



دراسات

حساب فايز المالكي على تويتر منصة خدمية بطابع وطني



مركز القرار
للدراستات الإعلامية



مايو
2020

الرسالة:

رصد المجال الإعلامي بالبحوث
والدراسات المنهجية التأصيلية،
وتقويم أداء وسائل الإعلام
التفاعلي، ورصد وتحليل
مضامينها.



من نحن:

مركز سعودي (مستقلّ)..

مضامين وسائل الإعلام التفاعلي .. **ميداننا**

بياناتها ووسائط محتواها .. **حقول دراستنا**

الرصد والتحليل والقياس .. **أدواتنا**

أهدافنا:

استشراف
المستقبل..
وفق قواعد
البحث العلمي.

تقديم
التوصيات
المنهجية

رصد تحوُّلات
ثورة الاتصالات
والمعلومات

تقويم الخطاب
الإعلامي،
والارتقاء به

قياس اتجاهات
الرأي العام
وتأثيراتها

المحتويات

مقدمة **04**

أولاً: من حيث الشكل **05**

ثانياً: من حيث المضمون **06**

النتائج العامة للدراسة **14**

مقدمة..

أصبحت منصات وسائل التواصل الاجتماعي نافذةً للكثير من المشاهير والمؤثرين الذين يحظون بنسب متابعة ضخمة على حساباتهم، ومنهم من هو مُتخصّص في مجال ما، بينما يتناول أغلبهم الشأن العام باختلاف مجالاته، ويهتمّ بعضهم بقضايا مجتمعه، ويركّز آخرون على كسب المال والشهرة فقط لا غير.

وتشهد مجتمعاتنا لغطاً مستمراً حول أهمية ودور هؤلاء الأشخاص، وحقيقة كونهم مؤثرين في المجتمع، وأوجه تأثيرهم، ومدى الاستفادة العائدة على الوطن والمواطنين من محتوَاهم المقدم.

وتُعدّ أوقات الأزمات التي تشهدُ فيها المجتمعات تحدياتٍ حقيقيةً وتهديداتٍ خطيرة، فترةً خصبةً ومناسبةً للفرز بين من يُولي وِطْنَه الاهتمامَ ويضعه في قمة أولوياته، ومن لا يُلقي بالآل للمصلحة العامة، فيتوارى خلف محتواه «التافه»، وتظهر مكانته الهشّة في المجتمع.

من هذا المنطلق، جاء اهتمام مركز القرار للدراسات الإعلامية، بتحليل الحساب الرسمي لـ «فايز المالكي» على تويتر خلال شهر أبريل 2020م، كونه أحد أهمّ المؤثرين في المجتمع السعودي، للتعرفّ على طبيعة محتواه المُقدم للمتابعين، ومدى ارتباط هذا المحتوى بقضايا المملكة.



أولاً: من حيث الشكل

● **سيمولوجياً**، يضع فايز المالكي عَلمَ المملكة العربية السعودية في صورة رأس الصفحة، مما يُدلل على اعتزازه بالمملكة ومرجعيته الوطنية، كما حَصَّص صورةً تجمعه بسموِّ وليِّ العهد الأمير محمد بن سلمان، ليضعها كصورةٍ لملفِّه الشخصي، وهو ما يعكس فخره وثقته بسموِّ وليِّ العهد. وفي النبذة التعريفية الخاصة بحسابه، يضع المالكي مقولة: «إنسان في خدمة الإنسان (إن لم تستطع أن تفعل أشياء عظيمة، فافعل أشياء صغيرة بطريقة عظيمة)»، وهي مقولة كاشفة للخطاب التضامني الذي يتبنَّاه، إذ قام بتأطير نبذته التعريفية التي تُعدُّ من أولى عناصر تعرّف المستخدمين به، وفق إطارٍ المسؤولية الاجتماعية والاحتياجات الإنسانية، كما تُشير إلى قناعته بأن الإنسان لا يستطيع العيش بمعزل عن محيطه المجتمعي، وأن أساس العلاقات الإنسانية قائم على المشاركة والتعاون، ويجب على كلِّ فرد في المجتمع القيام بدوره النوعي، بغضِّ النظر عن المقياس الكمي. وتُعدُّ هذه المقولة أساس الدراسة، التي بحثت في مدى توافقها مع المحتوى المُقدّم من فايز المالكي لمتابعيه عبر تغريداته.

