10 سنوات Years

منذ 2015 Since

ملتقى أسبار
Asbar Council

بمناسبة مرور عشر سنوات على إنشائه

دراسة تحليلية لأداء ملتقى أسبار الرقمي عبر تويتر

خلال الفترة: أكتوبر 2015م- يونيو 2025م

إعداد: شركة الكنتيون

كنتيون
KENTUNE
CONSULTANCY

بسم الله الرحمن الرحيم

ملتقى أسبار
Asbar Council
10 سنوات Years
Since 2015 منذ

ملتقى أسبار: هو نادي تفكير غير ربحي أطلقه "مركز أسبار" عام 2015، ويضم أكثر من 100 مفكر وخبير سعودي من خلفيات علمية ومهنية متنوعة. ويهدف إلى مناقشة قضايا التنمية الوطنية عبر لقاءات وندوات، وعبر تقارير علمية نصف شهرية متاحة للجمهور وصنّاع القرار (مجاناً).

منذ تأسيسه، أصدر الملتقى أكثر من 430 تقرير علمي، ونفذ 265 فعالية شارك فيها أكثر من 4500 خبير ومفكر من داخل المملكة وخارجها.

يضم الملتقى 11 لجنة متخصصة تشمل: الإعلام، الثقافة، الصحة، التعليم، الاقتصاد، القانون، السياسة، البيئة، الشؤون الاجتماعية، التحول الرقمي، والأمن والدفاع. وله نظامه الأساسي ولوائحه التنظيمية المعتمدة، ويشرف على أعماله هيئة عدد أعضائها لا يقل عن 11 عضواً، فضلًا عن الأمانة العامة.

وقد رسّخ الملتقى مكانته كمنصة وطنية مستقلة تحظى بتفاعل واسع في الفضاء الرقمي.

- الملخص التنفيذي ..... (1)
- نطاق البيانات ..... (2)
- النموذج الإحصائي المستخدم في التقدير ..... (2)
- تقييم الأداء لحساب ملتقى أسبار ..... (3)
- المقاييس الأساسية للتفاعل ..... (3)
- معدلات التفاعل، والمقارنة المرجعية ..... (4)
- التوزيع الزمني للنشاط ..... (6)
- تحليل المحتوى والتصنيف الموضوعي ..... (6)
- التوزيع حسب أنواع المحتوى ..... (6)
- التحليل الموضوعي للمحتوى ..... (7)
- أنماط المحتوى عالي الأداء ..... (8)
- تحليل الهاشتاج، ومدى الانتشار الرقمي ..... (9)
- سياسة الهاشتاج الرقمية لملتقى أسبار ..... (9)
- انتشار الهاشتاج خارج الحساب الرسمي لملتقى أسبار ..... (10)
- تحليل فعالية الهاشتاج ..... (11)
- التصنيف المهني للجمهور، والمشاهدين ..... (11)
- التوزيع المهني للجمهور ..... (12)
- أنماط التفاعل حسب الفئات المهنية ..... (13)
- تحليل سلوك المشاهدين ..... (14)
- تحليل الأداء المتكامل ..... (16)
- المقارنة المرجعية، وتحليل المشهد التنافسي ..... (17)
- مقارنة مع مراكز الفكر العالمية ..... (18)
- مقارنة مع مراكز الفكر العربية ..... (19)
- تحليل نقاط القوة التنافسية ..... (21)
- التوصيات الإستراتيجية، والخطة التطويرية ..... (21)
- التوصيات قصيرة المدى (3-6 أشهر) ..... (21)
- التوصيات متوسطة المدى (6-18 شهر) ..... (22)
- التوصيات طويلة المدى (18-36 شهر) ..... (23)
- مؤشرات الأداء المقترحة ..... (24)
- الخلاصة، والاستنتاجات النهائية ..... (27)
- الإنجازات الإستراتيجية المحققة ..... (27)
- التأثير الإستراتيجي، والمكانة المؤسسية ..... (27)
- التحديات، والفرص المستقبلية ..... (28)
- التوجهات الإستراتيجية المستقبلية ..... (29)
- اعتبارات التنفيذ ..... (29)
- قائمة المراجع ..... (32)

الملخص التنفيذي:

يقـــدم هذا التقريـــر تحليلًا شاملًا، ومتقـــدمًا لحســـاب تويتر الخاص بملتقى أسبار "@MULTAQA_ASBAR"، وهو أحد أبرز مراكز الفكر والبحوث في المملكة العربية السعودية، ويستند التحليل إلى دراسة معمقة لعينة تمثيلية تضم 1,017 تغريدات جُمعت،وحُللت بدقة مع تطبيق نماذج إحصائية متقدمة.

