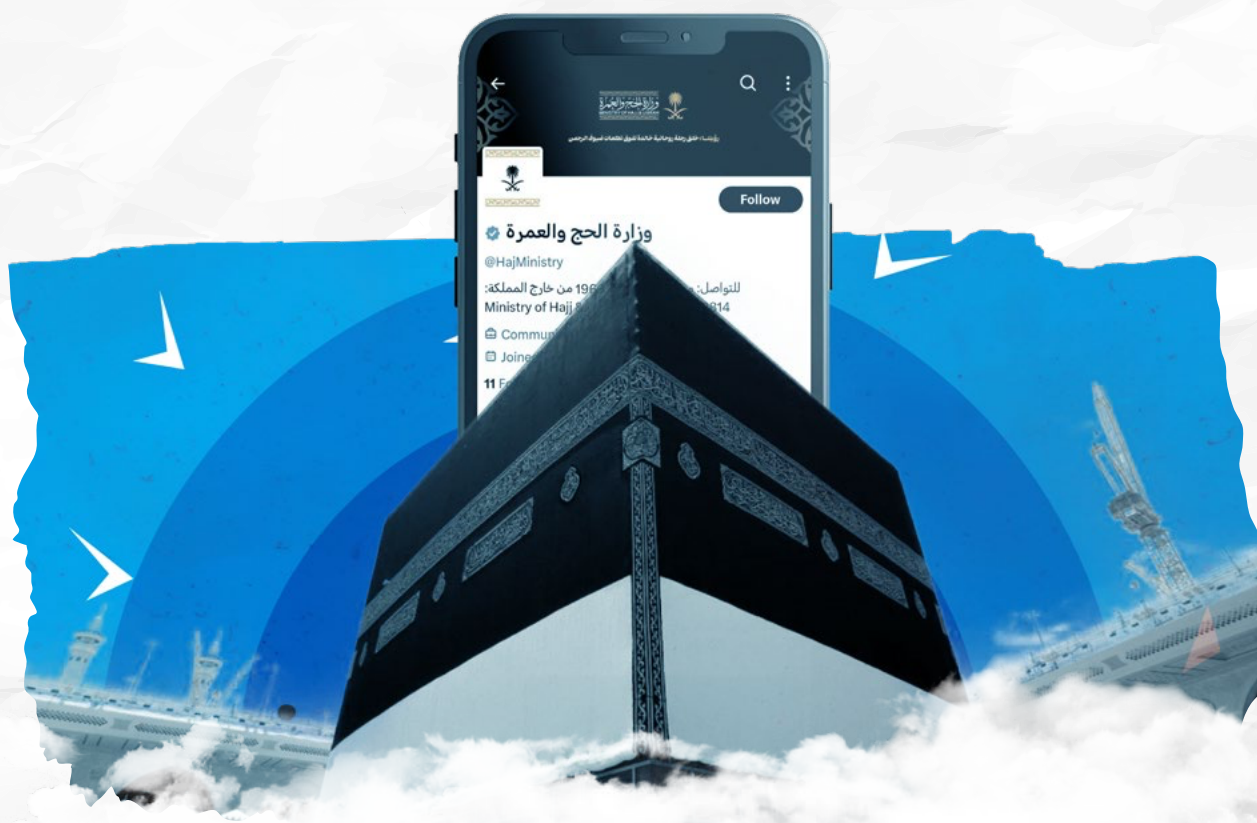


حساب وزارة الحج والعمرة على منصة إكس



ملخص تنفيذي

تُعد 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 يُعزز من مكانة المملكة في خدمة الإسلام والمسلمين.

ونظرًا 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.

مخبرتي



- ◀ اتسمت منشورات الحساب بالتنوع الموضوعي الذي يُغطي 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 الوسائط الرقمية في الغالبية العظمى من منشوراته، وقد اتسمت بالتنوع لتشمل الإنفوجرافيك والصور والفيديو والفيديوغرافيك.
- ◀ نجح الحساب في توظيف الهاشتاقات بمنشوراته محل التحليل، وقد تضمنت الهاشتاقات عامة وأخرى متعلقة بالنشاط الوظيفي للوزارة.
- ◀ حظيت منشورات الحساب بمعدلات معتبرة من التعليقات، وجاء معظمها كاستجابة من جانب المستخدمين مع المنشورات التفاعلية.



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 ميّز الله بلادنا به من خدمة الحرمين الشريفين والسهر على راحة ضيوف الرحمن من حجاج ومعتكفين وزوار، وتقديم أرقى الخدمات لهم، هو مصدر فخر لنا جميعاً، نبذل من أجله الغالي والنفيس أداءً للمسؤولية التي اصطفانا الله لها واستشعاراً لقداسة 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 رحمهم الله ولا نزال ونبقى نفتخر ونتشرف بمواصلة المهمة، بأعلى كفاءة وأميز عطاء بإذن الله تعالى".

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

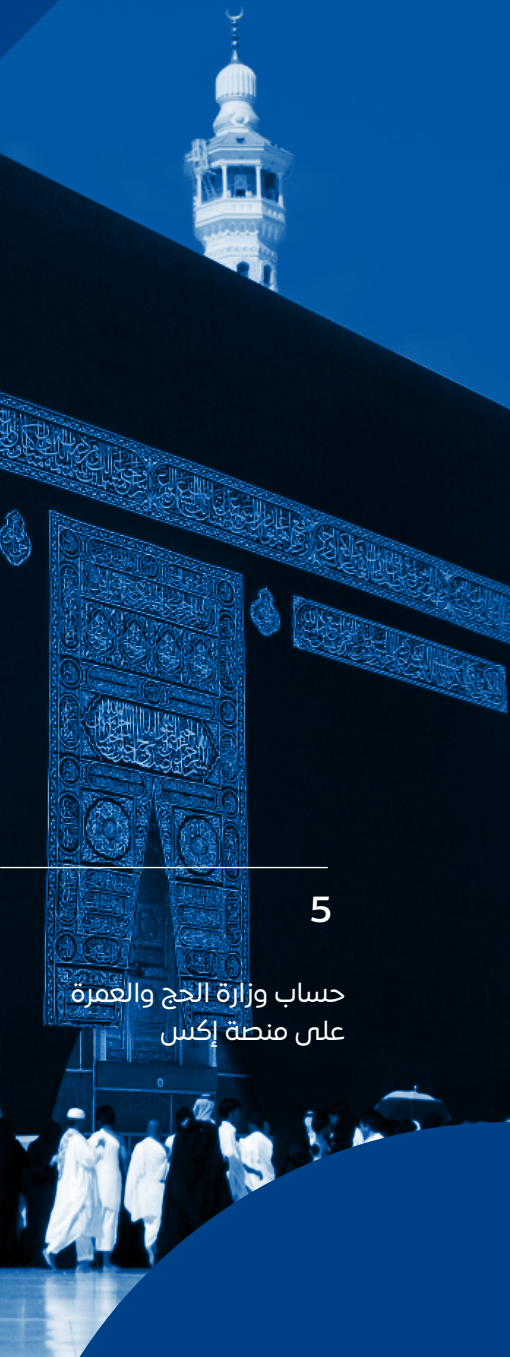
وتعد وزارة الحج والعمرة، الجهة الحكومية المختصة بتسهيل إجراءات وصول ضيوف الرحمن القادمين من جميع أنحاء العالم بغرض الحج والعمرة والزيارة، وتعمل بالتنسيق والتكامل مع الجهات الحكومية والقطاع الخاص على تطوير البرامج والأنظمة التقنية، وتحسين الخدمات المقدمة، وذلك لإثراء تجربتهم الإيمانية لتكون فريدة ومتميزة،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

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

وبناءً على ما تقدم؛ تسعى هذه الدراسة التي أجراها 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 2025م وحتى 30 سبتمبر 2025م.