● **بلغ عدد تغريدات** فايز المالكي خلال شهر أبريل (1594) تغريدة، بمتوسط يومي يصل إلى (53) تغريدة تقريباً، ما يعكس كثافة تغريد المالكي على حسابه، وقد لاقت تغريداته تفاعلاً كبيراً من قبل المتابعين، وصل إلى (394,882)، مُقسّمةً إلى (82219) تعليقا، و(125442) إعادة تغريد، و(187221) إعجاباً.



ويعكس هذا التفاعل الكبير مع التغريدات، أهمية المحتوى الذي يُقدّمه فايز المالكي، وتأثيره في عدد ضخم من المستخدمين، ما حفّزهم على التفاعل معها. ومن العوامل الأخرى التي تُؤكّد أهمية محتوى المالكي، عدد متابعيه الضخم، والذي بلغ (6,9) ملايين شخص، ما يعني أن محتواه يَصِل إلى عدد لا يمكن الاستهانة به بأيّ شكل من الأشكال.

ثانياً: من حيث المضمون

1. طبيعة التغريدة

أظهرت نتيجة تحليل حساب فايز المالكي على تويتر خلال فترة الدراسة، أن التغريدات «الإعلانية» جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 70,3%، بينما جاءت التغريدات «غير الإعلانية» في المرتبة الثانية بنسبة 29,7%.



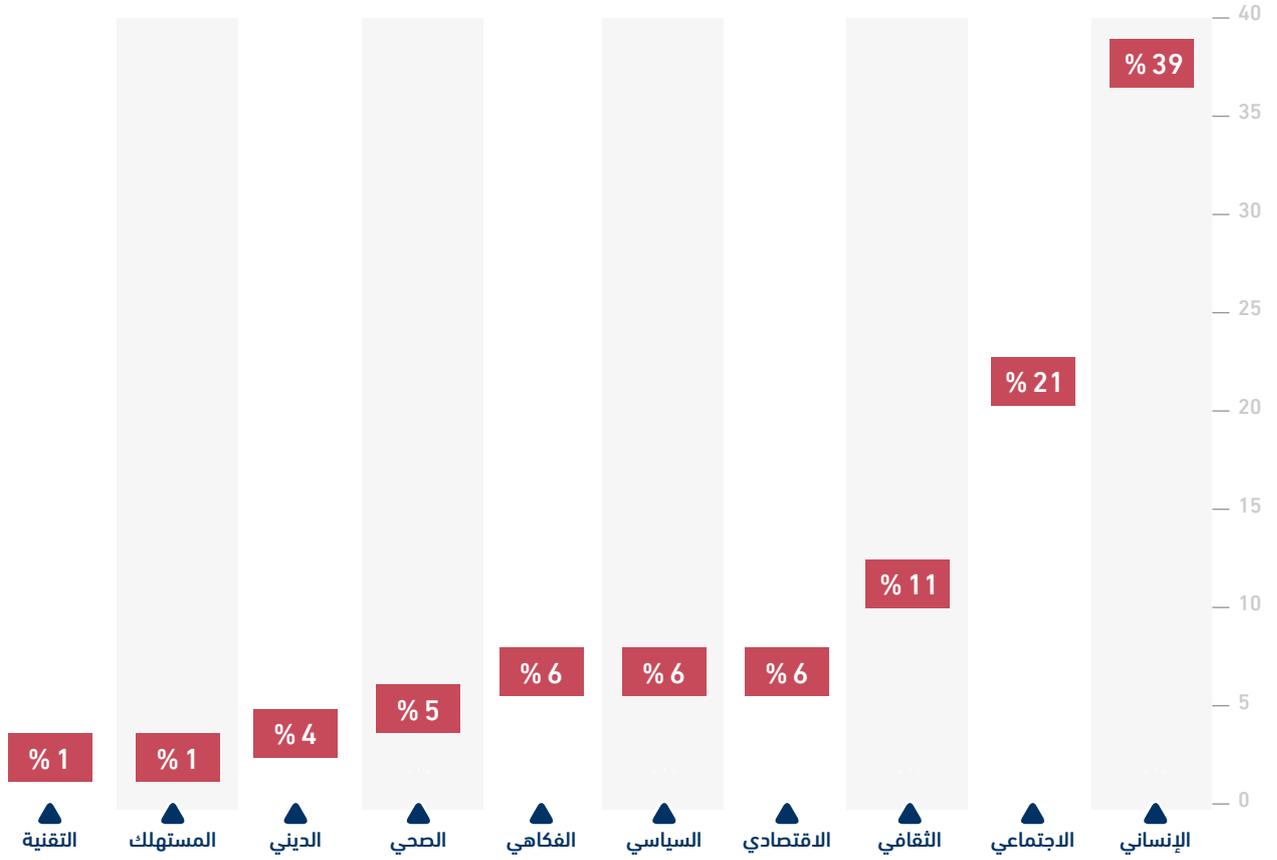
وكان من اللافت أن تغريدات فايز المالكي التي حملت الطابع الإعلاني لم تستهدف الربح المادي بالضرورة، وإنما جاءت في شكل مساهمات خيرية منه، حيث ركزت بشكل رئيسي على دعم المؤسسات والجمعيات الخيرية، سواء الخاصة أو الحكومية، والتي تُقدّم الخدمات الطبية والإعاشية للمرضى والمحتاجين.