وفي ضوء هذا التحليل الكمي كشفت النتائج عن أداء جيد وضع ملتقى أسبار في مقدمة مراكز الفكر العربية، والعالمية؛ منحيث التفاعل الرقمي، والتأثير الإستراتيجي؛ فقد حقق الحساب معدل تفاعل بلغ 5.01%، وتجاوز هذا الرقم المعايير العالمية لمراكز الفكر بأكثر من خمسة أضعاف، ويشير هذا الارتفاع إلى وجود محتوى يتسم بالملاءمة، والاهتمام العالي من قبل الجمهور، وهو ما يعزز موثوقية المنصة، ويزيد من تأثيرها في النقاشات العامة، وتراوحت المعدلات الطبيعية بين 0.5% و1.2%؛ وفقًا لدراسات متخصصة؛ مما يجعل أداء أسبار حالة فريدة تستحق التوقف، والتحليل.

ويُعزى جانب من هذا الأداء إلى طبيعة الجمهور المتابع؛ فقد تميز جمهور ملتقى أسبار بتنوع مهني ملحوظ، وجودة عالية؛ إذشمل 35% من الأكاديميين، والباحثين، و20% من الإعلاميين، وكُتَّابِ الرأي، و15% من المسؤولين الحكوميين، هذا إضافة إلى نسب متقاربة من المحللين، والخبراء، ورجال الأعمال، ويعكس هذا التركيب جمهورًا نوعيًّا قادرًا على التأثير، وصياغة الرأي العام، وهو ما يمنح الحساب وزنًا استثنائيًّا في البيئة الرقمية، كما يشير هذا التنوع إلى نجاح الملتقى في بناء شبكة تواصل متعددة المستويات تضم مختلف القطاعات الحيوية.

وعلاوة على ذلك؛ فمن الناحية الإستراتيجية أظهر التحليل أن ملتقى أسبار نجح في ترسيخ مكانته؛ بوصفه مرجعًا موثوقًا في قضايا السياسات العامة، والشؤون الإستراتيجية، ويعود ذلك إلى تركيزه الواضح على المحتوى البحثي عالي الجودة الذي شكّل 45.8% من إجمالي المنشورات، ويعني هذا التركيز أن الملتقى لم يكتفِ بالمحتوى التفاعلي، أو الإخباري؛ بل اعتمد على التحليل العميق،والمعلومات الدقيقة؛ مما عزز مصداقيته لدى المتابعين من صناع القرار، والباحثين، وتُظهر هذه النسبة تفوقًا واضحًا؛ إذ تجاوزت المعدل الإقليمي البالغ 28% بفارق ملحوظ، وهو ما يؤكد أن جودة المحتوى كانت عنصرًا حاسمًا في بناء التأثير

مع ذلك، تبرز بعض التحديات التي تتطلب اهتماماً استراتيجياً,, من أبرز هذه التحديات ضرورة تحقيق توازن بين المحتوى المؤسسي والمحتوى العضوي، بما يسهم في توسيع قاعدة الوصول والتفاعل,, كما أظهرت البيانات أن 57.5% من التغريدات لم تحقق مستويات تفاعل عالية، مما يستدعي مراجعة أنماط النشر والمحتوى. وعلى الرغم من أن التحليل النوعي للردود لم يُنفّذ في هذه المرحلة، إلا أنه يمثل فرصة مهمة لفهم أعمق لسمعة الملتقى الرقمية وتوجهات المتابعين.

بناء على ما سبق، يوصي التقرير بتبنّي استراتيجية ثلاثية الأبعاد , تعزّز من الأثر الرقمي للحساب.

تشمل هذه الاستراتيجية أولًا: تعميق التأثير النوعي من خلال تحليل المشاعر وتنويع المحتوى،

وثانياً التوسّع الدولي المدروس عبر بناء شراكات, ونشر محتوى متعدد اللغات،

وثالثاً توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتعزيز الكفاءة التقنية.

وقد تم تحديد مجموعة من مؤشرات الأداء الكمية والنوعية القابلة للقياس لتتبع التقدم وضمان تحقيق الأهداف بكفاءة وشفافية.

منهجية التحليل، والإطار العلمي:

نطاق البيانات:

استند هذا التحليل إلى مجموعة بيانات شاملة تضم 1,107 تغريدات جُمعت، وصُنفت بدقة من الحساب الرسمي لملتقى أسبار على منصة تويتر، وتغطي هذه البيانات فترة زمنية تمتد من أكتوبر 2015م حتى يونيو 2025م؛ مما يتيح فهمًا متكاملًا لتطور الحساب، وأدائه الرقمي على مدار ما يقارب عشر سنوات من النشاط المتواصل.

