر من صحيفة اليوم حيث بلغ عددهم 52 (24.5%) والعدد الأقل كان من صحيفة الشرق الأوسط حيث بلغ عددهم 7 (3.3%).

ثانياً: اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى:

Sig	Correlation Coefficient	
.000	.649	اتجاهات الصحفيين السعوديين >---- دور مركز التواصل الحكومي

يوجد علاقة بين اتجاهات الصحفيين السعوديين ودور مركز التواصل الحكومي حيث بلغ معامل الارتباط (0.649) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05).

الفرضية الثانية:

Sig	Correlation Coefficient	
.000	.648	أداء مركز التواصل الحكومي >---- دور مركز التواصل الحكومي

يوجد علاقة بين أداء مركز التواصل الحكومي ودور مركز التواصل الحكومي حيث بلغ معامل الارتباط (0,648) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05).

الفرضية الثالثة:

Sig	Correlation Coefficient	
.00 0	.637	استراتيجيات عمل مركز التواصل الحكومي >---- دور مركز التواصل الحكومي

يوجد علاقة بين استراتيجيات عمل مركز التواصل الحكومي ودور مركز التواصل الحكومي حيث بلغ معامل الارتباط (0.637) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05).

الفرضية الرابعة:

Sig	Correlation Coefficient	
.000	.648	أداء مركز التواصل الحكومي >---- دور مركز التواصل الحكومي

يوجد علاقة إيجابية بين الاستراتيجيات الاتصالية ودور مركز التواصل الحكومي حيث بلغ معامل الارتباط (0.648) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05).

ثالثاً: اختبار تساؤلات الدراسة

1- ما اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق

الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية؟

Sig	Correlation Coefficient	
.000	.649	اتجاهات الصحفيين السعوديين >---- دور مركز التواصل الحكومي

يوجد علاقة بين اتجاهات الصحفيين السعوديين ودور مركز التواصل الحكومي حيث بلغ معامل

الارتباط (0.649) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05).

2- ما دور مراكز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية من وجهة نظر الصحفيين؟

Sig	Correlation Coefficient	
.000	.637	استراتيجيات عمل مركز التواصل الحكومي >---

يوجد علاقة بين استراتيجيات عمل مركز التواصل الحكومي ودور مركز التواصل الحكومي حيث بلغ معامل الارتباط (0.637) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05).

3- ما اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو موقع وحسابات مركز التواصل الحكومي كمصدر لمعلومات وأخبار المؤسسات الحكومية؟

العبارة	ممتاز	جيد	ضعيف
نشر الأخبار	74.1	21.7	4.2
نشر التقارير	71.2	22.6	6.1
نشر الرسوم البيانية والانفوجرافيك	70.8	22.2	7.1
نشر التقارير المصورة	63.2	30.7	6.1
نشر التصريحات الرسمية	68.4	25.9	5.2
نشر المقابلات	63.2	27.4	9.4
نشر القصص الخبرية	68.9	21.2	9.9
نشر أخبار/تقارير حول التحول الاجتماعي	66.0	27.4	6.6
نشر أخبار/تقارير حول التحول الاقتصادي	72.2	22.2	5.7
نشر أخبار/تقارير حول التحول الرقمي	70.8	21.7	7.1

أظهرت نتائج الدراسة أن 74.1% من الصحفيين السعوديين يعتمدون على دور مركز التواصل الحكومي في نشر الأخبار، وما معدله 72.2% من الأخبار حول التحول الاقتصادي في المملكة.