2. مجالات القضايا المتناولة

اتضح من تحليل حساب فايز المالكي، تعدّد وتنوّع المجالات التي تناولها عبر تغريداته، فجاء في المرتبة الأولى المجال «الإنساني» بنسبة 39% من إجمالي تغريداته خلال فترة الدراسة، تلاه في المرتبة الثانية المجال «الاجتماعي» بنسبة 21%، واحتل المجال «الثقافي» المرتبة الثالثة بنسبة 11%، فيما تساوت مجالات «الاقتصاد - السياسة - والفكاهة» في نسب التناول، وقصّل كلّ منها على نسبة 6% لتحلّ بذلك المرتبة الرابعة، وجاء في المرتبة الخامسة مجال «الصحة» بنسبة 5%، وبينما حصل المجال «الديني» على المرتبة السادسة بنسبة 4%، تساوى كلّ من مجالي «حماية المستهلك» و«التقنية» في نسبة التناول والتي بلغت 1% لكلّ منهما، ليحتلّ بذلك المرتبة السابعة.

وتُظهر النّسبُ السابقة أن المحتوى المُقدّم من فايز المالكي غلب عليه البُعد الإنساني، حيث حصّص المالكي نسبةً كبيرة من تغريداته، لتسليط الضوء على

الاحتياجات الإنسانية لبعض فئات المجتمع السعودي، ودعم الجهود والمبادرات الشخصية والمؤسسية، سواء التي تعود ملكيتها للقطاع الخاص أو للجهات الحكومية، وتقوم براعية المحتاجين.



وتتمثل أهمية هذا النهج في:

- تقديم نماذج يُحتذى بها للأشخاص ومؤسسات تُقدّم الأعمال الخيرية.
 - تشجيع وتحفيز الآخرين على انتهاج نفس السلوك المحمود.
 - استغلال فايز المالكي شهرته والثقة والمصداقية التي يتمتع بها، في توجيه الأشخاص والمؤسسات، إلى الجهات الموثوقة التي تستحق الدعم والتبرع.
 - تسليط الضوء على المحتاجين، من خلال تسخير حسابه كنافذة لعرض حالاتهم، مما يُسهّل من عملية الوصول إليهم وتقديم الدعم اللازم لهم.
- وقد اعتمد المالكي على **أسلوب الحملات الدعائية**، لدعم بعض الجهات التي تُقدّم الأعمال الخيرية المعيشية والطبية، مثل دعم مركز الملك سلمان للإغاثة والأعمال الإنسانية، منصة جود الإسكان، جمعية الإعاقة الحركية للكبار (حركية)، ومدينة سلطان بن عبد العزيز للخدمات الإنسانية.