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
- الوسائط الرقمية
- عناصر الانتشار والإحالة
- التفاعلية
- طبيعة التعليقات
- النتائج العامة :

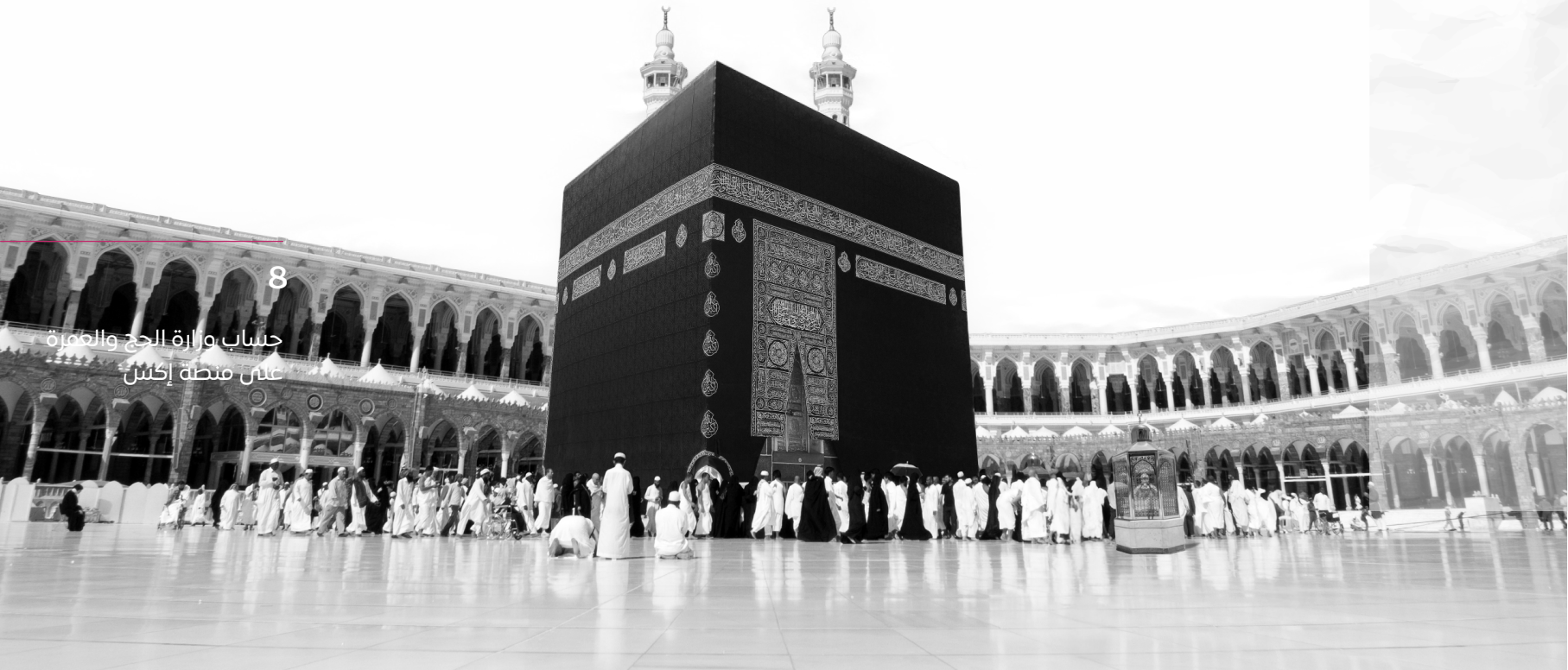
الوصف الظاهري للحساب

7

حساب وزارة الحج والعمرة
على منصة إكس

الوصف الظاهري للحساب

- ◀ انضم الحساب إلى منصة إكس "تويتر سابقًا" في أكتوبر 2014، ويمتلك (891.4) ألف متابع، بينما يُتابع (11) حسابًا.
- ◀ يبلغ إجمالي منشورات الحساب منذ انضمامه للمنصة وحتى وقت إجراء الدراسة (12.3) ألف منشور.
- ◀ يضع الحساب في نبذته التعريفية أرقامًا للتواصل من داخل وخارج المملكة العربية السعودية.
- ◀ يضع الحساب هوية الوزارة في صورته الشخصية؛ أما صدر الصفحة فيضم الهوية واسم 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 منصات المختلفة.



