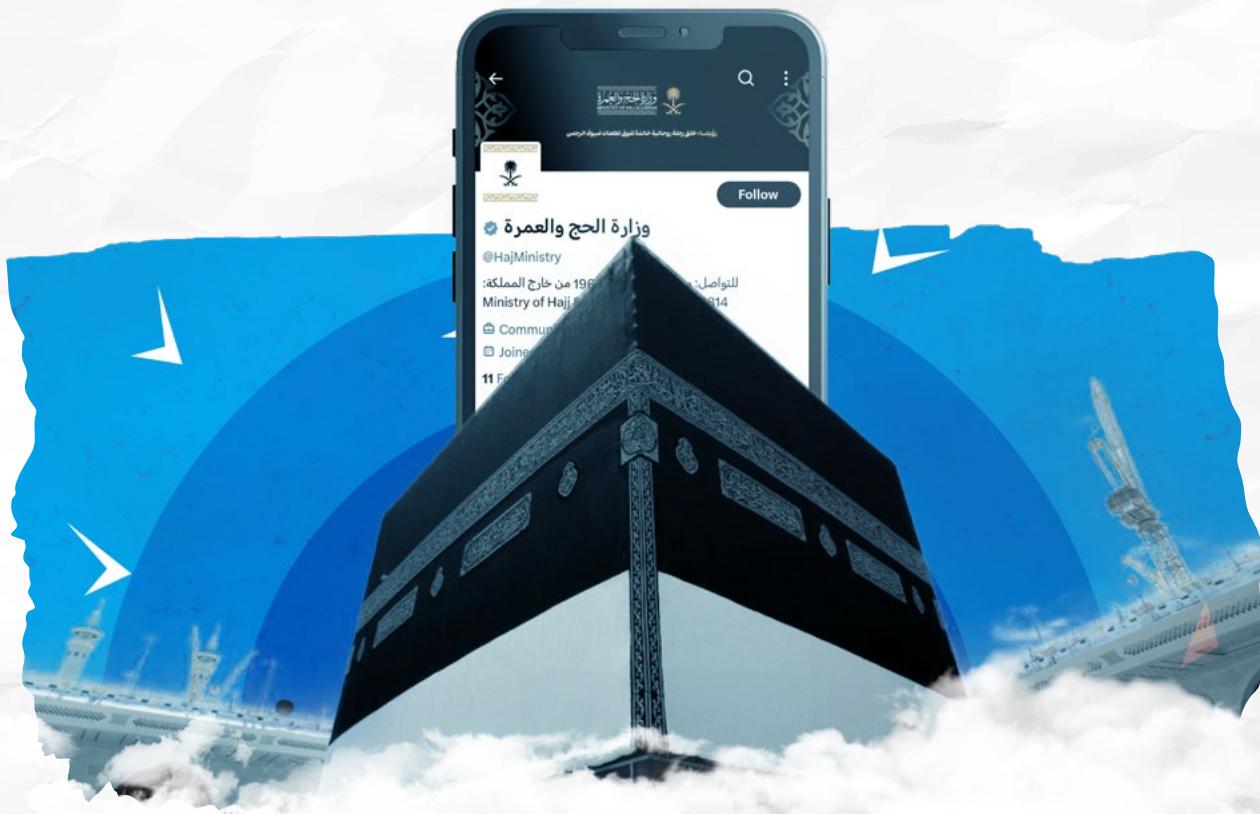


حساب وزارة الحج والعمرة على منصة إكس



ملخص تنفيذى



تُعد وزارة الحج والعمرة، الجهة الحكومية المختصة بتسهيل إجراءات وصول ضيوف الرحمن القادمين من جميع أنحاء العالم بفرض الحج والعمرة والزيارة، وتعمل بالتنسيق والتكميل مع الجهات الحكومية والقطاع الخاص على تطوير البرامج والأنظمة التقنية، وتحسين الخدمات المقدمة، وذلك لإثراء تجربتهم الإيمانية لتكون فريدة ومت米زة، وبالشكل الذي يعزز مكانة المملكة في خدمة الإسلام والمسلمين.

ونظراً لمحورية الأدوار التي تقوم بها وزارة الحج والعمرة في خدمة ضيوف الرحمن، فقد قام مركز القرار للدراسات والاستشارات الإعلامية بإجراء هذه الدراسة التي تستهدف التعرف على طبيعة منشورات حسابها على منصة إكس، وانطباعات المستخدمين تجاه أدائها، وذلك من خلال رصد وتحليل جميع منشورات الحساب خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1 يوليو 2025م وحتى 30 سبتمبر 2025م، وكذلك تحليل تعليقات المستخدمين على تلك المنشورات.

وقد انتهت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ◀ اعتمد حساب الوزارة على استراتيجية نشر متوازنة تضمن عدم وجود أيام فراغية تخلو من المنشورات.
- ◀ جاءت الغالبية العظمى من منشورات الحساب أصلية، مما يُشير إلى حرصه على الاعتماد على محتوى حصري خاص به.

الاستراتيجيات



- ▶ اتسعت منشورات الحساب بالتنوع الموضوعي الذي يغطي مختلف الأنشطة الوظيفية للوزارة.
- ▶ حلّت استراتيجية الحوار في مقدمة الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمها الحساب في منشوراته، وقد انعكس ذلك على أهداف المنشورات التي تصدرها "مد جسور التواصل"، مما يعكس حرص الحساب على تحفيز المستخدمين على التفاعل والمشاركة.
- ▶ تميّز حساب وزارة الحج والعمرة باستخدام الوسائل الرقمية في الغالبية العظمى من منشوراته، وقد اتسعت بالتنوع لتشمل الإنفوغرافيكس والصور والفيديو والفيديوجرافيك.
- ▶ نجح الحساب في توظيف الهاشتاقات بمنشوراته محل التحليل، وقد تضمنت هاشتاقات عامة وأخرى متعلقة بالنشاط الوظيفي للوزارة.
- ▶ حظيت منشورات الحساب بعدلات معتبرة من التعليقات، وجاء معظمها كاستجابة من جانب المستخدمين مع المنشورات التفاعلية.

مقدمة

تعتبر المملكة العربية السعودية قيادة وحكومة وشعباً أن خدمتها لضيوف الرحمن هو شرف عظيم ومصدر فخر، فيقول خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز - حفظه الله - "إن الشرف العظيم الذي يميز الله بلادنا به من خدمة الحرمين الشريفين والشهر على راحة ضيوف الرحمن من حجاج ومعتمرين وزوار، وتقديم أرقى الخدمات لهم، هو مصدر فخر لنا جميعاً، نبذل من أجله الغالي والنفيس أداءً للمسؤولية التي اصطفانا الله لها واستشعاراً لقدسية هذا الواجب العظيم، ونحمد الله أن وفقنا لمواصلة هذا العمل الجليل، منذ عهد المؤسس الملك عبد العزيز (طيب الله ثراه) وسارت عليه هذه البلاد، بقيادة أبنائه الملوك من بعده رحمة الله ولا نزال ونبغي نفتخر ونتشرف بمواصلة المهمة، بأعلى كفاءة وأميز عطاء بإذن الله تعالى".

كما يقول صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان ولبي العهد - أيده الله - "دائماً ما تبدأ قصص النجاح بروؤية، وأنجح الرؤى هي تلك التي تبني على مكامن القوة ونحن نثق ونعرف أن الله سبحانه جباناً وطنناً مباركاً هو أثمن من البترول، وفيه الحرمين الشريفين أظهر بقاع الأرض وقبلة أكثر من مليار مسلم، وهذا هو عمقنا العربي والإسلامي وهو عامل نجاحنا الأول".

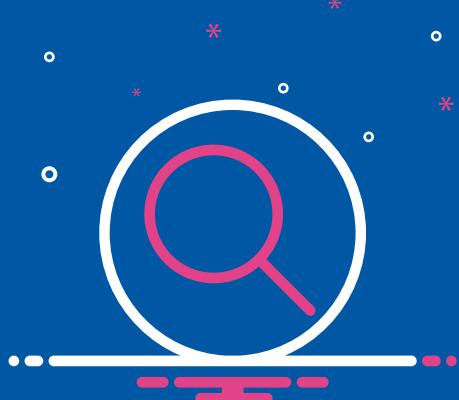
وتُعد وزارة الحج والعمرة، الجهة الحكومية المختصة بتسهيل إجراءات وصول ضيوف الرحمن القادمين من جميع أنحاء العالم بغرض الحج والعمرة والزيارة، وتعمل بالتنسيق والتكامل مع الجهات الحكومية والقطاع الخاص على تطوير البرامج والأنظمة التقنية، وتحسين الخدمات المقدمة، وذلك لإثراء تجربتهم الإيمانية لتكون فريدة ومتميزة، وبالشكل الذي يعزز من مكانة المملكة في خدمة الإسلام والمسلمين.

ونظراً لمحورية الأدوار التي تقوم بها وزارة الحج والعمرة في خدمة ضيوف الرحمن، تأتي أهمية النشاط الاتصالى للوزارة بوصفه ركيزة أساسية في تحقيق رؤية ورسالة الوزارة وبلوغ غاياتها وأهدافها الاستراتيجية، كونه يسهم في إيصال خدماتها للجمهور المستهدف عبر رسائلها الاتصالية، كما أنه يساعد بشكل فعال في تشكيل وتعزيز صورة ذهنية إيجابية وسمعة مؤسسة متميزة عن وزارة الحج والعمرة لدى الجمهور.