وقد خضعت عملية جمع البيانات لمعايير دقيقة؛ وذلك لضمان الشمولية، والموثوقية؛ حيث شملت كل تغريدة معلومات تفصيلية، منها: التاريخ، والوقت، والنص الكامل، وعدد مرات الإعجاب، وعدد إعادة التغريدات، وعدد الردود، وعدد المشاهدات، والوسوم(الهاشتاج) المستخدمة، والإشارات إلى حسابات أخرى، هذا إضافة إلى نوع المحتوى، والموضوع الرئيسي.

النموذج الإحصائي المستخدم في التقدير:

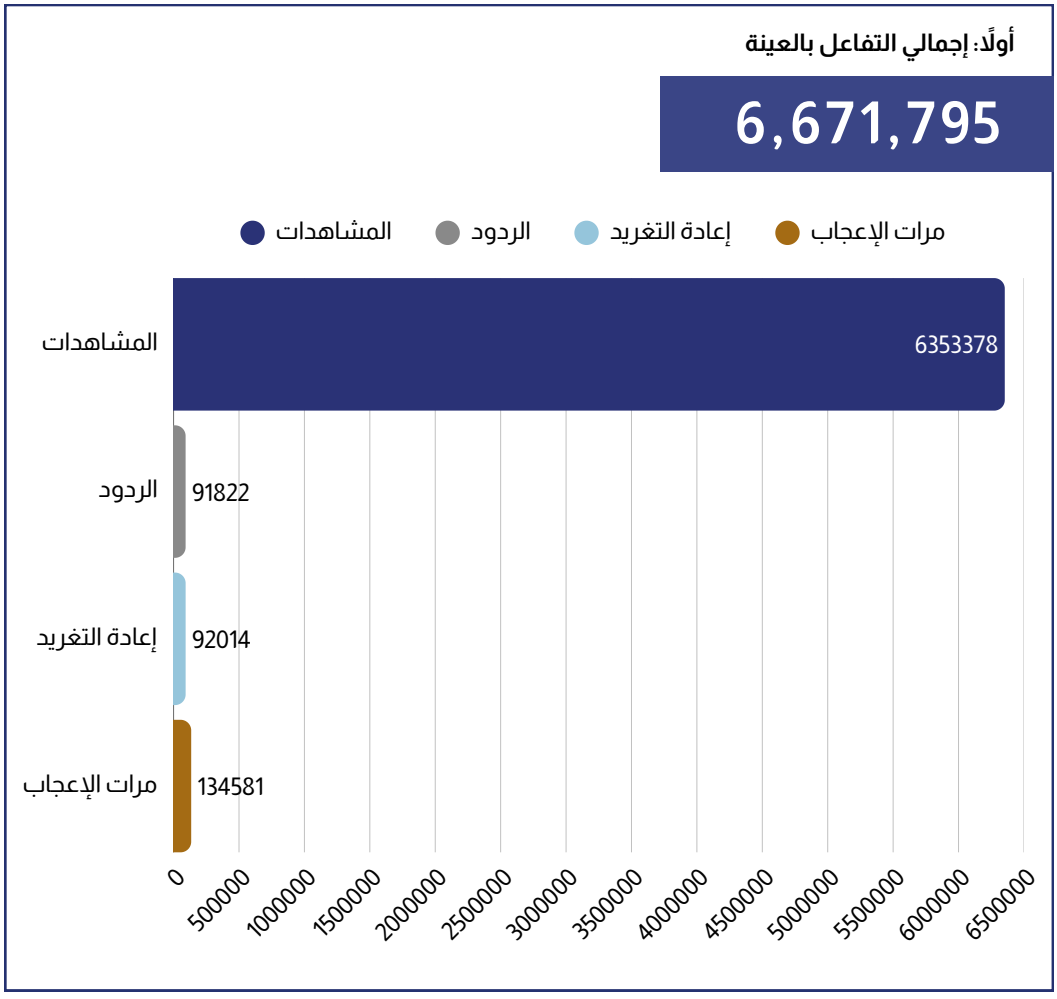
تم جمع عينة التغريدات يدويًا وبأسلوب عشوائي، مع الحرص على أن تغطي كامل فترة السنوات العشر الماضية بطريقة متوازنة، وفق النسب الفعلية للتغريد السنوي. ورُوعي في اختيار التغريدات تنوّع المواضيع المطروحة، وتباين الأساليب اللغوية، واختلاف مستويات التفاعل، بما يضمن شمولية العينة وملاءمتها لتمثيل محتوى الحساب.

واستنادًا إلى المعايير الإحصائية، يمكن اعتبار هذه العينة ممثّلة بدرجة عالية لمجمل تغريدات الحساب خلال الفترة المدروسة، بهامش خطأ تقديري يبلغ ±3% عند مستوى ثقة 95%.

