



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

اتجاهات الرأي العام في مواقع التواصل الاجتماعي

إعداد

الدكتور علاء الدين علي حمودة

المستشار في مجموعة الخليج للعلاقات العامة - الرياض

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المسلم والإعلام الجديد

الذي تنظمه

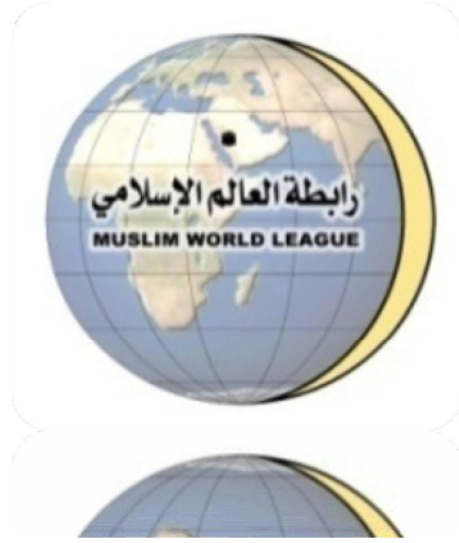
رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣-٤ / ذو الحجة / ١٤٣٦ هـ، الموافق ١٦-١٧ / سبتمبر / ٢٠١٥ م



رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

صندوق البريد (٥٣٧) أو (٥٣٨) مكة المكرمة (٢١٩٥٥)

هاتف: ٠٠٩٦٦١٢٥٦٠٠٩١٩ - الفاكس: ٥٦٠١٣١٩ - ٥٦٠١٢٦٧

برقياً: رابطة - مكة، تليكس: ٥٤٠٠٠٩ و ٥٤٠٣٩٠

www.themwl.org

البريد الإلكتروني للإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

conferences@themwl.org

واتس أب : (٠٠٩٦٦٥٠٣٣٩٦٣٢٠)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

يمثل الرصد الإعلامي وتحليله؛ أداة ضرورية لفهم توجهات الرأي العام وطبيعة المواد الإعلامية المنشورة إلكترونياً وصحفيًا، ويساعد في اتخاذ القرارات السليمة الخاصة بالتواصل المجتمعي مع جمهور المؤسسة والمعنيين بأمرها، ومع اتساع دائرة الإعلام الإلكتروني وتقدمه، ومع كمّ المعلومات المتدفقة عليه، يصبح الرصد الإلكتروني وما يتبعه من تليخيص وتحليل؛ أداة قوية في يد صانع القرار لمتابعة خطته للتواصل المجتمعي.

إن الحاجة ملحة للدول والمؤسسات والشركات لقياس الرأي العام؛ حيث إن تحديد السياسات والاستراتيجيات لا بد أن يبنى على معرفة الواقع واتخاذ الخطة والقرار المناسب، والطرق التقليدية المبنية على مقابلة مجموعة من الناس لاستطلاع آرائهم حول موضوع معين؛ باتت مكلفة جداً، كما أن الاعتماد على الإعلام التقليدي لمعرفة التوجه العام؛ بات محل شك، حيث يميل الإعلام التقليدي إلى توجيه الجمهور أكثر من اعتماده على التفاعل معه واستطلاع آرائه، ورأي الجمهور في كثير من القضايا؛ مبثوث بالفعل في وسائل التواصل الاجتماعي، كل هذا يعزز من التوجه نحو قياس الرأي العام من خلال وسائل الإعلام الجديد.

ورغم التزايد المتسارع في المحتوى العربي على الإنترنت؛ إلا أنه لم يحظ بالأدوات والجهد اللازم للتحليل الإلكتروني، ولهذا فقد قام عدد من الباحثين بالتعاون مع «مجموعة الخليج» بجهود علمية وبحثية متواصلة؛ للوصول إلى

تقنية مبنية على بحوث علمية معتبرة في التحليل اللغوي للمحتوى، لخدمة المؤسسات العربية والباحثين العرب، واللغة العربية يمكن من خلالها قياس الرأي العام في وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة (فيس بوك وتويتر ويوتيوب). وقد تمثل هذا الجهد في استحداث نظام هو الأول من نوعه في العالم العربي، يمكن العمل على تطويره وتطويعه حسب احتياجات الباحث العربي، وأطلقت عليه اسم (الكنز العربي).