1- ما الاستراتيجية الاتصالية المتبعة بمركز التواصل الحكومي في نشر الأخبار؟

غير موافق	محايد	موافق	
1.9	17.9	80.2	موقع المركز ينشر أخبار متنوعة
3.3	23.6	73.1	موقع المركز ينشر كل ما هو جديد
2.8	16.5	80.7	موقع المركز ينشر أخبار المؤسسات الحكومية
3.3	25.5	71.2	موقع المركز ينشر أبرز الإنجازات الاجتماعية
3.3	17.0	79.7	موقع المركز ينشر أبرز الإنجازات الاقتصادية
5.2	27.4	67.5	موقع المركز ينشر القصص الخيرية
5.2	28.8	66.0	موقع المركز ينشر المقابلات
4.7	25.0	70.3	موقع المركز ينشر الصور والانفوجرافيك
4.2	21.7	74.1	موقع المركز ينشر التقارير المتكاملة
2.4	22.6	75.0	تتنوع أساليب النشر في موقع المركز

أظهرت نتائج الدراسة أن 80.7% من الاستراتيجية المتبعة بمركز التواصل الحكومي تعتمد على نشر الأخبار بالموقع الإلكتروني عن المؤسسات الحكومية وأن 80.0% يتم نشر أخبار متنوعة.

1- ما مدى اعتماد الصحفيين على مركز التواصل الحكومي في الحصول على أخبار المؤسسات الحكومية؟

83.0	نعم
17.0	لا

أظهرت نتائج الدراسة أن 83.0% من الصحفيين يعتمدون على مركز التواصل الحكومي في الحصول على الأخبار عن المؤسسات الحكومية.

2- ما مدى الاستفادة الإعلامية للصحفيين من مركز التواصل الحكومي؟

لم استفد	إلى حدٍ ما	استفدت بشكل كبير	
5.7	25.9	68.4	الاستفادة في كتابة الأخبار
5.7	33.5	60.8	الاستفادة في كتابة التقارير
7.1	34.4	58.5	الاستفادة في كتابة التحقيقات الصحفية
9.9	34.9	55.2	الاستفادة في تصميم والانفوجرافيك
7.5	28.8	63.7	الاستفادة من الأخبار المنشورة في الموقع
10.4	29.2	60.8	الاستفادة من التقارير المنشورة في الموقع
9.9	29.2	60.8	الاستفادة من المقابلات المنشورة في الموقع
9.0	30.2	60.8	الاستفادة من القصص الخبرية المنشورة في الموقع
11.8	21.7	66.5	الاستفادة من المركز في الوصول لمسؤولي المؤسسات الحكومية
12.3	25.9	61.8	الاستفادة من المركز في تنسيق الدعوات الرسمية للمناسبات
16.0	18.4	65.6	الاستفادة من المركز في تزويدي بمعلومات وأخبار خاصة

أظهرت النتائج أن 68.4 % من الصحفيين يستفيدون من مركز التواصل الحكومي في كتابة الأخبار

وأن 66.5% يستفيدون من المركز في الوصول إلى المسؤولين في المؤسسات الحكومية.

مناقشة النتائج

يتضمن هذا الفصل عرضاً لمناقشة نتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين

السعوديين نحو دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية وذلك

وفقاً لما تناولته من فروض وربطها بالنتائج المتعلقة بكل سؤال على النحو الآتي:

النتائج المتعلقة بالمحور الأول: رؤية الصحفيين السعوديين نحو دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية:

- أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الأول أن الغالبية العظمى من الصحفيين يتصفحون الموقع الإلكتروني وحسابات التواصل الاجتماعي لمركز التواصل الحكومي بنسبة 94.8% بمقابل 4.7% أجابوا بأنهم لا يتصفحون الموقع أو الحسابات الإلكترونية للمركز.
- أظهرت النتائج أن أكثر من ثلاثة أرباع الصحفيين يتواصلون مباشرة مع مركز التواصل الحكومي للحصول على معلومات حول المؤسسات الحكومية السعودية وبنسبة 80.7% في حين لم يتواصل 19.3% مع المركز للحصول على المعلومات ما يظهر بأن هناك اعتماداً من قبل الصحفيين السعوديين على المركز في التواصل مع المؤسسات الحكومية.
- أظهرت النتائج أن مركز التواصل الحكومي تواصل مع 75% من الصحفيين المشاركين في البحث ما يشير إلى نشاط المركز في التواصل المباشر مع الصحفيين.
- أظهرت النتائج أن غالبية الصحفيين وبنسبة 87.3% يزورون الموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي للحصول على أخبار المؤسسة الحكومية ما يظهر بأن المركز كان مصدر إخباري لغالبية الصحفيين المشاركين في البحث.
- أظهرت النتائج بأن 90.1% من الصحفيين يزورون حسابات التواصل الاجتماعي لمركز التواصل الحكومي للحصول على أخبار المؤسسات الحكومية ما يعكس توجه غالبية الصحفيين نحو المركز للحصول على أخبار المؤسسات الحكومية.
- أظهرت النتائج بأن 83% من الصحفيين يعتمدون على مركز التواصل الحكومي كمصدر للأخبار الصحفية اليومية للمؤسسات الحكومية السعودية ما يظهر بأن المركز استطاع أن يكون جهة تنسيقية موحدة للعمل الإعلامي الحكومي.
- أظهرت النتائج أن 86.8% من الصحفيين يرون بأن مركز التواصل الحكومي يقدم لهم معلومات حديثة حول المؤسسات الحكومية ما يظهر فاعلية المركز في تحقيق دوره الإعلامي، ويؤكد ذلك صحة الفرضية الأولى للبحث بوجود علاقة بين اتجاهات الصحفيين وتقييمهم لدور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية.