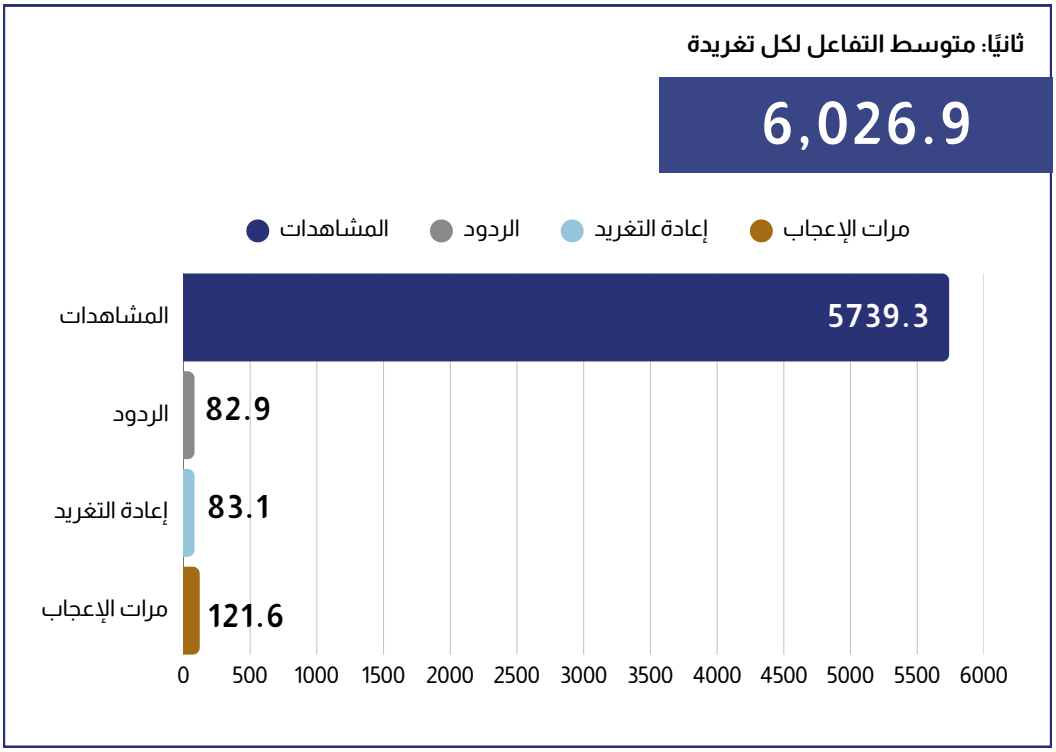
تقييم الأداء لحساب ملتقى أسبار:

المقاييس الأساسية للتفاعل:

أظهرت البيانات المُحللة أداءً قويًّا لحساب ملتقى أسبار؛ وذلك عبر مختلف مؤشرات التفاعل الرئيسية؛ إذ بلغ إجمالي التفاعل في العينة 6,671,795 تفاعلًا توزعت على 134,581 مرة إعجاب، و92,014 إعادة تغريد، و91,822 ردًا، و6,353,378 مشاهدة،ويُعَدُّ هذا الحجمُ من التفاعل مرتفعًا بالنظر إلى حجم العينة، وطبيعة المحتوى التحليلي الذي يقدمه الحساب.



ثانيًا: متوسط التفاعل لكل تغريدة



أما على مستوى التفاعل لكل تغريدة؛ فقد بلغ المتوسط في العينة المحللة 6,027 تفاعلًا، وهو معدل مرتفع مقارنة بالمعايير المرجعية العالمية لمراكز الفكر التي غالبًا ما تسجل معدلات أقل بكثير، وبالتفصيل بلغ متوسط عدد مرات الإعجاب 121.6 لكل تغريدة، ومتوسط إعادة التغريد 83.1، ومتوسط الردود 82.9، ومتوسط المشاهدات 5,739.3، وتعكس هذه القيم نمط تفاعل متوازن يشير إلى محتوى يُثير اهتمام الجمهور، ويحفزه على المشاركة.