وبناءً على ما تقدم؛ تسعى هذه الدراسة التي أجرتها مركز القرار للدراسات والاستشارات الإعلامية إلى التعرف على طبيعة منشورات حساب الوزارة على منصة إكس، وانطباعات المستخدمين تجاه أدائها.

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الشامل بشقيه الكمي والكيفي لرصد وتحليل جميع منشورات حساب وزارة الحج والعمرة على منصة إكس خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1 يوليو 2025 وحتى 30 سبتمبر 2025.

كما قامت الدراسة بتحليل تعليقات المستخدمين على منشورات الحساب خلال الفترة الزمنية ذاتها، وذلك بهدف التعرف عن انطباعاتهم تجاه وزارة الحج والعمرة ونشاطها الوظيفي.



نتائج الدراسة

- الوصف الظاهري للحساب
- معدل وطبيعة النشر
- محور التناول
- أهداف المنشورات
- الاستراتيجيات الاتصالية
- الوسائل الرقمية
- عناصر الانتشار والإحالة
- التفاعلية
- طبيعة التعليقات
- النتائج العامة :

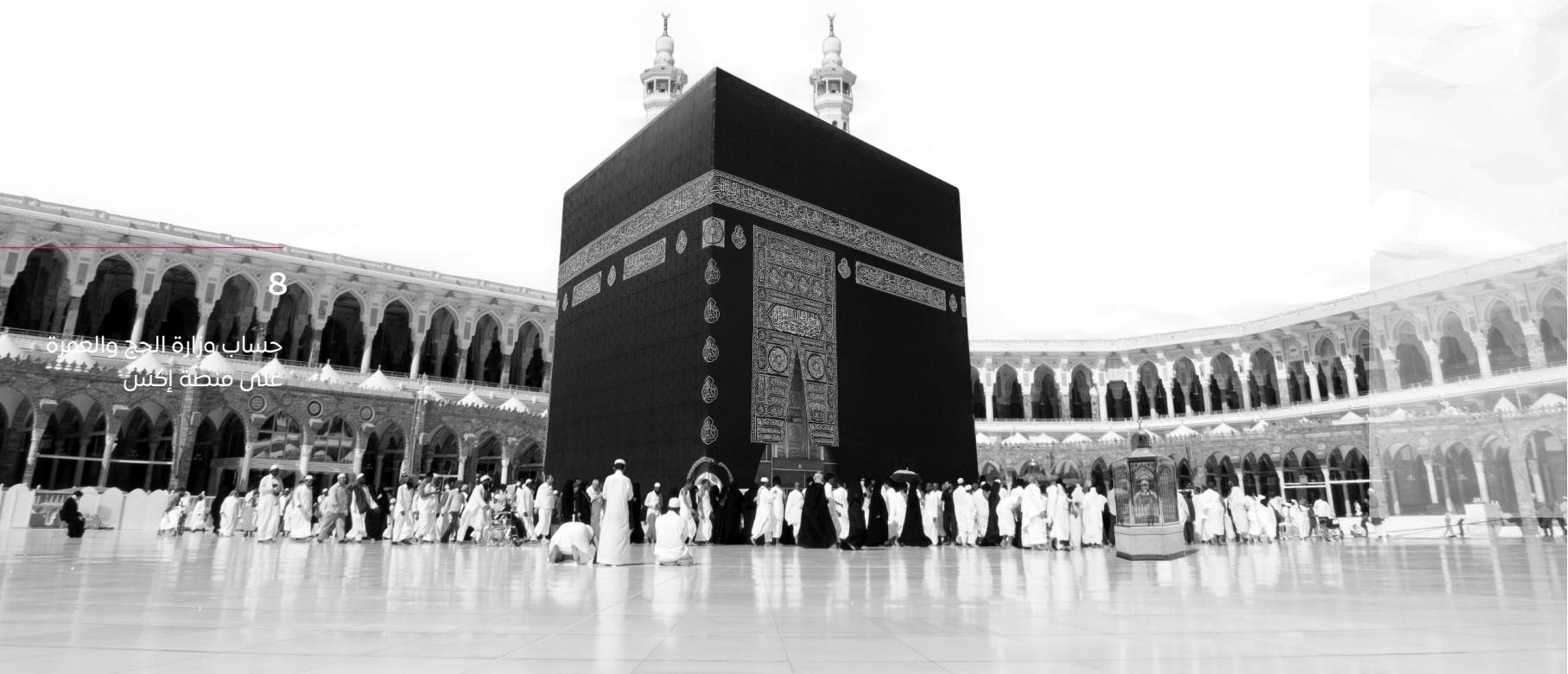
الوصف الظاهري لحساب



حساب وزارة الحج والعمرة
على منصة إكس

الوصف الظاهري للحساب

- ▶ انضم الحساب إلى منصة إكس "تويتر سابقاً" في أكتوبر 2014، ويملّك (891.4) ألف متابع، بينما يُتابع (11) حساباً.
- ▶ يبلغ إجمالي منشورات الحساب منذ انضمامه للمنصة وحتى وقت إجراء الدراسة (12.3) ألف منشور.
- ▶ يضع الحساب في نبذته التعريفية أرقاماً للتواصل من داخل وخارج المملكة العربية السعودية.
- ▶ يضع الحساب هوية الوزارة في صورته الشخصية؛ أما صدر الصفحة فيضم الهوية باسم الوزارة باللغتين العربية والإنجليزية، بالإضافة إلى رؤية الوزارة المتمثلة في عبارة "خلق رحلة روحانية خالدة تفوق تطلعات ضيوف الرحمن".
- ▶ تضمن المنشور المثبت بالحساب – وقت إجراء الدراسة – القنوات والحسابات الرسمية لوزارة الحج والعمرة، مما يعكس حرص الحساب على إحداث الترابط الرقمي بين منصاته المختلفة.



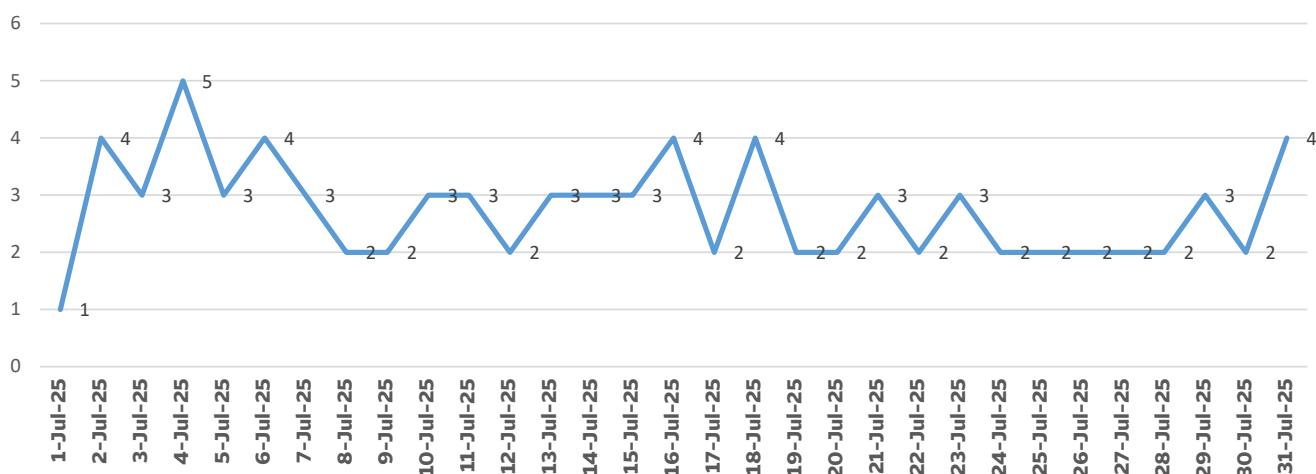
معدل وطبيعة النشر

أظهرت نتائج الرصد أن إجمالي منشورات حساب وزارة الحج والعمرة على منصة إكس خلال الفترة الممتدة من 1 يوليو 2025م وحتى 30 سبتمبر 2025م بلغ (263) منشورة، وبمتوسط (87.7) منشور شهرياً، ومتوسط (2.8) منشور يومياً.

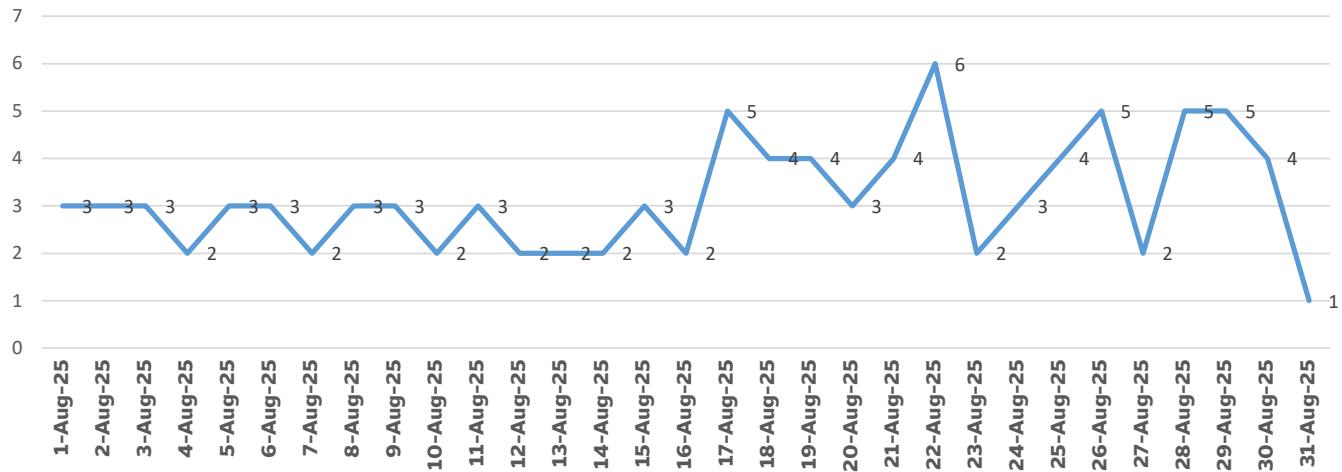
ولوحظ حرص الحساب على الالتزام بالنشر بشكل يومي، حيث لم تظهر أيام فراغية خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وهو ما يُعد بمثابة عنصر تميز لحساب الوزارة. كما جاءت معدلات النشر الشهري متوازنة نسبياً لتشير إلى اعتماد الحساب على استراتيجية محددة للنشر.

