

# تفاعلية حساب "المنصة الوطنية الموحدة" ..

أداة تشاركية لخدمة المجتمع السعودي

دراسات



مركز القرار

للدراسات الإعلامية



فبراير  
2021

## الرسالة:

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



## من نحن:

مركز سعودي (مستقل)..

مضامين وسائل الإعلام التفاعلي .. **ميداننا**

بياناتها ووسائط محتواها .. **حقول دراستنا**

الرصد والتحليل والقياس .. **أدواتنا**

2

## 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

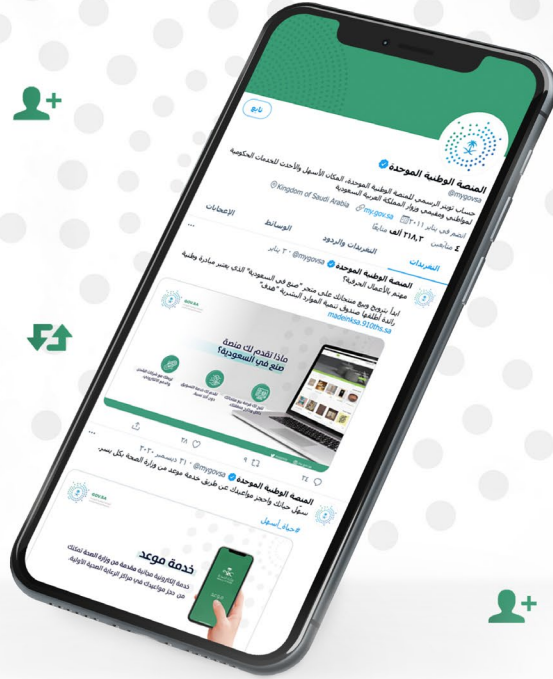
# المحتويات

ملخص تنفيذي	04
مقدمة	05
منهجية الدراسة	07
الخصائص العامة للتغريد في الحساب	07
مؤشرات المحتوى الأصلي للحساب	10
مؤشرات محتوى إعادة التغريد (Retweets)	17
خاتمة الدراسة	16

## ملخص تنفيذي..

تشجع المملكة العربية السعودية من خلال الجهات الحكومية المختلفة، المجتمع على المشاركة في صناعة القرار من خلال مجموعة من الأدوات الإلكترونية التي تدعم التفاعل ما بين المواطنين وطالبي الخدمة من جهة، والجهات الحكومية من جهة أخرى، وذلك من خلال سعيها المستمر لتطوير الدعم الذي تقدمه للمستفيدين من خدماتها. ولتحقيق هذا الغرض أنشأت هذه الجهات الكثير من القنوات لتقدم من خلالها الخدمات الإلكترونية لمراجعيها بطريقة آمنة وموثوقة، والتي من أبرزها «المنصة الوطنية الموحدة» كمنظومة متكاملة تقدم كافة الخدمات الحكومية بجودة وكفاءة عالية لكافة المواطنين والمقيمين والزائرين، وانطلاقاً من قيمة تلك المنصة وأهميتها المجتمعية ودورها في تحقيق أهداف المشاركة المجتمعية، حاول «مركز القرار للدراسات الإعلامية» دراسة أداءات الحساب الرسمي للمنصة على موقع التدوينات القصيرة «تويتر» للتعرف على المؤشرات التفاعلية للحساب تبعاً لاختلاف الجوانب الموضوعية، وأساليب المعالجة الإعلامية المقدمة من خلاله، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- أظهرت مؤشرات تفاعلية الحساب اهتمام المتابعين بشكل أكبر بموضوعات المعرفة العامة والخدمات المقدمة من خلال المنصة والتعريف بإمكاناتها، في حين تمثلت النتيجة الأبرز ضمن نتائج مؤشرات التفاعلية في أن التفاعلات الرقمية للمتابعين على المحتوى تزيد كلما تنوعت وزادت أشكال الاستخدام الرقمي للأدوات المصاحبة.
- غلب على أداء الحساب الأسلوب التوجيهي، ثم الترويجي في معالجاته للتغريدات، وهو ما كان له الأثر الواضح في غلبة إطاري التفاعل الاجتماعي ثم التعريف بالخدمات عن باقي أطر المعالجة الإعلامية الأخرى.



## مقدمة..

أحدثت الثورة التكنولوجية والاتصالية الحديثة العديد من التغيرات الهائلة في مختلف مناحي الحياة، سواء على الصعيد السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي، خاصة بعد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وما اكتسبته من شعبية هائلة، وتسارع المستخدمين للاستفادة من مزاياها المتعددة في إطار تفاعلي مع الآخرين، سواء على المستوى المحلي أو العالمي، عبر تمكين النقاشات وتطوير العديد من المجتمعات الإلكترونية المتنوعة والمتخصصة، بالإضافة إلى قدرتها على استيعاب قدر هائل من التفاعلات والمحتويات المنشورة، بحيث زادت معه فرص وجود مشاركات إلكترونية تتميز بالفاعلية والكفاءة والاستدامة.

وتحرص مختلف الحكومات حول العالم على تبني أشكال وممارسات اتصالية جديدة مع مواطنيها، ومحاولة الاستفادة من تلك التطورات الاتصالية في عمليات زيادة وإثراء مستوى مشاركة المواطنين في عملية صنع القرار، وتحسين الخدمات الحكومية، واستخدام الحلول الجماعية والتشاركية للقضايا المجتمعية.

كما تبني الكثير من الدول فكرة إشراك المواطنين كعنصر رئيسي في عملية توفير خدمات حكومية محورها المواطن والمجتمع بشكل عام.

ولم تغفل حكومة المملكة العربية السعودية أهمية هذه التحولات التقنية، فكانت في مقدمة الحكومات التي حرصت على الاستفادة من شبكة الاتصالات الهائلة وخدمات الإنترنت التي تغطي البلاد، ليشارك المجتمع في وضع حلول للقضايا العامة، من منطلق أن إشراك المواطنين هو العنصر الرئيس في عملية توفير خدمات حكومية محورها المواطن والمجتمع بشكل عام، وذلك بهدف توظيف تقنيات المعلومات والاتصالات من أجل مشاركة الجمهور في عمليات تتعلق

بالإدارة الحكومية، وتصميم وتقديم خدماتها، ورسم سياساتها، وصنع قراراتها، في ضوء مشاركة مجتمعية فاعلة رسمتها مبادئ ومحاور رؤية المملكة 2030م، وترجمها مجموعة من الإجراءات التنفيذية والبرامج والمبادرات الموجودة على أرض الواقع في مختلف الجهات والقطاعات الحكومية السعودية، عبر مجموعة من الأدوات الإلكترونية التي تدعم التفاعل ما بين المواطنين وطالبي الخدمات من جهة، والجهات الحكومية من جهة أخرى، لتتمكن من تقديم خدمات حكومية أكثر ذكاءً وبطريقة آمنة وموثوقة.

## تشكّل المنصة..

حلقة الوصل بين الجهات الحكومية  
والمستفيدين من الخدمات الإلكترونية  
الحكومية .

وتُعد «المنصة الوطنية الموحدة» من أهم الأدوات الحكومية السعودية التي تسعى إلى تحقيق أهداف المشاركة المجتمعية، وتطوير الخدمات الحكومية للمستخدمين، فهي تمثل منظومة متكاملة تقدم كافة الخدمات الحكومية بجودة وكفاءة عالية لكافة المواطنين

والمقيمين والزائرين، عبر تجربة موحدة من خلال قنوات متعددة ومتجانسة تعمل جنبًا إلى جنب، للتواصل مع شرائح المجتمع المختلفة، وتحقيق المشاركة المجتمعية، ونشر المعرفة، وإنتاج وتصدير محتوى مفيد للمجتمع.

عدد الأيام:  
**106**  
أيام



عدد التغريدات:  
**333**  
تغريدة

وتُشكّل المنصة حلقة الوصل بين الجهات الحكومية والمستفيدين من الخدمات الإلكترونية الحكومية من مواطنين ومقيمين وزوار، إلى جانب قطاع الأعمال، لذلك حرصت على الاستفادة من أدوات المشاركة الإلكترونية المتعددة، التي من أهمها شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بإمكاناتها، وتزويد المجتمع بكافة الخدمات التقنية التي تقدمها الجهات الحكومية في المملكة العربية السعودية والترويج لها، وتسهيل إمكانية الوصول إلى كل محتوياتها، بالإضافة إلى نشر بعض الفعاليات، والإنجازات التقنية، والأخبار الخاصة بالمجتمع السعودي، التي تساعد على زيادة أعداد المستخدمين والزائرين للمنصة، ورفع مدى تفاعلهم.

