

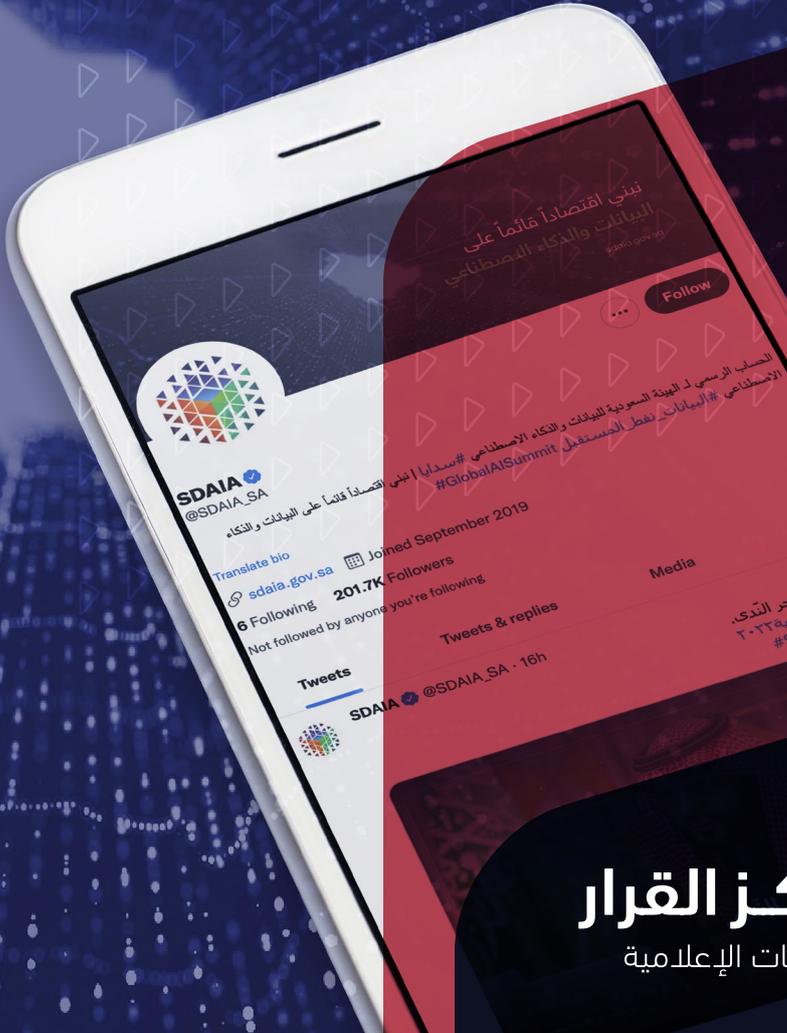


دراسات

«سدايا» على تويتر..

أداة تواصلية لإدارة نغمة المستقبل

دراسة في الاستراتيجيات الاتصالية والمؤشرات التفاعلية



مركز القرار
لدراسات الإعلامية



ديسمبر
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**

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	08
السمات العامة للتغريد في الحساب	09
أهداف التغريد	13
الاستراتيجيات الاتصالية	14
أساليب المعالجة التحريرية	14
الاستمالات الإقناعية	16
المعالجة الموضوعية	17
مؤشرات تفاعلية الحساب	22
الخاتمة	26

ملخص تنفيذي..

انطلقت الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي «سدايا» بأمر ملكي ضمن حزمة أوامر ملكية صدرت في مطلع سبتمبر من العام 2019؛ لتكون حجر الأساس في تطوير الكوادر السعودية، وتمكين الطاقات الوطنية الشابة، بالإضافة إلى تمكين الابتكار والإبداع عبر حلول رقمية تساهم في مواجهة العقبات، وبناء مستقبل قائم على البيانات والذكاء الاصطناعي، من خلال تحديد التوجه الاستراتيجي لقطاع البيانات، والإشراف على تحقيقه عبر: حوكمة البيانات، وتوفير الإمكانيات المتعلقة بالبيانات والقدرات الاستشراعية، وتعزيزها بالابتكار المتواصل في مجال الذكاء الاصطناعي.

وفي إطار هذه الأدوار الهامة والمتعددة المنوط بها الهيئة، وما يترتب عليها من ضرورة وجود استراتيجية اتصالية هامة داعمة تخدم هذه الأدوار وتعززها وتروج لأهدافها، سعى مركز القرار للدراسات الإعلامية إلى دراسة خصائص الدور الإعلامي للحساب الرسمي للهيئة عبر الموقع الاجتماعي «تويتر» باعتباره من أهم وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة، وذلك من خلال رصد وتحليل مؤشرات الأداء الاتصالي وتفاعلية الحساب، باستخدام أسلوب المسح الشامل لعينة زمنية ربع سنوية تبدأ مع بداية شهر سبتمبر وحتى نهاية شهر نوفمبر من العام الحالي 2021م، للوقوف على أبرز الاستراتيجيات الاتصالية والاهتمامات الموضوعية التي تم تناولها في الحساب، والخصائص التفاعلية لكل منها، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- عكس أداء الحساب نشاطًا ملحوظًا في معدلات التغريد مع اهتمام كبير بالمحتوى الأصلي، والتنوع في أشكال ومعالجات التغريد.
- أظهرت نتائج التحليل اهتمامًا واضحًا بالموضوعات ذات الطابع المؤسسي في الحساب، وذلك من خلال مجموعة من الموضوعات الرئيسية تمثلت على الترتيب في مبادرات الهيئة وبرامجها، والنشاطات التنفيذية للهيئة، ثم منتجاتها وخدماتها، بالإضافة إلى مجموعة من الموضوعات العامة التي ظهرت بشكل محدود وانقسمت ما بين تقنية واجتماعية.
- أظهرت مؤشرات تفاعل الجمهور مع تغريدات الدراسة اهتمامًا واضحًا من جانب المتابعين بالتغريدات المعبرة عن استراتيجيات الاتصال ثنائي الاتجاه (بناء الإجماع - الحوار) خاصة تلك التغريدات ذات المضمون التثقيفي والمعتمدة على تكثيف استخدام الاستمالات الإقناعية داخل التغريدة الواحدة وتنوعها بين العقلية والعاطفية، مما يعطي مؤشرًا واضحًا لضرورة الاهتمام بتلك السمات الاتصالية وتكثيفها لضمان زيادة تأثير الرسالة الإعلامية للحساب.



SDAIA
@SDAIA_SA

الحساب الرسمي لهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي #سدايا | نبي اقتصاداً قائماً على البيانات والذكاء الاصطناعي #البيانات_نقط_المستقبل #GlobalAISummit

Translate bio

sdaia.gov.sa Joined September 2019

6 Following 201.7K Followers

Not followed by anyone you're following

مقدمة..

إيماناً من القيادة الرشيدة للمملكة العربية السعودية -حفظها الله- بأهمية البيانات والذكاء الاصطناعي في إنشاء قطاعات اقتصادية متنوعة وتحسين جودة الحياة، وضعت المملكة لنفسها خطة طموحة من أجل صناعة مستقبل واعد، عماده العنصر البشري الفاعل، والمساح بأحدث المعارف والخبرات لصناعة الفرق نحو غدٍ أفضل، وتُعد الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي «سدايا»، التي أُنشئت بأمر ملكي ضمن حزمة أوامر ملكية صدرت في مطلع سبتمبر من العام 2019، إحدى أهم الأدوات التنفيذية السعودية الرامية إلى تمكين أجيال المستقبل من أدوات الاستثمار في مجالات الذكاء الاصطناعي والأتمتة وتعزيز التحول الرقمي.

وتم تكليف «سدايا» بتحديد الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي - التي اعتمدت في العام ذاته من إنشائها- وقيادة برامج عمل طموحة وهادفة في مجال البيانات والذكاء الاصطناعي في المملكة، وإطلاق القيمة الكامنة للبيانات باعتبارها ثروة وطنية من أجل دعم وتحقيق أهداف وطموحات رؤية 2030، وإطلاق قدرات المملكة والوصول إلى آفاق لا حد لها في استثمار تقنيات البيانات والذكاء الاصطناعي، من خلال تحديد التوجه الاستراتيجي لذلك المجال، والإشراف على تحقيقه عبر: حوكمة البيانات، وتوفير الإمكانيات المتعلقة بالبيانات والقدرات الاستشرافية، وتعزيزها بالابتكار المتواصل في مجال الذكاء الاصطناعي.

كما انطلقت «سدايا» لتكون حجر الأساس في تطوير الكوادر السعودية وتمكين الطاقات الوطنية الشابة، بالإضافة إلى تمكين الابتكار والإبداع عبر طول رقمية تساهم في مواجهة العقبات وبناء مستقبل قائم على البيانات والذكاء الاصطناعي، إذ تتولى الهيئة مهام تنظيم قطاع البيانات من خلال ثلاث أذرع هي: مكتب إدارة

البيانات الوطنية، ومركز المعلومات الوطني، والمركز الوطني للذكاء الاصطناعي، وتسعى جميعها إلى تحقيق هدف واضح يتمثل في الارتقاء بالمملكة إلى الريادة ضمن الاقتصادات القائمة على البيانات.

ورغم حداثة عهدها، تمكنت الهيئة خلال فترة نشاطها من تحقيق العديد من الإنجازات، على كافة المستويات كان أبرزها التقدم 7 مراكز في المؤشر العالمي للذكاء الاصطناعي لتصبح المملكة الأولى عربيًا والـ22 عالميًا، وفي المرتبة الثانية عالميًا من حيث الاستراتيجية الحكومية، وكذلك الـ9 عالميًا في البيئة التشغيلية،

تمكنت الهيئة..

من التقدم 7 مراكز في المؤشر العالمي للذكاء الاصطناعي لتصبح المملكة الأولى عربيًا والـ22 عالميًا

كما قفزت مدينة الرياض 18 مركزًا لتحقيق ثاني أكبر تقدم بين عواصم دول العشرين في مؤشر (IMD) للمدن الذكية، وخامس أذكى عواصم تلك الدول، وعلى مستوى الفعاليات فقد استطاعت «سدايا» تحقيق إنجاز تاريخي في نهاية مارس 2020، حيث تمكنت من تشغيل أول قمة افتراضية لمجموعة العشرين؛ وذلك من

خلال تحضيرات تم إنجازها في أقل من أسبوع، كما بنت كذلك منظومة الاتصال المرئي الآمن لعدد من الجهات الحكومية؛ لعقد اجتماعاتها عن بُعد، كما دمجت ووحدت أكثر من 80 مجموعة بيانات حكومية.