وتُظهر المنحنيات التالية معدلات النشر خلال فترة الدراسة:

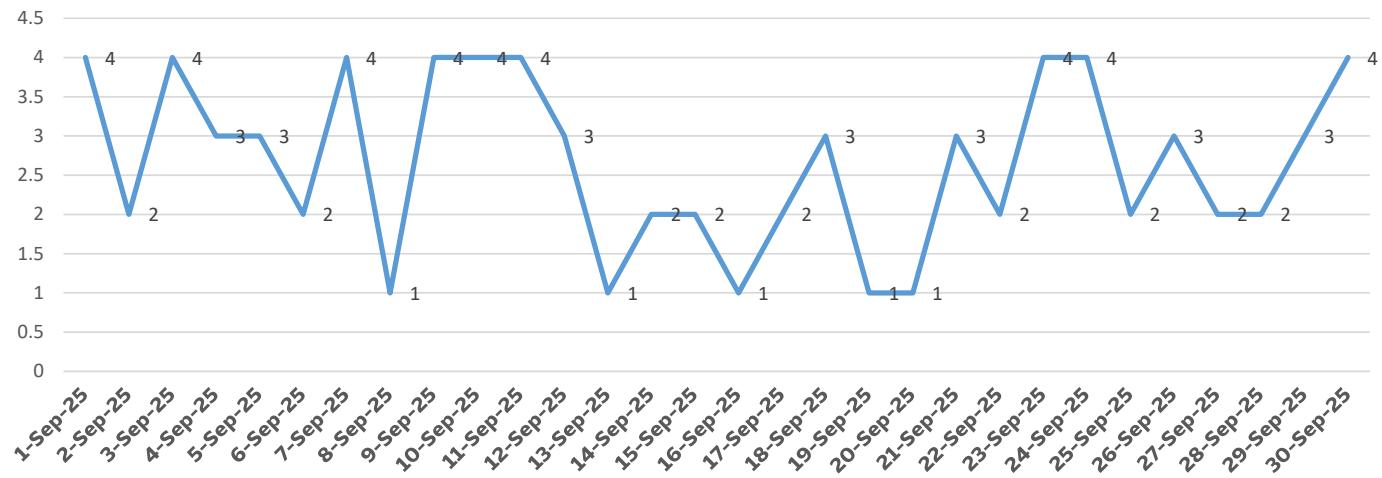
منحنى النشر اليومي لشهر يوليو 2025



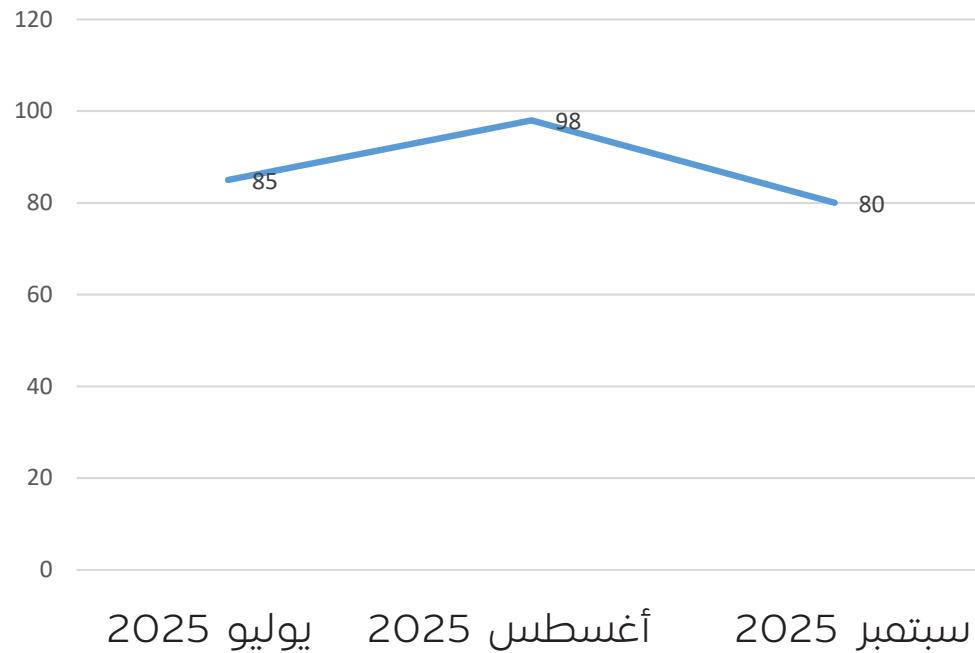
منحنى النشر اليومي لشهر أغسطس 2025



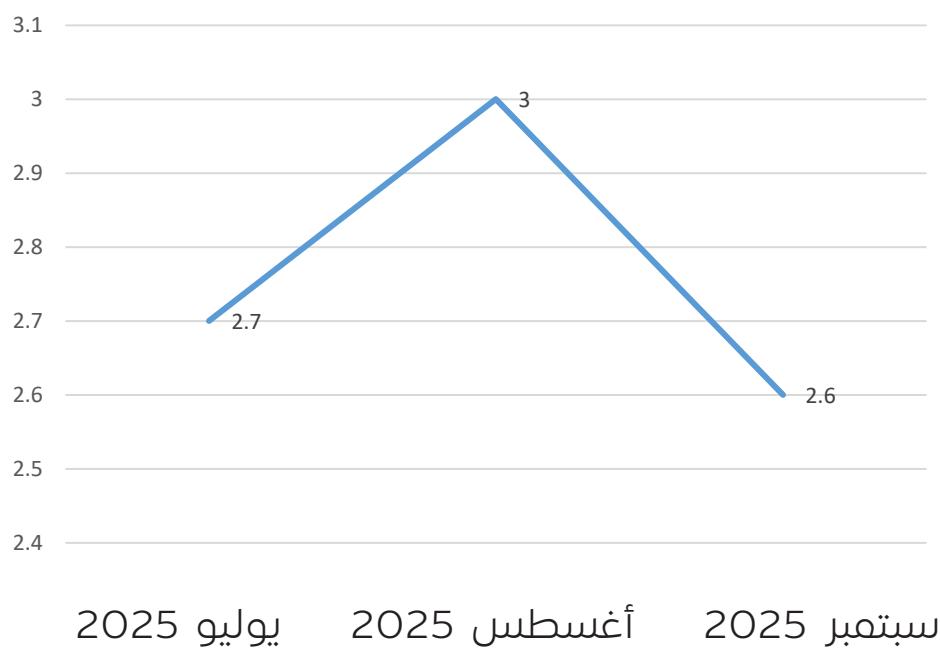
منحنى النشر اليومي لشهر سبتمبر 2025



متحنى النشر الشهري



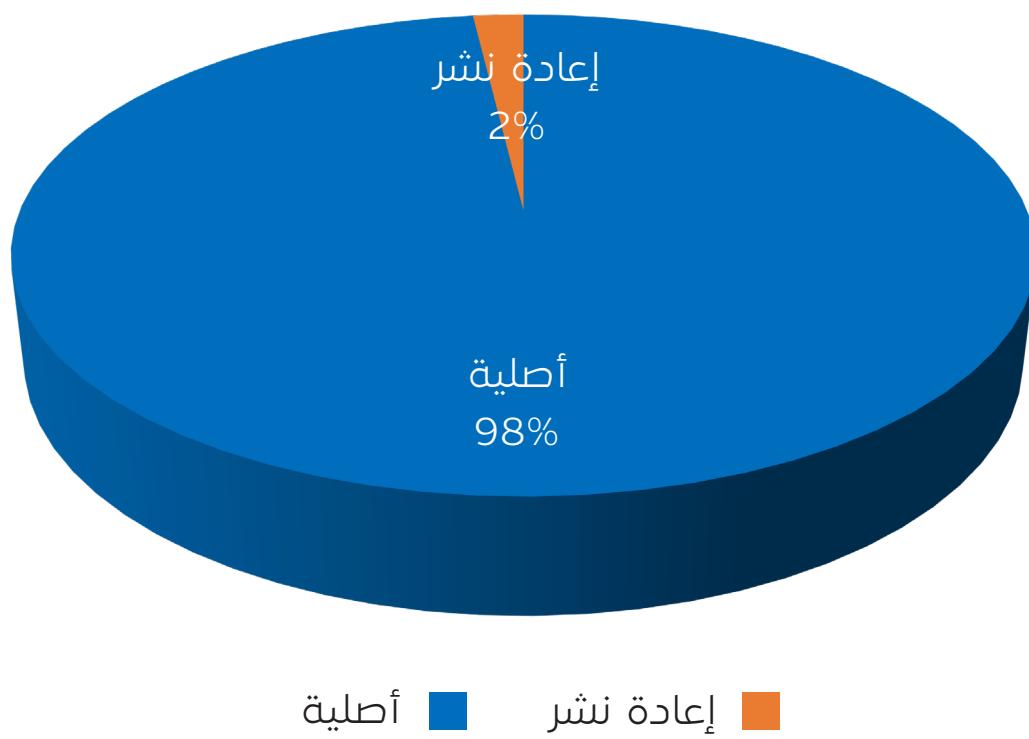
متوسط النشر الشهري



وفيما يتعلق بطبيعة النشر، فقد جاءت الغالبية العظمى من منشورات الحساب أصلية بنسبة (98%) مقابل (2%) لإعادة نشر. وتشير هذه النتيجة إلى أن حساب وزارة الحج والعمرة يمتلك محتوى حصرياً خاصاً به.