- النتائج المتعلقة بالمحور الثاني: دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الإعلامية:
- أظهرت نتائج البحث أن النسبة الأكبر من الصحفيين وبنسبة 84.4% يرون بأن مركز التواصل الحكومي ساهم بتحقيق هدفه بالتكامل والتنسيق بين المؤسسات الحكومية ووسائل الإعلام ما يؤكد على أهمية دور المركز الإعلامي وتحقيقه لهدفه الرئيسي في توحيد وتنسيق الجهود الإعلامية.
- أظهرت نتائج البحث بأن نسبة كبيرة من الصحفيين وبنسبة 80.7% يرون بأن مركز التواصل الحكومي ساهم في زيادة مستوى التواصل بين المؤسسات الحكومية ووسائل الإعلام وهو ما يحل الإشكالية التي طرحتها دراسة العيساوي، والقاسمي (2017) والمتمثلة في قلة تعرض موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية للدورات التطويرية وفعاليات تنمية مهارات التعامل مع الإعلام، ليتمكن مركز التواصل الحكومي من حل هذه الإشكالية التي تواجه المؤسسات الإعلامية ما أدى لزيادة مستوى التواصل بين تلك المؤسسات ووسائل الاعلام.
- أظهرت نتائج البحث بأن 80.7% من الصحفيين يرون بأن مركز التواصل الحكومي ساهم في تطوير المحتوى الإعلامي المطروح حول المؤسسات الحكومية، وهو ما يشير للدور التخصصي الذي استطاع المركز أن يقدمه للمؤسسات الحكومية ما أدى لزيادة فاعلية المحتوى الإعلامي المطروح حولها.
- أظهرت نتائج البحث بأن 81.1% من الصحفيين يرون بأن مركز التواصل الحكومي ساهم في إبراز التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها المملكة.
- أظهرت نتائج البحث بأن أكثر الصحفيين وبنسبة 87.7% يرون بأن مركز التواصل الحكومي ساهم في تعزيز صورة المملكة العربية السعودية محلياً وإقليمياً ودولياً، وهو أحد الأهداف الرئيسية التي يسعى المركز لتحقيقها.
- أظهرت نتائج البحث بأن 83% من الصحفيين يرون بأن مركز التواصل الحكومي تميز كمصدر للأخبار الصحفية في المؤسسات الحكومية السعودية مقارنة بالمصادر الحكومية الأخرى، وهو ما يظهر تحقيق المركز دوره في توحيد الجهود الإعلامية، كما تؤكد نتائج هذا السؤال والسؤال السابق صحة فرضية وجود علاقة بين اتجاهات الصحفيين السعوديين وتقييم دور مركز التواصل الحكومي في تنسيق الجهود الحكومية.

النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: استراتيجيات مركز التواصل الحكومي في نشر الأخبار:

- أظهرت نتائج البحث أن النسبة الأكبر من الصحفيين وبنسبة 47.2% يتصفحون موقع مركز التواصل الحكومي بشكل يومي، في حين يتصفح 24.1% الموقع بفترات متباعدة، و19.8% يتصفحونه مرتان بالأسبوع و9% مرة بالأسبوع.
- أظهرت النتائج تفاوت تقييم الصحفيين لأبرز طرق واستراتيجيات النشر بموقع مركز التواصل الحكومي حيث تفاوتت نسب تقييمهم بين ممتاز وجيد وضعيف حيث حظي نشر الأخبار بأكبر نسبة تقييم كمتياز وبنسبة وصلت الى 74% في حين كانت أقل نسبة تقييم كمتياز في نشر المقابلات، ونشر التقارير المصورة وبنسبة 63.2% لكل منهما، في حين كانت أعلى نسبة تقييم كضعيف في نشر القصص الخبرية، ونشر المقابلات، وهو ما يطابق فرض وجود علاقة بين استراتيجيات عمل مركز التواصل الحكومي وبين تنسيق الجهود الإعلامية.

النتائج المتعلقة بالمحور الرابع: أسباب توجه الصحفيين السعوديين للموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي:

- أظهرت النتائج بأن أبرز الأسباب التي تدفع الصحفيين للتوجه نحو الموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي جاءت مرتبة تنازلياً حسب الأهمية كالتالي:

 - 1- أن موقع المركز ينشر أخبار المؤسسات الحكومية
 - 2- أن موقع المركز ينشر أخبار متنوعة
 - 3- أن موقع المركز ينشر أبرز الإنجازات الاقتصادية
 - 4- تنوع أساليب النشر في الموقع
 - 5- موقع المركز ينشر التقارير المتكاملة
 - 6- موقع المركز ينشر كل ما هو جديد
 - 7- موقع المركز ينشر أبرز الإنجازات الاجتماعية
 - 8- موقع المركز ينشر الصور والانفجرات
 - 9- موقع المركز ينشر القصص الخبرية
 - 10- موقع المركز ينشر المقابلات

وهو ما يؤكد صحة فرضية وجود علاقة بين استراتيجيات عمل مركز التواصل الحكومي وبين

تنسيق الجهود الإعلامية

النتائج المتعلقة بالمحور الخامس: مدى استفادة الصحفيين السعوديين من الموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي:

- أظهرت نتائج البحث بأن أعلى نسبة استفادة للصحفيين من الموقع كانت في نشر الأخبار وأقل استفادة كانت في تصميم الانفوجرافيك
- أظهرت نتائج الدراسة بأن استفادة الصحفيين من الموقع الإلكتروني للمركز كانت مرتبة تنازلياً حسب مستوى الاستفادة كالتالي:

1- الاستفادة في كتابة الأخبار

2- الاستفادة في الوصول لمسؤولي المؤسسات الحكومية

3- الاستفادة في تزويد الصحفيين بمعلومات وأخبار خاصة

4- الاستفادة من الأخبار المنشورة في الموقع

5- الاستفادة في تنسيق الدعوات الرسمية للمناسبات الخاصة بالمؤسسات الحكومية

6- الاستفادة من المقابلات المنشورة في الموقع

7- الاستفادة في كتابة التقارير

8- الاستفادة من القصص الخبرية المنشورة في الموقع

9- الاستفادة من التقارير المنشورة في الموقع

10- الاستفادة في كتابة التحقيقات الصحفية

11- الاستفادة في تصميم الانفوجرافيك

وهو ما يثبت صحة فرضية وجود علاقة إيجابية بين الإستراتيجيات الاتصالية وتنسيق الجهود الإعلامية.

نتائج الدراسة:

أظهرت الدراسة النتائج الآتية:

- 1- أن غالبية أفراد عينة الدراسة يتابعون موقع مركز التواصل الحكومي وحساباته الإلكترونية ويعتمدون عليه في الحصول على المعلومات الحديثة والأخبار المتعلقة بالمؤسسات الحكومية.