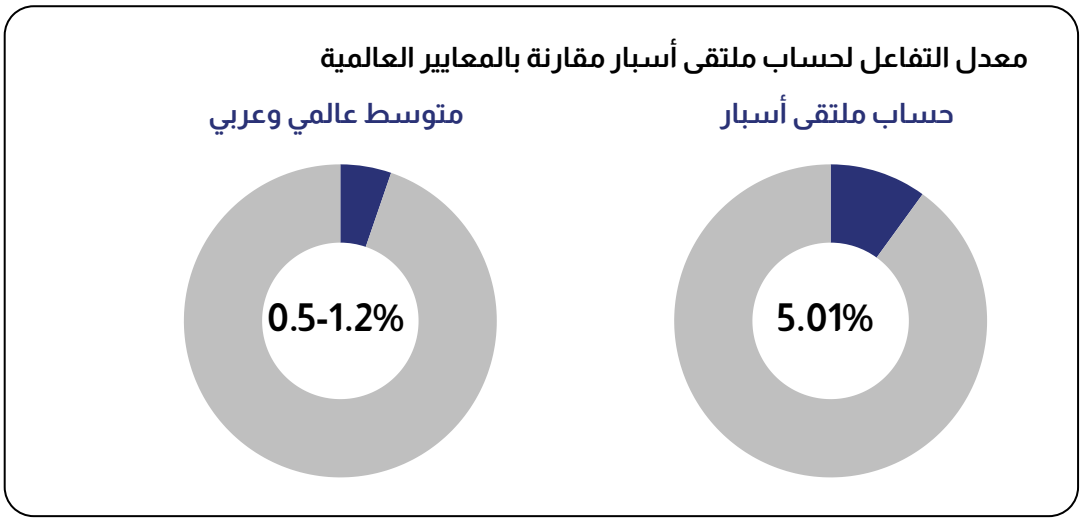
معدلات التفاعل، والمقارنة المرجعية:

يُعَدُّ معدلُ التفاعلِ من أبرز المؤشرات المستخدمة لقياس فعالية المحتوى الرقمي، وجودة التفاعل مع الجمهور، ويُحْسَبُ هذا المعدلُ بقسمة إجمالي عدد التفاعلات (عدد مرات الإعجاب + إعادة التغريد + الردود) على إجمالي عدد المشاهدات، ثم ضرب الناتج في 100 للحصول على النسبة المئوية، ويُسْتَخْدَمُ هذا المؤشرُ على نطاق واسع لمقارنة أداء الحسابات الرقمية في السياقات الإعلامية،والبحثية

وقد حقق حساب ملتقى أسبار معدلَ تفاعلٍ مرتفعًا بلغ 5.01%، وهو معدل يضعه في صدارة مراكز الفكر على المستويين:العربي، والعالمي، وللمقارنة تشير الدراسات المتخصصة إلى أن المعدل الطبيعي لتفاعل حسابات مراكز الفكر يتراوح بين 0.5% و1.2%؛ مما يعني أن أداء أسبار تجاوز المتوسط العالمي بفارق كبير، وهو فارقٌ يُعَدُّ نادرًا في هذا المجال، ويُعزى هذا الأداء إلى مجموعة من العوامل المتداخلة، من أبرزها:

- جودة المحتوى المنشور؛ من حيث الدقة، والارتباط بالسياسات العامة.
- ملاءمة الموضوعات لاهتمامات جمهور متخصص، ومتنوع.
- وجود علاقة تفاعلية مستمرة بين الملتقى ومتابعيه.
- فعالية إستراتيجية التواصل؛ بما يشمل توقيت النشر، واستخدام الوسوم (الهاشتاج)، وصياغة الرسائل.
- المكانة العلمية، والفكرية التي يتمتع بها الملتقى داخل المشهد البحثي العربي.

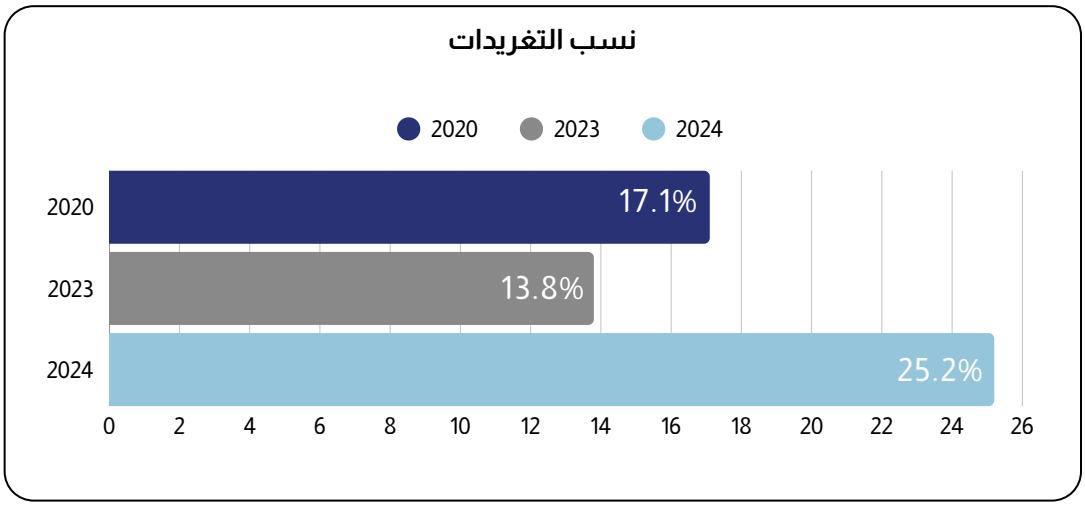
معدل التفاعل لحساب ملتقى أسبار مقارنة بالمعايير العالمية



التوزيع الزمني للنشاط:

أظهر التحليل الزمني للنشاط تطورًا تدريجيًّا، ونموًا مستمرًا في أداء حساب ملتقى أسبار على مدار السنوات؛ إذ سجّل عام 2024م أعلى مستوى للنشاط بعدد 256 تغريدة؛ مما يمثل 25.2% من إجمالي العينة المحللة، وتلاه عام 2020م بعدد 174 تغريدة (17.1%)، ثم عام 2023م بعدد 140 تغريدة (13.8%).