وقد تمثلت الحسابات التي قام حساب وزارة الحج والعمرة بإعادة النشر منها في بعض الجهات التي ترتبط بالأنشطة الوظيفية للوزارة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وهي (واس الأخبار الملكية - وزارة السياحة - غرفة مكة المكرمة)، فضلاً عن الحساب الرسمي لخادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز.

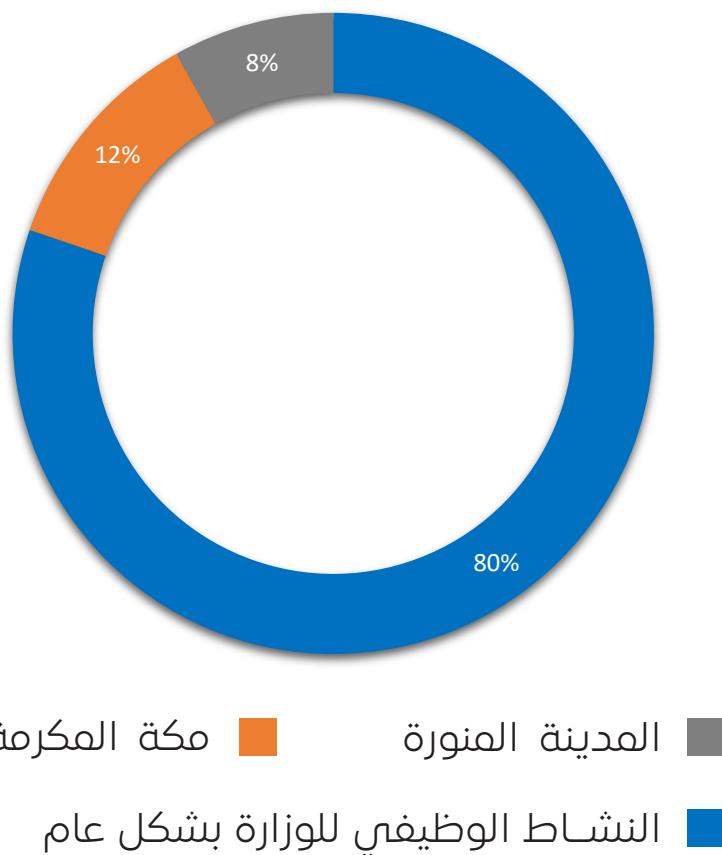
طبيعة المنشورات



محور التناول

كشفت النتائج أن منشورات حساب وزارة الحج والعمرة انقسمت إلى ثلاثة فئات رئيسية، الأولي خُصصت لتناول النشاط الوظيفي للوزارة بشكل عام وبلغت نسبتها 80% من إجمالي المنشورات محل الدراسة، تلاها المنشورات التي تناولت مكة المكرمة بنسبة 12% ثم المنشورات المتعلقة بالمدينة المنورة بنسبة 8%.

محور التناول



وقد اتسعت منشورات الحساب بالتنوع الموضوعي، إذ تعددت الأفكار المحورية التي ركّزت عليها، **فتصرّتها** "إجراءات خدمية وتيسيرة لضيوف الرحمن" وفيها سلّطت منشورات حساب وزارة الحج والعمرة الضوء على الجهود التي تقوم بها الوزارة من أجل التسهيل على ضيوف الرحمن، ومنها إتاحة كثير من الخدمات الرقمية مثل توفير البطاقات التوعوية على تطبيق نُسَك، وإجراء استبيان رقمي لقياس مستوى رضا المعتمرين والزوار ومن ثم العمل على تحسين تجربتهم الإيمانية، وعرض رابط الحجز من تطبيقات التوصيل المعتمدة عبر منصة نُسَك، وذلك لتسهيل وصول ضيوف الرحمن وفق خيارات نقل متعددة، وكذا متابعة ورصد الخدمة المقدمة لضيوف الرحمن عبر مركز الرصد والتحكم الذي يعتمد على نماذج متقدمة من الذكاء الاصطناعي وأدوات تحليل البيانات.

كما تضمنت تلك الفئة رسائل توعوية لضمان قيام ضيوف الرحمن بتجربة روحانية فريدة ومتقنة، والحفاظ على أنفسهم وسلامتهم، ومنها على سبيل المثال وليس الحصر، عرض إجراءات الحفاظ على الطحة أثناء أداء العمرة في فصل الصيف، والأفعال المحرمة داخل حدود الحرم المكي، والخطوات الواجب اتباعها في حال فقدان المتعلقات الشخصية، وأهمية تجنب الزحام والتدافع وإعطاء الأولوية لكتار السن والتحلي بالصبر في الدخول والخروج.

وأبرزت تلك الفئة من المنشورات، الإجراءات الرقابية التي تقوم بها وزارة الحج والعمرة لضمان الالتزام بأعلى المعايير في خدمة ضيوف الرحمن، ومن نماذج ذلك إيقاف نشاط عدد من شركات العمرة المخالفة للأنظمة. وكذلك الإجراءات التنظيمية كعرض المسارات المخصصة لعربات المعتمرين المتوجهة نحو الحرم المكي، وخدمة موافق السيارات في الحرم النبوي، وتوفير الكراسي المتحركة لتسهيل التنقل في الحرمين الشريفين، فضلاً عن خدمة حفظ الأمتعة في المسجد الحرام.

وتؤكد على حرص وزارة الحج والعمرة على تقديم أعلى مستوى من الخدمة لضيف الرحمن، فقد أبرزت منشورات حساب الوزارة حصولها على جائزتي التمييز في تحليلات ورؤى العملاء، وأفضل قائد في مجال تجربة العملاء لعام 2025م، وذلك خلال القمة العاشرة للذكاء الاصطناعي والتحليلات في الشرق الأوسط.

إضافة إلى ما سبق، تناولت المنشورات أيضًا البرامج والمبادرات التي تستهدف تعزيز جودة الخدمات المقدمة لضيوف الرحمن، كشراكة الوزارة في تمكين ودعم "برمجان سنا" من خلال تحكيم المشاركات وإقامة ورشة عمل عن دور الابتكار في تحسين تجربة ضيوف الرحمن؛ وإطلاق تحدي "إعاشة ثون" الذي يُعد من مبادرات مركز الإبداع والابتكار وريادة الأعمال في خدمة ضيوف الرحمن، ومن ضمن أهدافه الارتقاء بمنظومة الإعاشة المقدمة لهم في موسم الحج.

وفي العربية الثانية حلّت المنشورات "الإيمانية" التي تلامس العاطفة الدينية للجمهور، وتحافظ على استمرارية روح التجربة الإيمانية على مدار العام، فلا تقتصر على مواسم الحج والعمراء فقط، كما أنها تُعزز الارتباط الوجداني بأقدس البقاع المقدسة. ومن أمثلة هذه الفئة من المنشورات، نقل أجزاء من خطبة الجمعة من منبرى الحرمين الشريفين، وإبراز مظاهر الخشوع لضيوف الرحمن والسكنية التي يشعرون بها في رحاب الحرم المكي والحرم النبوى، فضلًا عن استعراض جماليات العمارة والتصفييم فى المسجد النبوى، ودعوة المستخدمين لمشاركة صور لتجربتهم الروحانية خلال أدائهم للمناسك.

وجاء بالمرتبة الثالثة المنشورات التي "تُثري تجربة ضيوف الرحمن"، وتضمنت معلومات تثقيفية كالتعريف بحدود الحرم المكي وتفاصيل الكعبة المشرفة وجبل أُحد ومسجد عائشة ومكتبة الحرم النبوى.

كما تناولت أيضًا عرضاً لبعض الأماكن التي يمكن لضيوف الرحمن زيارتها، مثل معرض المسجد النبوي الذي يستعرض للزوار تاريخ المسجد بعده لغات مستخدماً أحدث التقنيات، ومجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف الذي يوضح مراحل طباعته، ومعرض الوحي الذي يقدم تجربة تفاعلية تستعرض تنزيل الوحي باستخدام أحدث التقنيات المرئية والسمعية، والمتحف الدولي للسيرة النبوية الذي يُترى تجربة الزوار بمشاهد وقصص مرئية من عهد السيرة النبوية.

وفي المرتبة الرابعة حلّت المنشورات "التفاعلية" التي تستهدف زيادة ارتباط المستخدمين بحساب الوزارة على منصة إكس وتعزيز تفاعلهم على منشوراته، ومن أمثلتها دعوة المستخدمين لمشاركة أكثر تلاوة مؤثرة استمعوا إليها في الحرم العكبي أو النبوي، ومشاركة صور خاصة بهم من رحاب الحرم النبوي؛ كما تضمنت كذلك منشورات اجتماعية مثل نعي وزارة الحج والعمرة لسماحة المفتى العام للمملكة ورئيس هيئة كبار العلماء الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن محمد آل الشيخ، وأيضاً منشورات وطنية كاحتفاء فريق السعادة باليوم الوطني السعودي 95 ورصد مشاعر ضيوف الرحمن.

