

مؤشرات شبكة تويتر



دراسة لحسابات شبكة تويتر
للجمعيات والمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية

2016

إعداد / تركي رجيحان الشمري

مقدمة

تحرص المنظمات الخيرية على استغلال كل القنوات الاجتماعية للوصول لشريحتها المستهدفة ولتحقيق أهدافها. ومع تعدد الحسابات الاجتماعية وقنوات النشر التي تستخدمها الجمعيات، إلا أن الملاحظ أن تويتر هو -غالباً- الواجهة الاجتماعية التي تركز عليها الجمعية.

يسعى هذا التقرير السنوي إلى تحليل حسابات تويتر للجمعيات والمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية خلال العام الماضي 2015. نحاول في هذا التقرير أخذ صورة لحجم الجهد المبذول والأثر الحاصل من استخدام هذه الشبكة الاجتماعية.

www.MOZN.ws

عن مبادرة مَزْن:

انطلاقاً من الحاجة الماسة لتوفير المحتوى العربي المتخصص في تقنية العمل الخيري، أطلقت مؤسسة التقنية المباركة مبادرة مَزْن، سحابة غيث تحمل في طياتها محتوى يهتم بتطوير العمل الخيري عبر التقنية، كخدمة للمنظمات الخيرية في جميع أنحاء العالم العربي، لدعمها بالمعلومة الموثقة والدراسات الإستراتيجية المبنية على أسس علمية واحترافية وموضوعية

www.ALTQNIAH.com

عن التقنية المباركة:

تسعى مؤسسة التقنية المباركة لتمكين المنظمات الخيرية في الوطن العربي من استخدام تقنية المعلومات بكفاءة لتحقيق أهدافها وتعظيم أثرها. نحن نؤمن أن التقنية هي ممكن للمنظمات الخيرية، تساعد على تعظيم أثرها الاجتماعي، بالإضافة لخلق فرص جديدة لتحقيق غايات هذه المنظمات.

هذا التقرير برعاية وقف الموسى:

وقفٌ مؤسسيّ يسعى لزيادة أجر الواقفين، من خلال دعم وتطوير القطاع الخيري، لبناء أسوة حسنة وتنمية مستدامة، وفق منهجية علمية ومبادرات نوعية وشراكات فاعلة.



عن الدراسة

في هذه الدراسة، قمنا بتحديد قائمة بالمؤشرات التي نظن أنها تعكس حجم الجهد والتفاعل الحاصل في شبكة تويتر. أملنا أن تساعدك هذه المؤشرات في قياس أداء حساب تويتر لمنظمتك الخيرية.

للإجابة على هذه المؤشرات، قمنا بتحليل 478 حساب من حسابات الجمعيات والمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية. لتحديد قيم هذه المؤشرات، قمنا بحساب كل مؤشر من المؤشرات بعد تقسيم الحسابات إلى مجموعات بطريقتين:

- **بحسب المنطقة:**

تم تقسيم المنظمات الخيرية بحسب الموقع الجغرافي للمنظمة (المنطقة الإدارية) إلى 13 مجموعة.

- **بحسب المجال:**

تم تقسيم المنظمات الخيرية بحسب طبيعة نشاط الجمعية إلى ثماني مجموعات: (تعليمية وثقافية، تعليم قرآن، دعوة وإرشاد، لجان تنمية، جمعيات بر، اجتماعية، صحية ووطنية، وقفية ومناحة)

للاستفادة القصوى من هذه الدراسة، ركز على أرقام المنطقة الإدارية والمجال الذي تتبع له منظمتك. هذه الأرقام تمثل عينة المنظمات الأقرب لمنظمتك من ناحية الموقع الجغرافي ونوع النشاط. راجع صفحة 12 لتفاصيل أكثر عن عينة ومنهجية الدراسة.

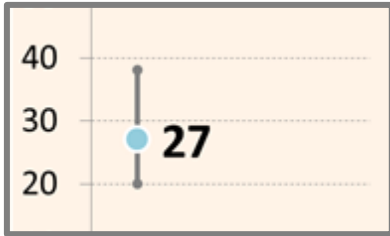
أشكر كل الإخوة الذين ساعدوا في تحديد وتصنيف الحسابات: عبدالعزيز الحمادي، عبدالله عبيد، عمر النهدي، وصالح الغامدي. كما أشكر د. إبراهيم الحيدري على إضافاته الثمينة على تصنيف الجمعيات المستخدم في الدراسة.