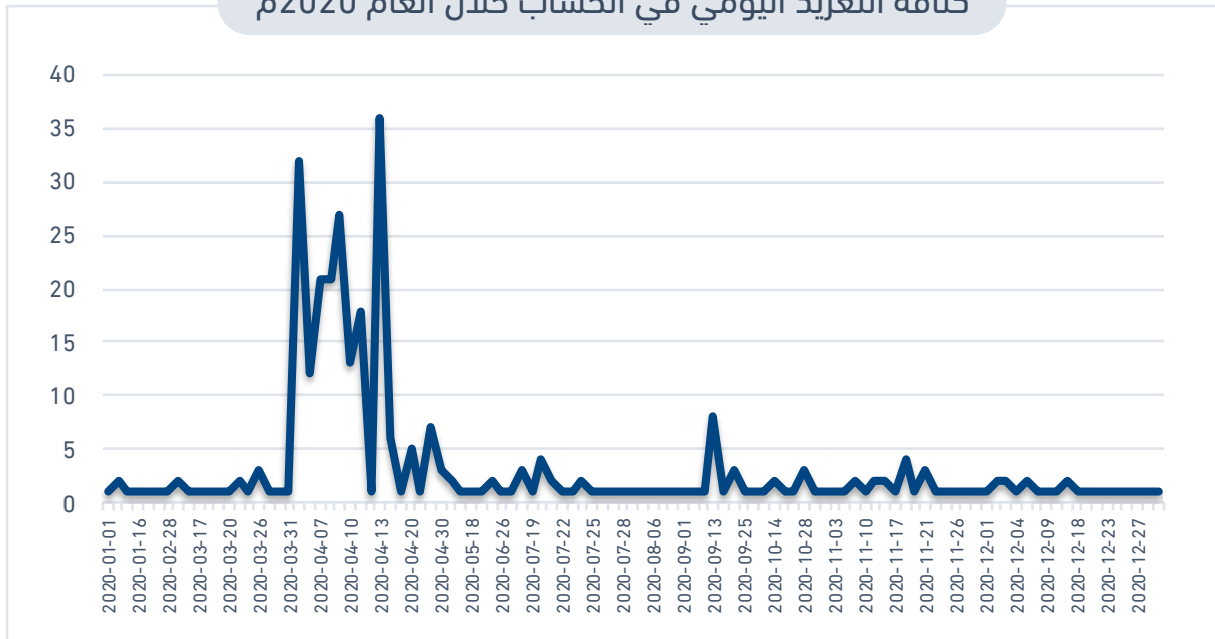
## منهجية الدراسة

انطلاقًا من هذه الرؤية العامة، والأهمية العملية للمنصة الوطنية الموحدة في تحقيق أهداف المشاركة المجتمعية خدمة لأهداف الرؤية الوطنية للمملكة، وأيضًا لخدمة جميع المستفيدين من قاطنيها في مختلف الفئات من (المواطنين والمقيمين والزوار)، تأتي أهمية دراسة أداءات الحساب الرسمي للمنصة على الشبكة الاجتماعية الأبرز في المجتمع السعودي «تويتر»، للتعرف على المعالجات الإعلامية المقدمة من خلال رسائله الساعية لتحقيق أهداف المشاركة الإلكترونية، وبلورة وظائف المنصة ذاتها، والتعبير عنها ومؤشرات تمثيلها، وقياس مستويات تفاعلية المتابعين مع تلك الممارسات الاتصالية للقائمين على إدارة الحساب، وذلك من خلال الاعتماد على أسلوب المسح الشامل لرصد وتحليل كافة التغريدات المنشورة في الحساب خلال عام 2020م، وباستخدام أداة التحليل الشبكي، للتعرف على المؤشرات التفاعلية للحساب تبعًا لاختلاف الجوانب الموضوعية وأساليب المعالجة الإعلامية، وذلك على النحو التالي.

## أولًا / الخصائص العامة للتغريد في الحساب:

نشر حساب المنصة الوطنية الموحدة خلال عام 2020م (333) تغريدة كإجمالي محتوى الحساب، موزعة على (106) أيام بكثافات نشر تراوحت بين (36) تغريدة كأعلى معدل نشر ليوم واحد، وتغريدة واحدة كأقل معدل نشر يومي في تلك الأيام التي ظهرت فيها محتويات الحساب، وذلك على النحو الذي يظهره الشكل البياني التالي:

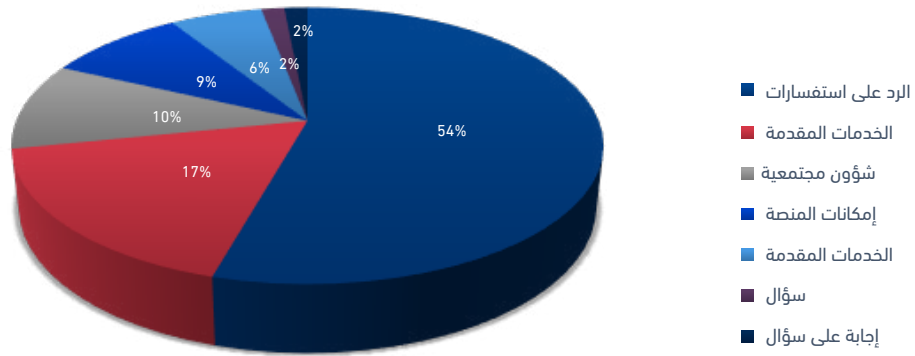
كثافة التغريد اليومي في الحساب خلال العام 2020م



وأظهرت تفاعلية المتابعين للحساب خلال تلك المدة ثلاث فترات لذروة التفاعلية، كان أبرزها خلال الفترة من 18 إلى 26 مارس.

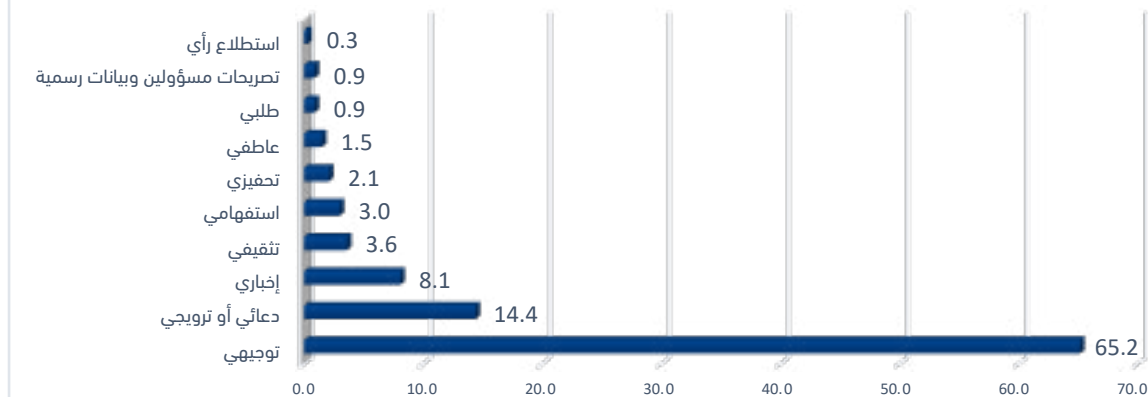
أما على المستوى الموضوعي، فقد أظهرت نتائج رصد وتحليل المحتوى المنشور خلال عام 2020م تنوع موضوعاته ما بين التعريف بالمنصة وإمكاناتها وخدماتها، كمحتوى أصيل لتحقيق أهدافها ورسالتها، أو موضوعات أخرى متعلقة بالطبيعة التفاعلية للوسيلة، والاستفادة منها في تحقيق أهداف وطنية ومجتمعية؛ مثل مشاركة الشأن العام أو المجتمعي، أو نشر المعرفة العامة، إلا أن أبرز موضوعات التغريد من حيث الكم العددي كانت تلك التي هدفت للرد على استفسارات المتابعين وإرشادهم للخدمة أو الجهة محل الاستفسار، وجاءت موضوعات التغريد في الحساب بشكل أكثر تفصيلاً على النحو التالي:

### موضوعات التغريد في الحساب خلال العام 2020



ونظراً لغلبة الكم العددي لتغريدات الرد على استفسارات المواطنين السعوديين من متابعي الحساب، فقد كان لهذا النمط الموضوعي تأثيره الواضح في أساليب وأطر معالجة محتوى التغريد العام للحساب، والذي عبّر عنه الاستخدام البارز لأسلوب المعالجة التوجيهي، ضمن إطار التفاعل الاجتماعي، في حين كانت أساليب وأطر المعالجة المستخدمة في التغريد مع باقي الموضوعات متفاوتة على النحو التالي:

### الأساليب التي استخدمها الحساب في معالجته للمحتوى





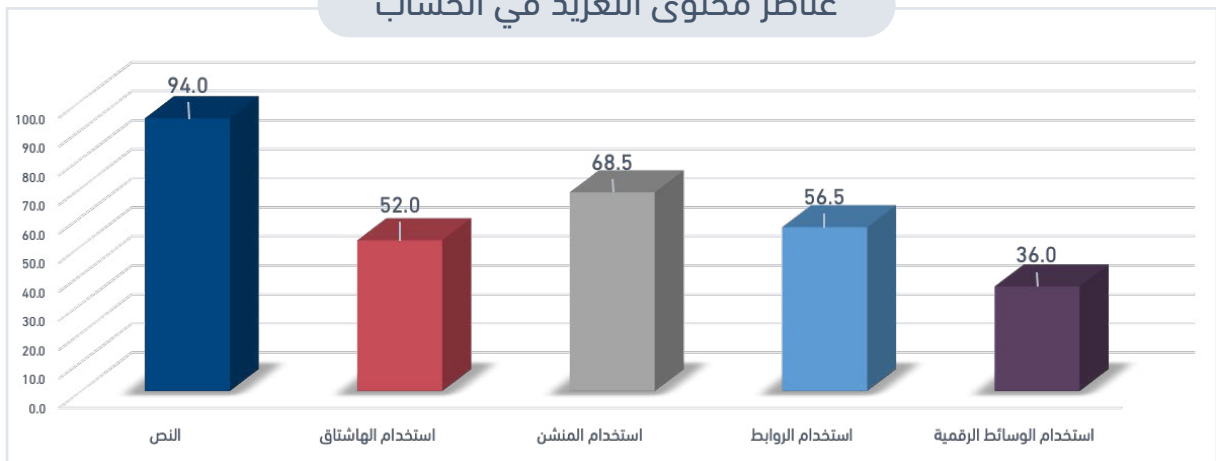
## أطر معالجة الحساب لمحتويات التغريد



وعلى مستوى عناصر التغريد، يمكن القول إنه من الطبيعي أن استخدام النص المكتوب كان الأكثر ظهوراً، كونه الوسيلة الأساسية لصياغة المعاني والتعبير عنها، وكان عنصرًا رئيسًا في بناء الرسالة الإعلامية، كما كان استخدام عناصر الانتشار الرقمي (الهاشتاق والمنشن) واضحًا في تغريدات الحساب وبصفة خاصة استخدام المنشن، الأمر الذي يرجع أيضًا إلى غلبة تغريدات الرد على استفسار المتابعين، والتي كانت تتم من خلال الإشارة (المنشن) إلى حسابات هؤلاء المستفسرين.

ونظرًا لأن الهدف الأساسي لحساب المنصة يتمثل في التعريف والترويج للخدمات الإلكترونية الحكومية وجمعها ضمن منصة واحدة، فقد كان ظهور عنصر الروابط الإلكترونية كبيرًا إلى حد ما، وذلك للإحالة إلى الخدمة أو التعريف بها أو تسهيل عمليات الوصول إليها، وذلك من خلال شكلين رئيسيين: إما الإحالة إلى موقع إلكتروني (موضوع الخدمة)، وإما الإحالة إلى تغريدة أخرى تخدم أهداف التعريدة الأصلية، بحيث يتم مشاركتها ضمن محتواها، وعلى الرغم من أهمية الوسائط الرقمية (الصور والفيديو) في عمليات بناء الرسالة الإعلامية والإقناعية أو حتى الجمالية فقد كان استخدام تلك الوسائط هو الأقل بين عناصر التغريد، لكن هذا لا ينفي تلك الأهمية، والحرص على الاستفادة منها في نشاطات الحساب.

## عناصر محتوى التغريد في الحساب

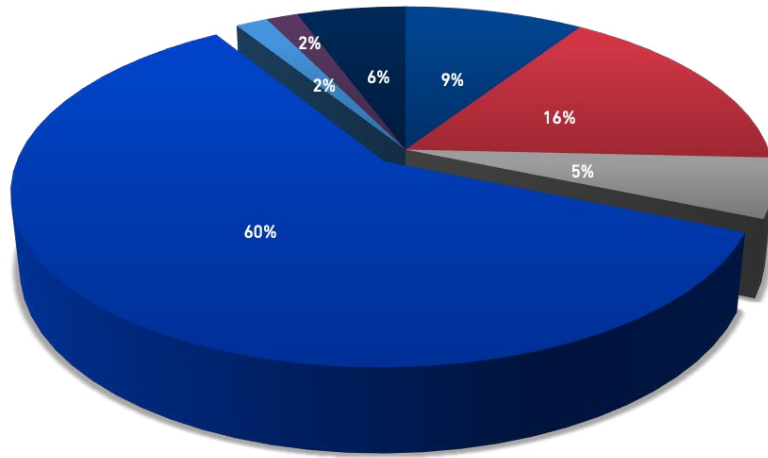


## ثانيًا/ مؤشرات المحتوى الأصلي للحساب:

نشر حساب المنصة الوطنية الموحدة 303 تغريدات أصلية خلال عام 2020م، مثلت جملة الرسائل الإعلامية التي أنشأها القائمون على إدارته، بغية تنفيذ الاستراتيجية الاتصالية للمنصة في ضوء رؤيتها ورسالتها وغاياتها المرجوة، التي ظهر من خلالها التركيز الواضح في الرد على استفسارات متابعي الحساب وتساؤلاتهم حول الخدمات وآليات الاستفادة منها أو الحصول عليها، وهو الأمر الذي فرضته طبيعة المرحلة الصعبة لانتشار وباء كورونا، وما صاحبه من أزمات متعلقة بعودة المواطنين من الخارج، بعد حالات الإغلاق العام والحجر الصحي في أغلب دول العالم، بالإضافة إلى مجموعة الرسائل ذات الهدف الرئيسي لإنشاء الحساب التي تركز على عرض الخدمات المقدمة من خلال المنصة وإمكاناتها ضمن أطر التعريف والإخبار والترويج.

ولم تغفل الموضوعات الخاصة بالخدمات المقدمة من هيئات وجهات أخرى - التي لا تخرج عن كونها هدفًا عامًا لإنشاء المنصة ذات التوجه الشامل والجامع للخدمات العامة والحكومية في مكان واحد؛ لتسهيل عمليات وصول المواطنين إليها والاستفادة منها - كما ظهر النشاط الاجتماعي للحساب لمناسبة طبيعة الوسيلة وتحقيق عمليات الرواج والتنوع الإعلامي وجذب الاهتمام، وذلك من خلال تقديم رسائل المعرفة العامة في صورة تساؤلات وإجابات أو حتى من خلال نشر التغريدات ذات الطابع العام ومشاركة الشؤون الاجتماعية، وذلك على النحو الذي يوضحه الشكل البياني التالي:

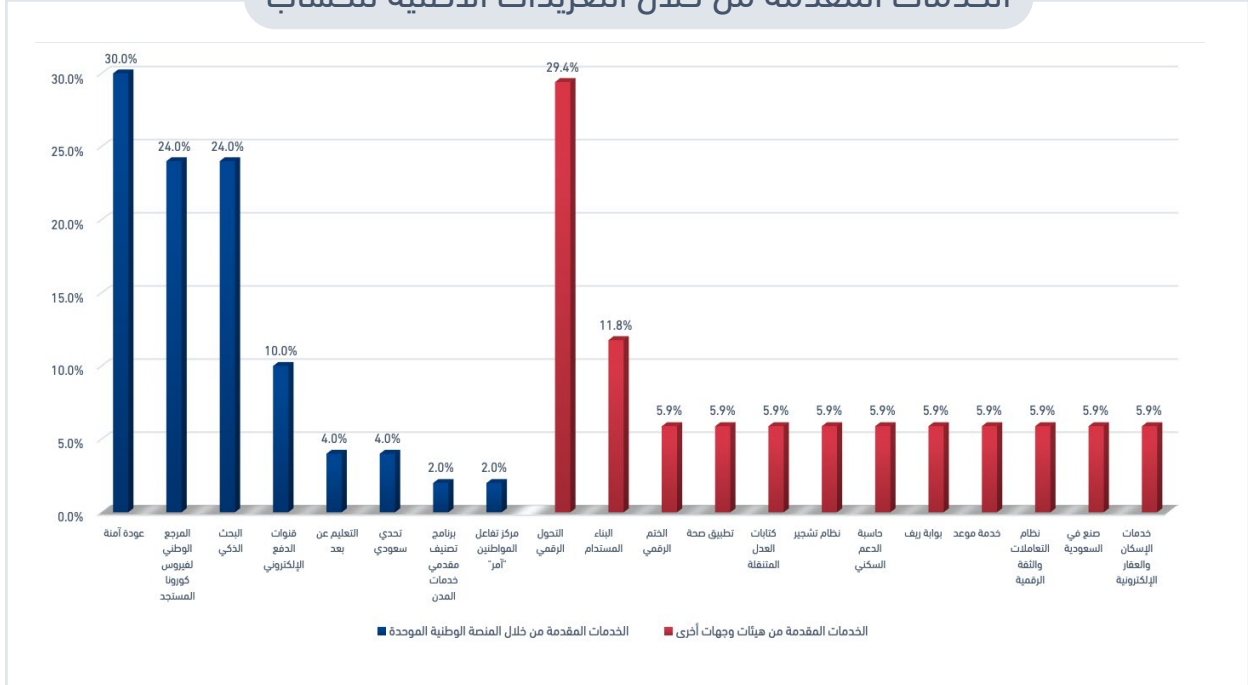
موضوعات التغريد في الحساب



■ شؤون مجتمعية ■ إجابة على سؤال ■ سؤال ■ الرد على الاستفسارات ■ الخدمات من جهات أخرى ■ خدمات المنصة ■ إمكانات المنصة