«والكنز العربي»: أول تطبيق عربي للبحث والتحليل اللغوي الذكي في محتوى المواقع الاجتماعية والإخبارية العربية، يمكن من خلاله:

- ١- تلخيص وتحليل اتجاهات الرأي العام في القضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية الجارية والمتداولة على المواقع الاجتماعية.
- ٢- تحديد وتلخيص أهم الأخبار المتداولة في فترة زمنية معينة.
- ٣- تحليل وتصنيف وتلخيص رأي الجمهور في المنتجات والخدمات التجارية والحكومية والمؤسسات والأشخاص والمتداول على المواقع الاجتماعية وفي الأخبار.
- ٤- متابعة صفحة فيسبوك أو حساب تويتر وتحليل وتصنيف وتلخيص التعليقات والتغريدات.

تقنيات الكنز العربي



مكونات الكنز العربي

الكنز نظام ضخيم يحتوي ثمانية مكونات أساس؛ تقدم ثمانية أنواع من الخدمات كما يلي:

١- رصد وتحليل ما يقوله الجمهور حول القضايا التي تهم العميل والباحث في وسائل التواصل الاجتماعي، للتعرف على نسبة الانطباع الإيجابي أو السلبي للجمهور، مما يساعد على التطوير الدائم لمنظومة العمل، حيث إن معرفة ما يدور بعقول الناس من أفكار؛ يمثل الخطوة الأولى لوضع استراتيجية فعالة لإدارة العمل.

٢- رصد ما تقوله الصحافة حول القضايا التي تهم العميل والباحث في المواقع الإخبارية، مع تحديد المواقع الإخبارية المهمة بنشر المقالات والأخبار عن العميل.

٣- مكون خاص بالقطاع الحكومي: يتم من خلاله استخراج تقارير حول الأداء الحكومي وأنشطة الوزراء والمحافظين من حيث عدد القرارات، الاجتماعات، الجولات، المشروعات الخاصة بكل محافظ أو وزير، إلى جانب رأي الناس في كل منهم.

٤- التعرف على أهم ما يشغل الرأي العام من موضوعات وقضايا مختلفة، مما يساعد في تحديد أولويات الخطاب والخطط الموجهة للرأي العام

٥- التعرف على الأشخاص الفاعلين على صفحة العميل، والذين لديهم انطباعات إيجابية أو سلبية حول عمل العميل، وربما يعمل العميل على التواصل المباشر معهم من خلال الإنترنت أو من خلال دعوتهم إلى ندوات خاصة لسماع وجهة نظرهم وتصحيح وجهات النظر.

٦- رصد وتحليل ما تقوله القنوات التلفزيونية حول القضايا التي تهم العميل أو الباحث، وذلك من خلال تحليل ما يبث على اليوتيوب.

٧- مكون خاص بقطاع الاتصالات: يتم من خلاله استخراج تقارير خاصة بشركات المحمول؛ مثل رأي الناس في خدمة الإنترنت، والأسعار، والباقات والعروض، والرسائل، وخدمة العملاء.

٨- سمعتي: مكوّن يمكن من خلاله المقارنة بين علامة تجارية محددة مع منافسيها.

وفيما يلي تفاصيل الخدمات التي تقدمها هذه المكونات من نظام الكنز

العربي.

خدمة ١: جمع وتلخيص وتحليل ما ينشر

في وسائل التواصل الاجتماعي

قياس رأى الجمهور حول موضوع معين منشور في وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال تحليل التعليقات لمعرفة الإيجابي منها والسلبي.

وصف الخدمة

- جمع وتلخيص ما يقوله الجمهور حول موضوع معين وما يخصه على شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر - يوتيوب - أنستجرام)، وذلك من خلال عرض أهم التعليقات والتغريدات التي تغطي آراء الجمهور حول هذا الموضوع.

- رصد وتحليل ما يقوله الجمهور حول القضايا التي تهتم العميل والباحث في وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف التعرف على نسبة الانطباع الإيجابي أو السلبي للجمهور، مما يساعد على التطوير الدائم لمنظومة العمل، حيث إن معرفة ما يدور بعقول الناس من أفكار؛ يمثل الخطوة الأولى لوضع استراتيجية فعالة لإدارة العمل.

أمثلة لاستخدام هذه الخدمة

من تطبيق النظام على أرض الواقع من عام.....فقد أمكن للنظام الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ماذا يقول الناس عن جهة معينة (حكومية أو أهلية أو خيرية)؟ ماذا يعجبهم فيها؟ وماذا يأخذون عليها؟
- ما هو رأى الجمهور في القضايا الاجتماعية المشاركة في المجتمع، والتي

تشغل الرأي العام والمرتبطة بهذه الجهة تحديداً؛ حيث إن معرفة ما يدور في أذهان الناس من أفكارٍ؛ يمثل الخطوة الأولى لوضع استراتيجية فعالة للتعامل الصحيح معهم.