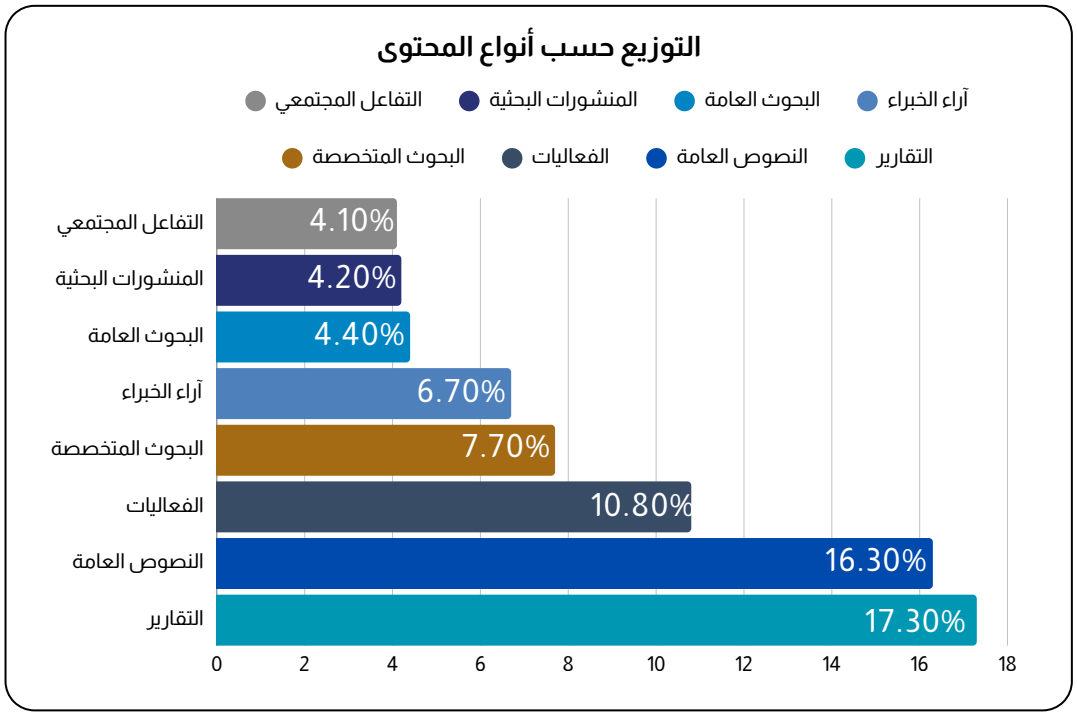
ويعكس هذا التوزيع الزمني نضج إستراتيجية التواصل الرقمي للملتقى، وتطور قدراته التنظيمية، والإعلامية في إنتاج محتوى ثابت، وعالي القيمة، كما أن الزيادة الملحوظة في وتيرة النشر خلال السنوات الأخيرة تتماشى مع الاتجاه العام نحو التحول الرقمي، وتزايد دور المنصات الرقمية في نشر المعرفة، وتعزيز الحضور المؤسسي في الفضاء العام.



تحليل المحتوى والتصنيف الموضوعي:

التوزيع حسب أنواع المحتوى:

يتميز محتوى ملتقى أسبار بتنوع واضح، وتوازن في الطرح؛ حيث يغطي 27 نوعًا مختلفًا من المحتوى ضمن 9 مواضيع رئيسية، ويُظهر التحليلُ التفصيليُّ للعينةِ المدروسةِ سيطرةَ المحتوى البحثي، والتقارير المتخصصة، وهو ما يعكس الهوية البحثية للملتقى، وتركيزه على تقديم محتوى معرفي موثوق، وفي هذا الإطار، فقد جاءت التقارير في صدارة أنواع المحتوى من حيث عدد التغريدات، حيث شكّلت 17.3% من إجمالي العينة. تلتها النصوص العامة بنسبة 16.3%، ثم الفعاليات بنحو 10.8%. يشير هذا التوزيع إلى توازن مدروس بين المحتوى المتخصص الذي يستهدف الباحثين وصناع القرار، والمحتوى التفاعلي الذي يخاطب جمهورًا أوسع.