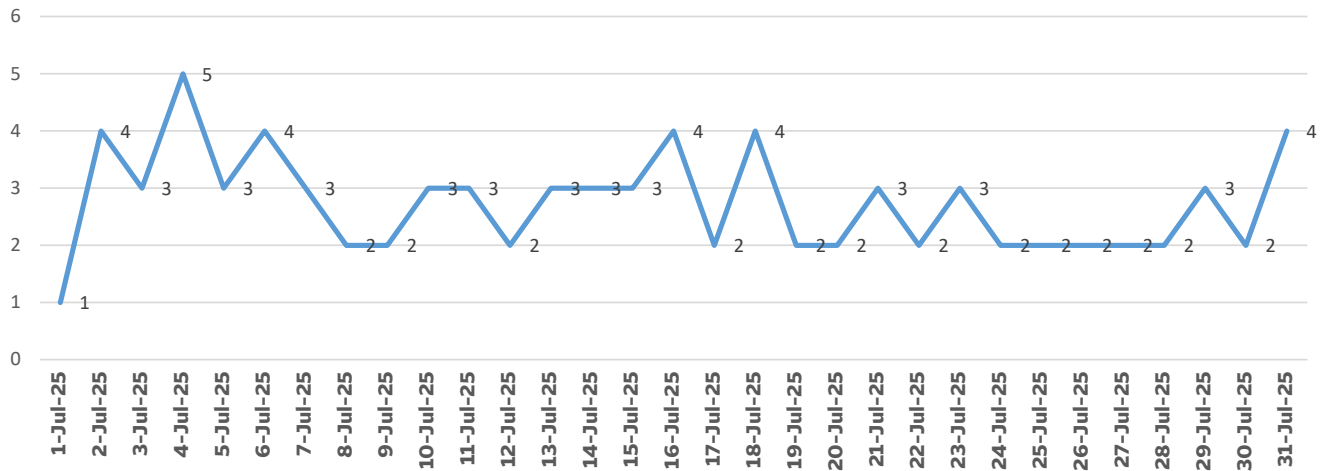
معدل وطبيعة النشر

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

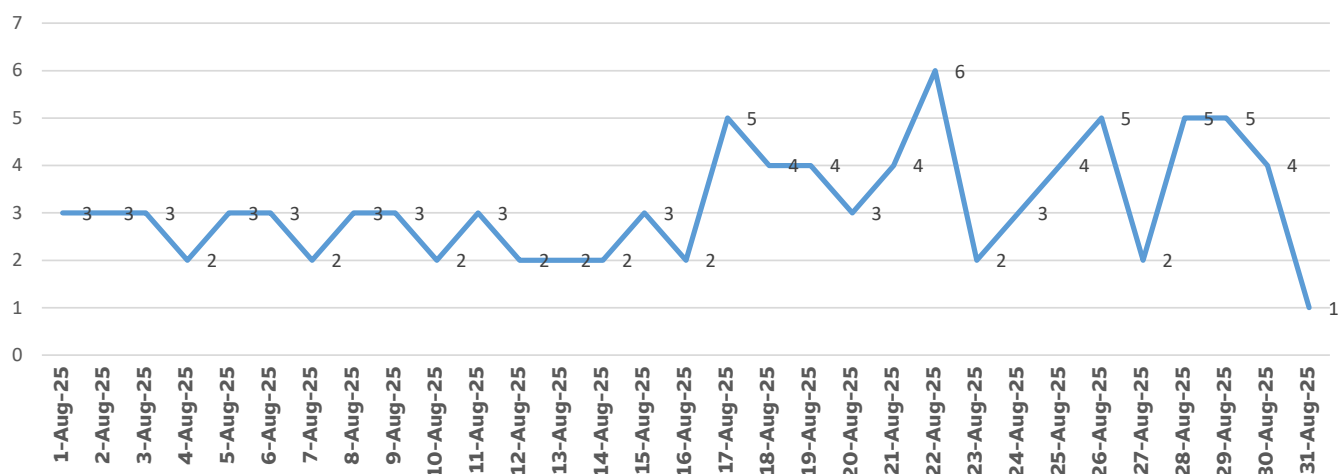
ولُوحظ حرص الحساب على الالتزام بالنشر بشكل يومي، حيث لم تظهر أيام فراغية خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وهو ما يُعد بمثابة عنصر تميز لحساب الوزارة. كما جاءت معدلات النشر الشهري متوازنة نسبيًا لتشير إلى اعتماد الحساب على استراتيجية محددة للنشر.

وتُظهر المنحنيات التالية معدلات النشر خلال فترة الدراسة:

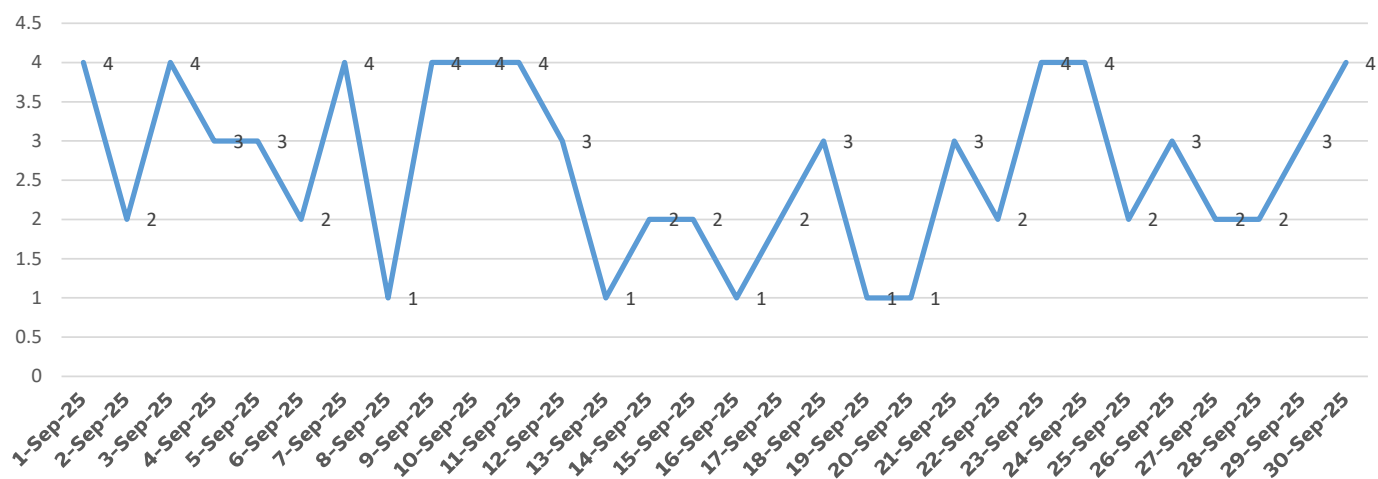
منحنى النشر اليومي لشهر يوليو 2025



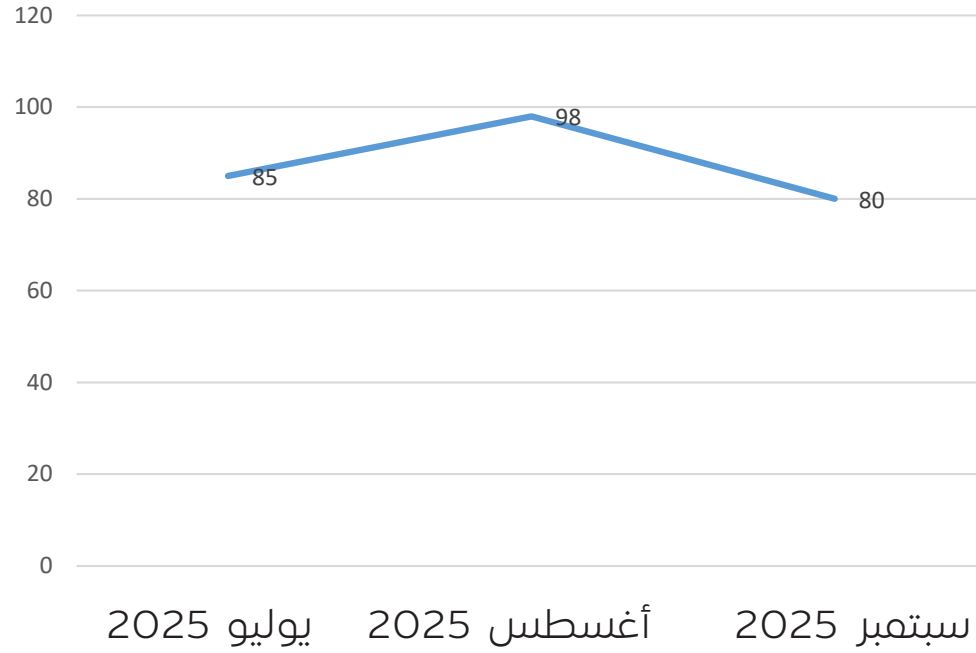
منحنى النشر اليومي لشهر أغسطس 2025



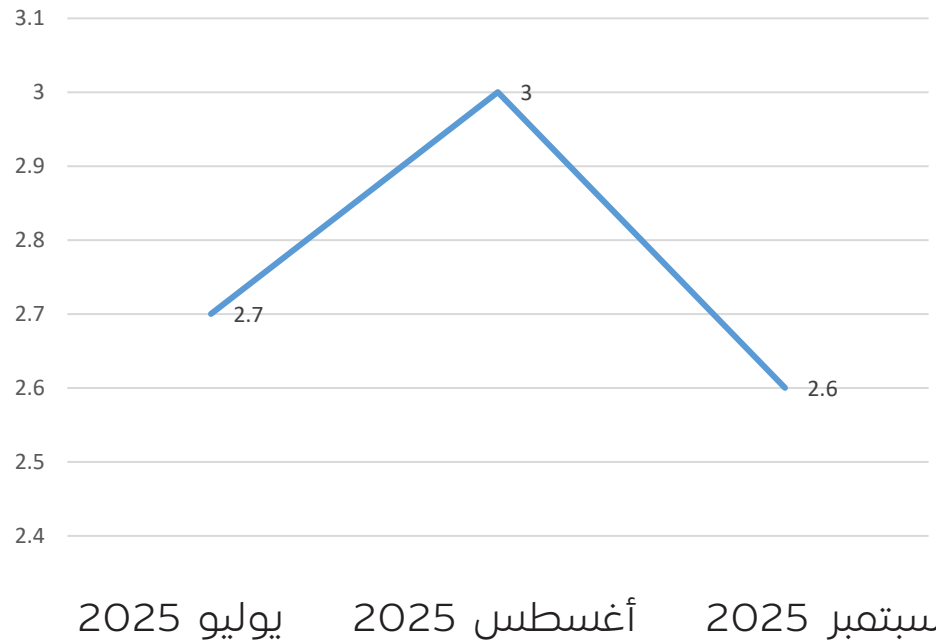
منحنى النشر اليومي لشهر سبتمبر 2025



منحنى النشر الشهري



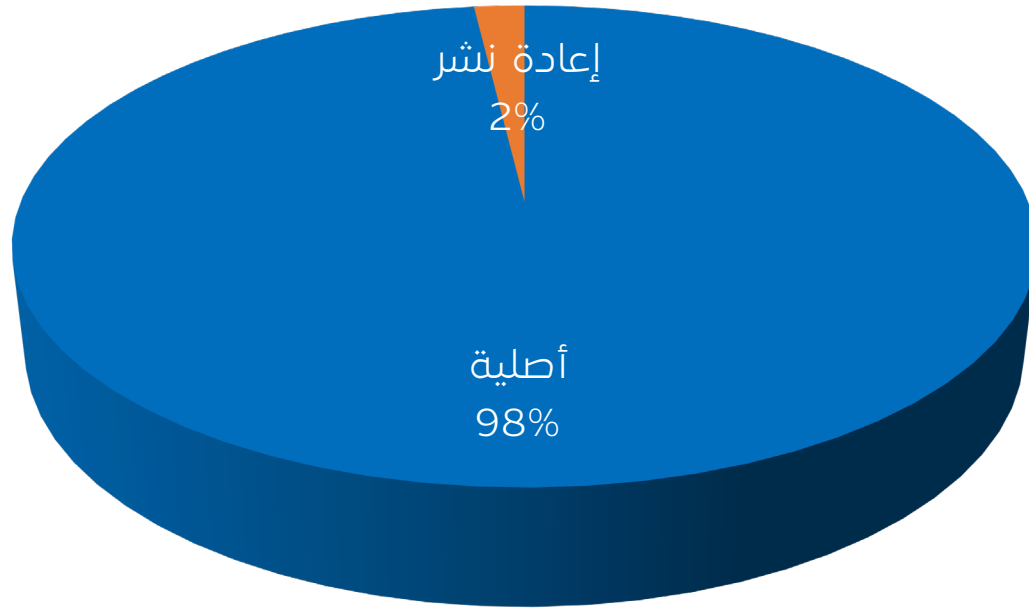
متوسط النشر الشهري



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

وقد تمثّلت 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)، فضلًا عن الحساب الرسمي لخدام الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز.

طبيعة المنشورات

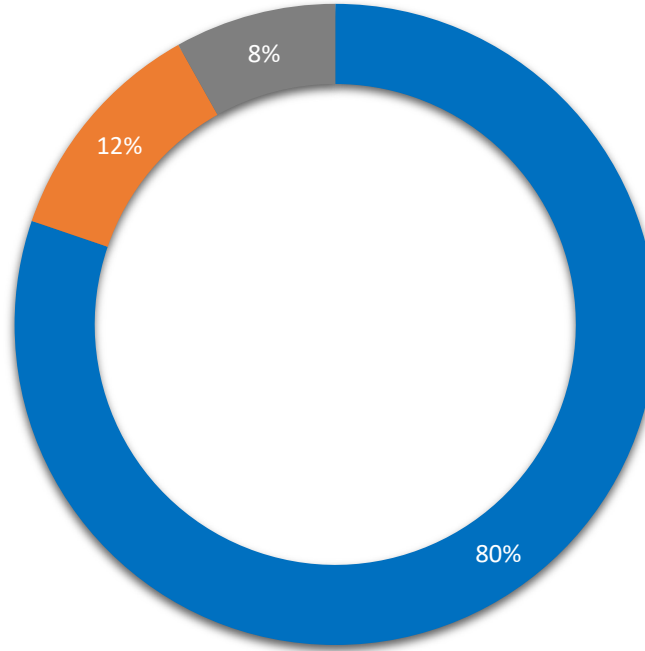


■ إعادة نشر ■ أصلية

محور التناول

كشفت النتائج أن منشورات حساب وزارة الحج والعمرة انقسمت إلى ثلاث فئات رئيسية، الأولى 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



■ المدينة المنورة ■ مكة المكرمة ■ النشاط الوظيفي للوزارة بشكل عام

وقد اتسمت منشورات الحساب بالتنوع الموضوعي، إذ تعددت الأفكار المحورية التي ركّزت عليها، **فتصدرتها** "إجراءات خدمية وتيسيرية 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 نُسك، وإجراء استبيان رقمي لقياس مستوى رضا المعتمرين والزوار ومن ثمّ العمل على تحسين تجربتهم الإيمانية، وعرض رابط الحجز من تطبيقات التوصيل المعتمدة عبر منصة نُسك، 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 ومتميزة، والحفاظ على أمنهم وسلامتهم، ومنها على سبيل المثال وليس الحصر، عرض إجراءات الحفاظ على الصحة 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 لكبار 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 المتجهة نحو الحرم المكي، وخدمة مواقف السيارات في الحرم النبوي، وتوفير الكراسي المتحركة لتسهيل التنقل في الحرمين الشريفين، فضلًا عن خدمة حفظ الأمتعة في المسجد الحرام.

وتأكيدًا على حرص وزارة الحج والعمرة على تقديم أعلى مستوى من الخدمة لضيوف الرحمن، فقد أبرزت منشورات حساب الوزارة حصولها على جائزتي التميز 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 المُقدمة لهم في موسم الحج.

وفي المرتبة الثانية حلت المنشورات "الإيمانية" التي تُلامس العاطفة الدينية للجمهور، وتُحافظ على استمرارية روح التجربة الإيمانية على مدار العام، فلا تقتصر على مواسم الحج والعمرة فقط، كما أنها تُعزز الارتباط الوجداني بأقدس البقاع المقدسة. ومن أمثلة هذه الفئة من المنشورات، نقل أجزاء من خطبة الجمعة من منبري الحرمين الشريفين، وإبراز مظاهر الخشوع لضيوف الرحمن والسكينة التي يشعرون بها في رحاب الحرم المكي والحرم النبوي، فضلًا عن استعراض جماليات العمارة والتصميم في المسجد النبوي، ودعوة المستخدمين لمشاركة صور لتجربتهم الروحية خلال أدائهم للمناسك.

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

كما تناولت أيضًا عرضًا لبعض الأماكن التي يمكن لضيوف الرحمن زيارتها، مثل معرض المسجد النبوي الذي يستعرض للزوار تاريخ المسجد بعدة لغات مستخدمًا أحدث التقنيات، ومجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف الذي يوضح مراحل طباعته، ومعرض الوحي الذي يُقدم تجربة تفاعلية تستعرض تنزل الوحي باستخدام أحدث التقنيات المرئية والمسموعة، والمتحف الدولي للسيرة النبوية الذي يُثري تجربة الزوّار 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 المكي أو النبوي، ومشاركة صور خاصة بهم من رحاب الحرم النبوي؛ كما تضمنت كذلك منشورات اجتماعية مثل نعي وزارة الحج والعمرة لسماحة المفتي العام للمملكة ورئيس هيئة كبار العلماء الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن محمد آل الشيخ، وأيضًا منشورات وطنية كاحتفاء فريق السعادة باليوم الوطني السعودي 95 ورصد مشاعر ضيوف الرحمن.