أسعد بسماع آرائكم وأسئلتكم حول هذه الدراسة عبر البريد الإلكتروني: iturki.27@gmail.com.





كيف تقرأ الرسومات



الدائرة الزرقاء تمثل الوسيط. وقيمة الوسيط هي 27. الخط العمودي يمثل نطاق القيم الطبيعية لهذه المجموعة. أسفل الخط يمثل الربيع الأول Q1، وأعلى الخط يمثل الربيع الثالث Q3.

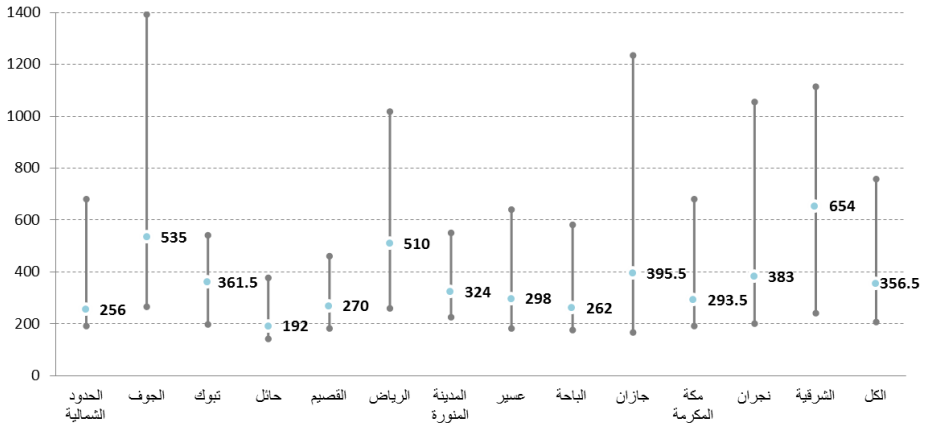
في هذا المثال، الوسيط يساوي 27، وأي قيمة بين 20 و 38 تعتبر قيمة طبيعية.