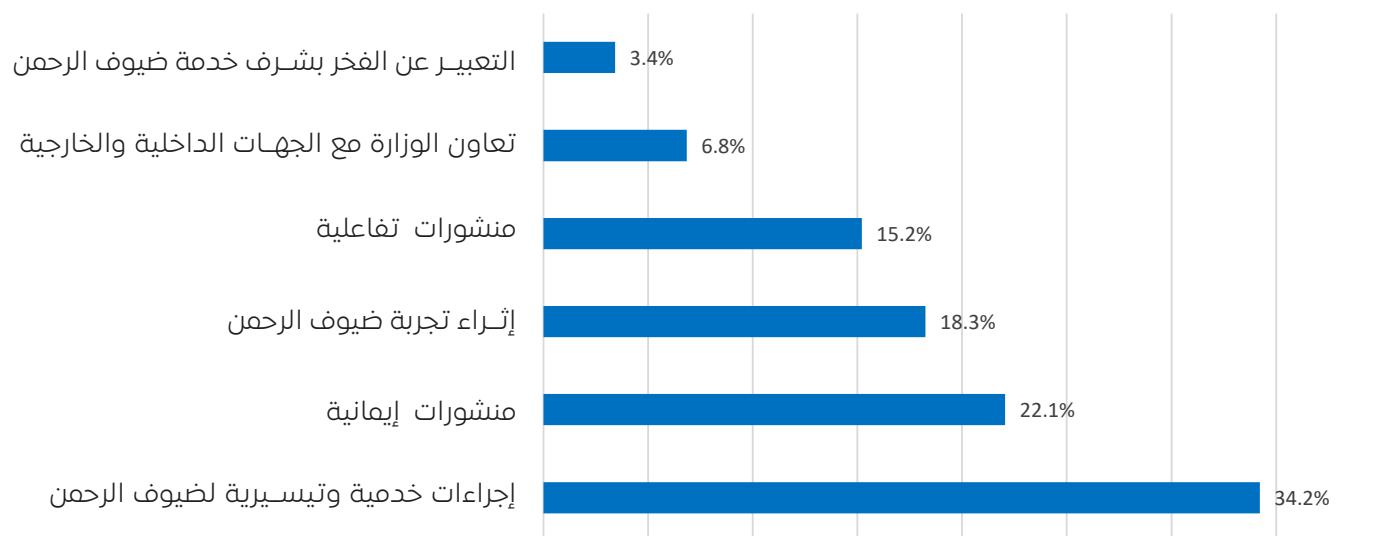
وفيما يتعلق بالمنشورات التي تتناول "تعاون الوزارة مع الجهات الداخلية والخارجية" **فحلّت بالمرتبة الخامسة**، وفيها استعرض الحساب زيارات ولقاءات قيادات الوزارة داخل وخارج المملكة التي تهدف لتعزيز سبل التعاون، واستعراض العبادات التي تُسهم في تطوير قطاع الحج والعمرة وتقديم خدمات عالية الجودة، وضمان تجربة روحانية غامرة بالسکينة والطمأنينة لضيوف الرحمن من شتى بقاع الأرض.



كما تضمنت تلك الفئة من المنشورات الإجراءات التحضيرية التي تقوم بها وزارة الحج والعمرة استعداداً لموسم حج 1447هـ، ومن أمثلتها انطلاق اجتماعات الوزارة التحضيرية مع ممثلي مكاتب شؤون الحج في مختلف دول العالم التي يتواجد منها غالبية الحجاج بهدف التحضير لموسم حج 1447هـ، واستعراض أبرز التعليمات التي سيتم تطبيقها خلال الموسم، ومناقشة طلبات مكاتب شؤون الحج والإجابة على استفساراتهم.

وجاء بالمرتبة السادسة منشورات "التعبير عن الفخر بشرف خدمة ضيوف الرحمن"، حيث أكدت منشورات الحساب على أن خدمة ضيوف الرحمن والعناية بالحرمين الشريفين شرف ممتد ورعاية تُجسدها القيادة في كل عهد؛ وتضمنت المنشورات عدداً من الأمثلة الدالة على ذلك، ومنها على سبيل المثال وليس الحصر، قول صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان ولدي العهد - حفظه الله - "شُرِّفنا الله بخدمة الحرمين الشريفين وهي مسؤولية نُوليهَا كل العناية والاهتمام ونُسخر لها كل طاقتنا".

الأفكار المحورية



أهداف المنشورات

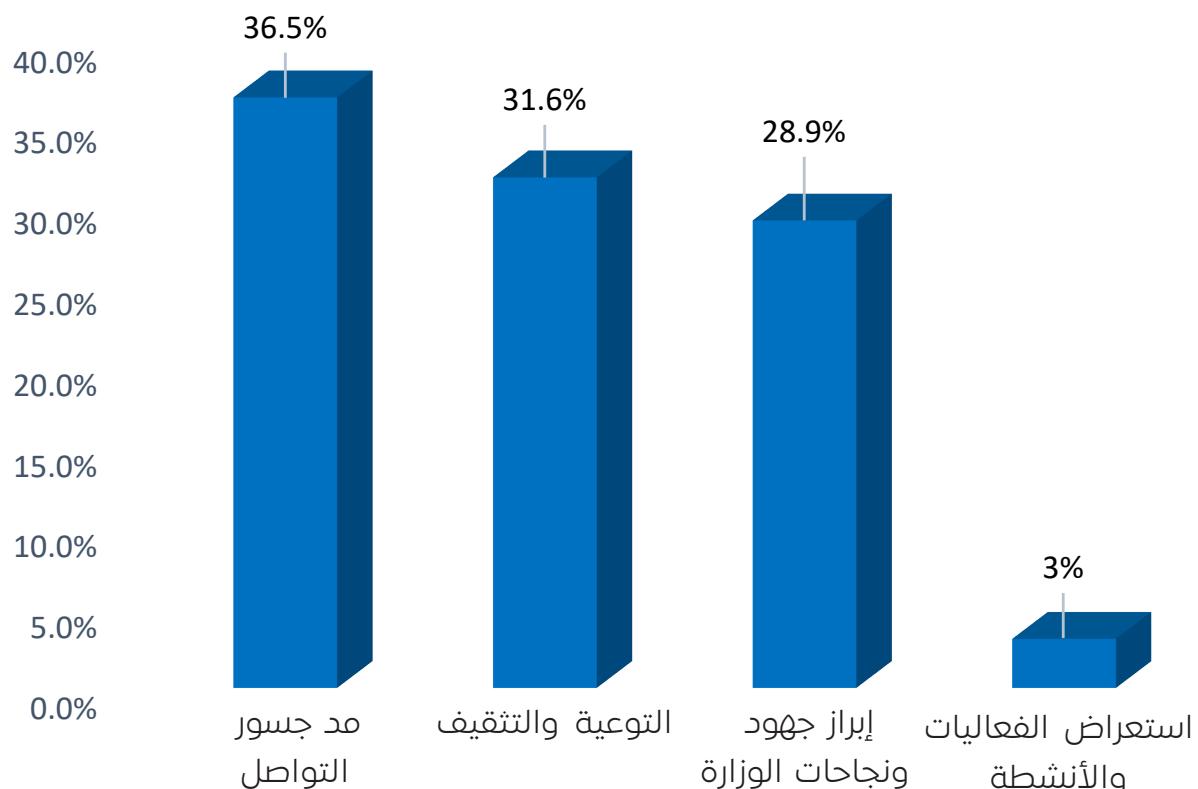
أظهرت نتائج التحليل تعدد الأهداف التي سعت إلى تحقيقها منشورات حساب وزارة الحج والعمرة على منصة إكس، وجاء في مقدمة تلك الأهداف "مد جسور التواصل" وذلك لتوطيد علاقة المستخدمين بحساب الوزارة وتعزيز تفاعلهم عليه، الأمر الذي يُساعد في ارتفاع معدلات ظهور منشوراته أمام المزيد من المستخدمين. ومن أمثلة هذا النمط من المنشورات تلك التي تحت على الصلاة على النبي ﷺ؛ والمنشورات التفاعلية التي تتضمن أسئلة أو استفسارات ومنها الاستفسار عن التجارب الإثرائية والتاريخية التي يود ضيف الرحمن تجربتها؛ كما تشمل هذه الفئة كذلك إظهار الاهتمام بالمستخدمين من خلال مطالبة من لديه تساؤل أو مقترن بالتواصل مع العناية بالمستفيدين سواء من داخل المملكة أو خارجها؛ ومشاركة الصور الجمالية لكل من الحرم المكي والحرم النبوي؛ إضافة إلى المنشورات الاجتماعية كالتهاني والتبريك.

وفي المرتبة الثانية جاءت "الوعية والتحقيق" بهدف إثراء تجربة ضيوف الرحمن وتعزيز معارفهم لضمان قيامهم بتجربة روحانية فريدة ومتميزة، ومن الاستشهادات على ذلك، التوعية بالطرق المثلث للتعامل خلال رحلة العمرة، والتعريف بالأماكن المخصصة للنساء في الحرم النبوي، وطرق الوصول إلى الروضة الشريفة، وأبرز معالم مكة التاريخية.