وتحت شعار «الذكاء الاصطناعي لخير البشرية» نظمت «سدايا» (القمة العالمية للذكاء الاصطناعي الرياض 2020)، وتضمنت 30 جلسة شارك فيها أكثر من 60 متحدثًا من وزراء، وقادة لكيانات عالمية، إضافة لأكاديميين، ومستثمرين، ورواد أعمال من دول مختلفة حول العالم، وشهدت أكثر من 13 ألف مسجل افتراضي، كما شاهد أحداثها أكثر من 20 دولة عبر تقنية البث المباشر لفعاليتها، وحازت على أكثر من 150 مليون ظهور في مواقع التواصل الاجتماعي، واستفادت من خلالها الهيئة بتوقيع عدد من الاتفاقيات والشراكات العالمية من أبرزها:

● اتفاقية مع شركة DELL لبناء القدرات ودفع عجلة الابتكار، وتطوير المشاريع والأبحاث، وتوظيف الخبرات العالمية، وتحليل البيانات السحابية.

● اتفاقية مع شركة IBM بهدف تطوير تطبيقات نوعية وإطلاق إمكانيات البيانات الوطنية الكامنة، وتبني قدرات مستدامة.

● مذكرة تفاهم مع شركة «علي بابا للحوسبة السحابية» بهدف تأسيس شراكة استراتيجية لقيادة الابتكار في المدن الذكية في المملكة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ودعم مساعي المملكة لتطوير مدن ذكية بمواصفات عالمية يمكنها الاستجابة بفاعلية أكبر للاحتياجات ورغبات السكان للارتقاء بجودة

الحياة، وسترکز على دفع الابتكار والاستثمار في المدن الذكية في المملكة بهدف جعل المدن أكثر استدامة اجتماعيًا واقتصاديًا وبيئيًا، كما ستوظف البيانات والذكاء الاصطناعي لجعل المدن أكثر ذكاءً وتطوير الحلول الرقمية، فضلًا عن تعزيز الأمن والسلامة.

● توقيع مذكرة تفاهم مع شركة هواوي تهدف إلى التعاون الاستراتيجي لتفعيل البرنامج الوطني لتنمية القدرات، إحدى مبادرات المملكة الرامية إلى تطوير إمكانات الذكاء الاصطناعي المحلية، حيث ستدعم شركة هواوي برامج تدريب المهندسين والطلاب السعوديين المتخصصين في مجال الذكاء الاصطناعي، فضلًا عن التطوير المشترك لرفع إمكانات الذكاء الاصطناعي الخاصة باللغة العربية، كما سيعمل الطرفان على استكشاف فرص تطوير منصة لدعم القدرات الوطنية وتوطين الحلول التقنية المحلية في هذا المجال.



انطلقت «سدايا» لتكون حجر الأساس في تطوير الكوادر السعودية وتمكين الطاقات الوطنية الشابة، بالإضافة إلى تمكين الابتكار والإبداع

● شراكة مع الاتحاد الدولي للاتصالات ITU لتطوير منهجية لقياس مدى جاهزية الدول في مجال الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى تكامل الجهود لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ودعم الشركات الناشئة وحاضنات الأعمال ودعم جهود التنمية في الذكاء الاصطناعي.

● الاتفاق مع البنك الدولي على مبادرة مشتركة في سياق سعي المملكة نحو تحسين جاهزية الذكاء الاصطناعي، وتحويلها إلى محركات للتنمية الاقتصادية، وتمويل برامج الاقتصاد الرقمي وتعزيز وتسخير الذكاء الاصطناعي لتنمية البلدان النامية.

● استضافة جلسة استشارية خاصة بالتعاون مع الأمم المتحدة، لإنشاء هيئة استشارية بشأن التعاون العالمي في مجال الذكاء الاصطناعي، لمعالجة القضايا حول الاندماج، والتنسيق وبناء القدرات.

وعلى مستوى الإنجازات التشغيلية استطاعت «سدايا» إنجاز أكثر من 30 خدمة سحابية و169 مركز بيانات تم دمجها ضمن خدمات السحابة الحكومية، وإعداد بنك للبيانات يضم أكثر من 175 مجموعة بيانات، ومنصة استشراف تشمل على أكثر من 55 سيناريو

مستقبليًا، بالإضافة إلى عدد من الخدمات الرقمية كان أبرزها الهوية الرقمية ومنظومات «أبشر»، و«توكلنا»، و«إحسان» و«تباعد»، وعدد من المنصات الوطنية... الخ.

وانطلاقًا من تلك القيمة الكبيرة للهيئة في الارتقاء باقتصاديات المملكة وتحسين جودة الحياة، بالإضافة إلى بناء وتطوير القدرات الوطنية لقطاع البيانات والذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات، كان لزامًا على الهيئة لتحقيق أهدافها الاستراتيجية والوطنية اعتماد استراتيجية اتصالية قوية تساعد على مشاركة أهدافها وغاياتها المؤسسية، إضافة إلى تحقيق أهداف المعرفة والتوعية والإرشاد والتوجيه بنشاطات وفعاليات وإنجازات الهيئة، وإبراز الدور الفعال المبذول في إطار خدمة رؤية المملكة ومستفيديها سواء من الهيئات والمؤسسات السعودية أو مواطني المملكة، وذلك من خلال كافة الوسائل والأدوات الاتصالية المتاحة، وعلى رأسها إدارات الإعلام والموقع الإلكتروني والتواصل عبر الحسابات الاجتماعية الرسمية الناطقة باسم الهيئة... وغيرها، والتي تسعى جميعها إلى تقديم الأدوار المنوطة بها وتفعيل الخدمات الإعلامية اللازمة لتوضيح الأدوار وتوجيه المستفيدين بما يحقق الأهداف المرجوة.

منهجية الدراسة:



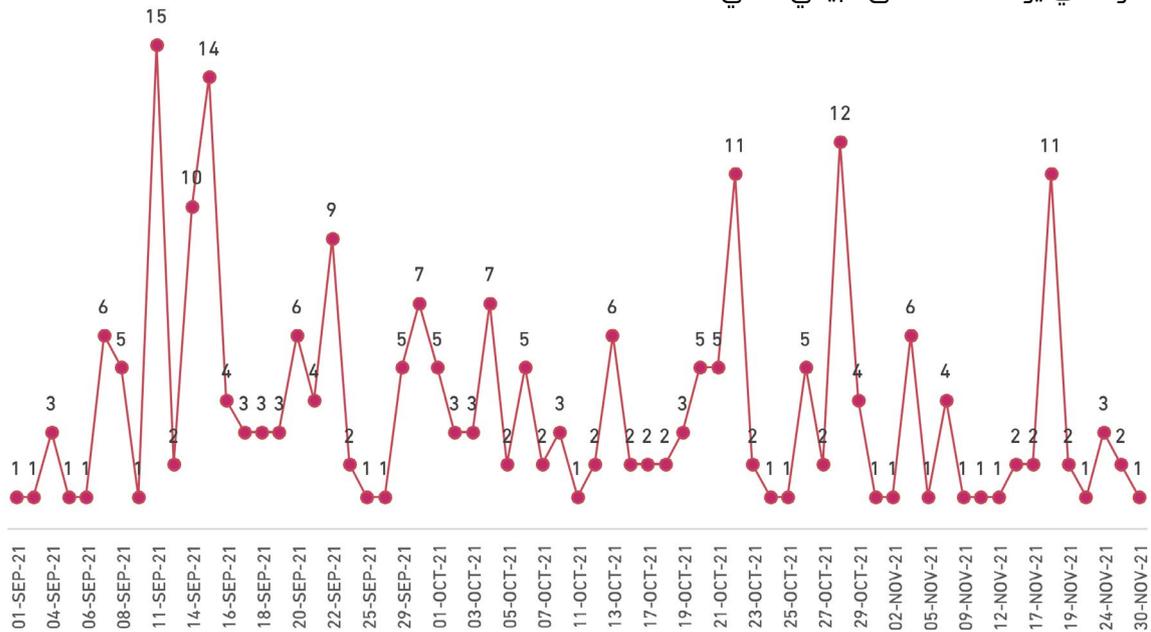
في إطار هذه الأدوار الهامة والمتعددة المنوط بها الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي «سدايا»، وما يترتب عليها من ضرورة وجود استراتيجية اتصالية هامة داعمة تخدم هذه الأدوار وتعززها وتروج لأهدافها، سعى مركز القرار للدراسات الإعلامية إلى دراسة خصائص الدور الإعلامي للحساب الرسمي للهيئة عبر الموقع الاجتماعي «تويتر» باعتباره من أهم وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة، وذلك من خلال رصد وتحليل مؤشرات الأداء الاتصالي وتفاعلية الحساب، اعتمادًا على منهج المسح التحليلي، باستخدام أسلوب المسح الشامل لعينة زمنية ربع سنوية تبدأ مع بداية شهر سبتمبر وحتى نهاية شهر نوفمبر من العام الحالي 2021م، وذلك للوقوف على أبرز الاستراتيجيات الاتصالية والاهتمامات الموضوعية التي تم تناولها في الحساب، والخصائص التفاعلية لكل منها، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة التي جاءت على النحو التالي:

السمات العامة للتغريد في الحساب:

نشر الحساب الرسمي للهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) على موقع تويتر 244 تغريدة خلال الفترة الزمنية من 1 سبتمبر 2021 حتى 30 نوفمبر 2021 بمتوسط نشر يومي بلغ 2.7 تغريدة؛ علماً بأن الحساب غرّد في 65 يومًا من إجمالي فترة التحليل البالغة 90 يومًا، بينما لم يغرد أي تغريدة في 25 يومًا منها، كما يشير المنحنى اليومي للحساب إلى ارتفاع معدل التغريد بشكل واضح في يوم 11 سبتمبر 2021 بواقع 15 تغريدة خلالها الهيئة ببلوغ حجم التبرعات الخيرية لصالح منصة «إحسان» مليار ريال سعودي، علماً بأن منصة إحسان تعد من منتجات سدايا التي طورتها بموجب الأمر السامي رقم (48019) لسنة 1441هـ، ورعاية خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز وسمو ولي العهد الأمير محمد بن سلمان - حفظهما الله- من أجل استثمار البيانات والذكاء الاصطناعي لتعزيز أثر المشاريع والخدمات التنموية واستدامتها، وبهدف تعزيز دور المملكة العربية السعودية الريادي في الأعمال التنموية والخيرية، ورفع مساهمة القطاع غير الربحي في إجمالي الناتج المحلي.

كما شهد يوم 15 سبتمبر 2021 ثاني أعلى معدل تغريد بواقع 14 تغريدة، ركزت خلالها على مشاركة «سدايا» في قمة المديرين التنفيذيين في قطاع المعلومات بنسختها الافتراضية 2021، بالإضافة إلى الإخبار عن إبرام مذكرة تفاهم مع مركز الملك عبد الله العالمي للأبحاث الطبية لتعزيز دور البيانات والذكاء الاصطناعي في الأبحاث الطبية، ونشر الكلمة الافتتاحية التي ألقاها رئيس هيئة «سدايا» في قمة الرياض العالمية للتقنية الطبية للتعريف بأهمية البيانات والذكاء الاصطناعي في تطوير القطاع الصحي والاكتشاف المبكر للأمراض وتشخيصها، وكذلك نشر خبر استقبال السفير الياباني لدى المملكة السيد فوميو إيواي في مقر هيئة سدايا لبحث أوجه التعاون بين البلدين في مجال البيانات وتقنيات والذكاء الاصطناعي.