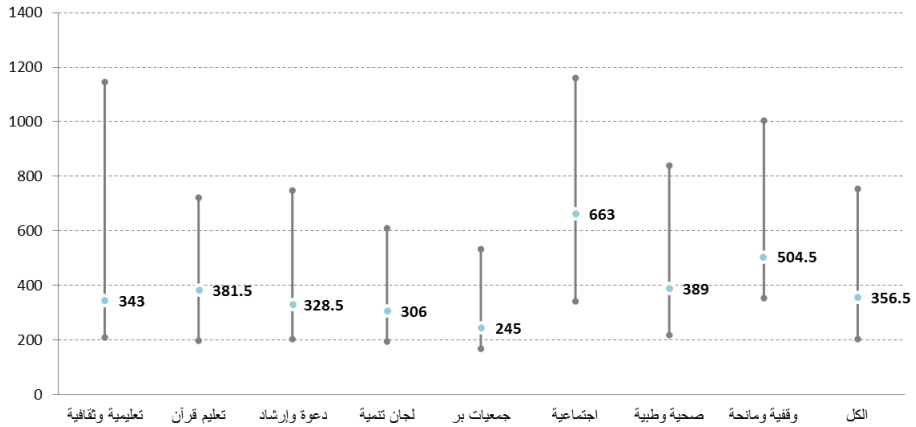
نشاط الحساب خلال عام

معدل التغريدات المنشورة في عام 2015

بحسب المنطقة



بحسب المجال

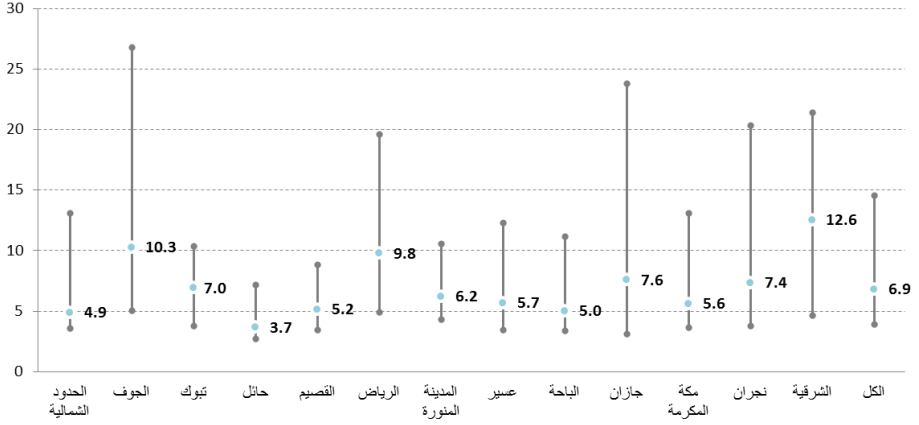


مؤشرات شبكة تويتر للمنظمات الخيرية | 2016

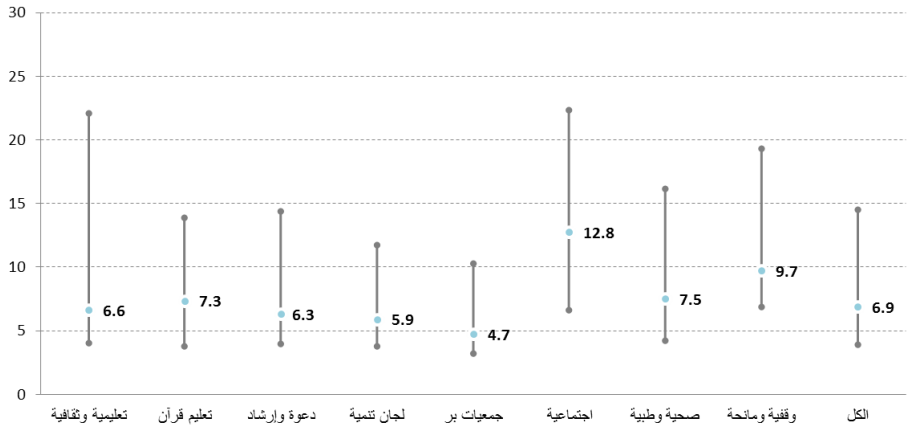


معدّل التغريد الاسبوعي عدد التغريدات المنشورة لكل أسبوع

بحسب المنطقة



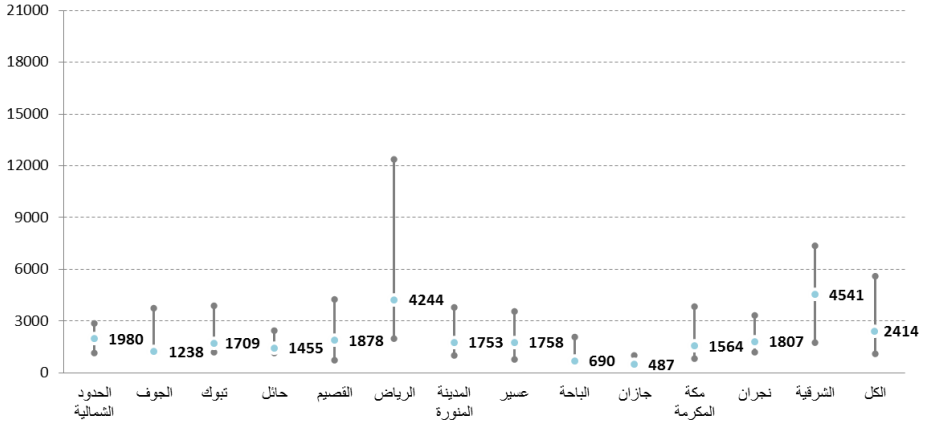
بحسب المجال