وقام باستخدام هذا الأسلوب أيضاً لدعم المبادرات الخيرية التي تمّ تدشينها على منصة تويتر في شكل هاشتاقات، وذلك من أجل زيادة التفاعل معها، ومنها:

#إفطار_مليون_صايم

#كلنا_عطاء

#تراحم

#أسرة_سجين_البنوك_السعودية

#كل_يوم_بيت

وفيما يخصّ **المجال الاجتماعي**، أظهرت التغريدات خلال فترة الدراسة، الاهتمام بتعزيز الروابط الاجتماعية، وحرصه على التفاعل مع المتابعين، ودعوته لنشر الصفات الحميدة، مثل أهمية تقديم المساعدة للمحتاجين، والتطّلي بالصبر خاصة في وقت الأزمات، وبرّ الوالدين، كما أظهرت تغريداته حرصه الشديد على تقديم الواجب الاجتماعي، مثل الدعاء بالشفاء للمرضى، والرحمة والمغفرة لمن توفّاهم الله تعالى.

وبالنسبة **للمجال الثقافي**، فقد عكس محتوى فايز المالكي اهتمامه بدعم المواهب وتشجيع الموهوبين على مواصلة الإبداع والتميّز، وقام بالترويج لبرامج تلفزيونية وكتب هادفة، كما عبّر عن موقفه من بعض الشخصيات والقضايا المجتمعية، من خلال نشر أبياتٍ من الشعر وبعض الأغاني، فعلى سبيل المثال قام بنشر أغنية دعماً للقطاع الصحي، وأبيات من الشعر تتناول قرار منع التجوّل.

وفي **المجال السياسي**، عبّر فايز المالكي عن دعمه وثقته في القيادة السعودية، وعلى رأسها خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز، وسموّ وليّ العهد الأمير محمد بن سلمان، كما حرص على تأكيد دعمه لسياسات المملكة العربية السعودية، سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي.

وفيما يخصّ **المجال الاقتصادي**، أظهر حساب فايز المالكي موجهته للشائعات المتزامنة مع انتشار فيروس كورونا، خاصة ما يتعلّق منها بنفاد السلع من الأسواق، حيث تمّن جهود وزارة التجارة في توفير مختلف السلع أمام المواطنين والمقيمين، كما اهتم بنشر بعض المبادرات التي تهديف إلى تخفيف العبء عن المواطنين، إضافةً إلى دعم سياسات المملكة الاقتصادية.

أما فيما يتعلق **بالمجال الصحي**، فقد استغلّ فايز المالكي حسابه من أجل التوعية بأهمية البقاء في المنزل، والالتزام بتنفيذ التعليمات الخاصة بالوقاية من الإصابة بفيروس كورونا، وتمنّ جهود مؤسسات الدولة وعلى رأسها وزارة الصحة في مواجهة هذا الوباء العالمي.

3. الأطر المستخدمة

أ- يتّضح مما سبق أن إطارين غلبا على محتوى فايز المالكي، وهما «**الاهتمامات الإنسانية**» و«**المسؤولية الاجتماعية**»، في تناوله للقضايا والموضوعات المختلفة.

وبالرغم من أن المالكي يقوم بجهود فردية في هذا الإطار، إلا أن دعمه كان مُقدِّماً للمساعي الفردية، وأيضاً التنظيمية المؤسسية الخاصة أو الحكومية.