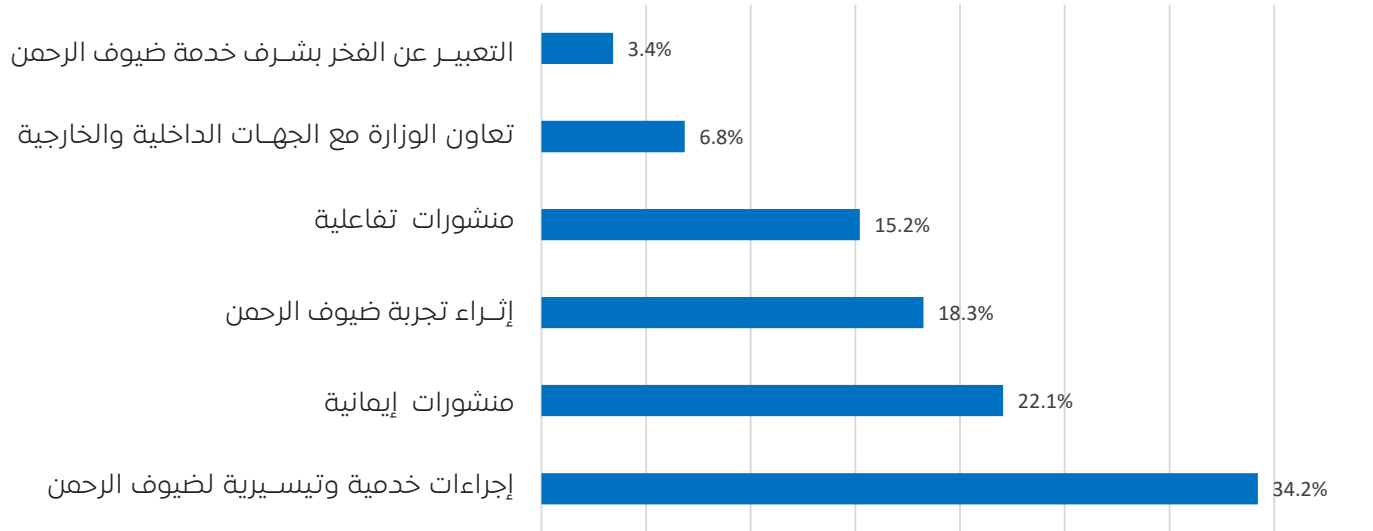
وفيما يتعلق بالمنشورات التي تتناول "تعاون الوزارة مع الجهات الداخلية والخارجية" **فحلّت بالمرتبة الخامسة**، وفيها استعرض الحساب زيارات ولقاءات قيادات الوزارة داخل وخارج المملكة التي تهدف لتعزيز سُبل التعاون، واستعراض المبادرات التي تُسهم في تطوير قطاع الحج والعمرة وتقديم خدمات عالية الجودة، وضمان تجربة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



كما تضمنت تلك الفئة من المنشورات الإجراءات التحضيرية التي تقوم بها وزارة الحج والعمرة استعدادًا لموسم حج 1447هـ، ومن أمثلتها انطلاق اجتماعات الوزارة التحضيرية مع مُمثلي مكاتب شؤون الحج في مُختلف دول العالم التي يتوافد 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 عددًا من الأمثلة الدالة على ذلك، ومنها على سبيل المثال وليس الحصر، قول صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان ولي العهد – حفظه الله – "شَرَّفنا الله بخدمة الحرمين الشريفين وهي مسؤولية تُوليها كل العناية والاهتمام ونُسخر لها كل طاقتنا".

الأفكار المحورية



أهداف المنشورات

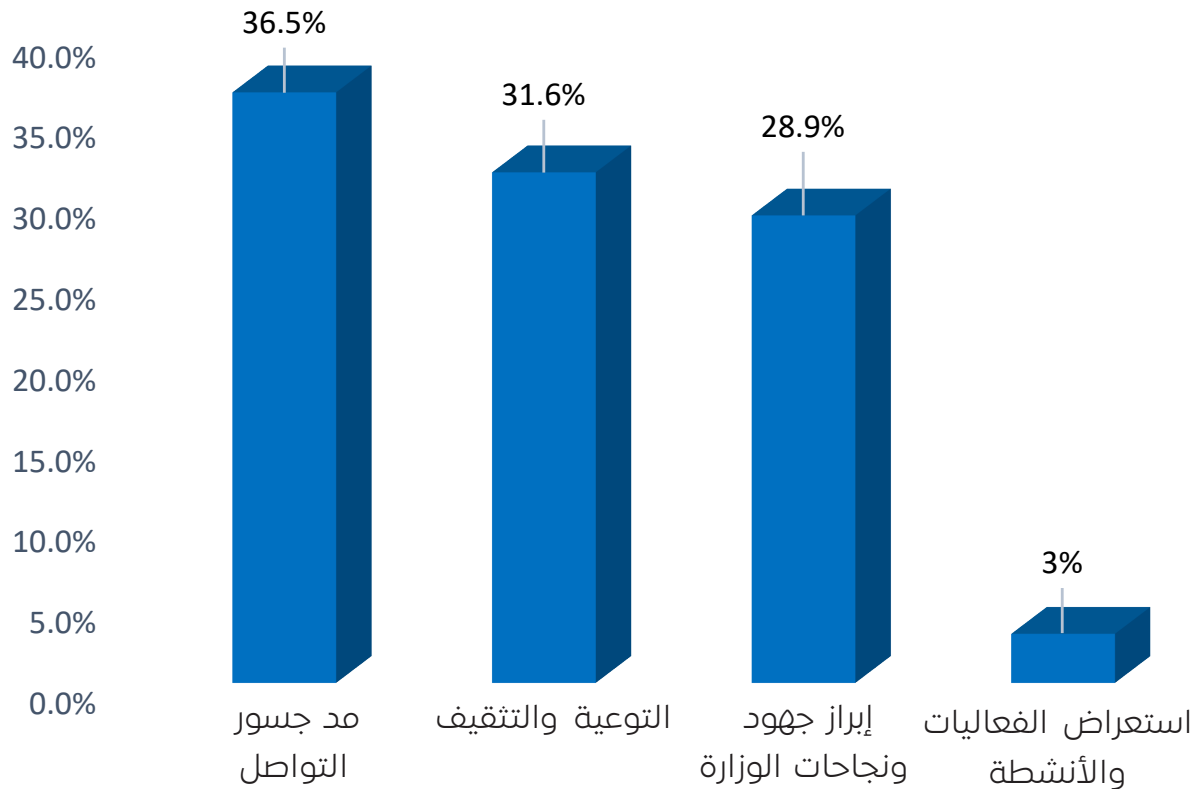
أظهرت نتائج التحليل تعدد الأهداف التي سعت إلى تحقيقها منشورات حساب وزارة الحج والعمرة على منصة إكس، وجاء في مقدمة تلك الأهداف "مد جسور التواصل" وذلك لتوطيد علاقة المستخدمين بحساب الوزارة وتعزيز تفاعلهم عليه، الأمر الذي يُساعد في ارتفاع معدلات ظهور منشوراته أمام المزيد من المستخدمين. ومن أمثلة هذا النمط 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 ضيوف الرحمن تجربتها؛ كما تشمل هذه الفئة كذلك إظهار الاهتمام بالمستخدمين من خلال مطالبة من لديه تساؤل أو مقترح بالتواصل مع العناية بالمستفيدين سواء من داخل المملكة أو خارجها؛ ومشاركة الصور الجمالية لكل من الحرم المكي والحرم النبوي؛ إضافة إلى المنشورات الاجتماعية كالتهاني والتبريكات.