وقد جاءت معدلات النشر اليومي للحساب خلال الفترة الزمنية للدراسة بشكل أكثر تفصيلاً على النحو الذي يوضحه المنحنى البياني التالي:

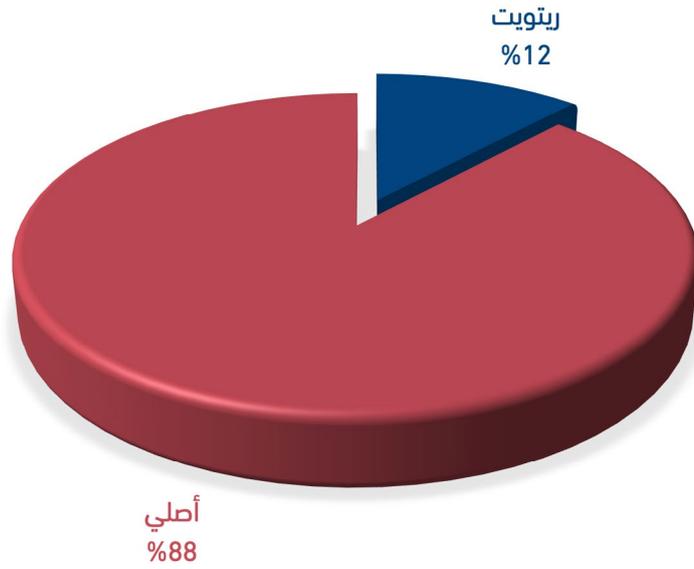


وقد بلغت نسبة التغريدات الأصلية التي نشرها الحساب الرسمي للهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) على موقع تويتر 88%، منها 8% اعتمدت أسلوب التغريد الأصلي ضمن سلسلة (Thread Tweets)، بينما كانت نسبة التغريدات المعاد نشرها (Retweets) 12% فقط من إجمالي تغريدات الدراسة، وذلك لإعادة التغريد من حسابات:

● **متخصصة في الذكاء الاصطناعي** وأمن المعلومات مثل حسابات الهيئة الوطنية للأمن السيبراني - المركز الوطني الإرشادي للأمن السيبراني - مركز ذكاء لعلوم البيانات والذكاء الاصطناعي.

● **منتجات أو مبادرات** تابعة لسدايا مثل حسابات إحسان - توكلنا - أبشر وغيرها.

● **حسابات عامة** كالحسابات الإخبارية والإعلامية أو حسابات الوزارات والمؤسسات التي توقع مذكرات تفاهم وتعاون مع هيئة سدايا.

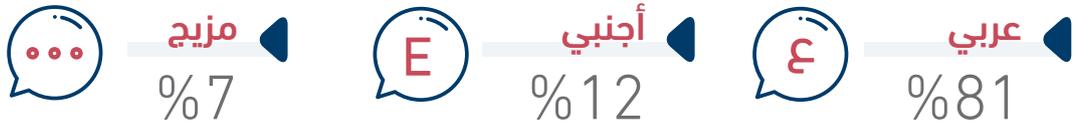


وحرص الحساب على تنوع لغة التغريد وفقاً لجنسية المخاطبين وشرائح المستهدفين، حيث اعتمد على اللغة العربية كلغة أساسية في التغريد بنسبة 81%، وجمعت التغريدة الواحدة بين لغتين (العربية والإنجليزية) في نسبة 7% من إجمالي تغريدات الحساب، وظهر ذلك النمط من التغريد بشكل خاص مع موضوعات المسابقات التقنية والمبادرات الرقمية التي تنظمها الهيئة مثل (آرتاثون الذكاء الاصطناعي وفعاليات مسرعة المدن الذكية) والتي تسعى لتحفيز المبدعين في مجالات التقنية من مختلف دول العالم على التسجيل والمشاركة فيها، بينما كانت التغريدات بلغات أجنبية خالصة في 25 تغريدة بنسبة 12% من تغريدات الدراسة، وتمثلت تلك اللغات في:

● **الإنجليزية:** استخدمت في 22 تغريدة من أصل 25 تغريدة بلغة أجنبية، ضمن موضوعات الترويج لمنتجات وخدمات الهيئة أو التعريف بمبادراتها وبرامجها.

● **اليابانية:** ظهرت في تغريدتين إحداهما بمناسبة زيارة السفير الياباني لدى المملكة لهيئة سدايا، والأخرى للاحتفاء بالعلاقات الدبلوماسية القوية بين البلدين التي امتدت لأكثر من 60 عامًا.

● **الهولندية:** استخدمت مرة واحدة للإخبار عن زيارة سفير المملكة البلجيكية لدى السعودية لهيئة «سدايا» لبحث أوجه التعاون المشترك في مجالات البيانات والذكاء الاصطناعي بين البلدين.



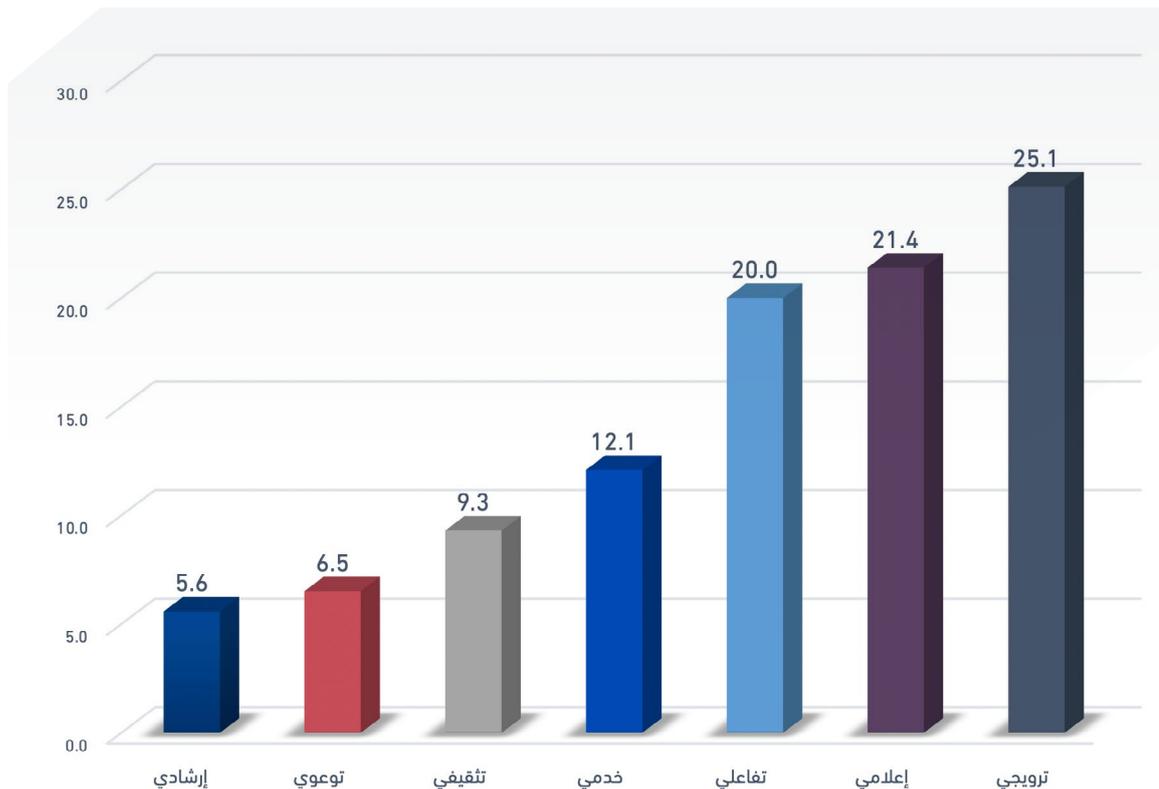
ولأن الأدوات الرقمية هي من أهم عناصر الجذب والإبراز لمحتوى حسابات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيق الانتشار المنشود للمحتوى المنشور، فقد وظّف حساب الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) الأدوات الرقمية والتفاعلية المتاحة بشكل يتناسب مع طبيعة النشاط المعلوماتي للهيئة؛ فكان اعتماد الحساب على الإنفوجرافيك هو الأكثر استخدامًا بنسبة 57% كونه وسيطًا رقميًا له أدوار معلوماتية هامة، حيث تم توظيفه لتعريف الجمهور بمبادرات الهيئة ومنتجاتها وتفصيل المسابقات التقنية التي تنظمها وبرامج التخصص التقنية... وغيرها، كما استخدم الحساب الفيديو الموضوعي بنسبة 19% لاستعراض النشاطات التنفيذية للهيئة عبر عرض لقطات وجوانب من توقيع مذكرات التفاهم والتعاون والشراكات الاستراتيجية، أو استعراض مقتطفات من مشاركات الهيئة في المعارض الدولية والإقليمية والمحلية والمؤتمرات والندوات وورش العمل المهمة بمجالات عمل «سدايا»، بينما استخدم الحساب وسائط الصورة الفوتوغرافية والفيديو جرافيك والموشن جرافيك بشكل محدود يتراوح بين 1% و 4%.

واستخدمت تغريدات الحساب الروابط الإلكترونية كأدوات رقمية مصاحبة للإحالة إلى مواقع إلكترونية في المقام الأول والتي كان أبرزها رابط موقع أكاديمية سدايا لعلوم البيانات عبر الإنترنت، والموقع الإلكتروني الرسمي للهيئة، في حين كانت تلك الروابط للإحالة إلى حسابات اجتماعية أخرى في المقام الثاني والذي كان من أبرزها رابط حساب «واس» العام الإخباري عبر تويتر، في حين ظهرت نسبة ضعيفة من التغريدات لم تتجاوز (2%) من تغريدات الدراسة مصحوبة بأكثر من رابط إلكتروني جمعت بين الإحالة لموقع إلكتروني وحساب اجتماعي في ذات التغريدة. أما بالنسبة لاستخدام عناصر الانتشار الرقمي، فقد أظهرت النتائج كثافة اعتماد الحساب على عنصر الانتشار الرقمي «الهاشتاق» والذي ظهر مع نسبة 94% من إجمالي تغريدات الدراسة،

أهداف التغيريد:

غلب الطابع الترويجي على تغريدات حساب الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)، حيث بلغت نسبة التغيريد بهدف الترويج للهيئة ومنتجاتها 25.1% ويرجع ذلك إلى تعدد المبادرات والبرامج والمنتجات التابعة للهيئة والتي استهدف الحساب الترويج لها وتعريف الجمهور بها، كما جاءت التغريدات الإعلامية بنسبة 21.4% وذلك لتغطية ومتابعة أحداث الهيئة ونشاطاتها التنفيذية من توقيع اتفاقيات أو إبرام مذكرات تفاهم وشراكات استراتيجية وغيرها، كما اهتم الحساب اهتمامًا واضحًا بالتفاعل مع الجمهور عبر مجموعة من التغريدات بلغت 20% من إجمالي تغريدات الدراسة وتباين استخدامها من خلال اعتمادها تارة على إجابة الأسئلة الشائعة التي يتلقاها الحساب أو الموقع الإلكتروني للهيئة كاستفسار واستعلام من الجمهور بشأن المبادرات والبرامج والمنح التي تقدمها الهيئة، أو من خلال خطابها للجمهور لتحفيزه على المشاركة والتسجيل في هذه المبادرات والمسابقات التقنية بإبراز امتيازاتها ونتائجها على المتسابقين تارة أخرى.