ولم تقتصر جهود المالكي على دعم الأعمال الخيرية غير التنموية، مثل توفير الطعام والغذاء والكساء للمحتاجين، بل تَخَطَّت ذلك إلى دعم الأعمال الخيرية التنموية، التي تُساهم في تغيير المستوى المعيشي بشكل جذري ومُستدام، مثل توفير السكن اللائق، وتشجيع وتحفيز ذوي الاحتياجات الخاصة، والعمل على تعزيز دمجهم في المجتمع، للقيام بدورهم كأفراد طبيعيين، لهم كل الحقوق وعليهم نفس الواجبات دون تمييز.

شملت..

جهود المالكي دعم الأعمال الخيرية التنموية، لتغيير المستوى المعيشي بشكل جذري.

ولذلك فإن أهمية حساب فايز المالكي لا تقتصر على هذه الجهود فحسب، وإنما تتعدّى ذلك إلى دوره في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية، وتبني خطاب العطاء التنموي في المجتمع السعودي، ويُقدِّم نموذجاً تحتاجه كل المجتمعات البشرية، يتمثل

في الفرد المسؤول اجتماعياً، كما تتمثل الأهمية أيضاً في أن المحتوى الذي يُقدِّمه يخلق حالة من التوازن الثقافي والمعرفي مع المحتوى الاستهلاكي للعديد من مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي.

ب- **إطار القضية**، حيث لجأ المالكي إلى تبني بعض القضايا، ومن ثم العمل على تقديم الحلول لها، ومن أمثلة هذه القضايا:

● توفير السكن اللائق لغير القادرين. ● مساعدة أسر السجناء الغارمين.

● مساعدة أسر ذوي الاحتياجات الخاصة. ● التضامن المجتمعي.

● دعم المواهب.

ت- **إطار الشخصية**، وقد قام المالكي في هذا الصدد بنشر نماذج من المجتمع السعودي والشخصيات العامة، مثل رجال الأعمال والفنانين والرياضيين، والتي قامت بتقديم الدعم للمحتاجين، وذلك من أجل تشجيع هذا السلوك الحميد، وتحفيز الآخرين على الحذو حذوهم.

وقد دمج فايز المالكي إطار الشخصية مع إطار المبادئ الأخلاقية، حيث ركز على النسق القيمي والأخلاقي للمجتمع السعودي، والذي يستند إلى تعاليم الشريعة الإسلامية التي تحث على تقديم العون والمساعدة للمحتاجين، فضلاً عن شيم المجتمع السعودي العروبية، والتي تتسم بالكرم والجود.

ث- إطار الاستراتيجية. فقد لجأ فايز المالكي إلى هذا الإطار من أجل التأكيد على تأييد سياسات المملكة العربية السعودية، ودعم رؤى خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان، وسمو ولي العهد الأمير محمد بن سلمان، والتعبير عن ثقته فيما تتخذه القيادة من إجراءات وقرارات داخلية وخارجية عززت من استقلالية القرار السعودي، والتصدي لمحاولات النيل من المملكة، فضلاً عن تحقيق أمن واستقرار البلاد، ومواصلة مسيرة التقدم والتنمية.

4. مدى ارتباط المحتوى المقدم بقضايا المجتمع

جاء تغريدات المالكي التي ترتبط بقضايا المجتمع «إلى حد كبير» في المرتبة الأولى بنسبة 63,9%، تلتها في المرتبة الثانية التغريدات التي ترتبط بقضايا المجتمع «إلى حد ما» بنسبة 26,6%، بينما جاءت التغريدات «غير المرتبطة» بقضايا المملكة في المرتبة الثالثة بنسبة 9,5% من إجمالي التغريدات المنشورة خلال فترة الدراسة.