وفي المرتبة الثانية جاءت "التوعية والتثقيف" بهدف إثراء تجربة ضيوف الرحمن وتعزيز معارفهم لضمان قيامهم بتجربة روحانية فريدة ومتميزة، ومن الاستشهادات على ذلك، التوعية بالطرق المثلى 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 نُسك، 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 هاكلون مكة.

أهداف المنشورات



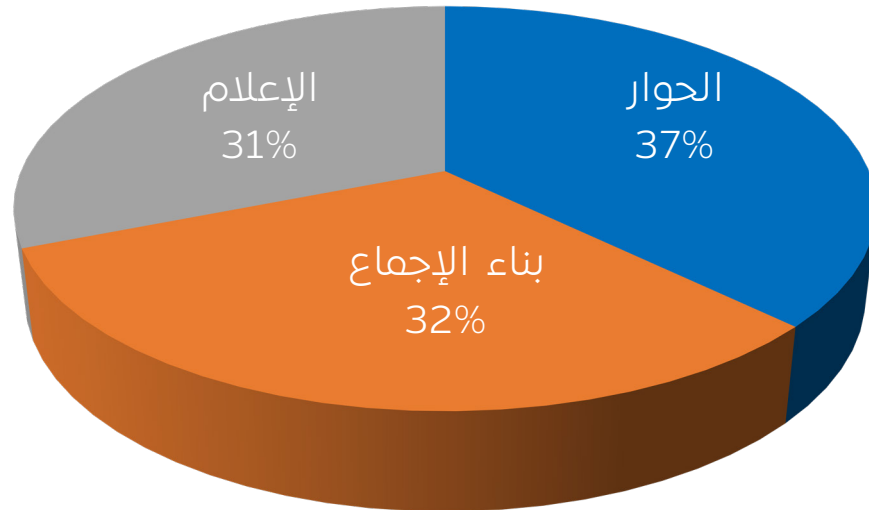
الاستراتيجيات الاتصالية

اعتمد حساب وزارة الحج والعمرة بمنصة إكس على استراتيجية "الحوار" في المقام الأول، إذ سعت كثر 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 حلت 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 الميدانية لمتابعة سير الأعمال؛ بجانب المعلومات الإثرائية كتلك المتعلقة بالمواقع التاريخية والأثرية، أو الخاصة بالإرشادات العامة لضمان تجربة مميزة لضيوف الرحمن.

الاستراتيجيات الاتصالية



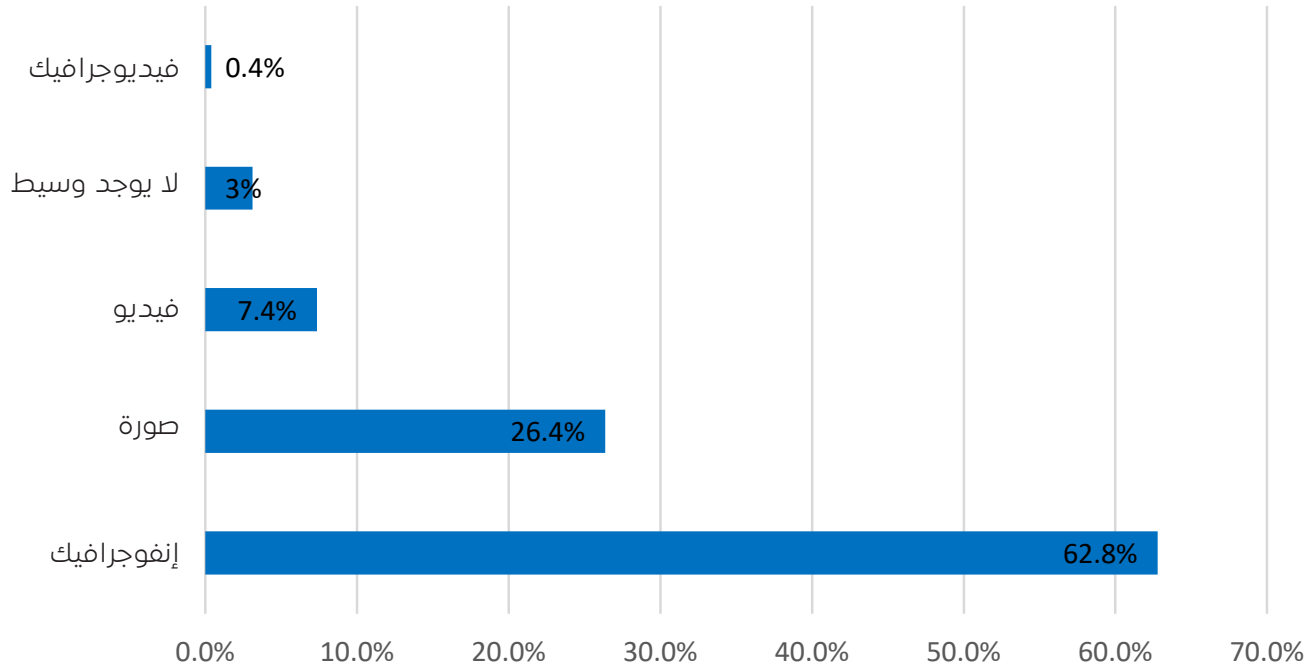
■ الإعلام ■ بناء الإجماع ■ الحوار

الوسائط الرقمية

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

واتسمت تلك الوسائط بالتنوع، لتشمل الإنفوجرافيك والصور والفيديو والفيديوغرافيك، وقد اعتمد عليها الحساب بهدف عرض رسائله الاتصالية للجمهور المستهدف بشكل سلس وواضح.