- 2- وجود ثقة كبيرة من قبل الصحفيين أفراد عينة الدراسة بالدور الذي يقوم به مركز التواصل الحكومي في توحيد وتنسيق الجهود الإعلامية للمؤسسات الحكومية، وزيادة مستوى التواصل بينهم وبين المؤسسات الحكومية، وتطوير المحتوى الإعلامي المقدم حول المؤسسات الحكومية.
- 3- وجود دور لمركز التواصل الحكومي في إبراز التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها المملكة، وتعزيز صورة المملكة محلياً وإقليمياً ودولياً.
- 4- وجود تفاوت في مرات زيارة الموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي من قبل الصحفيين بين "بشكل يومي" وهي النسبة الأعلى و"بفترات متباعدة" بنسبة تمثل ربع العينة المشاركة في حين يتصفح آخرون الموقع بين مرة إلى مرتين بالأسبوع.
- 5- مثلت الأخبار أبرز طرق النشر التي يعتمد الصحفيين أفراد عينة الدراسة على موقع التواصل الحكومي للحصول عليها، كما مثلت المقابلات والتقارير المصورة أقل طرق النشر التي يعتمد عليها الصحفيون.
- 6- وجود ضعف في نشر القصص الخبرية، ونشر المقابلات من قبل مركز التواصل الحكومي.
- 7- كانت أبرز أسباب اعتماد الصحفيين على موقع مركز التواصل الحكومي أن الموقع ينشر أخبار المؤسسات الحكومية، وينشر أخبار متنوعة، وينشر أبرز الإنجازات الاقتصادية، بالإضافة لتنوع أساليب النشر في الموقع.
- 8- استفاد الصحفيون من الموقع الإلكتروني لمركز التواصل الحكومي في كتابة الأخبار، والوصول لمسؤولي المؤسسات الحكومية، وتزويدهم بمعلومات وأخبار خاصة، وتنسيق الدعوات الرسمية للمناسبات الخاصة بالمؤسسات الحكومية.

توصيات الدراسة:

بناء على نتائج الدراسة توصي الباحثات بما يلي:

لمركز التواصل الحكومي:

- ضرورة التعريف بدور مركز التواصل الحكومي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وإبراز جهوده بشكل أكبر.
- أهمية تفعيل النشر الدوري وتحديث الأخبار والبيانات في الموقع الإلكتروني للمركز ليكون للموقع نشاط إعلامي موازي للنشاط الإعلامي في حسابات التواصل الاجتماعي.

- ضرورة إبراز الانفوجرافيك، والبيانات في حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمركز بشكل أكثر جاذبية والاهتمام بالتقارير المصورة.
- ضرورة تكثيف التواصل الدوري مع الصحفيين السعوديين عبر الرسائل النصية والبريد الإلكتروني والتجاوب مع استفساراتهم.
- تفعيل دور المركز في تزويد المؤسسات الحكومية بالكوادر الإعلامية المتخصصة القادرة على إدارة المحتوى الإعلامي والتواصل والعلاقات العامة من خلال التدريب التعاوني المنتهي بالتوظيف في المؤسسات الحكومية.
- زيادة تفعيل نشر موقع المركز لأبرز التقارير، والمقالات المنشورة في الصحف والتي تساهم في تحقيق أهداف المركز على المستوى المحلي والإقليمي والدولي لإبراز دور الاعلام السعودي.

للجامعات والمؤسسات الأكاديمية:

- العمل على قياس ومتابعة الدور الإعلامي الذي يقوم به مركز التواصل الحكومي من خلال عمل المزيد من الأبحاث والدراسات حول المركز ودوره وأهدافه.
- التعاون بين أقسام الإعلام بالجامعات ومركز التواصل الحكومي للاستفادة من مخرجات الجامعات من الطلبة الموهوبين والمتميزين للمساهمة في تحقيق أهداف المركز.
- زيادة الأبحاث والدراسات التي تتناول الأدوار الإعلامية للمؤسسات الحكومية.

الدراسات المقترحة:

- العمل على مزيد من الدراسات الإعلامية التحليلية والميدانية التي تتناول التغطية الإعلامية لأدوار المؤسسات الحكومية
- ضرورة التوسع في الدراسات التي تتناول مساهمة وسائل الاعلام في إبراز التطورات الاقتصادية والاجتماعية التي حققتها رؤية المملكة 2030.
- إجراء دراسات علمية تتناول دور مركز التواصل الحكومي في إبراز جهود المملكة على المستوى الدولي.