واهتم الحساب أيضًا بالتغريدات الخدمية التي استحوذت على 12.1% من تغريدات الدراسة بهدف تعريف الجمهور بجهود الهيئة في تعزيز البنية التحتية الرقمية للمؤسسات والوزارات الخدمية، وتحسين الخدمات التي يتلقاها المواطن، وتوفير الوقت والجهد عليه عبر إيجاد حلول تقنية متطورة للهيئات والوزارات، كما اهتم الحساب كذلك بالجوانب التثقيفية والتوعوية والإرشادية بنسب متفاوتة على النحو الموضح في الشكل البياني التالي:



الاستراتيجيات الاتصالية:

وضعت الباحثة الهولندية والأستاذة بجامعة أمستردام «Betteke Van Ruler» نموذجًا لاستراتيجيات الاتصال في العلاقات العامة قائم على فرضية مؤداها أنه يصعب استخدام استراتيجية موحدة في اتصالات العلاقات العامة، وأن كل استراتيجية من هذه الاستراتيجيات تُستخدم حسب طبيعة الموقف الاتصالي أو موضوع النشاط الإعلامي، كما أنه لا توجد استراتيجية مثلى في اتصالات العلاقات العامة؛ ومن هنا فقد اعتمدت الدراسة الحالية على هذا النموذج في تحديد أكثر الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمد عليها حساب الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)، فظهر الاعتماد بشكل واضح على استراتيجية الإقناع كأكثر الاستراتيجيات ظهورًا في تغريدات الدراسة بنسبة بلغت 42%، وتعد تلك الاستراتيجية إحدى الاستراتيجيات المسؤولة عن تهيئة الجمهور وإقناعه بالمحتوى الاتصالي من خلال إكسابه بالمعرفة والتثقيف والإرشاد والتوضيح.

وجاءت استراتيجية الإعلام كثاني الاستراتيجيات التي اعتمد عليها الحساب بنسبة 28%، وذلك لتحقيق المتابعة الإعلامية والإخبارية للنشاطات التنفيذية للهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)، تلاها استراتيجية الحوار القائمة على الاتصال الثنائي المتبادل بين الهيئة وجمهورها بنسبة 23% وارتبطت بالأنشطة التفاعلية التي اهتمت بها الهيئة كالاستجابة للأسئلة الشائعة أو الرد على استفسارات الجمهور واستعلاماته في التعليقات على تغريدات الهيئة، بينما لم تظهر استراتيجية بناء الإجماع المعتمدة على تقريب وجهات النظر إلا في 7% من تغريدات الحساب -محل الدراسة- كما هو موضح في الشكل التالي:

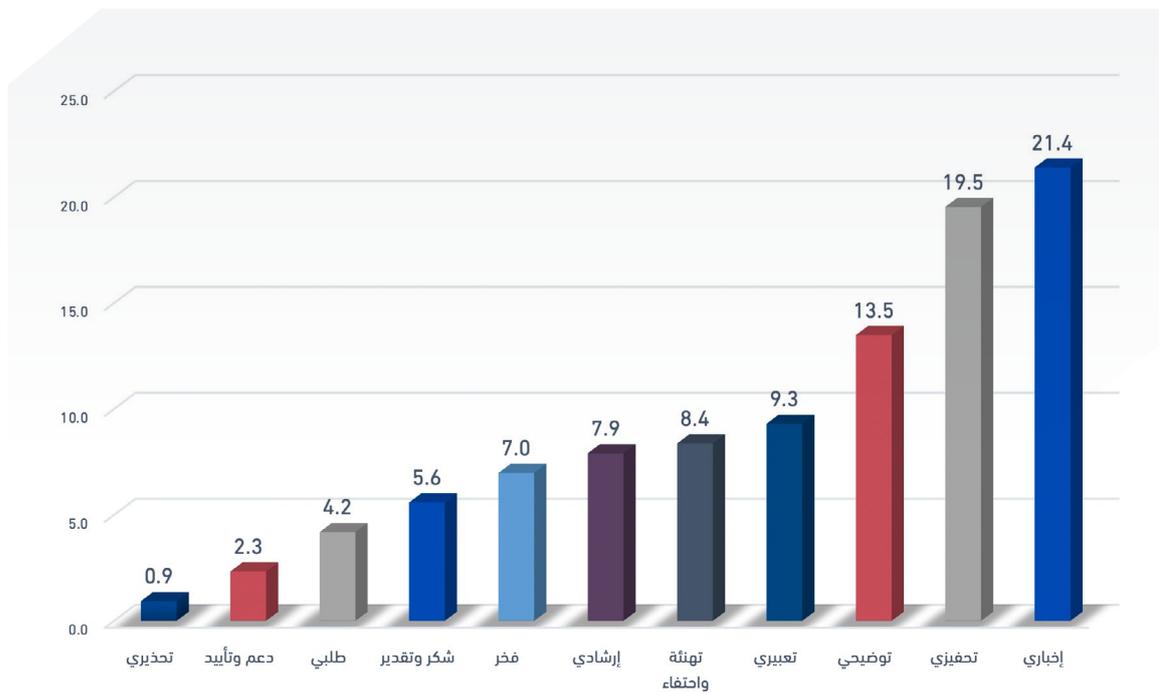


أساليب المعالجة التحريرية:

نظرًا لتعدد النشاطات التنفيذية للهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)، فقد جاء أسلوب الإخباري كأكثر أساليب المعالجة التحريرية استخدامًا وتوظيفًا في تغريدات الحساب بنسبة 21.4% لتعريف الجمهور بتلك النشاطات وأهميتها ونتائجها الإيجابية على المواطن والمملكة من حيث دعم وتعزيز البنية التحتية الرقمية أو نشر الثقافة الرقمية لدى العاملين والموظفين أو التحول الرقمي بشكل عام، تلاه الأسلوب التحفيزي بـ 19.5% والذي ارتبط بشكل وثيق بالمسابقات والمبادرات والبرامج والفعاليات التي تنظمها وتطلقها «سدايا» في المجالات الرقمية وتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ لتحفيز الجمهور وتشجيعه على التسجيل والانضمام لهذه الفعاليات والمبادرات، وعلى رأسها مسرعة المدن الذكية، ومبادرة آرتاثون الذكاء الاصطناعي، وبرنامج النانو ديجري، وأكاديمية سدايا لعلوم البيانات وغيرها.

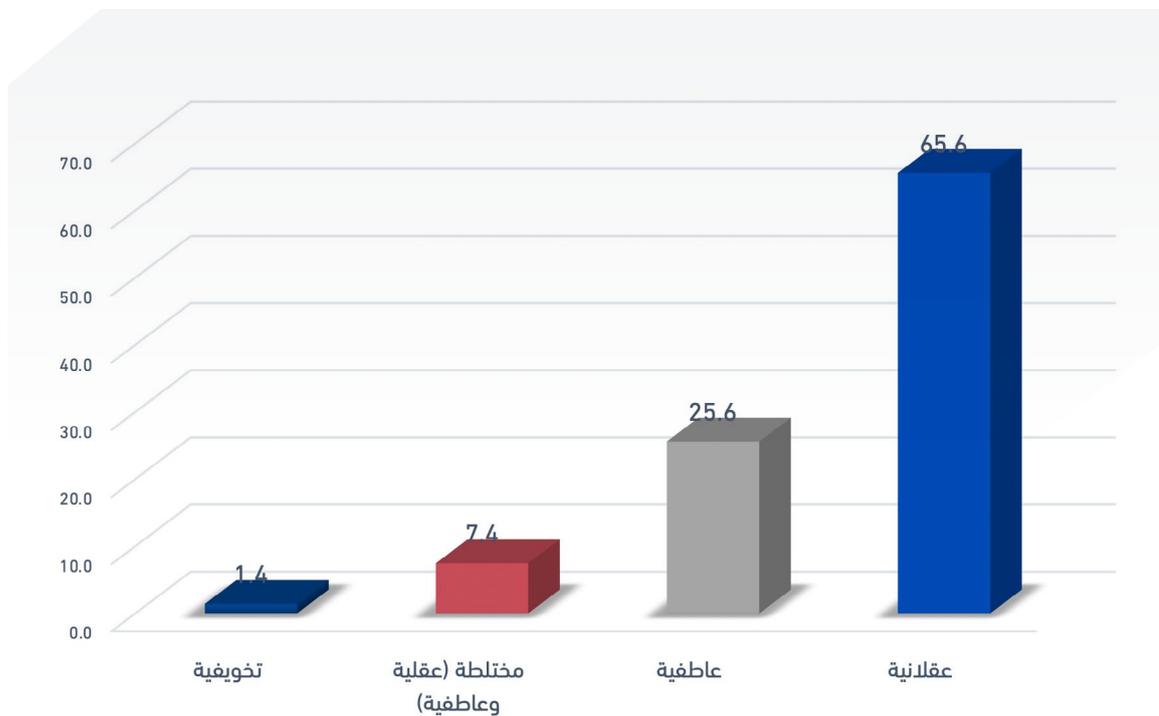
واستخدم الحساب الأسلوب التوضيحي بنسبة 13.5% لتوضيح الإجراءات الخاصة بالتسجيل أو طرق التقديم على المبادرات والبرامج والفعاليات التي تنظمها الهيئة أو الشروط وأوراق الاعتماد وغيرها من مسوغات القبول في المنح التقنية التي تقدمها الهيئة، كما تم استخدام الأسلوب التعبيري مع 9.3% من تغريدات الدراسة، والتي تم توظيفها للتعبير عن رؤية الهيئة المستقبلية ومستهدفاتها في بناء اقتصاد قائم على البيانات، وتوفير الإمكانيات المتعلقة بالبيانات والقدرات الاستشرافية، وتعزيزها بالابتكار المتواصل في مجال الذكاء الاصطناعي، ونظرًا للإنجازات النوعية غير المسبوقة التي تحققتها المملكة العربية السعودية في مجالات التنافسية الرقمية والتحول نحو المدن الذكية فقد استحوذ أسلوب التهنية والاحتفاء على 8.4% وارتبط باحتفاء الهيئة بتقدم المملكة في العديد من المؤشرات الدولية المسؤولة عن قياس تجارب التحول الرقمي وتقييمها، إلى جانب الاحتفاء باليوم الوطني السعودي الـ91، والاحتفاء بذكرى البيعة السابعة لخادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز -حفظه الله-.