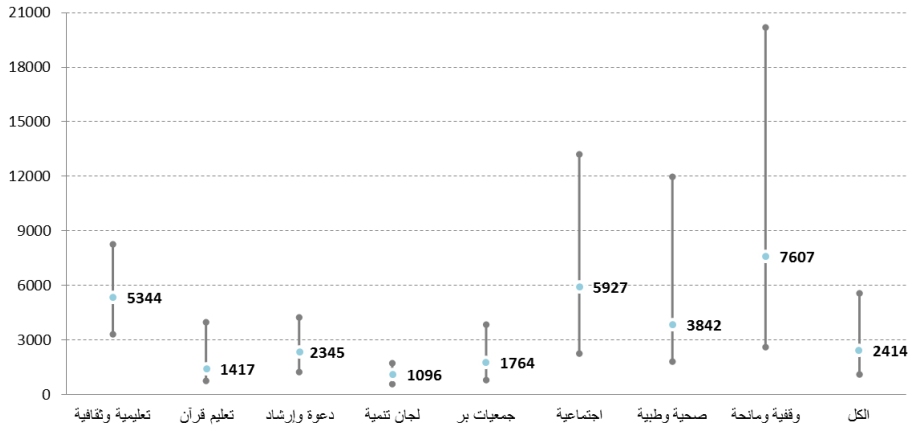
المتابعون

عدد المتابعين لحساب المنظمة

بحسب المنطقة



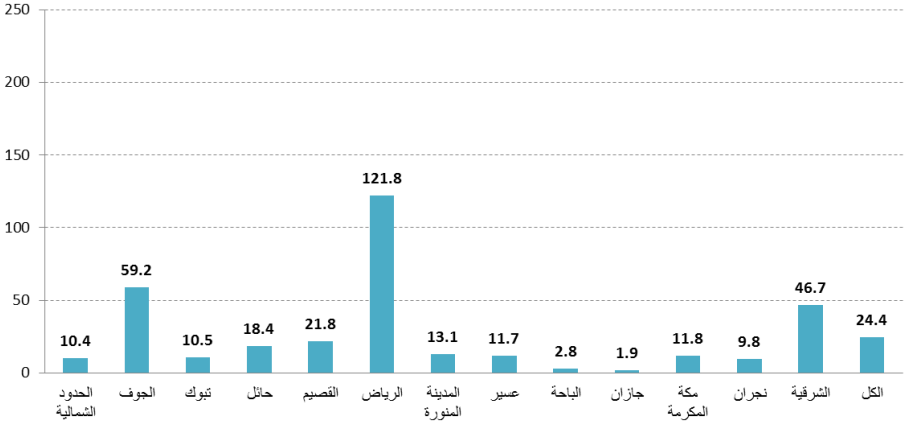
بحسب المجال



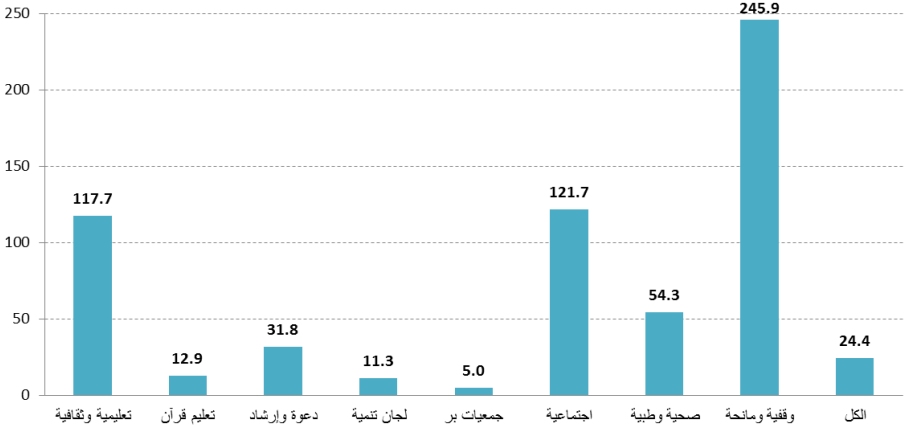
نسبة المتابعين للأصدقاء

لكل حساب تُتابعه المنظمة، يوجد ____ حساب يُتابع المنظمة.

بحسب المنطقة



بحسب المجال



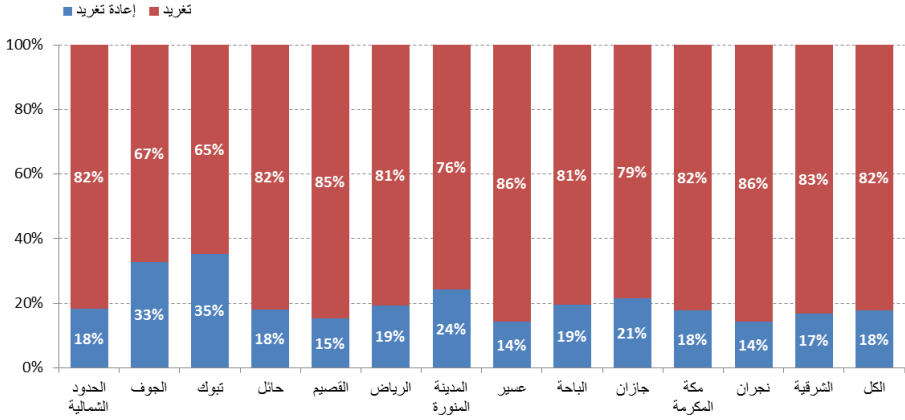
* تم استثناء الحسابات التي لا تُتابع أي حساب