الوسائط الرقمية



عناصر الانتشار والإحالة

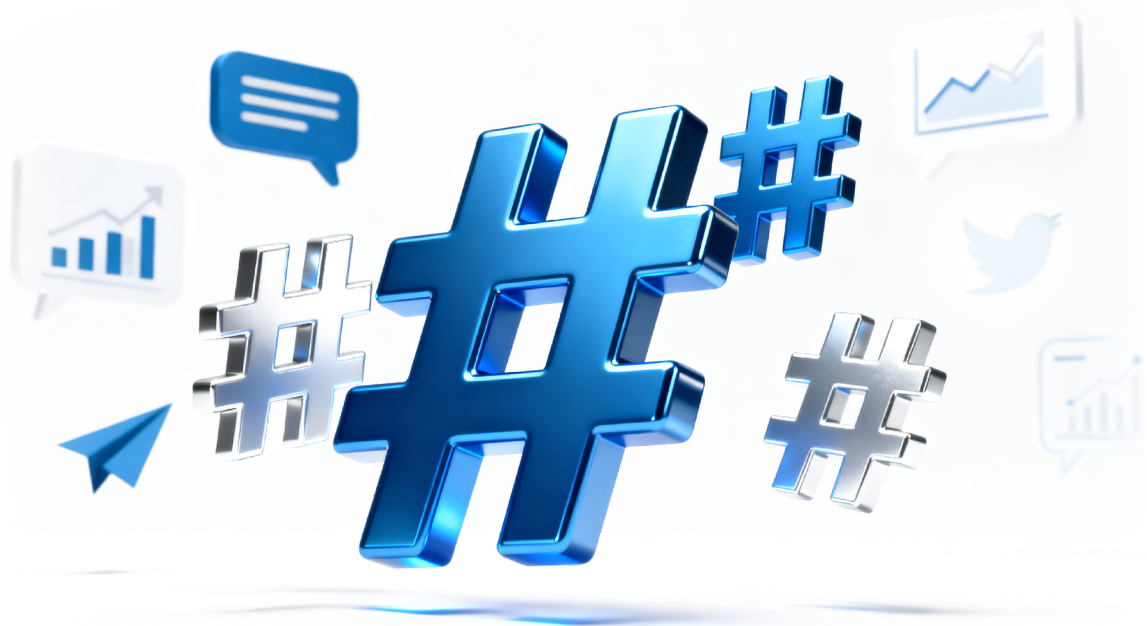
22

حساب وزارة الحج والعمرة
على منصة إكس

عناصر الانتشار والإحالة

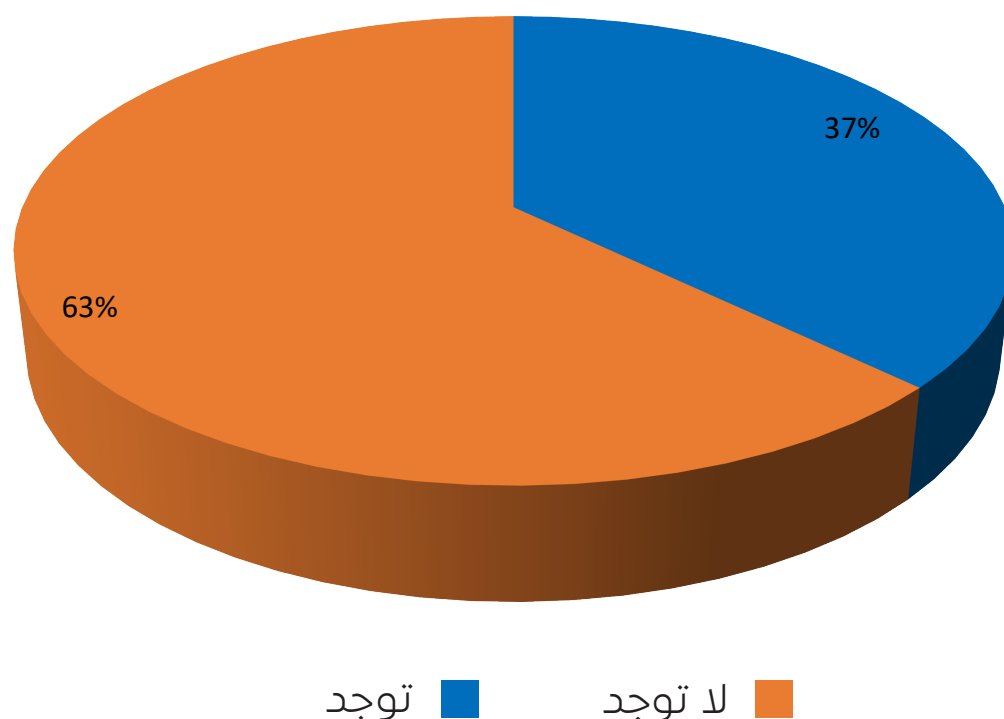
تُعد الهاشتاقات من أبرز عناصر الانتشار التي تُسهّم في وصول الرسائل الاتصالية إلى شريحة أكبر من الجمهور، مما يعني مزيدًا من التفاعلية والمتابعة والظهور أمام المستخدمين، وقد استخدم حساب وزارة الحج والعمرة الهاشتاقات في 37% من إجمالي المنشورات عينة الدراسة، ومن نماذجها ما يلي:

#الحرم_المكي / #الحرم_النبوي / #نسك / #الحرم / #أوقفها_للأبد
_تتحرك_للأبد / #الكعبة_المشرفة / #قطار_الحرمين / #وزارة_الحج
_والعمرة / #شغف_وشرف / #رؤية_السعودية_2030 / #العمرة /
مكة_والمدينة_في_انتظاركم_بشوق / #خادم_الحرمين_الشريفيين /
#وزارة_الحج_والعمرة / #يسر_وطمأنينة / #ولي_العهد / #مجلس
_الوزراء / #حج_1446هـ / #تطبيق_نسك / #نسك_عناية / #قطار_
الحرمين_السريع / #المسجد_النبوي / #مكة_كلها_حرم / #المسجد
_الحرام / #الحج_والعمرة / #كازاخستان / #GovJam2025 / #تركيا /
#اليوم_الوطني_السعودي95 / #عزنا_بطبعنا / #ايش_يمنعك_من
_أداء_العمرة / #باقي_على_الحج.



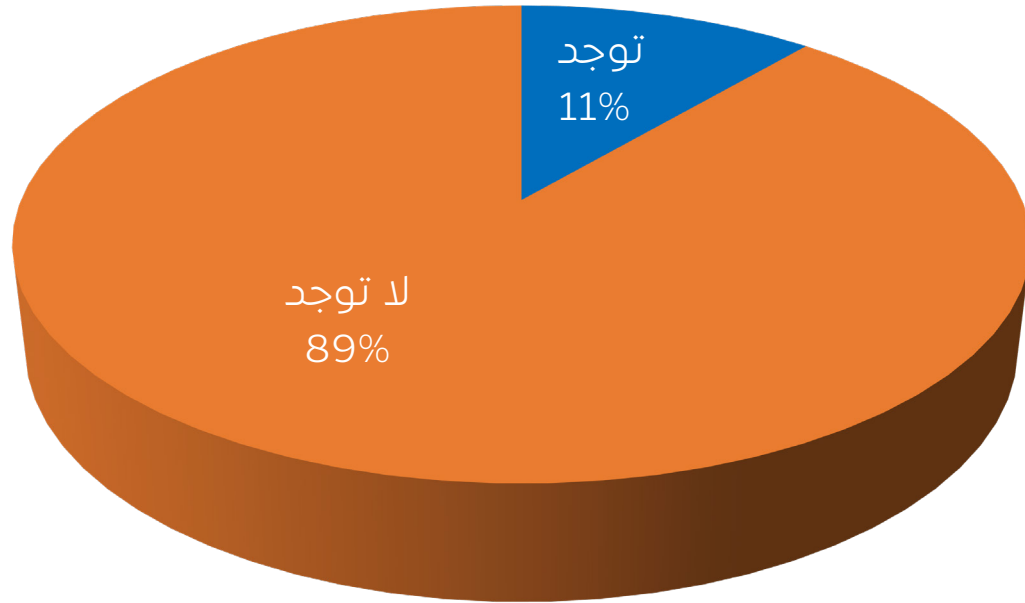
وقد مزجت الهاشتاقات المستخدمة في منشورات الحساب بين الهاشتاقات الوظيفية والعامة، مما يعكس حرص الحساب على إيصال مبادراته وبرامجه وخدماته ورسائله الاتصالية بشكل عام إلى شريحة أكبر من الجمهور.