وتُظهر هذه النسب أن محتوى فايز المالكي الذي ارتبط بتناول قضايا المملكة بلغت نسبته 90,5%، ما يدل على أن المالكي سخر حسابه بشكل رئيسي في خدمة قضايا مجتمعه، ويؤكد تمتعه بالحس الوطني وإحساسه بالمسؤولية الملقة على عاتقه تجاه مجتمعه، كأحد المؤثرين. أما فيما يخص القضايا غير المرتبطة بالمجتمع، فقد تضمنت موضوعات شخصية في الأساس، مثل التفاعل مع متابعيه.

5. أسلوب الطرح المباشر

جاء أسلوب «الطرح المباشر» في المرتبة الأولى، في عرض القضايا والموضوعات التي تناولها حساب فايز المالكي ونسبة 97,8%، بينما جاء أسلوب «الطرح غير المباشر» في المرتبة الثانية بنسبة 2,2% فقط من إجمالي عينة الدراسة.



ويُعدّ أسلوب الطرح المباشر، الأجدى والأنفع مع طبيعة الموضوعات والقضايا التي تناولها فايز المالكي في حسابه على تويتر، ويتناسب مع أهدافه، فلجأ إلى هذا الأسلوب في إظهار دعمه للجمعيات الخيرية، واستعراض التبرّعات الشخصية والمؤسسية، لتحفيز المواطنين وحثّهم على التبرّع والمساعدة.

6. الوسائط المستخدمة

أظهر تحليل حساب فايز المالكي أنه اعتمد على الوسائط بمختلف أنواعها بشكل كبير، وقد لجأ في بعض الأحيان إلى استخدام أكثر من نوع في التغريدة الواحدة، فبلغ عدد الوسائط المستخدمة في التغريدات خلال فترة الدراسة (1440)، مقابل (386) تغريدة لم تتضمّن وسائط.

وجاءت يَسب ظهور الوسائط في إجمالي تغريدات المالكي على النحو التالي:

- نسبة ظهور الإنفوجرافيك 30,5%	- الإحالة إلى الموضوع الأصلي 22,5%
- نسبة ظهور الفيديو 20,8%	- نسبة ظهور الصور 16,6%
- نسبة ظهور الموشن 0,6%	- نسبة ظهور البثّ المباشر 0,4%

ويرجع حرص فايز المالكي على استخدام الوسائط في تغريداته إلى عدة أسباب، منها:

- الوسائط تُمثل عامل جذب للمتابعين، فضلاً عن إيصال المعلومة بشكل أسهل وأكثر وضوحاً.
- توثيق محتواه المقدم من أجل زيادة المصداقية عند المتابعين.
- استخدام الوسائط في عرض الحالات الإنسانية، وأيضاً نتائج المساعدات المقدمة.
- العرض المستمر للوسائط التي تُظهر مساهمات المواطنين المتبرعين، والتي تُساعد على التشجيع والتحفيز والتنافس بين المواطنين.
- الإحالة إلى الموضوع الأصلي كلما اقتضت الحاجة إلى ذلك، حرصاً على إمداد المتابعين بمعلومات أوسع عن الموضوع المُتناول.

7. الأدوات الرقمية

بلغ عدد مرّات استخدام الأدوات الرقمية (الهاشتاق - المنشن - الروابط التشعبية) في حساب فايز المالكي خلال شهر أبريل (1890) مرّة، بينما ظلت (303) تغريدات منها، وقد جاءت يسبّب الظهور على النحو التالي:

- بلغت **نسبة ظهور الهاشتاق 49,4%**، حيث حرص المالكي على استخدام هذه الأداة للوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين، ممن لديهم اهتمام مشترك بالقضايا المطروحة، وهو ما يُعدّ عاملاً هاماً وفعّالاً في تحقيق الهدف الرئيسي من محتواه المقدم، والذي حمل في أغلبه الطابع الإعلاني غير الربحي. ومن أمثلة الهاشاقات التي استخدمها في تغريداته:



وتُعدّ هذه الهاشتاقات دالة على طبيعة المحتوى المُقدّم، والتي غلب عليها خطاب العطاء وتقديم المساعدة للمحتاج، فضلاً عن خطاب الدعم والمساندة للمملكة وقياداتها الرشيدة.