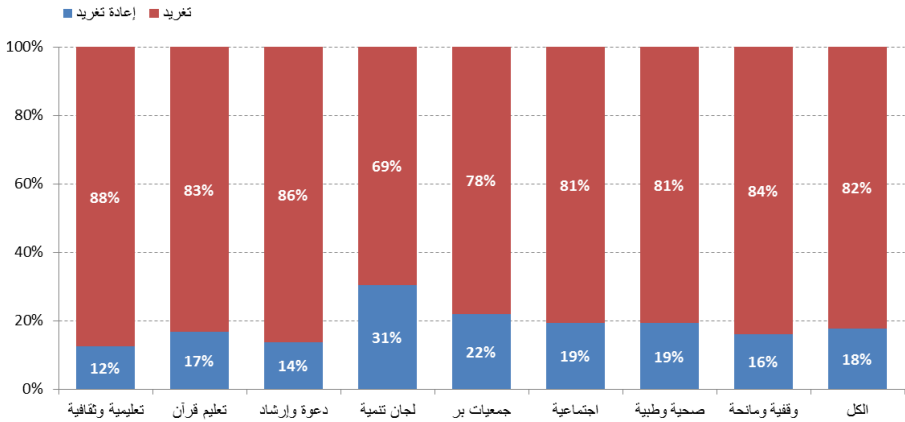
معدّل إعادة التغريد

نسبة التغريدات المعاد تغريدها في الحساب من المجموع الكلي للتغريدات

بحسب المنطقة



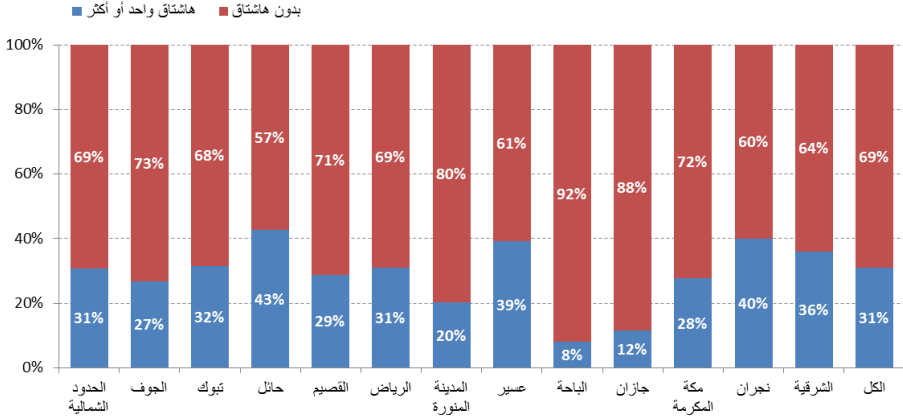
بحسب المجال



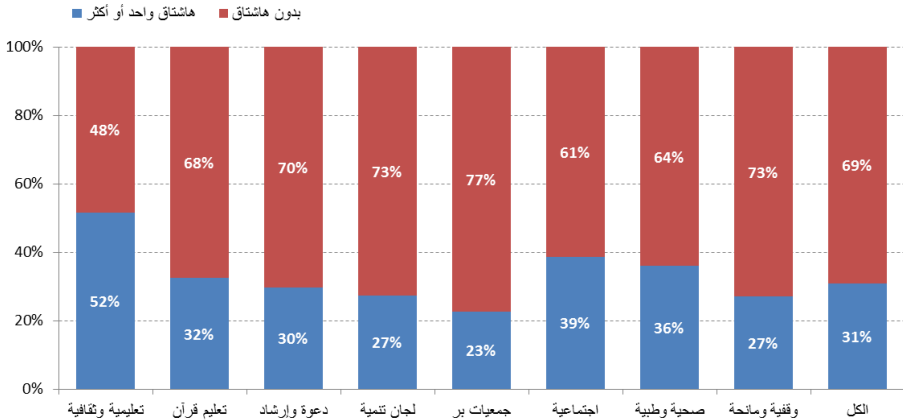
معدّل استخدام الهاشتاقات

نسبة التغريدات التي تحوي هاشتاق واحد أو أكثر من المجموع الكلي للتغريدات

بحسب المنطقة



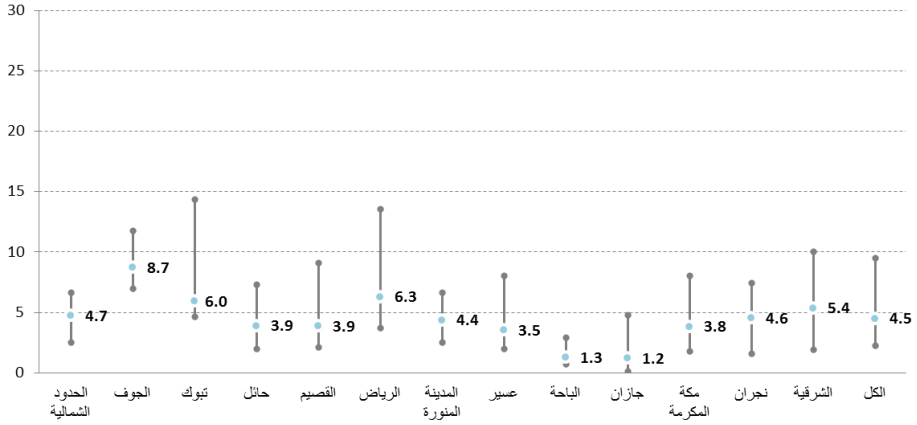
بحسب المجال



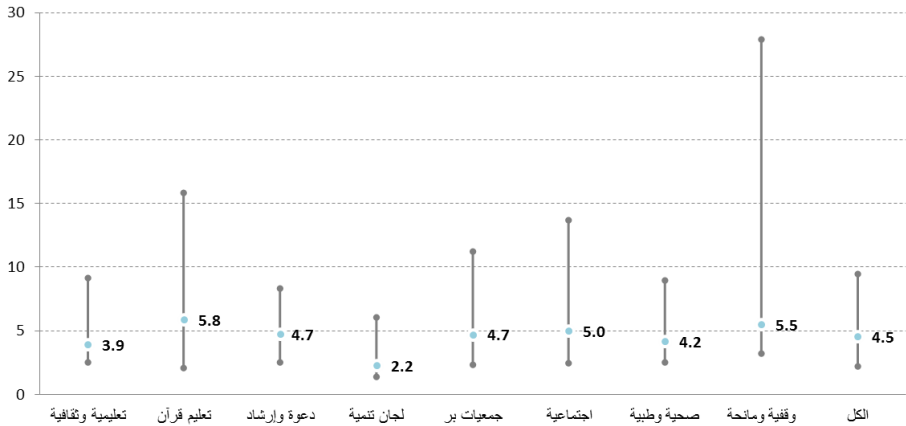
انتشار التغريدات: إعادة التغريد

لكل تغريدة تنشرها المنظمة، تحصل في المقابل على ____ إعادة تغريد

بحسب المنطقة



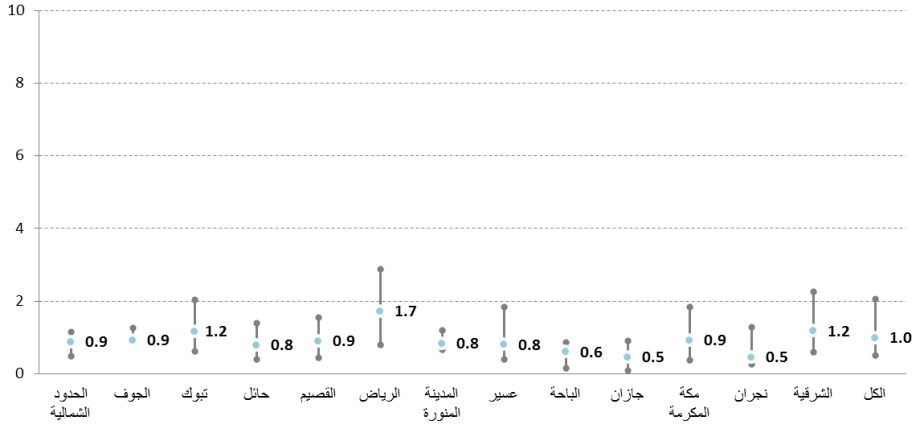
بحسب المجال



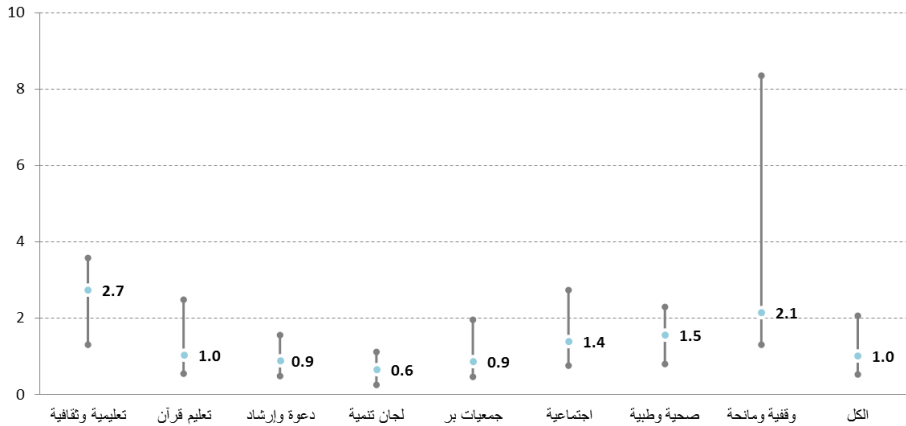
انتشار التغريدات: الإعجاب

لكل تغريدة تنشرها المنظمة، تحصل في المقابل على ____ إعجاب

بحسب المنطقة



بحسب المجال



منهجية الدراسة