يوضح هذا الجدول التوزيع المفصل لأنواع المحتوى في حساب ملتقى أسبار، ويعكس هذا التنوع قدرة الملتقى على تلبية احتياجات شرائح متعددة من الجمهور؛ بدءًا من الباحثين، والأكاديميين، ووصولًا إلى المهتمين بالشأن العام؛ مما يعزز من فاعلية الحضور الرقمي، ويزيد من اتساع قاعدة المتابعين.

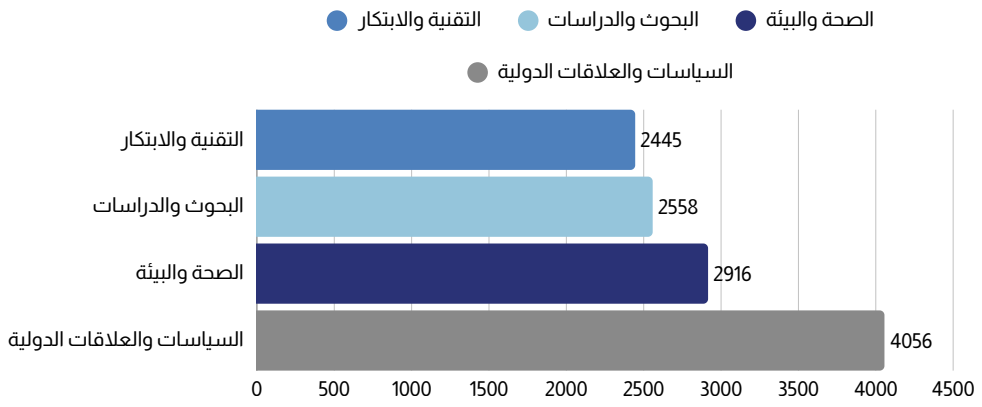
التحليل الموضوعي للمحتوى:

يغطي محتوى ملتقى أسبار تسعة مواضيع رئيسية تمثل اهتماماته البحثية، والإستراتيجية، وتتصدر السياسة والعلاقات الدولية قائمة هذه المواضيع، بمتوسط تفاعل يبلغ 4,056 تفاعلًا لكل تغريدة؛ مما يعكس اهتمامًا واسعًا من قبل جمهور متخصص بهذا المجال الحيوي، وفي المرتبة التالية تأتي البحوث والدراسات بمتوسط تفاعل قدره 2,558 تليها الصحة والبيئة بمتوسط 2,916، ثم التقنية والابتكار بمتوسط 2,445، ويُظهر هذا الترتيب أن القضايا ذات الطابع العملي، والمستقبلي تحظى باهتمام ملحوظ؛ ممايعكس انسجامًا بين توجهات الملتقى واهتمامات جمهوره.

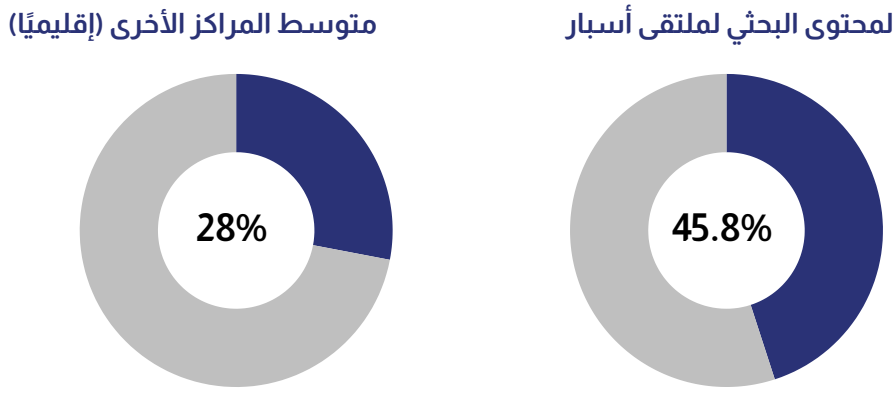
ولتعزيز هذا التوجه تشير البيانات إلى أن المحتوى البحثي يشكل 45.8% من إجمالي منشورات الملتقى، وتُعد هذه النسبة مرتفعة؛ وذلك بالمقارنة مع المعدل الإقليمي لمراكز الفكر الذي يبلغ 28%، ويؤكد هذا الفارق الكبير على الهوية الأكاديمية للملتقى، وعلى التزامه المستمر بإنتاج المعرفة العلمية، ونشرها بشكل منهجي، ومنتظم يخدم البيئة البحثية، وصناع السياسات.