وحلّ بالمرتبة الثالثة هدف "إبراز جهود ونجاحات الوزارة"، حيث سعت هذه الفئة من المنشورات إلى تسليط الضوء على الإجراءات التي تقوم بها الوزارة من أجل التيسير على ضيوف الرحمن، ومنها البطاقات التوعوية التي يُوفرها تطبيق نُسـك، ومركز الرصد والتحكم لخدمة ضيوف الرحمن، وتطبيق الوزارة للمؤشر الوطني للذكاء الاصطناعي.

وجاء في المرتبة الرابعة "استعراض الفعاليات والأنشطة" التي تقوم بها الوزارة بهدف التحسين المستمر في مستوى الخدمات التي تُقدمها لضيوف الرحمن، ورفع كفاءة الكوادر البشرية؛ ومن أمثلة ذلك، إطلاق المبادرات النوعية كتحدي إعاشة ثون، وإطلاق مبادرة هاكthon مكة.

أهداف المنشورات



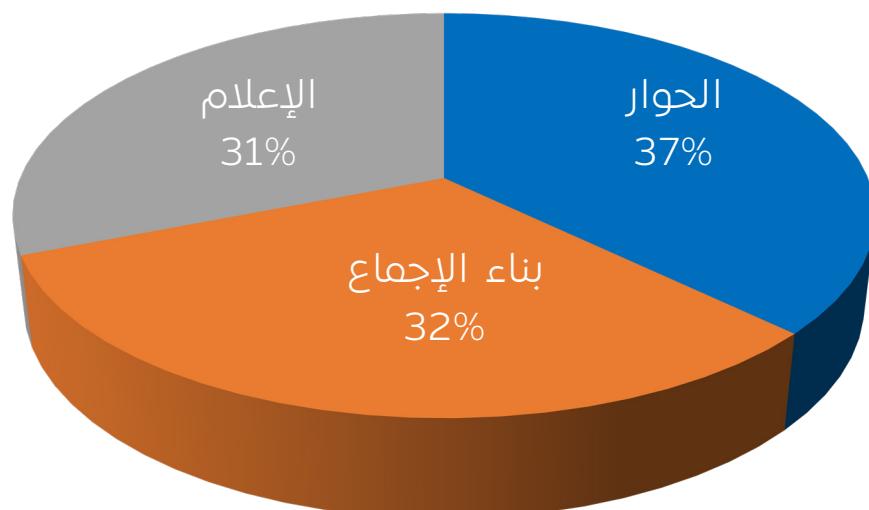
الاستراتيجيات الاتصالية

اعتمد حساب وزارة الحج والعمرة بمنصة إكس على استراتيجية "الحوار" في المقام الأول، إذ سعت كثُر من منشوراته إلى مد جسور التواصل وبناء علاقة تفاعلية مع الجمهور، وتحفيزه على المشاركة والتفاعل من خلال تبادل الأفكار والآراء، وكذلك استخدام بعض المنشورات الاجتماعية. وتعتمد هذه الاستراتيجية على أساليب طرح الأسئلة، وإجراء الاستطلاعات، ودعوة المستخدمين لإبداء آرائهم.

وفي المرتبة الثانية حلّت استراتيجية "بناء الإجماع"، وتُعنى بتحقيق توافق حول الجهة أو المؤسسة وأنشطتها الوظيفية، وفي هذا الصدد حرص الحساب على نشر مضامين تُبرز الجهود والإجراءات التي تقوم بها الوزارة لخدمة ضيوف الرحمن، والنجاحات التي حققتها على صعيد تحسين الخدمات المقدمة، واعتمادها على كوادر بشرية تمتلك الخبرة والمهارة والمهنية.

وجاء بالمرتبة الثالثة استراتيجية "الإعلام"، وتمثلت في المنشورات التي تنقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور المستهدف، كعرض اللقاءات والزيارات الرسمية لقيادات الوزارة سواء داخل المملكة أو خارجها، وكذلك جولاتهم الفيدانية لمتابعة سير الأعمال؛ بجانب المعلومات الإثرائية كتلك المتعلقة بالموقع التاريخية والأثرية، أو الخاصة بالإرشادات العامة لضمان تجربة مميزة لضيوف الرحمن.

الاستراتيجيات الاتصالية

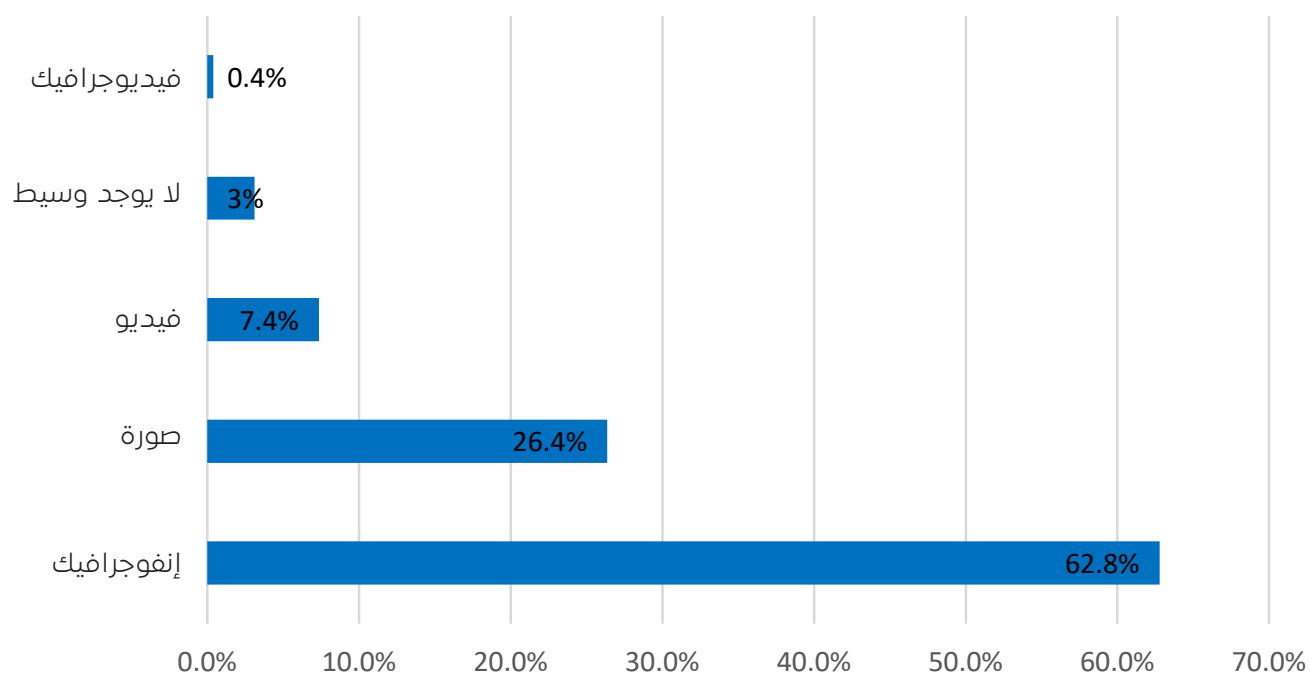


الوسائل الرقمية

تميّز حساب وزارة الحج والعمرة باستخدام الوسائل الرقمية في الغالبية العظمى من منشوراته خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة وذلك بنسبة 97% من إجمالي المنشورات، مقابل 3% فقط جاءت نصية.

وatisمت تلك الوسائل بالتنوع، لتشمل الإنفوجرافيك والصور والفيديو والفيديوجرافيك، وقد اعتمد عليها الحساب بهدف عرض رسائله الاتصالية للجمهور المستهدف بشكل سلس وواضح.

الوسائل الرقمية



عناصر الانتشار والإدامة

22

حساب وزارة الحج والعمرة
على منصة إكس

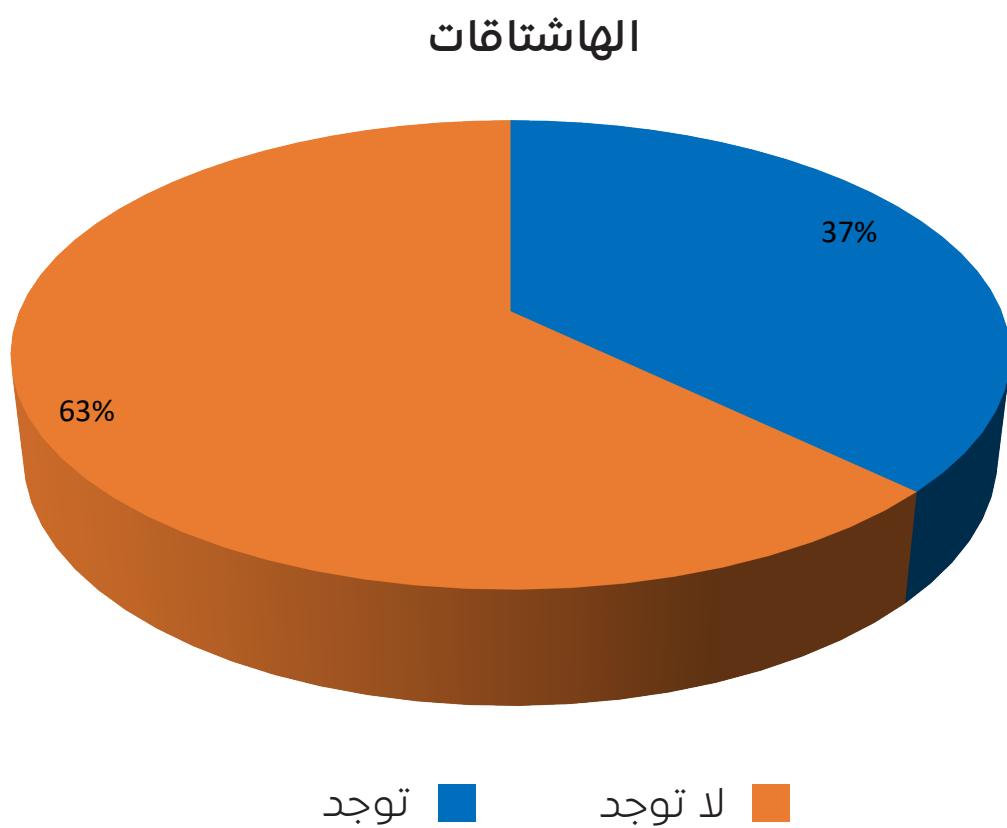
عناصر الانتشار والإحالة

تُعد الهاشتاقات من أبرز عناصر الانتشار التي تُسهم في وصول الرسائل الاتصالية إلى شريحة أكبر من الجمهور، مما يعني مزيداً من التفاعلية والمتابعة والظهور أمام المستخدمين، وقد استخدم حساب وزارة الحج والعمرة الهاشتاقات في 37% من إجمالي المنشورات عينة الدراسة، ومن نماذجها ما يلي:

#الحرم_المكي / #الحرم_النبوى / #نسك / #الحرم / #أوقفها_للأبد
_تحرك_للأبد / #الكعبة_المشرفة / #قطار_الحرمين / #وزارة_الحج
_والعمرة / #شفق_وشرف / #رؤية_السعوية_2030 / #العمرة / #
مكة_والعدينة_في_انتظاركم_بשוק / #خادم_الحرمين_الشريفين /
#وزارة_الحج_والعمرة / #يسر_وطعاميئنة / #ولي_العهد / #مجلس
_الوزراء / #حج_1446هـ / #تطبيق_نسك / #نسك_عنابة / #قطار_
الحرمين_السريع / #المسجد_النبوى / #مكة_حرم / #المسجد
_الحرام / #الحج_والعمرة / #казاخستان / #GovJam2025 / #تركيا /
#اليوم_الوطني_السعودي95 / #عزنا_بطبعنا / #اي Shen_يمنعك_من
_أداء_العمره / #باقي_على_الحج.

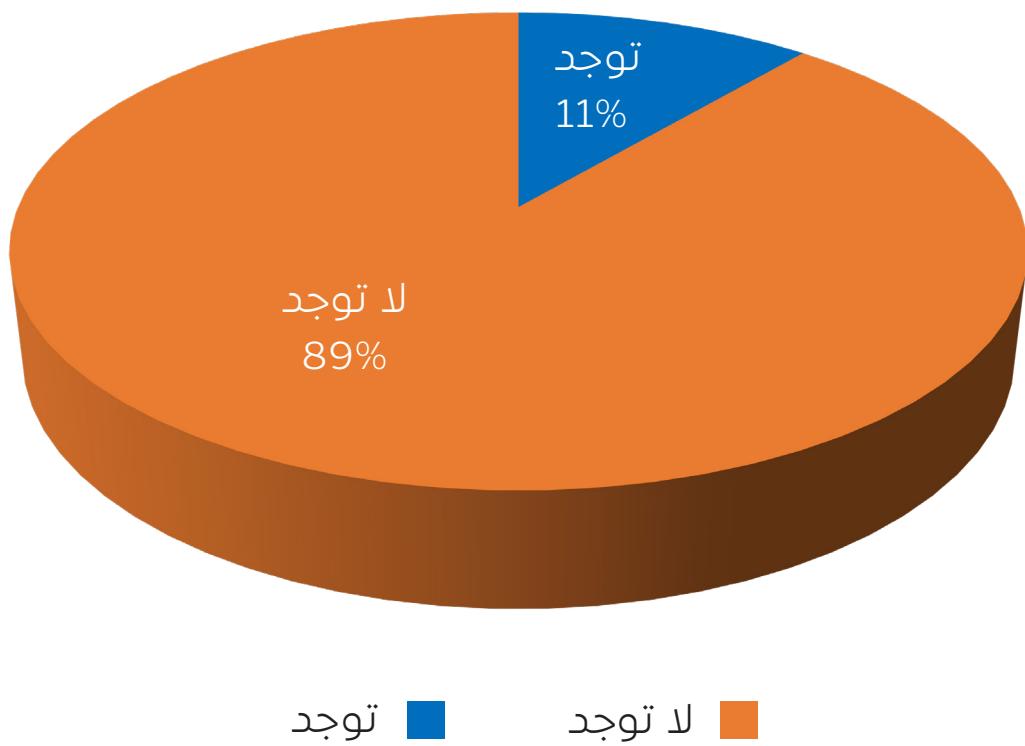


وقد مزجت الهاشتاقيات المستخدمة في منشورات الحساب بين الهاشتاقيات الوظيفية وال العامة، مما يعكس حرص الحساب على إيصال مبادراته وبرامجه وخدماته ورسائله الاتصالية بشكل عام إلى شريحة أكبر من الجمهور.

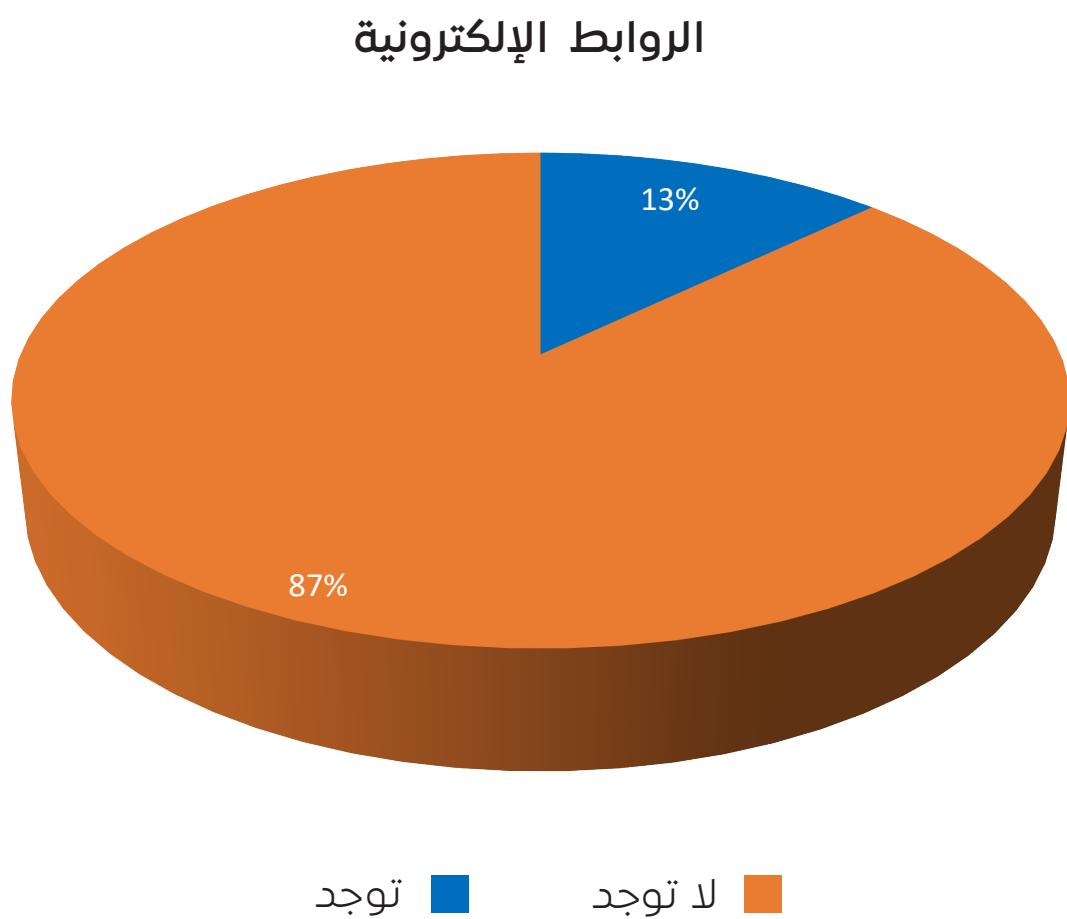


وفيما يتعلق بالإشارة (المنشن)، فقد ظهرت في 11% من إجمالي المنشورات، وتمثلت أبرز الجهات والشخصيات التي تمت الإشارة إليها في حسابات كل من (نائب وزير الحج والعمرة - برنامج خدمة ضيوف الرحمن - غرفة مكة المكرمة - وزير الحج والعمرة - نسـك - مؤتمر ومعرض الحج - المتحف الدولي للسيرة النبوية - هيئة تطوير منطقة المدينة المنورة - الهيئة العامة للنقل - الهيئة الملكية لمدينة مكة المكرمة والمشاعر المقدسة).

الإشارة (المنشن)



وظهرت الروابط الإلكترونية في (13%) من إجمالي المنشورات عينة التحليل، وتمثلت أبرزها في رابط كل من (تطبيق نسك - مؤتمر ومعرض الحج - دليل العمرة التوعوي - الأدلة التوعوية بالموقع الرسمي لوزارة الحج والعمرة - دليل الإحرام التوعوي).