وظهر الأسلوب الإرشادي بنسبة 7.9% واستخدمه الحساب من أجل إرشاد الجمهور وتوعيته بضرورة الاهتمام بالخصوصية الرقمية، وعدم التهاون فيها حتى لا تتعرض بيانات المستخدم الشخصية للخطر أو الاختراق، إلى جانب إرشاده بخطوات التحقق من سلامة الحسابات الرقمية والتأكد من سلامتها وغيرها من أدوار توعوية اضطلع بها الحساب، في حين ظهر أسلوب الفخر مع 7% من تغريدات الدراسة، لإظهار الفخر بالإنجازات التي حققتها المملكة في المجالات الرقمية المختلفة والتي كان أبرزها الفخر والتباهي بحصول الرياض على ثالث أذكى عواصم دول مجموعة العشرين، وتحقيق المملكة قفزات نوعية في مؤشر IMD للمدن الذكية لعام 2021، وكذلك الفخر بتصدر المملكة العربية السعودية رقميًا، وحصولها على المركز الثاني ضمن دول مجموعة العشرين في تقرير التنافسية الرقمية التابع للمركز الأوروبي ومنتدى الاقتصاد العالمي.



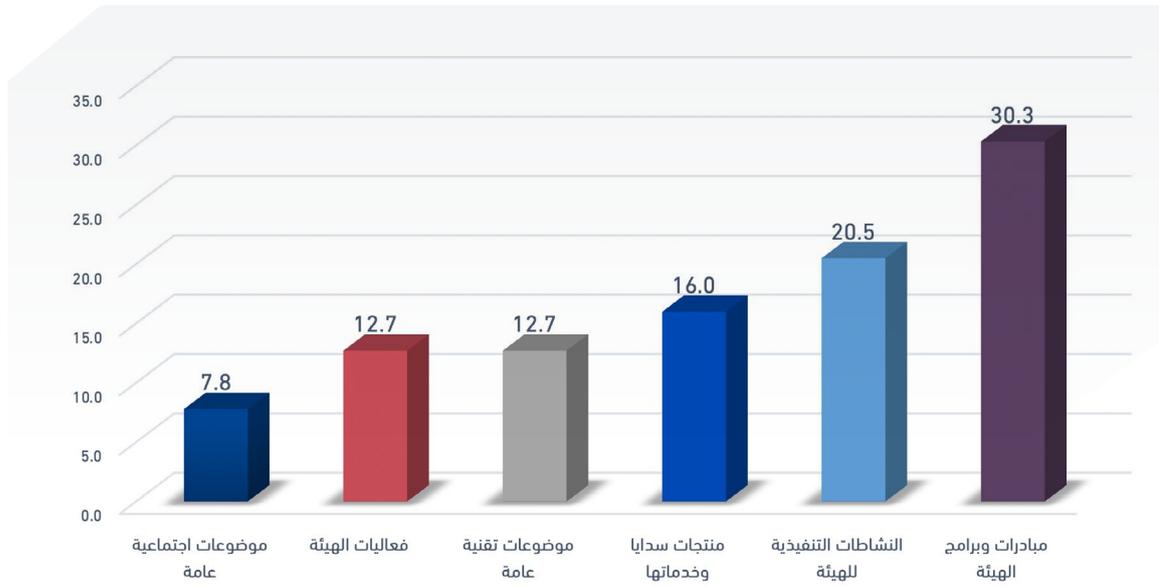
الاستمالات الإقناعية:

اعتمد الحساب بشكل واضح على الاستمالات العقلية بنسبة 65.6%، حيث كانت أغلب تغريدات الحساب تعتمد على الإقناع أو التعريف أو المعلومات وهي أوتار عقلانية تنسجم مع نشاط الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) القائم على تنظيم قطاع البيانات وتمكين الابتكار والإبداع، وحصلت الاستمالات العاطفية على 25.6% حيث ارتبطت بتحفيز وتشجيع الجمهور والشكر والثناء على القيادة لاهتمامها بالقطاعات التقنية ورعايتها لتجربة التحول الرقمي، والتهنئة والاحتفاء والفخر بالمنجزات والنجاحات التي حققتها المملكة العربية السعودية في المجالات التقنية والتحول نحو المدن والعواصم الذكية، في حين جاءت الاستمالات المختلطة التي جمعت بين النوعين العقلي والعاطفي بنسبة 7.4%، ونظرًا لطبيعة الحساب المشتملة على أدوار توعوية وتحذيرية؛ فقد ظهرت الاستمالات التخويفية مع نسبة 1.4% من تغريدات الدراسة لتحذير الجمهور من مخاطر الاختراق وإهمال قراءة معايير الخصوصية الرقمية للتطبيقات المختلفة التي يقوم المستخدمون بتحميلها وتنصيبها على هواتفهم أو حاسوبهم المنزلي أو الشخصي، ويوضح الشكل التالي نسب استخدام تلك الاستمالات الإقناعية بمختلف أنواعها في تغريدات الدراسة بالتفصيل.



المعالجة الموضوعية:

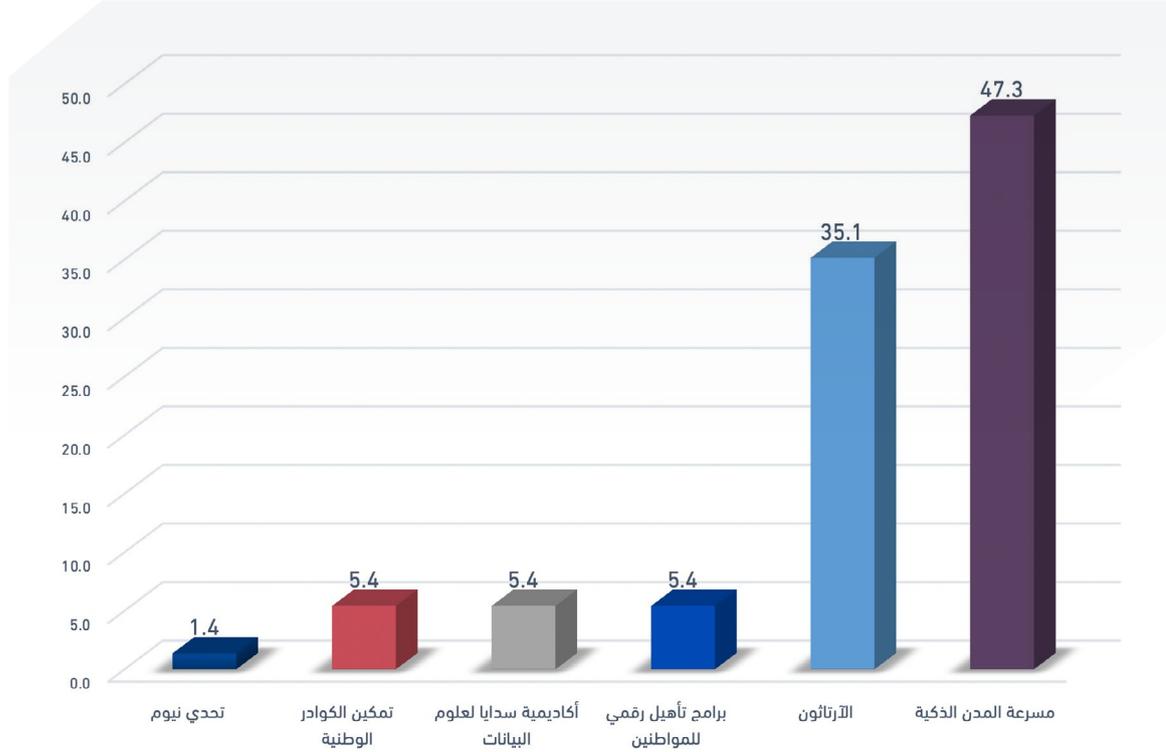
تنوعت الموضوعات والقضايا التي تناولتها تغريدات حساب الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)، حيث حصلت موضوعات المبادرات والبرامج التي تطلقها وتنظمها الهيئة على 30.3% واستحوذت النشاطات التنفيذية للهيئة على 20.5%، تلتها منتجات سدايا وخدماتها والتي بلغت نسبتها 16%، بينما تقاسمت كل من موضوعات التقنية العامة وفعاليات الهيئة نفس النسبة بواقع 12.7%، أما الموضوعات الاجتماعية العامة فلم تتجاوز نسبتها 7.8% من إجمالي موضوعات التغريد كما هو موضح بالشكل التالي:



وتضمنت تلك الموضوعات الرئيسية للتغريد عددًا من القضايا والموضوعات الفرعية، كما اختلفت أساليب المعالجة المستخدمة معها على النحو التالي:

1. موضوعات المبادرات والبرامج: اشتملت على مجموعة من المبادرات والبرامج التي أطلقتها الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)، كان أبرزها برنامج مسرعة المدن الذكية الذي ظهر مع النسبة الأكبر من تغريدات تلك النوعية من الموضوعات بواقع 47.3%، ويعتبر برنامجًا تدريبيًا مكثفًا مدته (3) أشهر في مدينة الرياض، وهو أول برامج مسرعة أعمال في مجال البيانات والذكاء الاصطناعي التي تهدف إلى دعم الشركات الناشئة الوطنية لتوسيع أعمالها واستثماراتها، بالإضافة إلى جذب الشركات الناشئة الدولية للعمل في المملكة؛ مما يساهم في تعزيز منظومة ريادة الأعمال في المملكة ويدعم تنويع الاقتصاد السعودي وتحوله رقميًا تحقيقًا لمستهدفات رؤية المملكة 2030، وجاءت المسابقة العالمية لآرتاثون الذكاء الاصطناعي كثاني أعلى نسبة في موضوعات المبادرات والبرامج بواقع 35.1%، وتُعد الآرتاثون إحدى أهم المبادرات للقمة العالمية للذكاء الاصطناعي التي تجمع المهتمين بالموسيقى والفن التفاعلي، والرسم، وفن المجسمات، مع

خبراء البيانات والذكاء الاصطناعي؛ للتنافس وابتكار أفضل الأعمال الفنية، وفق المسارات المحددة في المسابقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت باقي المبادرات والبرامج بنسب متقاربة على النحو التالي:



وظهرت استراتيجية الإقناع كأعلى الاستراتيجيات الاتصالية التي تم الاعتماد عليها في موضوعات المبادرات والبرامج بنسبة 70%، وذلك نظرًا لاهتمام الحساب بإقناع الجمهور بأهمية التسجيل والانضمام لهذه المبادرات والبرامج من أجل تطوير مستقبلهم المهني، وصل مهاراتهم في مختلف المجالات التقنية وعلوم البيانات، كما استحوذت أهداف الترويج لمبادرات وبرامج الهيئة على النسبة الأكبر من أهداف التغريد بواقع 61%، واعتمد الحساب في تحقيق هذا الترويج على الأسلوب الترفيهي بنسبة 52.2% والذي ارتبط بتشجيع الجمهور على التسجيل والاشتراك في مبادرات وبرامج الهيئة، وحتى تتحقق عملية تهيئة الجمهور وإقناعه وتحفيزه على الانضمام والمشاركة بالتسجيل في مبادرات وبرامج الهيئة، فقد اعتمد الحساب على الاستمالات العقلانية بنسبة بلغت 67.2% واقترب هذا الأسلوب بأوتار عقلية تخاطب الجمهور وتحفزه على المشاركة والتسجيل والانضمام والتي تمثلت أبرزها في الاستشهاد بأعداد وإحصائيات الملتحقين من كافة بلاد العالم بالمبادرة أو البرنامج للتدليل على أهميتها وتفضيلها لدى الجمهور، واستعراض المكافآت المالية والجوائز العينية التي تمنحها الهيئة للفائزين في المسابقات والمنافسات، بالإضافة إلى سرد نتائج حصول الشخص على شهادة البرنامج وأهميتها في المسار المهني للشخص وقوتها في سيرته الذاتية.

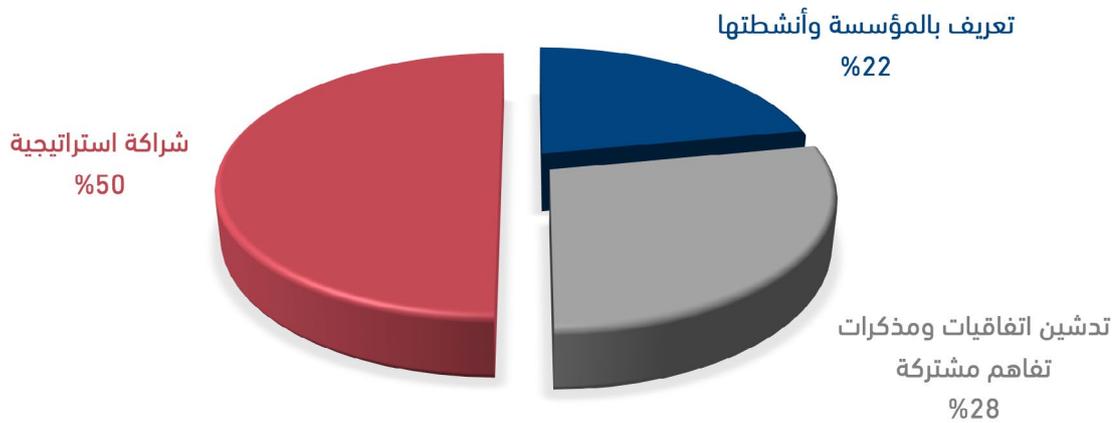
2. موضوعات النشاطات التنفيذية للهيئة: تنوعت موضوعات النشاطات التي

تمارسها الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)، حيث مثلت نسبة موضوعات تكوين الشراكات الاستراتيجية 50% من إجمالي موضوعات النشاطات التنفيذية للهيئة، وتعني الشراكات الاستراتيجية قيام مؤسستين أو أكثر باتفاق تعاوني مع بعضهما البعض لتحقيق منفعة متبادلة لكلا الطرفين، وانقسمت الشراكات الاستراتيجية للهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) إلى قسمين:

الأول: الشراكات الداخلية: وهي الشراكات التي تعقدتها سدايا مع المؤسسات السعودية، والتي كان أبرزها إنشاء شراكة استراتيجية بين سدايا وبرنامج خدمة ضيوف الرحمن؛ لتعزيز البنية التحتية الرقمية للبرنامج، وكذلك عقد شراكة استراتيجية مع الهيئة العامة للترفيه للحد من السوق السوداء في شراء تذاكر الهيئة من خلال إيجاد بدائل رقمية للحجز والدفع الإلكتروني بشكل كامل.

الثاني: الشراكات الخارجية: وهي شراكات تعقدتها سدايا خارجيًا مع مؤسسات دول الجوار أو الدول الصديقة، ومن أبرز أمثلة تلك الشراكات: بناء شراكة استراتيجية بين سدايا وهيئة المعلومات والحكومة الإلكترونية البحرينية؛ لتفعيل الجواز الصحي من خلال منصة توكلنا.

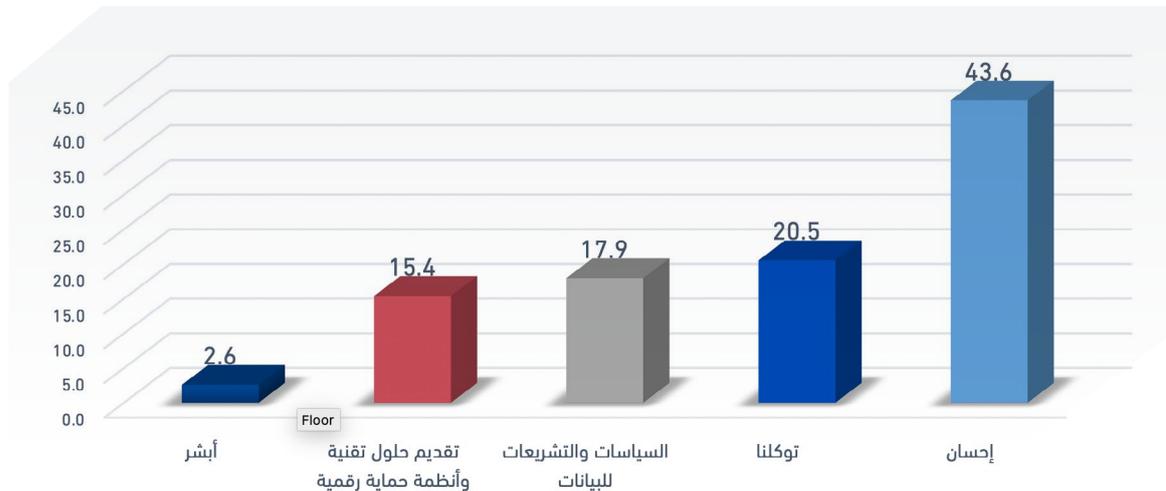
من ناحية أخرى، جاءت موضوعات تدشين الاتفاقيات ومذكرات التفاهم المشتركة في المرتبة الثانية من حيث ترتيب النشاطات التنفيذية للهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) بنسبة 28%، ومن أبرز هذه الاتفاقيات في توقيع مذكرة تفاهم مع ديوان المظالم من أجل تمكين تطبيقات الذكاء الاصطناعي في منظومة العدل والقضاء، وكذلك توقيع اتفاقية تعاون بين سدايا وبين الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بهدف تسخير المنتجات الرقمية في خدمة ضيوف الرحمن، بينما جاءت موضوعات التعريف بالمؤسسة وأنشطتها في المرتبة الأخيرة بين موضوعات النشاطات التنفيذية للهيئة بنسبة 22%، وذلك على النحو الموضح بالشكل البياني التالي:



وقد جاءت استراتيجية الإعلام كأعلى الاستراتيجيات الاتصالية التي تم الاعتماد عليها في موضوعات النشاطات التنفيذية بنسبة 53%، نظرًا لرغبة الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) في استعراض الجهود التي تقوم بها وتزويد الجمهور بالأخبار عن الهيئة وأنشطتها، وهو ما يفسر شيوع الأهداف الإعلامية بشكل لافت والتي سيطرت على 44% من إجمالي أهداف التغريد في تلك الموضوعات، كما استحوذ الأسلوب الإخباري المعني بالنشاط الإعلامي للهيئة على 44% من أساليب المعالجة التحريرية، وظهر كأعلى الأساليب استخدامًا في موضوعات النشاطات التنفيذية للهيئة.

3. موضوعات منتجات وخدمات الهيئة: تختص الهيئة السعودية للبيانات والذكاء

الاصطناعي (سدايا) بإنتاج المنصات الرقمية المعنية بالتحول الرقمي، وتحسين تجربة المستخدمين والارتقاء بالخدمات التقنية، وتعزيز البنية التحتية الرقمية للمؤسسات من أجل دعم تحقيق أهداف رؤية المملكة 2030، وإطلاق قدرات المملكة لبناء اقتصاد قائم على البيانات، وتُعد منصة إحسان من أهم منتجات الهيئة التي سيطرت على النسبة الأكبر من تغريداتها المعنية بموضوعات المنتجات والخدمات بنسبة 43.6%، تبعها تطبيق توكلنا بنسبة 20.5% وهو تطبيق إلكتروني أطلقته سدايا بتوجيهات القيادة الرشيدة -أيدها الله- لمساندة الجهود الحكومية في مواجهة فيروس كورونا المستجد، وحفاظًا على صحة وسلامة المواطنين والمقيمين على أراضي المملكة من خطر انتشاره، أما منصة أبشر التابعة لمركز المعلومات الوطني -إحدى أذرع سدايا الثلاث- والمعنية بتوفير الخدمات الإلكترونية للمواطنين ومساعدتهم في إنهاء إجراءاتهم الحكومية إلكترونيًا دون الحاجة إلى زيارة الجهات الحكومية؛ تعزيزًا للتحول الرقمي، وتحسينًا لتجربة المستخدم في المملكة؛ فقد حصلت على النسبة الأقل من موضوعات منتجات وخدمات الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) بـ 2.6%، وحصلت باقي الخدمات على نسب متقاربة يوضحها الشكل التالي:

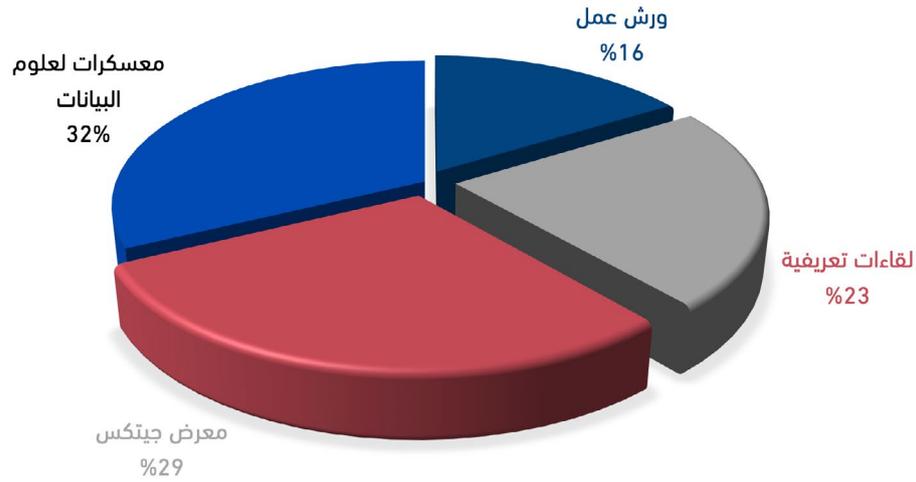


وكانت استراتيجيتنا الحوار والإعلام هما أكثر الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمد عليها حساب الهيئة في موضوعات منتجاتها وخدماتها، إذ تساوت نسبة كل استراتيجية منهما بواقع 35.7% ويرجع ذلك إلى أمرين: الأول: حرص الحساب على عرض المعلومات التفصيلية عن طرق التسجيل في هذه المنصات وإعلام الجمهور بطبيعة المهام المنوطة بكل واحدة منها، والثاني: اهتمام الحساب بالإجابة عن الأسئلة الشائعة التي يرصدها في تعليقات المستخدمين بشأن هذه المنتجات أو طرق التسجيل ومشكلاته التي تعرض أمام الفرد عند الشروع في عملية التسجيل وملء حقول البيانات.