المصادر والمراجع

المراجع العربية:

- الدوسري، نوره. (2022) واقع التنسيق بين مُعلّمي ومشرفي التربية الفكرية في تقديم الخدمات الانتقالية في مدينة الرياض. مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة الأمير سطام
- العتيبي، جراح (2022) اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان. مجلة البحوث الإعلامية، عدد 62، ج1، ص264.
- الجمال، أميرة (2021). اتجاهات الجمهور المصري نحو دور وسائل الاعلام في التوعية بالقضايا القومية، مجلة بحوث كلية الآداب، م 33، عدد 131، ص 3
- حميش، يوسف (2021). اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو أنواع الصحفية في الاعلام الرياضي الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة محمد بوضياف المسيلة.
- مرسي، إيمان (2021). رؤية الشباب السعودي لاستراتيجيات العلاقات العامة الحكومية في تعزيز الاتصال الحوارى على مواقع التواصل الاجتماعى خلال ازمة جائحة كورونا، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 28، ص6.
- مصطفى، ولاء (2021). الاستراتيجيات الاتصالية لرسائل المؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعى تويتر: دراسة تحليلية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، عدد 32، ص-155-107.
- الصليمي، فيصل هلال. (2020). دور مركز التواصل الحكومى في توحيد الجهود الإعلامية للجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام عدد 76، ص 594 – 625
- العشيرى، ميرال صبرى (2020). اتجاهات الصحفيين نحو قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم 175 لسنة 2018 والممارسات الصحفية المتصلة به، مجلة البحوث الإعلامية، عدد 55، ج1.
- عبد الغفار، وفاء (2020). اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطور أساليب التحرير الصحفى بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، عدد 54، ج7، ص4828.
- الشمري، والصدى (2018). اتجاهات الصحفيين نحو الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحافة الورقية، مجلة العلوم الإنسانية، م 19، ص 31.



- العيساوي، والقاسمي (2017). مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد،
المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، عدد 1، م1، ص 144.
- أحمد، شاذلي (2017). فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية، دراسة ماجستير
منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- البوسمي، عائشة (2016). الاتصال الحكومي المؤسسي. دار كتاب للنشر والتوزيع.
- درار، خالد (2015). اتجاهات الصحفيين السودانيون والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة في التنمية
الاقتصادية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد 11، ص 40-57.
- زين الدين، فتح الرحمن (2014). فاعلية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، المستودع الرقمي
في جامعة طيبة.
- حسن، عبد الصادق (2013). اتجاهات الجمهور الخارجي نحو دور الموقع الإلكتروني في البنوك
البحرينية، مجلة البحوث الإعلامية، عدد 40، ج 40، ص 99.
- المقوشي، عبد العزيز (2011). اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو التدريب على رأس العمل:
دراسة مسحية. مجلة جامعة الملك سعود – الآداب، مج 21، ع 2، ص 423-473.
- القاضي، ندية (2011). اتجاهات الإعلاميين نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير
الاجتماعي. مجلة البحوث الإعلامية، ع 36، م 2، ص 133.

المراجع الأجنبية:

- Soukenik, S (2018) Toward a Stakeholder Model of government
Communication: a case study of the Czech Republic. Communication
today. (1), P20-37.
- Tamam Ezhar and Abdullah Nadzmah, (2014) Malaysian Journalists:
Perceptions on the Role of the Media. <http://www.researchgate.net>



الملاحق:

ملحق (1)

قائمة بأسماء المحكمين

الاسم	الرتبة العلمية	التخصص	الجامعة	
د. رويدا أحمد	أستاذ مساعد	الإعلام	جامعة الملك فيصل	1
د. مصعب عبد القادر	أستاذ مشارك	الإعلام	جامعة الملك فيصل	2
محمد نور طايح	استاذ مشارك	الإعلام	جامعة سوهاج - جمهورية مصر العربية	3
عبد الله محمد اطبيقة	استاذ مساعد	الإعلام	جامعة سرت - ليبيا	4