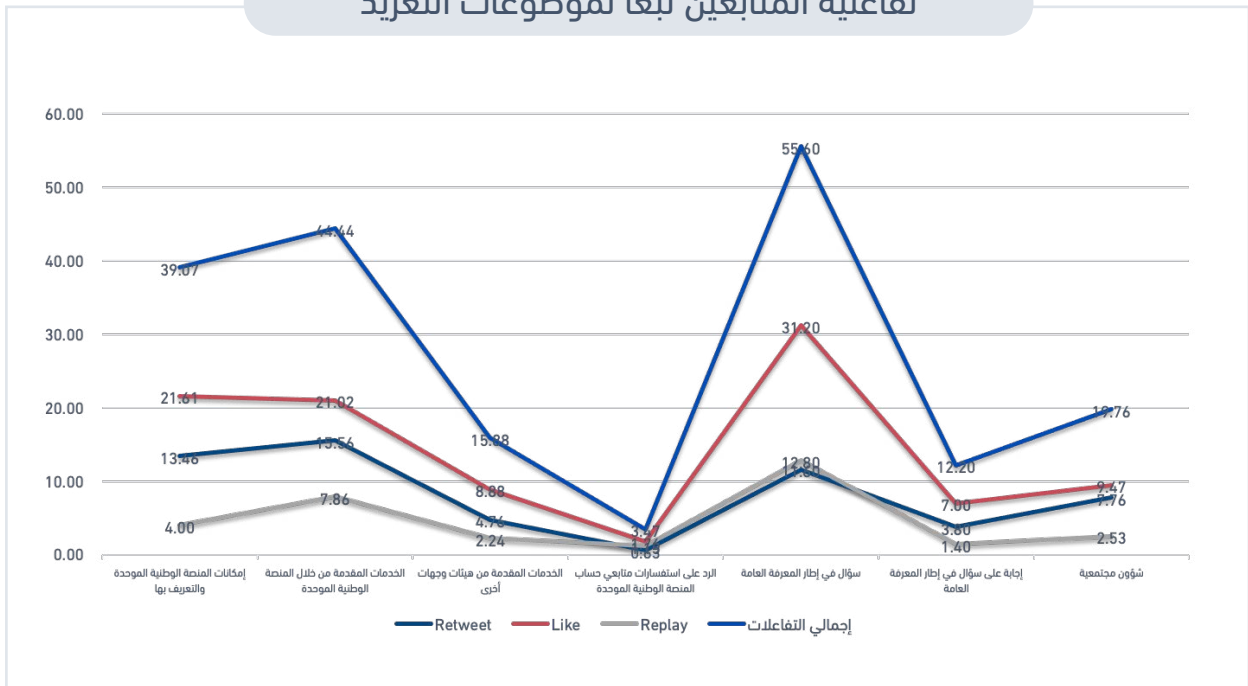
وقد ظهرت مجموعة الخدمات الإلكترونية التي تناولها الحساب - سواء تلك التي تقدمها المنصة عبر أوعيتها الإلكترونية، أو المقدمة من خلال هيئات وجهات خدمية أخرى - في تغريدات الدراسة، كما يلي:

### الخدمات المقدمة من خلال التغريدات الأصلية للحساب



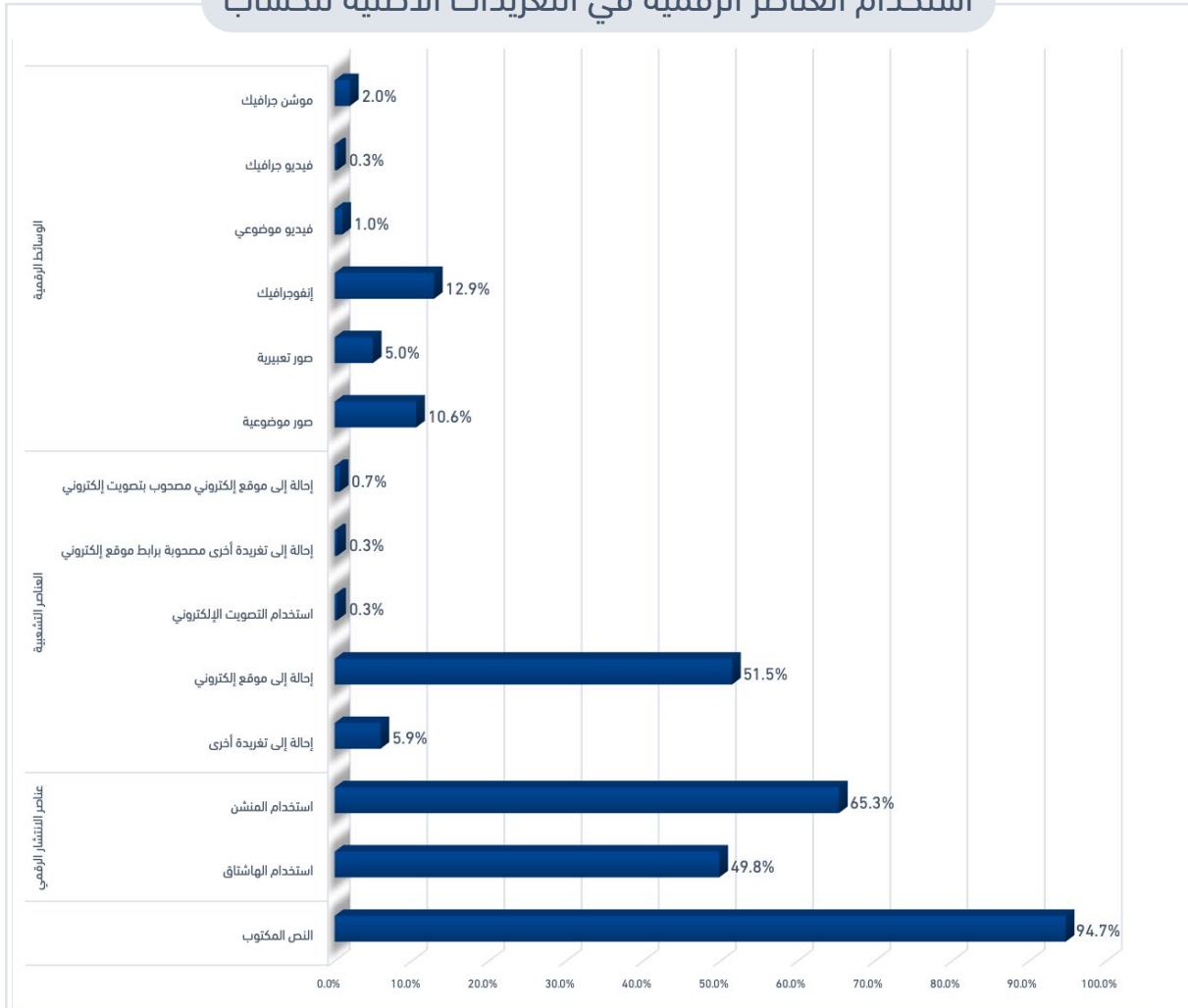
أما تفاعلات متابعي حساب المنصة الوطنية الموحدة مع تلك الموضوعات التي اشتملت عليها تغريدات الدراسة، فجاءت على النحو الآتي:

### تفاعلية المتابعين تبعاً لموضوعات التغريد



ومن ناحية شكل التغريد ومستويات اعتماده على الأدوات الرقمية ذات الوظائف الإقناعية أو وظائف بناء الرسالة الإعلامية وتوضيح المعاني المتضمنة، فقد كان الاعتماد على النص المكتوب عنصرًا طاغيًا على الاستخدام في الحساب، وهي نتيجة عامة وغالبة مع أي محتوى اتصالي يوفر خدماته من خلال الرسائل المكتوبة، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، في حين كان هناك حرص واضح من القائمين على إدارة الحساب لاستغلال الإمكانيات الرقمية المحققة لأهداف الانتشار والوصول، وتمثل في استخدامات المنشن والهاشتاق، بالإضافة إلى استخدام آخر يخدم أفكار الترويج للمنصة الإلكترونية ذاتها، وهو استخدام العنصر الشعبي «الإحالة إلى الروابط الإلكترونية» للمواقع التابعة للمنصة أو المواقع الحكومية الحاضنة للخدمات المعلن عنها، وكان ظهور الأدوات الرقمية بشكل عام في محتويات تغريد الحساب خلال عام 2020م على النحو التالي:

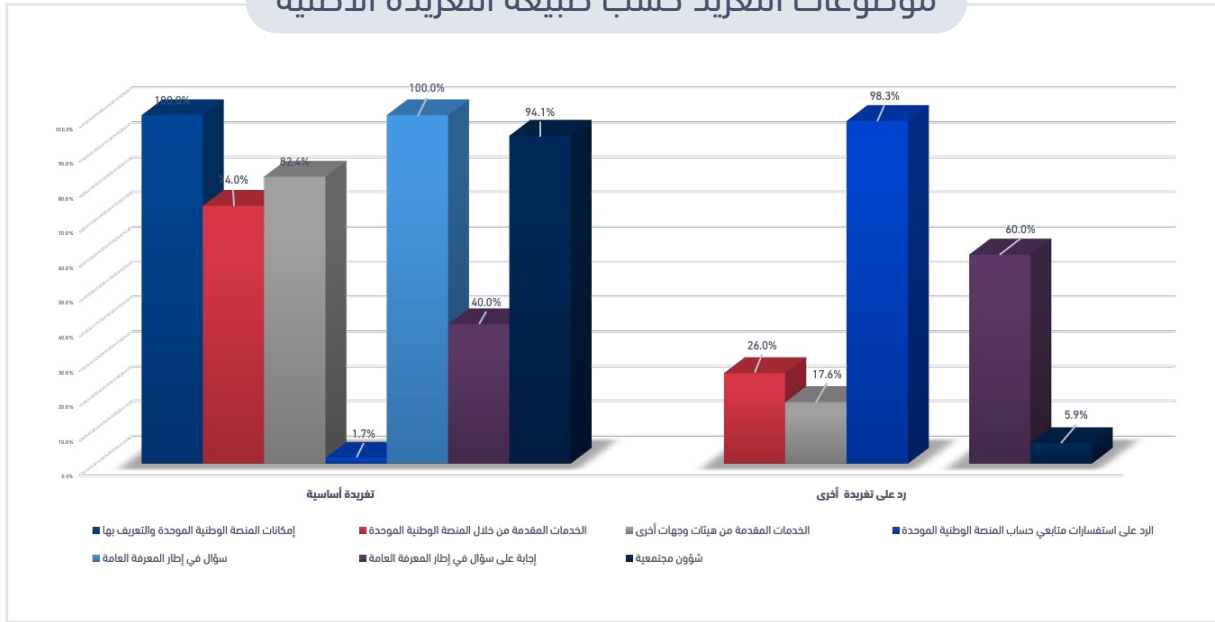
### استخدام العناصر الرقمية في التغريدات الأصلية للحساب



كما كان هناك اختلاف شكلي آخر ظهر في نشاط الحساب، وعبر عن طبيعة التغريدة من حيث كونها تغريدة تم نشرها في إطار استكمال رسالة تغريدة أخرى

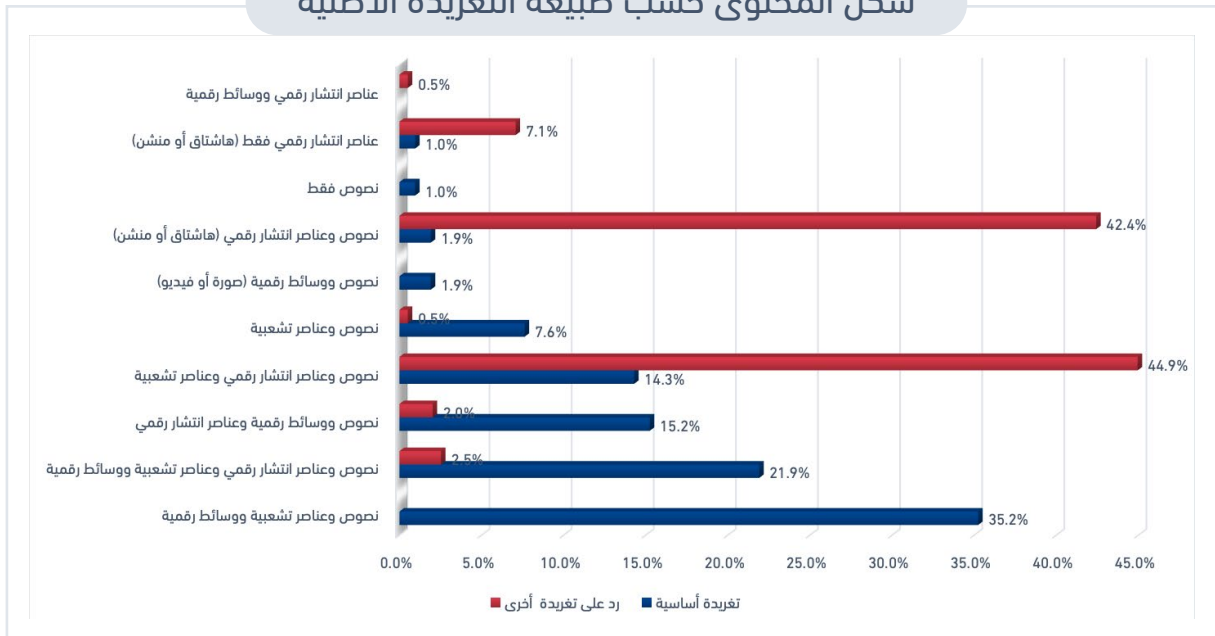
سابقة (رد على تغريدة أخرى)، أو كونها تغريدة مستقلة تناولت الرسالة الإعلامية وقدمتها بشكل أساسي ومباشر دون أن يسبقها نشاط أو تغريدة أخرى متصلة بها. ووفقًا لهذا التصنيف الشكلي، بلغت نسبة التغريدات الأساسية (35%) والتغريدات التي كانت ردًا على تغريدة سابقة (65%) من إجمالي التغريدات الأصلية للحساب، وجاء توزيع موضوعات التغريد حسب طبيعة التغريدة الأصلية على النحو التالي:

### موضوعات التغريد حسب طبيعة التغريدة الأصلية



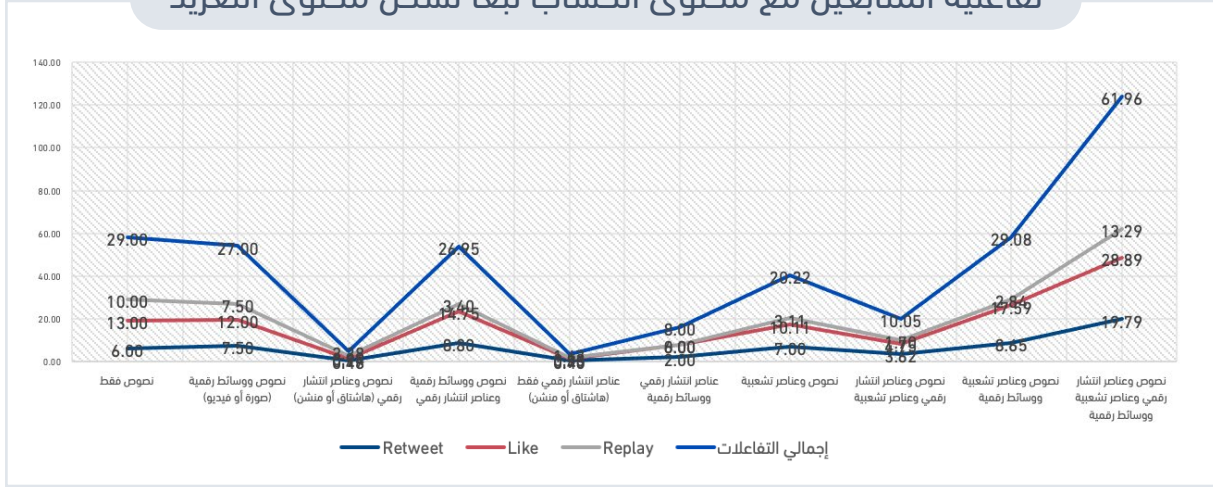
أما من حيث استخدام الأشكال الإقناعية لتقديم المحتوى اعتمادًا على استخدام الأدوات الرقمية المختلفة، فقد ظهر في تغريدات الدراسة الأصلية موزعة حسب طبيعتها (تغريدة أساسية أو بالرد على تغريدة أخرى) على النحو التالي:

### شكل المحتوى حسب طبيعة التغريدة الأصلية



وكانت الاستجابات التفاعلية للمتابعين في الحساب وفقاً لتلك الأشكال الإقناعية للمحتوى على النحو الموضح في الرسم البياني التالي:

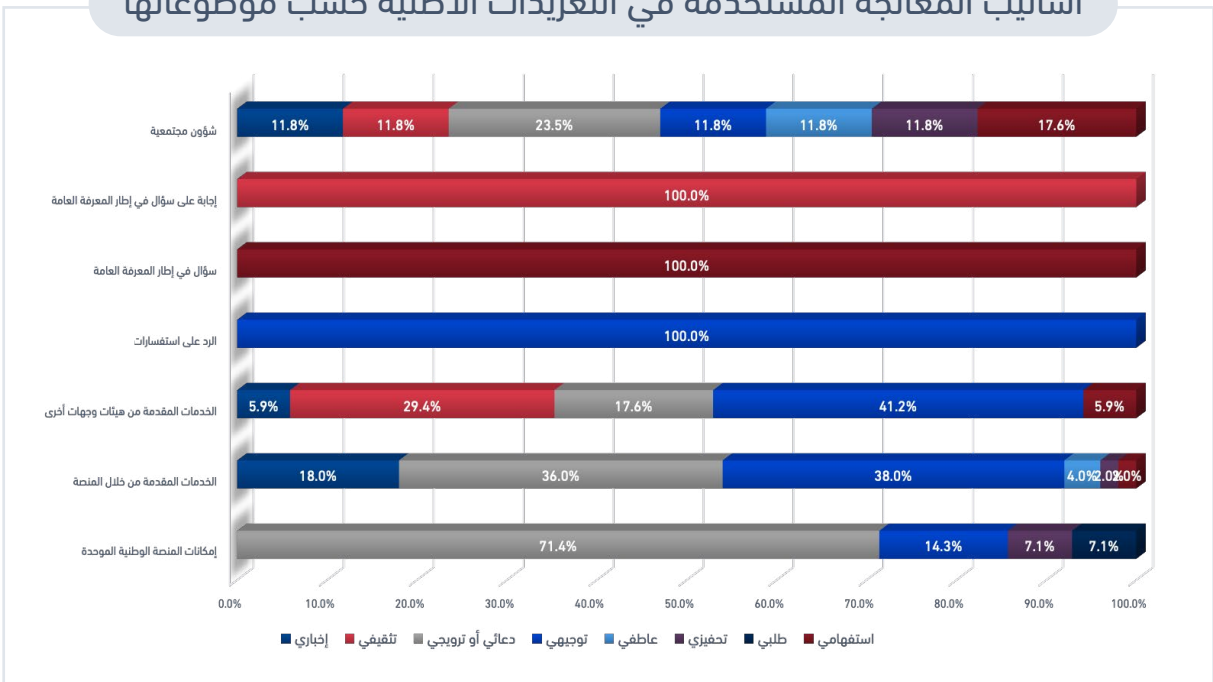
### تفاعلية المتابعين مع محتوى الحساب تبعاً لشكل محتوى التغريد



وعلى مستوى المعالجة الإعلامية لرسائل التغريدات وموضوعاتها، فكان من الطبيعي أن يتحكم موضوع التغريدة بشكل كبير في أسلوب تناولها على النحو الذي فرض على التغريدات المتعلقة بالمعرفة العامة أسلوب معالجة استفهامياً بشكل كامل للتغريدات التي كانت عبارة عن طرح تساؤلات في إطار المعرفة العامة.

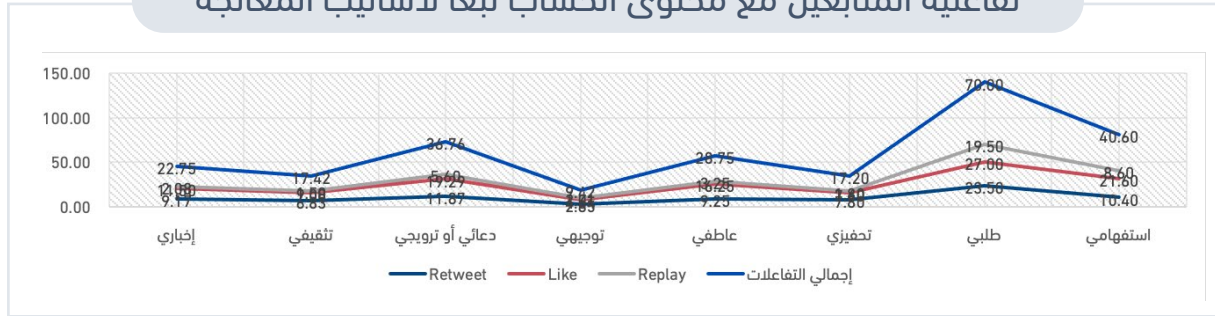
وفي المقابل كان الأسلوب تثقيفياً بشكل كامل مع التغريدات التي أجابت عن تلك التساؤلات، في حين كانت جميع التغريدات التي نشرت للرد على استفسارات المتابعين ذات أسلوب توجيهي إرشادي، وتوّعت تلك الأساليب مع باقي الموضوعات التي شملتها تغريدات الحساب على النحو الآتي:

### أساليب المعالجة المستخدمة في التغريدات الأصلية حسب موضوعاتها



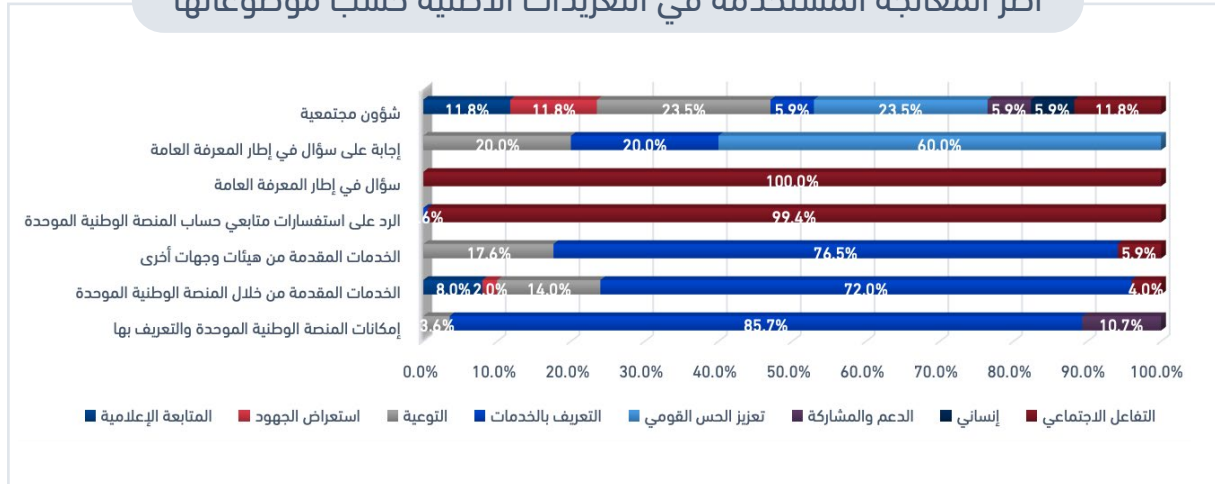
وقد جاءت تفاعلات المتابعين للحساب مع التغريدات المنشورة تبعًا لاختلاف أساليب معالجتها على النحو التالي:

### تفاعلية المتابعين مع محتوى الحساب تبعًا لأساليب المعالجة



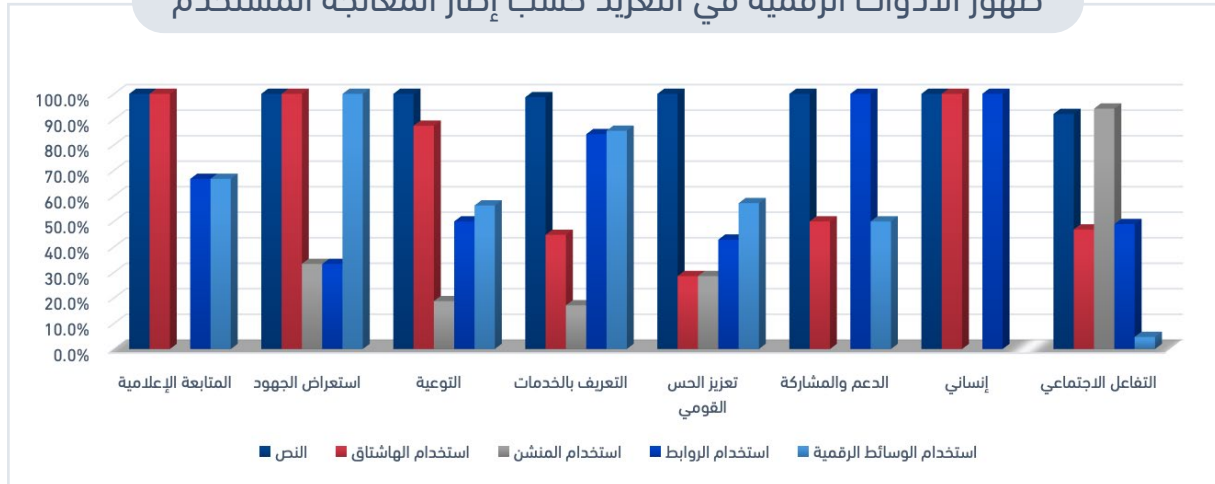
كما تنوعت معالجات رسائل التغريد من حيث الإطار العام للتناول الموضوعي على النحو الذي يُظهره الشكل البياني التالي:

### أطر المعالجة المستخدمة في التغريدات الأصلية حسب موضوعاتها

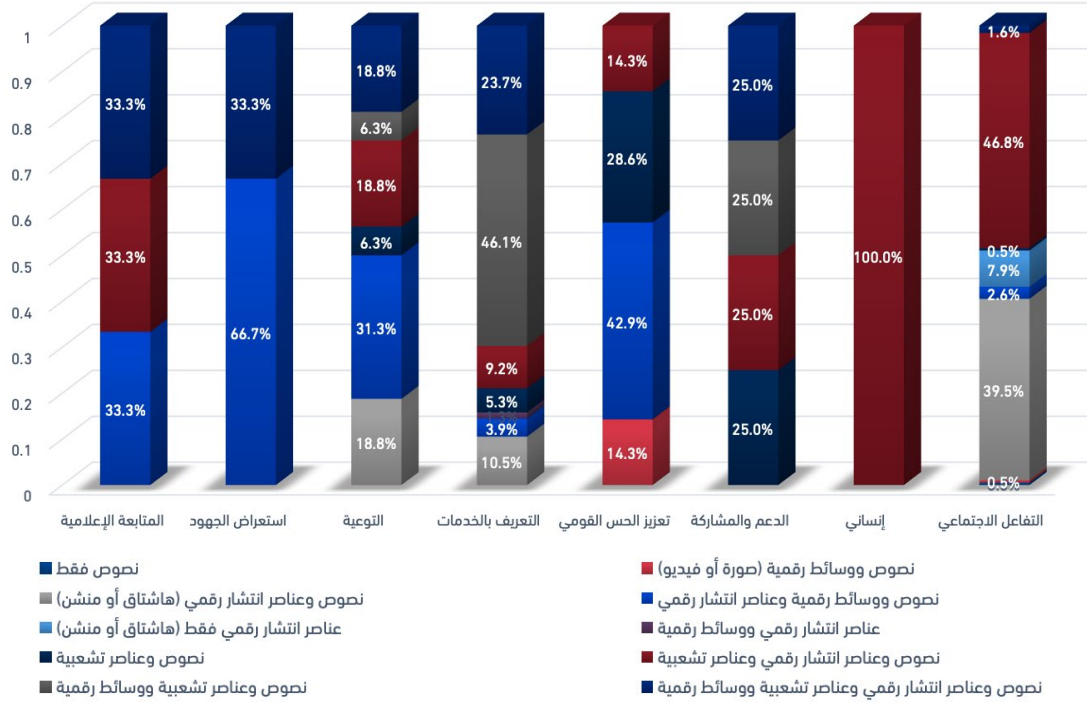


وجاء استخدام الأدوات الرقمية وشكل المحتوى الإقناعي المقدم من خلال رسائل التغريد الأصلية للحساب على النحو التالي:

### ظهور الأدوات الرقمية في التغريد حسب إطار المعالجة المستخدم

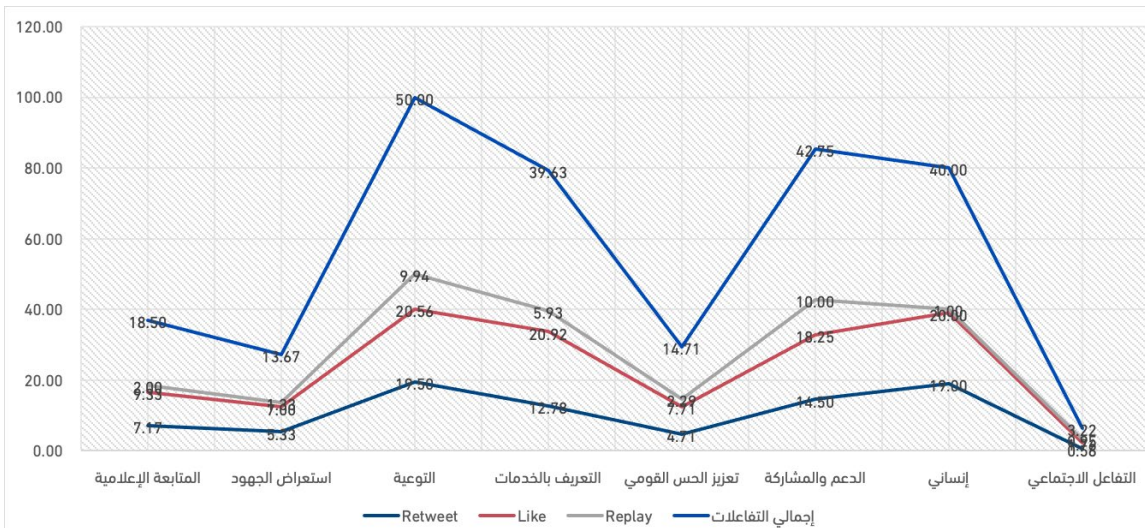


## شكل محتوى التغريدات الأصلية حسب إطار المعالجة المستخدم



أما تفاعلات المتابعين للحساب مع التغريدات المنشورة تبعًا لاختلاف أطر معالجتها ف جاءت على النحو التالي:

## تفاعلية المتابعين مع محتوى الحساب تبعًا لأطر معالجة التغريدات





## ثالثاً/ مؤشرات محتوى إعادة التغريد (Retweets):

شارك حساب المنصة عبر صفحاته (30) تغريدة، أُعيد تغريدها من حسابات أخرى، وكان أبرزها الحساب الرسمي لخادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز، حفظه الله، وحسابات «برنامج يسر»، و«وزارة الخارجية»، و«هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات»، والحساب الخاص بقمة مجموعة العشرين، بالإضافة إلى 7 حسابات أخرى ما بين حسابات هيئات أو جهات أو أفراد، كما هو موضح في الجدول التالي:

عدد التغريدات	الحساب المعاد التغريد منه
8	برنامج يسر
5	وزارة الخارجية
3	الحساب الرسمي لخادم الحرمين الشريفين
3	هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات
2	G20 Italy
2	المنصة الوطنية الموحدة
2	وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات
1	المركز الوطني للتنافسية
1	عبد الله عامر السوادة
1	علي بن ناصر العسيري
1	واس - الأخبار الملكية
1	وحدة التحول الرقمي
<b>30</b>	<b>الإجمالي</b>

وتمثلت أبرز موضوعات تغريدات الـ (Retweet) المنشورة بالحساب خلال عام 2020م في موضوعات الشؤون المجتمعية بنسبة (56.7%) من إجمالي إعادة التغريد، حيث عبّرت عن مساهمات اجتماعية في أطر تفاعلية للحسابات المعاد التغريد منها، أو تناولت موضوعات خاصة بإنجازات المملكة أو الفعاليات الخاصة

بها، والتي كان من أهمها تغريدات خادم الحرمين الشريفين الملك «سلمان بن عبد العزيز»، حفظه الله، التي تناولت تهنئة المواطنين احتفالاً باليوم الوطني للمملكة، بالإضافة إلى تغريدتين تناولتا اجتماع القمة الاستثنائية لقادة دول مجموعة العشرين، كما ظهرت إعادة التغريد من الحساب الرسمي للقمة ذاتها (G20 italy) في إطار المتابعة الإعلامية لفعاليات القمة.

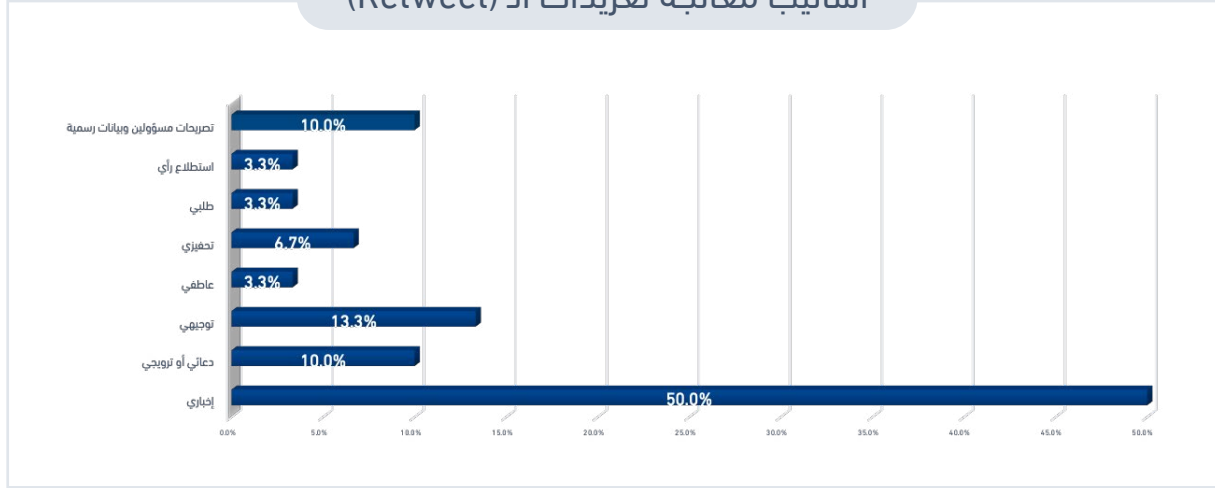
وخدمة لأهداف الحساب، فقد جاءت إعادة التغريد للمنشورات التي تناولت الموضوعات الخاصة بالخدمات المقدمة من خلال المنصة الوطنية الموحدة في المرتبة الثانية بنسبة (26.7 %)، والتي كان أبرزها خدمة «عودة آمنة» و«البحث الذكي»، وفي المرتبة الثالثة موضوعات التغريد الخاصة بخدمات مقدمة من هيئات وجهات أخرى، وأبرزها خدمات «التحول الرقمي» و«نظام التعاملات والثقة الرقمية» و «التوصيل عبر المنصات الإلكترونية»، في حين كانت موضوعات إمكانات المنصة الوطنية الموحدة والتعريف بها هي الأقل في إعادة التغريد، نظرًا لأنه من المنطقي أن صاحب الحق الأصيل والاهتمام بتلك الموضوعات وصياغة رسائلها الإعلامية هو حساب المنصة نفسه دون غيره من الحسابات الأخرى، وقد ظهرت تلك الموضوعات في منشورات إعادة التغريد في الحساب على النحو التالي:

### موضوعات إعادة التغريد

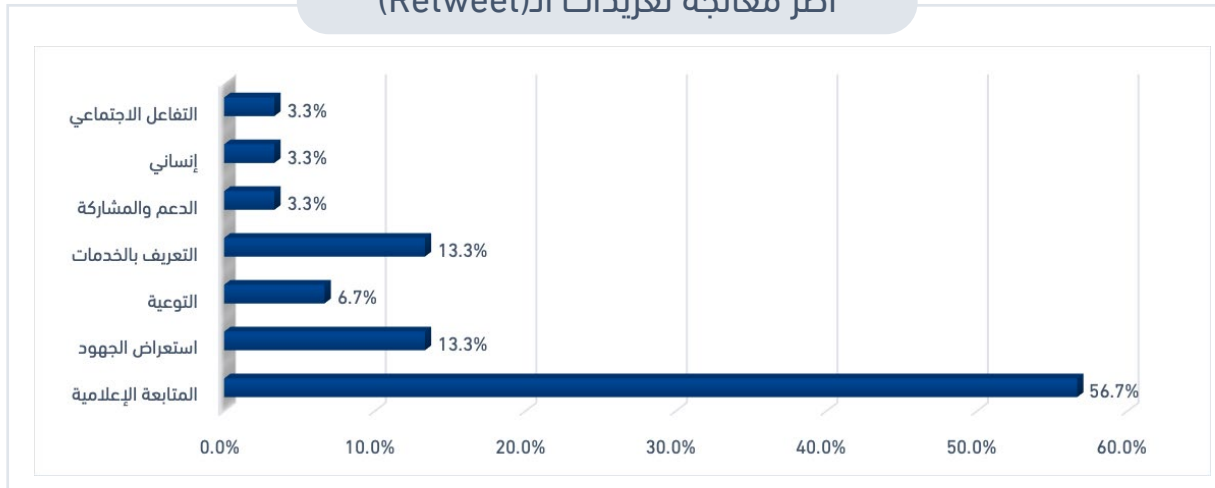


واعتمد الحساب على إعادات تغريد غلب عليها الأسلوب الإخباري في المعالجة ضمن إطار المتابعة الإعلامية لأبرز المستجدات أو الأخبار والموضوعات الخاصة بالخدمات، كما اعتمدت على أشكال إقناعية يظهر فيها النص بمصاحبة عناصر الانتشار الرقمي، وذلك على النحو التالي:

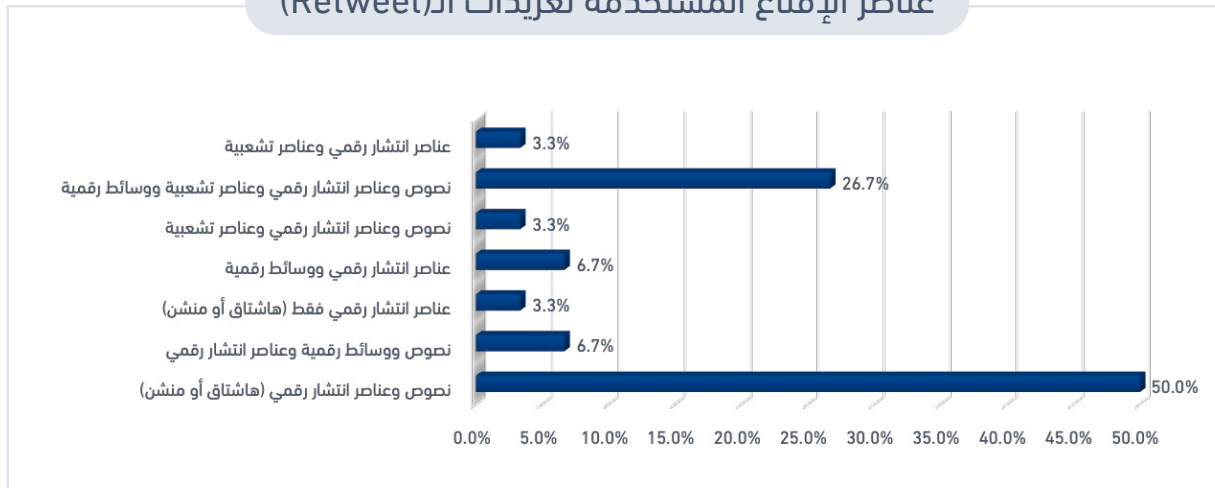
### أساليب معالجة تغريدات الـ (Retweet)



### أطر معالجة تغريدات الـ (Retweet)



### عناصر الإقناع المستخدمة تغريدات الـ (Retweet)



تُشير خصائص التغريد في الحساب الرسمي لـ«لمنصة الوطنية الموحدة» خلال عام 2020م، إلى نشر (333) تغريدة، موزعة بين (91%) منها تغريدة أصلية و(9%) فقط إعادات تغريد من حسابات أخرى، بمتوسط حسابي عام للتغريد أقل من تغريدة واحدة في اليوم، غير أن جميع الرسائل التي تم نشرها كانت عبر 106 أيام، بكثافات نشر تراوحت بين (1 : 36) تغريدة في اليوم الواحد، وقد أظهرت أداءات الحساب خلال تلك الفترة ما يلي:

● كانت تغريدات الرد على استفسارات المتابعين وإرشادهم، **هي الأكثر ظهورًا** في الحساب، ما يؤكد الصفة التشاركية للحساب، وحرصه على تحقيق أدوات التفاعلية وخدمة المستخدمين.

● فيما عدا **تغريدات الرد على الاستفسارات** تنوعت موضوعات التغريد المقدمة في الحساب على مدار العام وبنسب متقاربة إلى حد ما، بين التغريد حول الخدمات التي تقدمها المنصة، أو التعريف بإمكاناتها، أو الخدمات الحكومية المقدمة عبر منصات أخرى، بالإضافة إلى التغريدات ذات الطابع الاجتماعي العام والتفاعلي.

● غلب على أداء الحساب **الأسلوب التوجيهي** ثم الترويجي في معالجاته للتغريدات، وهو ما كان له الأثر الواضح في غلبة إطار التفاعل الاجتماعي ثم التعريف بالخدمات على باقي أطر المعالجة الإعلامية الأخرى.

● اعتمد مسؤولو إدارة المحتوى في الحساب على **النص المكتوب** بشكل واضح في تقديم مستويات التغريد، بالإضافة إلى الاستخدام الذي فرضته طبيعة تغريدات الرد على الاستفسارات، والمتمثل في الاعتماد على أداة المنشئ كعنصر مساعد في عملية الرد، في حين كانت الملاحظة الأبرز الضعف النسبي لاستخدام الوسائط الرقمية (الصور والفيديو)، وهو الأمر الذي يحتاج إلى إعادة نظر من جانب القائمين على الحساب؛ نظرًا للأهمية الوظيفية والإقناعية الكبيرة لتلك الوسائط وأدوارها الملموسة في تحقيق الأهداف الإعلامية.

● أظهرت مؤشرات تفاعلية الحساب اهتمام المتابعين بشكل أكبر **بموضوعات المعرفة العامة** والخدمات المقدمة من خلال المنصة والتعريف بإمكاناتها، في حين كان الأسلوب الطلبي في إطار المشاركة ثم الأسلوب الدعائي أو الترويجي هما الأبرز تفاعلية من بين الأساليب الأخرى، وكذلك كان هناك تفاعل واضح مع التغريدات التي قدمت من خلال أطر التوعية ثم الدعم والمشاركة ثم الإطار الإنساني، أما النتيجة الأبرز ضمن نتائج مؤشرات التفاعلية فقد تمثلت في أن التفاعلات الرقمية للمتابعين على المحتوى تزيد كلما تنوعت وزادت أشكال الاستخدام الرقمي للأدوات المصاحبة (النصوص وعناصر الانتشار الرقمي والعناصر التشعبية والوسائط الرقمية)، وهي جميعها نتائج لها دلالة واضحة في الحكم على أبرز أساليب إدارة المحتوى التي ينبغي الالتفات إليها لتحقيق الأهداف المرجوة من الحساب لخدمة المنصة الإلكترونية وتحقيق غاياتها في ضوء مساعي رؤية المملكة 2030.

# مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو  
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 [www.alqarar.sa](http://www.alqarar.sa)

   @alqarar\_sa