ويدعم ذلك غلبة الأهداف الخدمية على أهداف التثريد بشكل عام؛ حيث بلغت نسبتها 36% من إجمالي أهداف التثريد في موضوعات منتجات الهيئة وخدماتها، فضلًا عن أن الأسلوب الإرشادي المعني بالتوضيح العملي للمستخدمين بطرق التسجيل وكيفية التغلب على عقبات ملء البيانات التي قد تواجه المستخدمين قد حصل على النسبة الأكبر من أساليب المعالجة التحريرية بواقع 25%.

4. موضوعات فعاليات الهيئة: نظمت الهيئة السعودية للبيانات والذكاء

الاصطناعي (سدايا) العديد من الفعاليات كما شاركت في أخرى نظمتها هيئات ومؤسسات متخصصة في المجالات التقنية على الصعيدين المحلي والدولي، وتشير نتائج الدراسة إلى حصول معسكرات علوم البيانات التي تنظمها سدايا لتعزيز قدرات المشاركين التقنية وتأهيلهم لسوق العمل على النسبة الأكبر من حصة الفعاليات بـ 32%، ثم معرض أسبوع جيتكس للتقنية 2021 والذي بلغت نسبته 29% من إجمالي فعاليات الهيئة، ويُعد جيتكس المعرض الأضخم للتقنية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وجنوب آسيا، وقد شهد المعرض مشاركة لافتة من قبل هيئة «سدايا» على مدار أسبوع كامل من حيث عرض نماذج رقمية للهيئة وخوارزميات متقدمة في تقنيات الذكاء الاصطناعي بآياتٍ سعودية مما دفع المشاركين بالمعرض إلى الإشادة بحجم الإنجازات التقنية التي تشهدها المملكة حاليًا، أما اللقاءات التعريفية التي استهدفت نشر الثقافة الرقمية وتوعية العاملين والموظفين السعوديين بموضوعات التقنية وأهميتها ومخاطر الأمية الرقمية؛ فحصلت على 23%، كما اهتمت الهيئة أيضًا بورش العمل التي عقدتها للطلاب في الكليات التقنية المتخصصة لتأهيلهم لسوق العمل، وإكسابهم المهارات المهنية إلى جانب دراساتهم النظرية؛ إذ بلغت نسبة تلك الورش 16% من إجمالي موضوعات فعاليات الهيئة كما هو موضح بالشكل التالي:

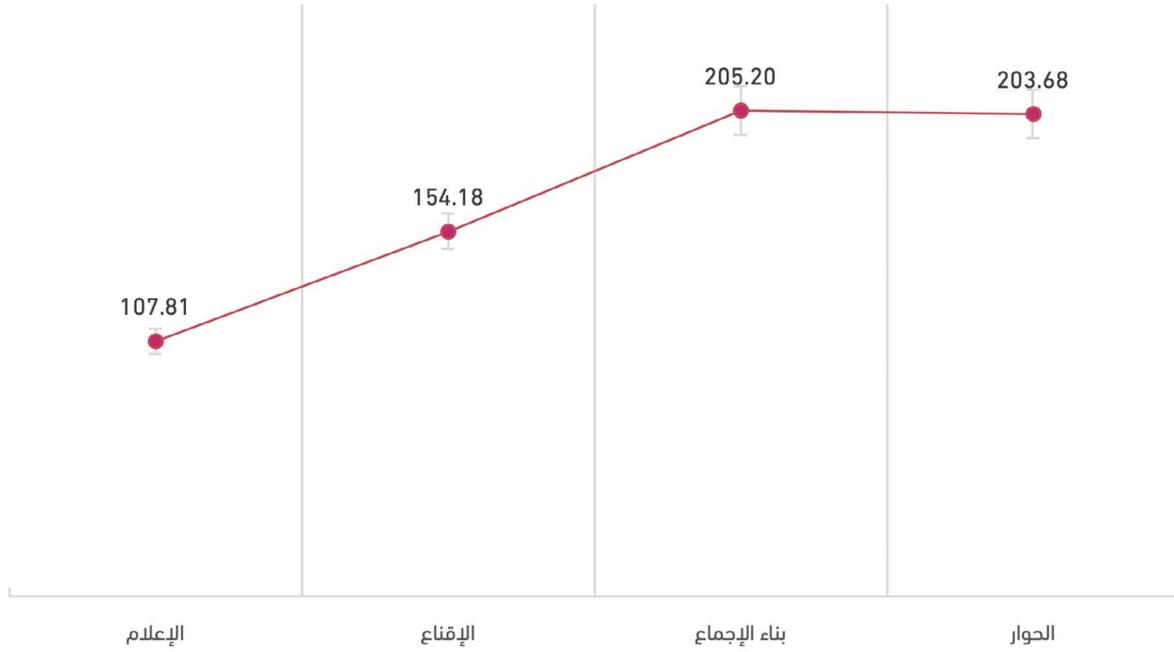


ونظراً للطابع الإعلامي الذي غلب على تلك الفعاليات ورغبة الهيئة في استعراضها وتزويد الجمهور بأخبارها؛ فقد سيطرت استراتيجية الإعلام على الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمد عليها حساب الهيئة بنسبة 45%، كما ظهرت الأهداف الإعلامية المعتمدة على الأسلوب الإخباري بنسبة 45% أيضاً لدعم استراتيجية الإعلام والتأكيد على اعتماد الحساب عليها.

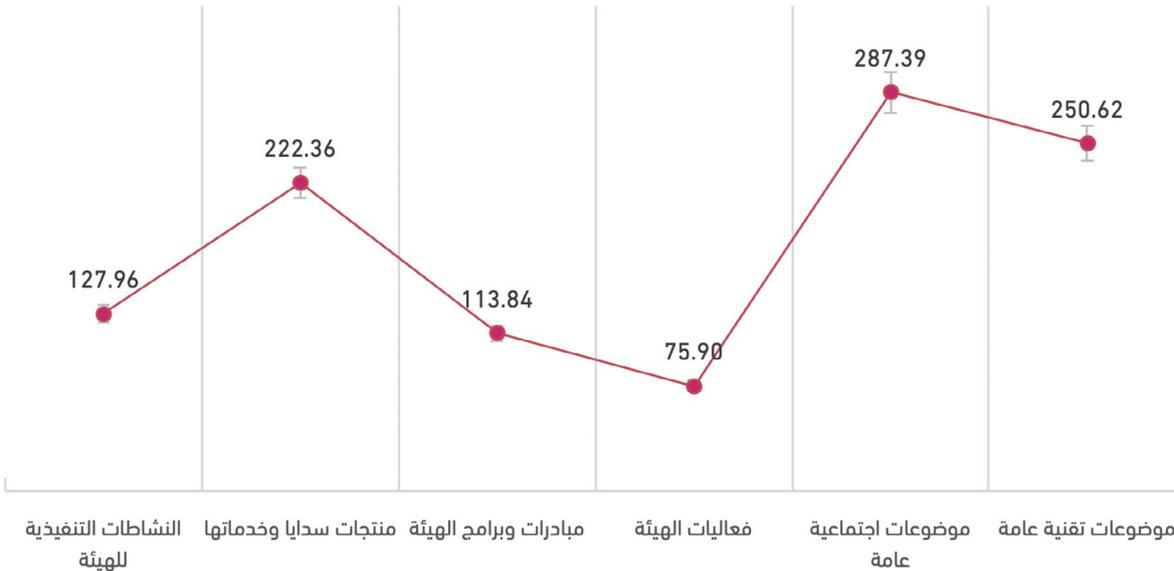
مؤشرات تفاعلية الحساب:

يمثل التفاعل السمة الأبرز في «تويتر» وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي؛ إذ توظفه المؤسسات المختلفة كساحات حوارية وتفاعلية مفتوحة ومباشرة مع جمهورها لرصد اتجاهاته نحو الأداء وتقييم فعالية رسائلها الاتصالية من خلال التغذية المرتدة التي تجسدها تفاعلات المستخدمين، فمن خلاله يعرض المستخدمون أفكارهم ووجهات نظرهم وآراءهم في إطار تفاعلي ثنائي الاتجاه يعربون فيه عن إعجابهم بالمحتوى أو رفضه، ويعبرون من خلاله عن الأسباب التي دفعتهم لاتخاذ هذا الموقف من المحتوى المنشور؛ وقد توصلت كلية هارفارد للأعمال في بحث لها إلى أن نجاح الجهود الاتصالية للمؤسسات مرهون بقدرة رسائلها الاتصالية على تحقيق التفاعل مع المستخدمين، وأنه كلما زاد حجم التفاعل مع محتوى الرسائل الاتصالية المنشورة زادت فرص وصولها وانتشارها إلى قاعدة جماهيرية أكبر، وبالتالي تتضاعف فرص النجاح؛ وهذا ما يفسر سعي كافة الجهات والمؤسسات على الصعيدين الرسمي وغير الرسمي نحو الاهتمام بالمحتوى الاتصالي لرسائلها الإعلامية لتحظى بإعجاب جمهورها، وتنويع استراتيجياتها الاتصالية بما يضمن مخاطبة كافة الفئات المستهدفة بمحتوى يتناسب مع كل فئة منها، وبالتالي أصبحت عملية قياس أحجام التفاعل واتجاهاته تمثل مؤشرات أساسية لقياس النشاط الاتصالي؛ وبناءً عليه اهتمت الدراسة الحالية بهذا البعد من خلال قياس أدوات التفاعل الأساسية التي تتمثل في (تعليقات المستخدمين - معدلات الإعجاب -

