



*Thesis  
Title:*

THE USE OF SOCIAL MEDIA IN RENOVATING GOVERNMENT  
COMMUNICATION OF THE CIVIL SERVICE IN THE KINGDOM  
OF BAHRAIN

*Master  
Student:*

Ali Ahmed Ali Ahmed AlJawder

*Academic  
Affiliation :*

*Aix Marseille University*

PLEASE CITE AS APPROPRIATE:

**Reference List:** AlJawder, A. . 2020. The Use Of Social Media In Renovating Government Communication Of The Civil Service In The Kingdom Of Bahrain [Master Thesis]. Bahrain: Institute of Public Administration. 74p. Accessed From:

**In-text citation:** (AlJawder, 2020)

**Disclaimer:** We hereby declare that this thesis is the author's own work. All sources used have been indicated as such. All texts either quoted directly or paraphrased have been indicated by in-text citations. Full bibliographic details are given in the reference list.

## **ABSTRACT**

Social media considered as one of the most practical instruments to be addressed by government agencies around the globe which was validated and verified through various previous studies. It provides a transparent way of communication that boost government agencies reputation, offers a more insightful perception of people views, encourages interaction and ease of access in addition to an easy widespread of delivery with minimal expense. The purpose of this research is to study the role and use of social media in renovating current government communication effectiveness of civil service in Bahrain. It also aims to identify the current adoption of such techniques in government ministries on social media platforms mainly on (Facebook, Twitter, Instagram and YouTube). This research tries to illustrate the role played by social media in shaping government communication of Bahrain. An extensive literature review conducted to understand further context and factors affecting social media adoption in the government sector. In addition to that, a few models of social media-based government investigated along with adoption strategies. The study applied the survey method as a research instrument for data collection, namely, a questionnaire survey with five Likert scales. The descriptive analysis used to analyse respondents data. The questionnaire used a snowball technique for sample selection. The total number of respondents who participated in the questionnaire survey was 755 respondents. Content analysis for sixty social media platform conducted between 01 October 2019 and 31 October 2019 for 15 government ministry. General findings of this research approved the fact that social media transparency, engagement feature and ease of their access are positively and significantly affecting government communication effectiveness. It also reveals that most respondents are interested in receiving government information and news from social media.

Moreover, it also indicates that Bahraini government communication ministries deliver the wealthy perception of how such ministries engaging with people over social media. The majority plays a dominant role in branding and reputation management. Nevertheless, the maturity level of government social media is still lagging in terms of interactions with people. Also, government ministries use the minimum features of social media where the vast, powerful characteristics that could boost government

communication effectiveness, are still unused. This research implications could be significantly useful for both academia and government agencies in general and could take government adoption of social media, a step further.

**Keywords:** *Social Media, Government Communication, Transparency, Engagement, Ease of Access, Social Media Based Government Model*

## **Résumé**

Les médias sociaux sont considérés comme l'un des instruments les plus pratiques dont doivent s'occuper les organismes gouvernementaux du monde entier, ce qui a été validé et vérifié par diverses études antérieures. Il fournit un moyen de communication transparent qui renforce la réputation des agences gouvernementales, offre une perception plus perspicace des opinions des gens, encourage l'interaction et la facilité d'accès en plus de faciliter la diffusion à grande échelle avec un minimum de dépenses. L'objectif de cette recherche est d'étudier le rôle et l'utilisation des médias sociaux dans la rénovation de l'efficacité de la communication gouvernementale actuelle de la fonction publique au Bahreïn. Elle vise également à identifier l'adoption actuelle de ces techniques dans les ministères du gouvernement sur les plateformes de médias sociaux principalement sur (Facebook, Twitter, Instagram et YouTube). Cette recherche tente d'illustrer le rôle joué par les médias sociaux dans l'élaboration de la communication gouvernementale du Bahreïn. Une analyse documentaire approfondie a été effectuée pour mieux comprendre le contexte et les facteurs qui influent sur l'adoption des médias sociaux dans le secteur gouvernemental. De plus, peu de modèles de gouvernement basés sur les médias sociaux ont été étudiés, de même que les stratégies d'adoption. L'étude a appliqué une méthode d'enquête comme instrument de recherche pour la collecte de données, à savoir une enquête par questionnaire avec une échelle de cinq likert. Une analyse descriptive a été utilisée pour analyser les données des répondants. Le questionnaire a utilisé la technique de la boule de neige pour la sélection de l'échantillon. Au total, 755 répondants ont participé à l'enquête par questionnaire. L'analyse du contenu de 60 plateformes de médias sociaux a été réalisée entre le 1er

octobre 2019 et le 31 octobre 2019 pour 15 ministères. Les conclusions générales de cette recherche ont approuvé le fait que la transparence des médias sociaux, leur caractéristique d'engagement et leur facilité d'accès ont un effet positif et significatif sur l'efficacité de la communication du gouvernement. Elle révèle également que la plupart des répondants sont intéressés à recevoir des informations gouvernementales et des nouvelles des médias sociaux. En outre, elle indique également que les ministères de la communication du gouvernement bahreïnien ont une bonne perception de la manière dont ces ministères s'engagent auprès des gens par le biais des médias sociaux. La majorité joue un rôle dominant dans la gestion de l'image de marque et de la réputation. Néanmoins, le niveau de maturité des médias sociaux du gouvernement est toujours en retard en termes d'interactions avec les gens. En outre, les ministères utilisent les caractéristiques minimales des médias sociaux, dont les puissants atouts qui pourraient accroître l'efficacité de la communication gouvernementale sont encore inutilisés. Ces implications en matière de recherche pourraient être très utiles tant pour les chercheurs universitaires que pour les organismes gouvernementaux en général et pourraient faire avancer l'adoption des médias sociaux par le gouvernement.

**Mots-clés** : Médias sociaux, communication gouvernementale, transparence, engagement, facilité d'accès, modèle de gouvernement basé sur les médias sociaux