الهاشتاقات



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 - نُسك - مؤتمر ومعرض الحج - المتحف الدولي للسيرة النبوية - هيئة تطوير منطقة المدينة المنورة - الهيئة العامة للنقل - الهيئة الملكية لمدينة مكة المكرمة والمشاعر المقدسة).

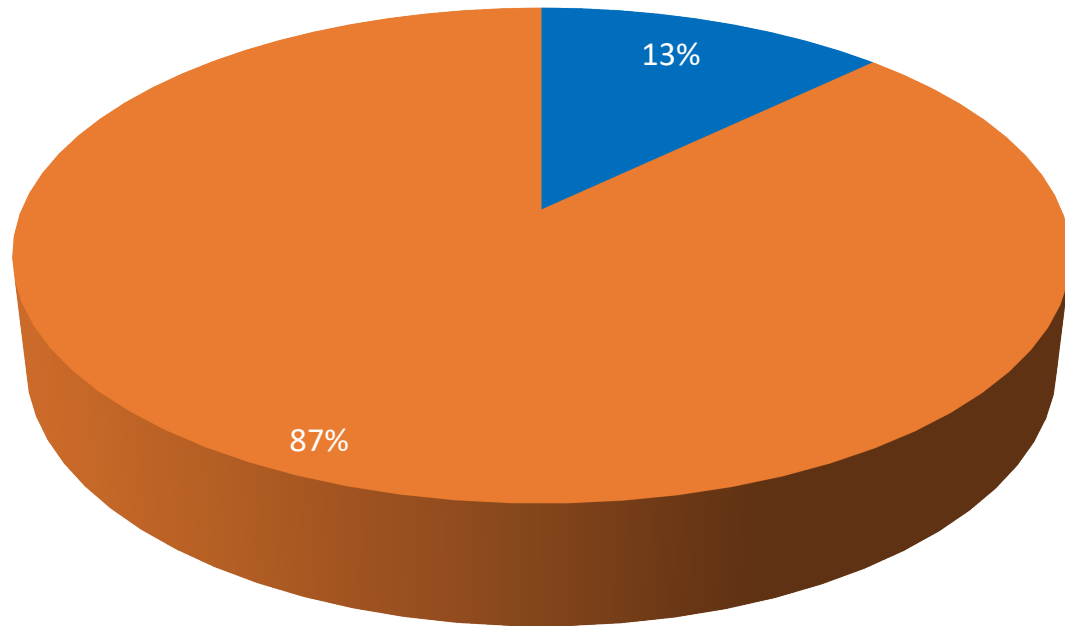
الإشارة (المنشن)



■ لا توجد ■ توجد

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

الروابط الإلكترونية



■ لا توجد ■ توجد

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. ويظهر 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 كالأدعية 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 بـصور من الحرمين الشريفين أو الدعوات التي يتمناها المسلمون.

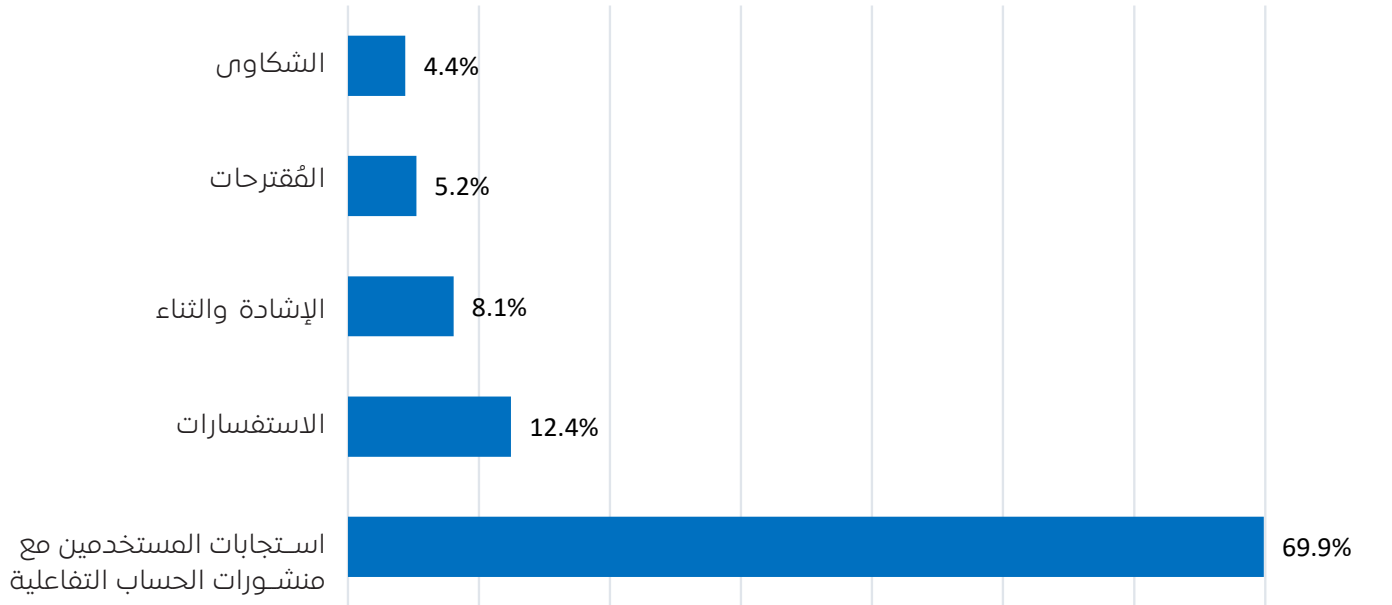
وتُبرز هذه النتيجة أهمية الاعتماد على استراتيجية الحوار في المنشورات، التي تُحفز على التفاعل والتعليق.

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؛ وآلية التقديم على تراخيص واشتراطات مرافق الإيواء للحجاج في مكة المكرمة؛ وهل يُشترط حصول المواطنين السعوديين على تصريح للعمرة.

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

وفي **المرتبة الرابعة** جاءت فئة "المقترحات" وتضمنت مطالبات من جانب المستخدمين تستهدف المزيد من التحسين والتطوير والتيسير على ضيوف الرحمن، ومن نماذجها، تخصيص طابق لطواف النساء، وإضافة خدمة حجز الحجر الأسود والملتزم، وترجمة المنشورات التوعوية للغة الإنجليزية، وزيادة عدد العربات المخصصة لكبار السن والاهتمام بصيانتها الدورية، وتطبيق فكرة الحذاء الموحد بمقاسات مختلفة لضمان طهارة الحرمين.

وفي **المرتبة الخامسة** والأخيرة حلت فئة "الشكاوى"، وقد تمحورت حول مواجهة قلة من العينة لمشكلات تقنية في تطبيق نُسك وخدمات البريد الإلكتروني، أو تأخر تسلم 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 يُشير إلى حرصه على الاعتماد على محتوى حصري خاص به.
- ◀ اتسمت منشورات الحساب بالتنوع الموضوعي الذي يُغطي 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 الوسائط الرقمية في الغالبية العظمى من منشوراته، وقد اتسمت بالتنوع لتشمل الإنفوجرافيك 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 جاء معظمها كاستجابة من جانب المستخدمين مع المنشورات التفاعلية.

ختامًا..

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

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

تابع حسابنا
على تويتر
@alqarar_sa