التفاعلية



27

حساب وزارة الحج والعمرة
على منصة إكس

التفاعلية

بلغ إجمالي تفاعلات المستخدمين (إعجاب - إعادة نشر - تعليق) على المنشورات الأصلية لحساب وزارة الحج والعمرة خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة (40.484) ألف تفاعل، وبمتوسط (156.9) تفاعل على المنشور الأصلي الواحد. ويُظهر الجدول التالي طبيعة تلك التفاعلات بشكل أكثر تفصيلاً:

العدد	الفئة
29355	إجمالي الإعجابات للمنشورات الأصلية
9252	إجمالي إعادة النشر للمنشورات الأصلية
1877	إجمالي التعليقات على المنشورات الأصلية
40484	إجمالي التفاعلات (إعجاب - إعادة نشر - تعليق) على المنشورات الأصلية
156.9 تفاعل / منشور أصلي	متوسط التفاعل على المنشور الأصلي الواحد
1834	إجمالي العلامات المرجعية للمنشورات الأصلية
3759169	إجمالي عرض مشاهدات المنشورات الأصلية

ومن أجل التعرف على انطباعات المستخدمين تجاه وزارة الحج والعمرة، فقد قامت الدراسة بتحليل تعليقاتهم على منشورات الحساب عينة الدراسة. وقد بلغ عدد التعليقات الخاضعة لعملية التحليل (844) تعليقاً وذلك بعد استبعاد ما هو خارج السياق للأدعية والتعليقات الإعلانية، فضلاً عن ردود حساب العناية بالمستفيدين.

طبيعة التعليقات

29

حساب وزارة الحج والعمرة
على منصة إكس

طبيعة التعليقات

تنوعت تعليقات المستخدمين على منشورات حساب وزارة الحج والعمرة، وقد تصدرتها فئة "استجابات المستخدمين مع منشورات الحساب التفاعلية" كتلك المتضمنة لأسئلة أو لاستطلاع رأي أو دعوة للمشاركة بصورة من الحرمين الشريفين أو الدعوات التي يتمناها المسلمون.

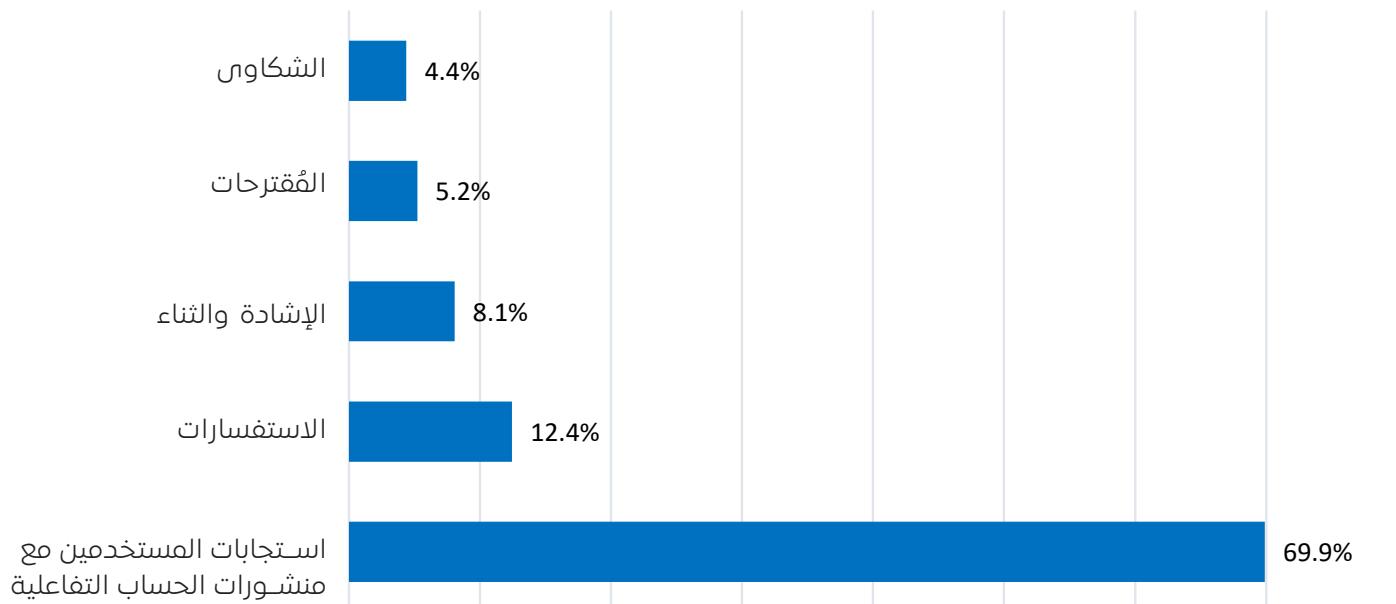
وُتبرز هذه النتيجة أهمية الاعتماد على استراتيجية الحوار في المنشورات، التي تُحفز على التفاعل والتعليق.

وفي **المرتبة الثانية** جاءت فئة "الاستفسارات"، حيث تضمنت تعليقات المستخدمين مجموعة واسعة من الاستفسارات والتساؤلات، منها على سبيل المثال، الاستعلام عن كيفية التطوع لخدمة ضيوف الرحمن في موسم الحج 1447هـ لمن هم من خارج المملكة؛ ومدى إمكانية دخول المملكة العربية السعودية لمن سبق ترحيلهم منها وذلك لأداء العمرة؛ وإمكانية تمديد تأشيرة العمرة؛ آلية التقديم على تراخيص وشروط مرافق الإيواء للحجاج في مكة المكرمة؛ وهل يُشترط حصول المواطنين السعوديين على تصريح للعمرمة.

وحلّ **بالمرتبة الثالثة** فئة "الإشادة والثناء"، إذ حرص كثير من المستخدمين على تقديم الشكر لوزارة الحج والعمرة وتقدير جهود العاملين بها لخدمة ضيوف الرحمن، واهتمامهم بتذليل كافة الصعوبات لأداء المناسك بيسير وسهولة. مستشهدين بالعديد من الخدمات التيسيرية كالخدمات اللوجستية، وتطبيق نسخ، ودليل العمرة التوعوي.

وفي **المرتبة الرابعة** جاءت فئة "المقترحات" وتضمنت مطالبات من جانب المستخدمين تستهدف العزى من التحسين والتطوير والتسهيل على ضيوف الرحمن، ومن نعاذجها، تخصيص طابق لطوابف النساء، وإضافة خدمة حجز الحجر الأسود والملتزم، وترجمة المنشورات التوعوية للغة الإنجليزية، وزيادة عدد العربات المخصصة لكتار السن والاهتمام بسيانتها الدورية، وتطبيق فكرة الحذاء الموحد بمقاسات مختلفة لضمان ظهارة الحرمين.

وفي **المرتبة الخامسة** والأخيرة حلّت فئة "الشكاوى"، وقد تمحورت حول مواجهة قلة من العينة لمشكلات تقنية في تطبيق نسخ خدمات البريد الإلكتروني، أو تأخر تسليم ماء زمزم.



النتائج العامة:

انتهى تحليل منشورات حساب وزارة الحج والعمرة على منصة إكس خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1 يوليو 2025 وحتى 30 سبتمبر 2025، وكذلك تحليل تعليقات المستخدمين على تلك المنشورات، إلى النتائج التالية:

- ◀ اعتمد حساب الوزارة على استراتيجية نشر متوازنة تضمن عدم وجود أيام فراغية تخلو من المنشورات.
- ◀ جاءت الغالبية العظمى من منشورات الحساب أصلية، مما يشير إلى حرصه على الاعتماد على محتوى حصري خاص به.
- ◀ اتسمت منشورات الحساب بالتنوع الموضوعي الذي يُعطي مختلف الأنشطة الوظيفية للوزارة.
- ◀ حلّت استراتيجية الحوار في مقدمة الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمها الحساب في منشوراته، وقد انعكس ذلك على أهداف المنشورات التي تصدرها "مد جسور التواصل"، مما يعكس حرص الحساب على تحفيز المستخدمين على التفاعل والمشاركة.
- ◀ تعيّز حساب وزارة الحج والعمرة باستخدام الوسائل الرقمية في الغالبية العظمى من منشوراته، وقد اتسعت بالتنوع لتشمل الإنفوغرافيكي والصور والفيديو والفيديوجرافيك.
- ◀ نجح الحساب في توظيف الهاشتاقات بمنشوراته محل التحليل، وقد تضمنت هاشتاقات عامة وأخرى متعلقة بالنشاط الوظيفي للوزارة.
- ◀ حظيت منشورات الحساب بمعدلات معتبرة من التعليقات، التي جاءت معظمها كاستجابة من جانب المستخدمين مع المنشورات التفاعلية.

ختاماً..

أظهرت نتائج تحليل حساب وزارة الحج والعمرة على منصة إكس خلال الفترة الزمنية المفتوحة من 1 يوليو 2025م وحتى 30 سبتمبر 2025م، أن الوزارة تتبع نهجاً اتصالياً يُيزِّعُ أنشطتها ومجهوداتها التي تهدف إلى خدمة ضيوف الرحمن على أكمل وجه، وتوفير كافة السبل التي تضمن قيامهم بتجربة إيمانية فريدة.

وقدم الحساب نموذجاً متميزاً في التواصل الحكومي الرقمي، باعتماده على استراتيجية نشر متوازنة تُحافظ على ظهور مضامينه بشكل مستمر دون انقطاع، وحرصه على تقديم محتوى متنوع وحصرى، كما نجح في توظيف مختلف الاستراتيجيات الاتصالية، وخاصة استراتيجية الحوار التي تُعزز التفاعل الجماهيري.

تابع حسابنا
على تويتر
 @alqarar_sa 