

## مقدمة

أصبح الإعلام في عصرنا الراهن ضرورة لا مناص من التعاطي مع أدواته، والإلمام بكافة وسائله وقيمه وأساليبه واستراتيجياته، سيما وقد أصبح أثر منظورا بوضوح وجلاء لكل فرد مطلع أو غير مطلع، فهو يضطلع بدور كبير في توجيه الرأي العام محليا أو إقليميا أو عالميا، وتأثير في كثير من الأحداث التي تعصف بالعالم، وفي اتخاذ القرارات التي تنبني عليها مصائر الشعوب والحكومات والمنظمات، بالإضافة إلى تشكيل الصور النمطية في العقل الجمعي تجاه مجتمعات ودول وأمم بمجموعها سلباً أو إيجاباً.

ما سبق ذكره حدى بالجهات الحكومية إلى أن تولي الإعلام عناية واهتماما منقطع النظير؛ ففرى كل جهة منها لها متحدث إعلامي يتحدث باسمها، وحملات إعلامية تقدمها إلى المواطن والحكومة على حد سواء.

وما ذلك إلا لإيمانها بدور الإعلام؛ فهو أدواتها لإبراز جهودها، وهو المعيار لتقييم مستوى الجودة في عملها وأدائها، وهو وسيلة التواصل بينها وبين المواطن، وهو الوسيلة التي تعكس صورتها، بشكل صحيحة للرأي العام عموماً، وللمواطن بشكل خاص.

ومن الجهود التي انتهجتها الجهات الحكومية وذلك بالشراكة مع مركز التواصل الحكومي حيث قد عملت وفق خطة تغطية إعلامية استراتيجية شاملة لموسم الحج عام ١٤٣٩ هـ، حققت نقلة نوعية، أحدثت أصداء عالمية واسعة، وأثمرت إنجازات ملموسة في تغطية أعمال الحج على المستوى الدولي والإسلامي والوطني، وتضمن الخطة تصميم هوية بصرية ولفظية موحدة للحج تحت عنوان: "العالم في قلب المملكة"، التزمت بها جميع الجهات المشاركة، حيث قامت وزارة الإعلام بتدشين موقع إلكتروني مخصص للنشر عن أعمال الحج بعنوان "بوابة الحج الإعلامية" نشرت أكثر من ١٦٣٥ مادة إعلامية، وزارها أكثر من ١٣ مليون، وسجل بها ٢٢٠ صحفياً.

وقد قامت وزارة الإعلام من خلال وكالة الإعلام الخارجي باستضافة أكثر من ٨١٨ إعلامياً دولياً، من أكثر من ١٠٠ دولة، شاركوا في تغطية أعمال الحج وإبرازها، كما المركز الإعلامي الموحد للحج الذي أسهم في إبراز جهود ٧١ جهة حكومية، من خلال نشر أكثر من ٤٠٠ مادة

إعلامية، و ٨١ لقاء تلفزيونيا، واستفادت من خدماته ٥٠٠ صحيفة إلكترونية، و ١١ صحيفة ورقية، و ١٧ جهة إعلامية، و ٥ وكالات أنباء. (مركز التواصل الحكومي، ٢٠١٩).

إن ذلك الجهد الإعلامي التي تقوم به هذه الجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية، حملها مسؤولية تتعاضد بشكل متزايد موازاة مع ما يشهده وطننا من تحولات ومتغيرات وتحديات عصرية وعالمية، والتمدد المتسارع والمتنامي على مستويات كل من الاتصال والمعلومات والموارد والطاقات المهنية والبشرية.

ذلك ما جعل من التواصل الحكومي خيارا استراتيجيا وحتميا؛ سيما ونحن نتحدث عن دولة بحجم المملكة العربية السعودية، ذات العمق الاستراتيجي إقليمي وعالميا، دولة يعد اقتصادها ضمن الدول العشرين، ومستضيفة على مدار العام لعشرات الملايين من السياح والحجاج والمعتمرين، دولة لها حضور قوي في نادي المصدرين للطاقة والمنتجين.

لذلك قامت المملكة العربية السعودية بإنشاء مركز التواصل الحكومي في مطلع عام ٢٠١٨، لتوحيد الجهود الإعلامية بين الجهات الحكومية، رفعا لمستوى الأداء الحكومي فيما بينهما وتبادل الخبرات، في إطار تكاملي مؤسسي مستدام.

هذا؛ وقد قام المركز بمجموعة من المهام والأدوار والمنتجات الإعلامية التي كان لها صدى على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية.

بالإضافة إلى ما سبق فإن المركز يعتبر تجربة رائدة ونقلة في العمل الحكومي على الصعيد العربي، ولأن التجارب في هذا المجال كمفهوم وممارسة لازال حديثا في المنطقة العربية فلا يزال عدد الدراسات والأبحاث العربية التي تناولته قليلة جدا ويمكن وصفه بأنه حقل بكر للدراسة البحثية في العالم العربي مما جعل الباحث يتقدم بهذه الدراسة بعنوان "دور مركز التواصل الحكومي في توحيد الجهود الإعلامية للجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية" والذي أرجو أن يكون إضافة علمية تبرز ذلك الدور الكبير الي يقوم به المركز، ولبنة يبني عليها بعد ذلك من الباحثين والمهتمين.