- في إطار الحوار المجتمعي حول ظاهرة الإرهاب: ماذا تقول مواقع التواصل الاجتماعي عن هذه الظاهرة؟
- ماذا يقول الناس عن الخدمات الصحية في وسائل التواصل الاجتماعي؟
- أيهم يشغل الرأي العام في دولةٍ ما أكثر: (الخبز - البنزين - المجمعات الاستهلاكية)؟
- أيهم يتحدث الناس عنه بشكل أكبر؟ وكم نسبة انشغال الرأي العام به؟

ناتج الخدمة

- تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل أو الباحث) حول نتائج التحليل والتلخيص متضمناً تحليلاً كميّاً ونوعياً، متضمناً الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج والمقارنات الخاصة بالكلمات المفتاحية، مع أرشفة المحتوى الذي تم رصدّه.

خدمة ٢: جمع وتلخيص ما يُنشر في الأخبار

يتم جمع وتلخيص ما ينشر في الأخبار حول موضوع معين أو قضية محددة.

وصف الخدمة

- جمع وتلخيص المقالات الخاصة حول موضوع معين، والموجودة على المواقع الإلكترونية الإخبارية الرئيسة المتاحة في المصادر المفتوحة، حيث يتم استعمال كلمات مفتاحية لتكون أساساً للبحث للوصول إلى تلك المقالات، مع القدرة على التعرف على الأخبار المتشابهة رغم اختلاف الصياغة، ويتم التعامل مع المصادر الإخبارية والصحفية الموثوق بها طبقاً لتصنيف جوجل، والتي تضم أكثر من ٥٠٠ صحيفة عربية.

أمثلة لاستخدام هذه الخدمة

- من خلال الكنز يمكن الإجابة عن التساؤلات التالية:
- ماذا تقول الصحافة عن رابطة العالم الإسلامي، التعاون العربي.....؟
 - ماذا تقول الصحافة في بلد محدد عن قضية محلية؟
 - ما هي أكثر الصحف في دولة ما؛ التي تحدثت عن «الخلافات المذهبية»؟ وماذا قالت؟
 - ماذا قالت وسائل الإعلام عن الإنجازات والمشاريع التي قامت بها منطقة أو جهة رسمية؟
 - ما هي أكثر الصحف اهتماماً بوزارة ما؟ كم عدد الأخبار والمقالات التي تحدثت عن وزارة أو وزير في تلك الصحيفة؟
 - ما هي الأخبار التي تناولت الحديث عن أسعار البترول خلال الشهر الماضي؟

ناتج الخدمة

- تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل أو الباحث) حول نتائج التحليل؛ متضمناً تحليلاً كمياً ونوعياً، ومتضمناً الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج والمقارنات الخاصة بالكلمات المفتاحية، مع أرشفة المحتوى الذي تم رصدّه.

خدمة ٣: القطاع الحكومي

وصف الخدمة

مكون خاص بالقطاع الحكومي: يتم من خلاله استخراج تقارير حول الأداء الحكومي وأنشطة الوزراء والمحافظين من حيث عدد القرارات والاجتماعات والجولات والمشروعات الخاصة بكل محافظ أو أمير أو وزير؛ إلى جانب رأي الناس في كل منهم.

ناتج الخدمة

- تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل أو الباحث) يلخص أهم ما يقوله الناس في وسائل التواصل الاجتماعي حول منتج أو خدمة حكومية معينة، ويوضح مدى رضا الناس عنها، كما يتضمن الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج والمقارنات الخاصة بالكلمات المفتاحية.
- تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل أو الباحث) يلخص أهم ما تقوله الصحافة حول منتج أو خدمة حكومية معينة؛ متضمنًا الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج والمقارنات الخاصة بالكلمات المفتاحية.
- أرشفة المحتوى الذي تم رصدّه: ويتم هذا من خلال أرشفة جميع الأخبار والتعليقات والتغريدات التي تم جمعها ووضعها في قاعدة بيانات للرجوع إليها عند الحاجة.