مستويات مشاركة التغريدات) وجاءت مؤشرات تفاعلية الحساب تبعًا للمعالجات المستخدمة على النحو التالي:



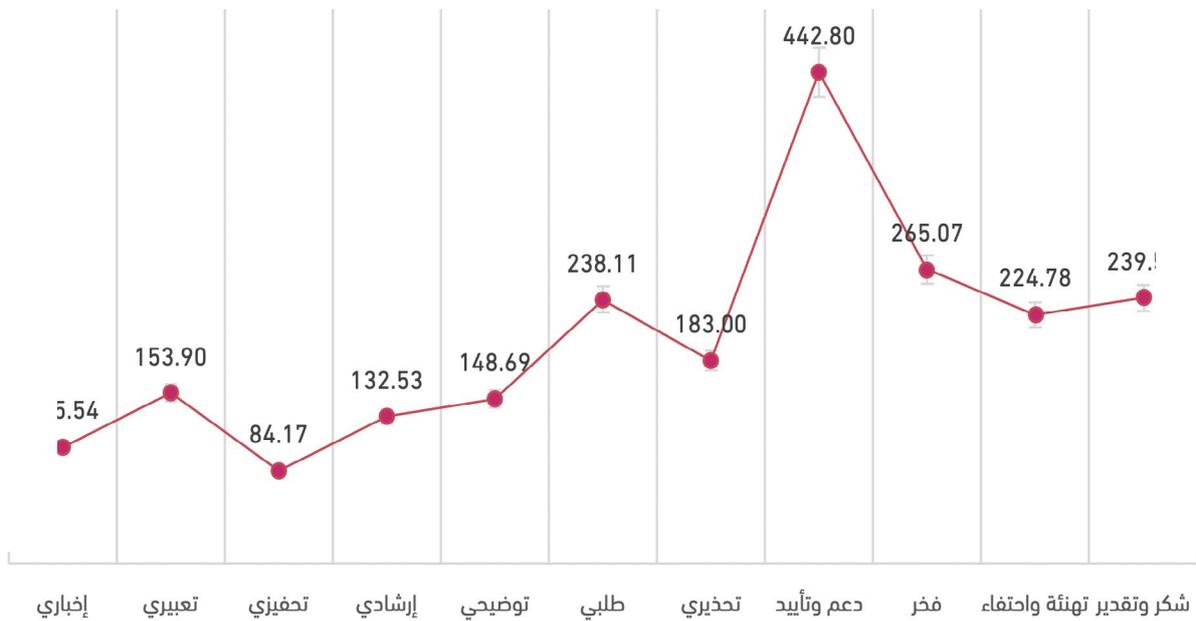
تدعم هذه النتيجة أهمية الاتصال ثنائي الاتجاه المتمثل في استراتيجيتي (بناء الإجماع - الحوار) ودورهما في إحداث التفاعل المنشود بين الهيئة وجمهورها مما يؤكد على أهميتهما في توطيد وترسيخ العلاقات مع الجماهير المستهدفة؛ فضلًا عن تأكيدها على تضائل اهتمام الجمهور بالنشر المجرّد المتمثل في استراتيجية الإعلام؛ ومن ثم ينبغي زيادة استخدام الاستراتيجيات الاتصالية ثنائية الاتجاه لاغتنام هذه الفرص الاتصالية المتاحة أمام الحساب.



تبين هذه النتيجة ميل اهتمام الجمهور وتفاعلهم بشكل أكبر مع التغريدات الاجتماعية التي تستهدف التهنئة والفخر والدعم والتأييد.



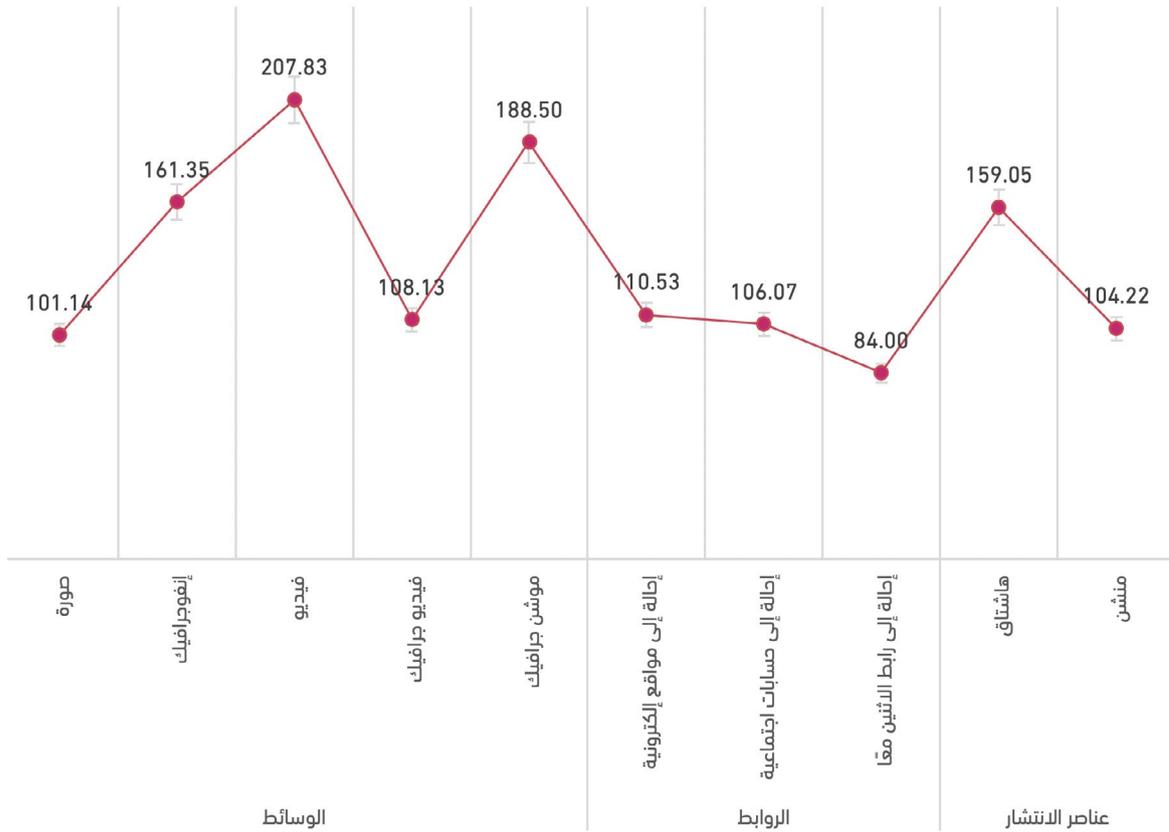
تؤكد بيانات الشكل البياني السابق على أن المضامين التثقيفية هي الأكثر تأثيراً في الجمهور والأكثر اهتماماً من جانبه، خاصة مع طبيعة هذا التفاعل الذي كان في أغلبه يتمثل في استفسار أو أسئلة بشأن هذه المضامين التثقيفية مما يضع الحساب أمام فرصة كبيرة لرفع مستويات ومعدلات التفاعل لديه بزيادة نسبة المضامين والتغريدات التثقيفية.



تظهر نتيجة مؤشرات تفاعل الجمهور مع تغريدات الحساب تبعًا لاختلاف أساليب المعالجة المستخدمة فيها مشاعر الحب التي تكتنف مواطني المملكة الذين لا يتركون فرصة لإظهار الدعم والتأييد للقيادة الرشيدة إلا واستغلوها.



يوضح الشكل السابق نفور الجمهور من الأوتار التخوفية وتفضيله لمخاطبة العقل والعاطفة في آن واحد وتفاعله مع التغريدات المتضمنة لذلك النمط من الاستمالات بشكل أكبر.



وتعد هذه النتيجة بياناتًا عمليًا لأفضل الوسائط الاتصالية والأدوات الرقمية التي يتفاعل معها الجمهور، ويمكن من خلالها رفع مستويات التفاعل في الحساب، وذلك عبر تكثيف استخدام الفيديو كوسيط مصاحب لتغريدات الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا) حسب ما يوضحه منحنى تفاعل المستخدمين ومتابعي الحساب مع تغريدات الدراسة تبعًا لاختلاف الأدوات الرقمية المصاحبة لها.

الخاتمة

عكست نتائج دراسة حساب الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي «سدايا» تميزًا مؤسسيًا أظهر تنوعًا واضحًا على مستوى الاستراتيجيات الاتصالية للحساب، وكذلك معالجاته الموضوعية، سعيًا لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة التي ظهرت من خلال تحليل محتوى الحساب، وتمثلت في:

● عكس أداء الحساب **نشاطًا ملحوظًا** في معدلات التغريد في الحساب والذي غلب عليه طابع التغريد الأصلي بشكل واضح مع اهتمام كبير بالموضوعات المؤسسية، والتنوع في أشكال التغريد من خلال اللغة المستخدمة، واستخدام الأدوات الرقمية بمختلف أشكالها.

● تشير نتائج المعالجات الموضوعية لتغريدات الحساب إلى عدم الاعتماد على نمط ثابت في عمليات التغريد من خلال **تنوع الاستراتيجيات الاتصالية** المستخدمة في الحساب تبعًا لاختلاف الموقف الاتصالي أو موضوع النشاط الإعلامي، وذلك لتحقيق مجموعة من الأهداف الاتصالية غلب عليها هدف الترويج للهيئة ومنتجاتها في المقام الأول، ثم تحقيق مجموعة الأهداف الإعلامية والتفاعلية والخدمية والتثقيفية والتوعوية والإرشادية على الترتيب.

● **تنوعت موضوعات الحساب** لتشمل مجموعة من الموضوعات الرئيسية تمثلت على الترتيب في مبادرات الهيئة وبرامجها، والنشاطات التنفيذية للهيئة، ثم منتجاتها وخدماتها، بالإضافة إلى مجموعة من الموضوعات العامة التي ظهرت بشكل محدود وانقسمت ما بين تقنية واجتماعية.

● أظهرت مؤشرات تفاعل الجمهور مع تغريدات الدراسة اهتمامًا واضحًا من جانب المتابعين **بالتغريدات المعبرة عن استراتيجيات الاتصال** ثنائي الاتجاه (بناء الإجماع - الحوار) خاصة تلك التغريدات ذات المضمون التثقيفي، والمعتمدة على تكثيف استخدام الاستمالات الإقناعية داخل التغريدة الواحدة وتنوعها بين العقلية والعاطفية، مما يعطي مؤشرًا واضحًا لضرورة الاهتمام بتلك السمات الاتصالية وتكثيفها؛ لضمان زيادة تأثير الرسالة الإعلامية للحساب.

مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 www.alqarar.sa

   @alqarar_sa