● بلغت نسبة **ظهور المنشن 45,6%**، وقد استخدم المالكي هذه الأداة في التفاعل مع متابعيه، وأيضاً في التواصل مع الشخصيات العامة، والمؤسسات الخاصة والحكومية.

● بلغت نسبة **ظهور الروابط التشعبية 22,5%**، وجاء استخدام المالكي لهذه الأداة من أجل توثيق محتواه المقدم لمتابعيه، فضلاً عن إتاحة الفرصة أمامهم للحصول على المزيد من المعلومات عن القضايا المطروحة.

8. لغة التغريد

احتلت اللغة «الفصحى» المرتبة الأولى من حيث الاستخدام في تغريدات فايز المالكي بنسبة 45%، تلتها في المرتبة الثانية اللهجة «العامية» بنسبة 29,4%، وفي المرتبة الثالثة جاء «الجمع بين الفصحى والعامية» بنسبة 25%، بينما لم تُستخدم اللغة في التغريدات بنسبة 0,6% وتمّ الاكتفاء فيها بنشر الوسائط فقط.



وتُظهر هذه النسب تنوع لغات التغريد التي استخدمها فايز المالكي في حسابه، وقد تحكّمت في ذلك طبيعة المضمون المُقدّم، فضلاً عن طبيعة الجمهور المُخاطب، فعلى سبيل المثال غلبت العامية على لغة التغريدات في حالة تفاعل المالكي مع المتابعين، لإكساب العلاقة بينهم نوعاً من الألفة والودّ، أما الفصحى فكانت غالبية طبيعة الحال عند نشر آيات من القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة، فضلاً عن أبيات الشعر والحكم.

النتائج العامة للدراسة..

تميّزت فترة الدراسة بوجود **مُتغيّرين رئيسيين**، كان لهما تأثير ملحوظ في محتوى فايز المالكي:

1. تفشّي وباء فيروس كورونا في المملكة والعالم.

2. بدء شهر رمضان المبارك.

وقد أثار العاملُ الأول على المجتمع السعودي، مثله في ذلك مثل باقي المجتمعات البشرية على مستوى العالم، حيث شكّل عنصرَ ضغطٍ اقتصادي على الناس.

أما فيما يخصّ شهر رمضان المبارك، وما يتّسم به من زيادة نسبة الإنفاق على الأعمال الخيرية والإنسانية، وفلسفته التي تُعزّز قيم المساعدة والعون والإحساس بالآخرين، فكان لها دور محوري في محتوى فايز المالكي، حيث تلاقت سماتُ هذا الشهر الفضيل مع جهود المالكي الإنسانية ومسؤوليته المجتمعية، ولذلك تعاضمت أهمية حساب المالكي في المساعدة على توجيه التبرعات إلى مُستحقّيها.

أظهر محتوى حساب فايز المالكي **إحساسه بمسؤوليته المجتمعية**، والتي كانت منطلقاً رئيسياً لتعزيز خطاب التضامن والعطاء.

غلب على المحتوى المُقدّم إطارُ **«تقديم الحلول»**، والذي كان أساساً في تناول المالكي للقضايا والموضوعات التي تتعلّق بمجتمعه، فلم يستهدف من تناولها إثارة المشاكل والتحريض والهجوم، بينما سعى إلى تعزيز المشاركة المجتمعية لتكون مُساندةً للجهود الحكومية في مساعدة المواطنين والمقيمين على حدّ سواء.

ختاماً.. أظهرت نتيجة الدراسة وجودَ توافقٍ بين النبذة التعريفية التي وضعها فايز المالكي في صدر حسابه الخاصّ على تويتر، مع محتواه الذي قدّمه لمتابعيه، حيث سجّر حسابه ليكون نافذةً خدمية في المقام الأول، تستهدفُ مساعدة المحتاجين، فضلاً عن كونها منبراً داعماً للمملكة وقيادتها الرشيدة.

مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 www.alqarar.sa

   @alqarar_sa