الفئة المستهدفة

الجهات الحكومية الراغبة في دراسة مدى رضا العميل عن خدماتها،
وتشمل:

- الوزارات
- الأمانات
- الهيئات

أمثلة لاستخدام هذه الخدمة

- ١- ما هي أهم تصريحات وزير..... التي تحدثت عنها وسائل الإعلام؟
وماذا قالت؟
- ٢- ما هي أهم قرارات وزير..... خلال هذا الأسبوع؟ وماذا قالت عنها
وسائل الإعلام؟
- ٣- ما هي الجولات التي قام بها أمير.....؟ وكيف تناولتها وسائل الإعلام؟
- ٤- ما هي الاجتماعات التي حضرها وزير... خلال هذا الشهر؟ وماذا قال
عنها الإعلام؟
- ٥- كيف يقيم الناس الأداء الحكومي؟
- ٦- إلى أي مدى يرضى الناس عن أداء كل وزير أو محافظ؟
- ٧- ماذا رصدت وسائل الإعلام من مشكلات في محافظة أو منطقة.....؟

خدمة ٤: قياس الرأي العام

وصف الخدمة

متابعة طوال الوقت لكل ما يتم تداوله من تغريدات أو أخبار على وجه العموم على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) في نطاق جغرافي يحدده المستخدم، مع تخزين ما يتم جمعه في قاعدة بيانات يتم تحليلها بهدف تحديد أهم المواضيع التي تشغل الرأي العام من خلال تصنيف المحتوى وتجميع المتشابه.

أمثلة لاستخدام هذه الخدمة

- ما هي أهم المواضيع التي يتحدث الناس فيها على تويتر خلال الساعتين السابقتين في البحرين؟
- ما أهم القضايا التي تشغل الناس على صفحات الفيسبوك، أو في حساب تويتر في دولة..؟
- ما هي أهم المنشورات (Posts) التي لاقت إعجابا وانتشارا كبيرا بين الجمهور على صفحات الفيسبوك في دولة.....؟

ناتج الخدمة

- تقرير كل ساعتين أو تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل أو الباحث) يلخص أهم ما يشغل الرأي العام في فترة معينة وفي نطاق جغرافي معين؛ على أن يتضمن الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج، مع أرشفة المحتوى الذي تم رصدّه.

خدمة ٥: متابعة صفحة على الفيسبوك أو حساب على تويتر

وصف الخدمة

متابعة صفحة معينة على Facebook أو حساب معين على Twitter ويشمل:

- تلخيص أهم التعليقات.
- حصر أهم المشاركين والمتفاعلين على الصفحة.
- حصر أهم الأشخاص المؤثرين على الصفحة.
- تحليل الآراء (إيجابي وسلبى ومحاييد)

أمثلة لاستخدام هذه الخدمة

من خلال الكنز يمكن الإجابة عن التساؤلات التالية:

- مَنْ هم أهم المتفاعلين الإيجابيين على صفحة شركة..... للاتصالات بدولة.. على الفيسبوك؟
- مَنْ هم أهم المتفاعلين السلبيين على صفحة الشركة على الفيسبوك؟
- مَنْ هم الأشخاص المتطفلون على صفحة الفيسبوك الخاصة بالعميل؟
- ما هو متوسط عدد المنشورات (posts) في اليوم الواحد؟
- كم عدد النشاط على الصفحة خلال الأيام الثلاثة السابقة؟
- ما هو عدد التعليقات والمشاركات للمنشور الواحد خلال الشهر السابق؟

ناتج الخدمة

- تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل أو الباحث) يوضح كيف يتعامل الجمهور مع صفحة معينة على الفيسبوك أو حساب معين على تويتر، ومن أهم المتفاعلين على الصفحة؟ وما مدى تأييد أو معارضة المتابعين لما يطرح على الصفحة أو الحساب، على أن يتضمن التقرير الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج، مع أرشفة المحتوى الذي تم رصده.

خدمة ٦: جمع ما ينشر في وسائل الإعلام المرئي

رصد وتحليل ما تقوله القنوات التلفزيونية حول القضايا التي تهم العميل أو الباحث، وذلك من خلال جمع ما يث على YouTube، وتحديد نسب مشاهدته على اليوتيوب، وتعليقات الجمهور عليه.

أمثلة لاستخدام هذه الخدمة

- نفس الأمثلة المذكورة في خدمة (١) وخدمة (٢) مع كون المصدر هو YouTube

ناتج الخدمة

- تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل / الباحث) يوضح كيف يتعامل الجمهور مع ما يعرض في وسائل الإعلام المرئي، ونسب المشاهدة على اليوتيوب، على أن يتضمن التقرير الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج، مع أرشفة المحتوى الذي تم رصده.