هذه الدراسة جمعت بيانات عن حجم النشاط والتفاعل في حسابات تويتر للجمعيات والمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية. تم تحديد 657 حساب تويتر كعينة أولية للدراسة. تم حذف الحسابات الغير فعالة (أقل من 100 تغريدة منشورة في عام 2015) من العينة، ليصبح حجم العينة النهائي 478 حساب. تم تصنيف هذه الحسابات يدوياً بحسب المنطقة الإدارية للمنظمة وطبيعة نشاطها. تم استخدام واجهة تويتر البرمجية لجلب بيانات الحسابات والتغريدات في الفترة من 11 - 21 يناير 2016. تم جمع وتحليل ما يقارب من 300,000 تغريدة نشرت خلال العام الميلادي 2015.

المعدّل المذكور في هذه الدراسة هو الوسيط. لحساب قيم المؤشرات في هذه الدراسة، قمنا أولاً بحساب الوسيط لكل مجموعة، ثم قمنا بحساب الوسيط لكل العينة. في الملحق جدول يوضح عدد الحسابات في كل مجموعة من المجموعات.

هناك حسابات لا تتابع أي حسابات أخرى (عدد المتابعين يساوي صفراً). تم استثناء هذه الحسابات عندما قمنا بحساب مؤشر نسبة المتابعين للأصدقاء. قد يحوي أي حساب تويتر على نوعين من التغريدات: تغريدات مكتوبة من قبل المنظمة ومنشورة في الحساب (ونسميها تغريدات أصلية)، وتغريدات لحسابات أخرى قامت المنظمة بإعادة تغريدها (ونسميها تغريدات معاد تغريدها). قمنا باستخدام التغريدات الأصلية فقط عند حسابنا لمؤشرات معدل إعادة التغريد، معدل استخدام الهاشتاق، ومعدلي انتشار التغريدات.



الملحقات

توزيع عينة الدراسة على المجموعات

بحسب المجال		بحسب المنطقة	
عدد الحسابات	المجموعة	عدد الحسابات	المجموعة
11	تعليمية وثقافية	14	الحدود الشمالية
85	تعليم قرآن	4	الجوف
180	دعوة وإرشاد	8	تبوك
34	لجان تنمية	17	حائل
81	جمعيات بر	57	القصيم
65	اجتماعية	129	الرياض
31	صحية وطبية	24	المدينة المنورة
81	وقفية ومانحة	38	عسير
478	الكل	11	الباحة
		8	جازان
		98	مكة المكرمة
		12	نجران
		58	الشرقية
		478	الكل