خدمة ٧: قطاع الاتصالات

وصف الخدمة

مكون خاص بقطاع الاتصالات: يتم من خلاله استخراج تقارير خاصة بشركات المحمول؛ مثل رأي الناس في خدمة الإنترنت، الأسعار، الباقات العروض، الرسائل، وخدمة العملاء.

أمثلة لاستخدام هذه الخدمة

تحليل الآراء

- ١ - أيهما أفضل: خدمة الشبكة من شركة... أم شركة...؟
- ٢ - إلى أي مدى تلقى الرسائل التي ترسلها شركة... إلى عملائها قبولاً بين الجمهور؟ وكم نسبة هذا القبول؟
- ٣ - أي شركات المحمول الثلاثة في دولة... تلقى اعتراضاً أكبر على سياسة أسعار خدماتها؟
- ٤ - ما هي صفحات الفيسبوك التي أنشأها الجمهور لدعم أو مواجهة شركة... لخدمات الإنترنت؟

خدمة العملاء

- ١ - كم عدد العملاء (ذكور- إناث) الذين وجهوا رسائلهم إلى شركات (..... - -) على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٢ - كم منها كان العميل راضياً عن ردود خدمة العملاء؟
- ٣ - كم منها قامت إدارة خدمة العملاء بحل مشكلة العميل، وكم منها تم تحويل العميل إلى مواقع أخرى مثل موقع الشكاوى؟

٤- كم منها لم يتم الرد فيها على العميل؟

تلخيص الأخبار

- ١- ماذا تقول الصحافة... عن شركة..... للاتصالات؟
- ٢- ماذا تقول الصحافة الخليجية عن خدمات الاتصالات في دولة.....؟
- ٣- ما هي أكثر الجرائد..... تحدثاً عن شركة «.....»؟ وماذا قالت؟

خدمة ٨: سمعتي

وصف الخدمة

مقارنة بين علامة تجارية محددة مع منافسيها.

ناتج الخدمة

- تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل أو الباحث) يلخص أهم ما يقوله الناس في وسائل التواصل الاجتماعي حول منتج أو خدمة معينة، وما يقال حول الجهات والمنتجات المنافسة، كما يوضح مدى رضى الناس عن المنتج، مع مقارنة النتائج بالمنتجات أو الخدمات المنافسة، ويتضمن الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج والمقارنات الخاصة بالكلمات المفتاحية.
- تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري (حسب رغبة العميل أو الباحث) يلخص أهم ما تقوله الصحافة حول منتج أو خدمة معينة، ومقارنة النتائج بالمنتجات أو الخدمات المنافسة، متضمناً الجداول والرسوم البيانية الخاصة بالنتائج والمقارنات الخاصة بالكلمات المفتاحية، مع أرشفة المحتوى الذي تم رصده.

الفئة المستهدفة

الشركات الراغبة في دراسة مدى رضاء العميل عن منتجاتها مع مقارنة النتائج بالمنافسين، ويشمل:

- قسم التسويق في الشركات التجارية
- شركات التسويق
- شركات الاستشارات التسويقية والعلاقات العامة

الفئات المستفيدة من خدمات الكنز العربي

الجهات أو الأفراد الراغبون في رصد ما تقوله الصحافة وما يقوله الناس في الشبكات الاجتماعية حول قضية أو هيئة أو شخص معين. ويشمل - على سبيل المثال لا الحصر -:

- المراكز البحثية
- قسم العلاقات العامة في الوزارات والأحياء (أمانات) والهيئات المختلفة
- قسم التسويق في الشركات التجارية
- شركات رصد الرأي العام
- شركات التسويق
- شركات الاستشارات التسويقية والعلاقات العامة
- مراكز دعم اتخاذ القرار
- شركات الاستشارات السياسية والاجتماعية

شكل الخدمة

- منتج: في صورة برنامج يتم إنزاله عند العميل
- خدمة مباشرة: في صورة تقرير يومي أو أسبوعي أو شهري يتم إرساله للعميل دون أن يشغل نفسه بأي منتجات أو برامج أو مشاكل فنية
- برنامج كخدمة SaaS: حيث يستطيع العميل الدخول على المنتج كخدمة على الإنترنت دون الحاجة إلى إنزال أي برامج عنده.