التحليل الموضوعي للمحتوى

متوسط التفاعل لكل موضوع (عدد التفاعلات لكل تغريدة)



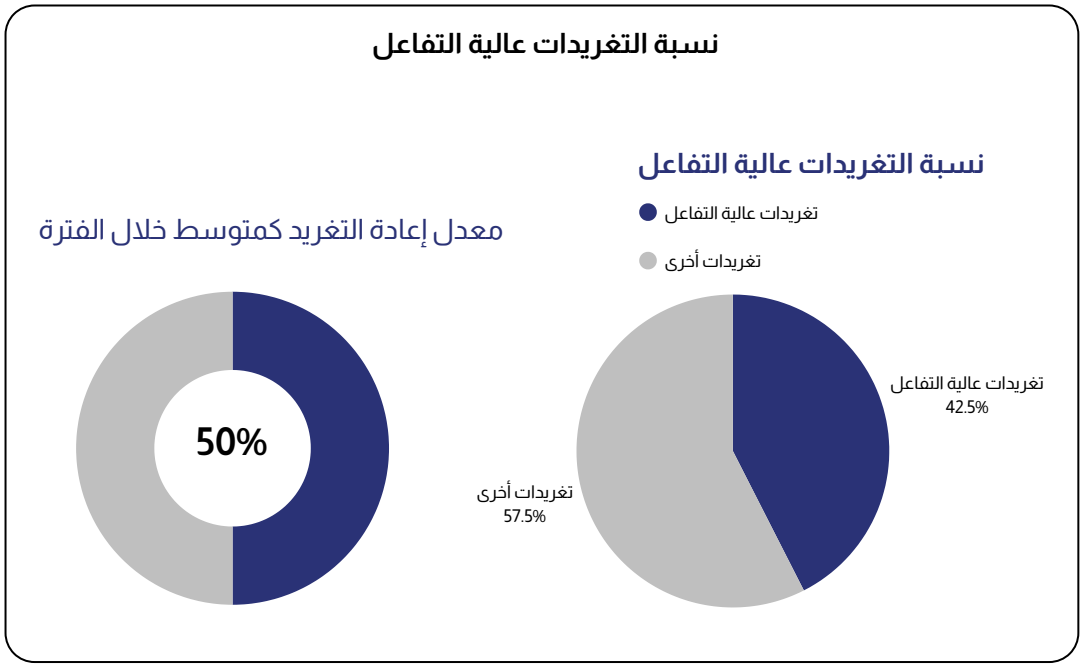
نسبة المحتوى البحثي من إجمالي المنشورات



أنماط المحتوى عالي الأداء:

أظهر التحليل أن 42.5% من تغريدات حساب ملتقى أسبار تحقق مستويات تفاعل عالية تتجاوز 1,000 تفاعل لكل تغريدة،وتُعَدُّ هذه النسبةُ مرتفعةً بشكل لافت؛ وذلك مقارنة بالمعايير العالمية لمراكز الفكر؛ مما يشير إلى فعالية إستراتيجية المحتوى،ونجاحها في تحفيز التفاعل النوعي.

ويُلاحظ أن التغريدات التي تسجل معدلات تفاعل مرتفعة تتميز بمجموعة من الخصائص المشتركة، ويأتي في مقدمتها: التركيز على القضايا المعاصرة، والموضوعات ذات الأولوية العامة، هذا إلى جانب ذلك يُعزز استخدامُ البيانات، والإحصائياتُ الموثوقةُ مصداقيةَ المحتوى، ويزيد من قيمته العلمية، كما أن توقيت النشر يؤدي دورًا مؤثرًا؛ إذ تُظهر التغريدات المرتبطة بالأحداث الجارية تفاعلًا أعلى من غيرها، ويُعزز هذا النمط من المحتوى قابليةَ المشاركةِ؛ إذ سجّلت التغريدات عالية الأداء معدلات إعادة تغريد بنسبة تتراوح 50% كمتوسط خلال الفترة، وهذا يؤكد أهمية الرسائل المنشورة، وقيمتها المضافة لدى الجمهور المتخصص.



تحليل الهاشتاج، ومدى الانتشار الرقمي:

سياسة الهاشتاج الرقمية لملتقى أسبار:

يتبع ملتقى أسبار إستراتيجيةً مدروسةً في استخدام سياسة الهاشتاج الرقمية التي تجمعُ بين التعريف بالهوية المؤسسية من جهة والتركيز على المواضيع المتخصصة من جهة أخرى، ويُظهر التحليلُ أن 85.8% من الهاشتاج المستخدم هو هاشتاج مؤسسية يحمل اسم الملتقى، أو أسماء برامجه؛ وذلك مقابل 14.2% فقط من هاشتاج الموضوعية العامة؛ مما يعكس توجهًا واضحًا نحو تعزيز العلامة المؤسسية، وتثبيت حضورها الرقمي.

ويُعَدُّ هذا التركيزُ على هاشتاج المؤسسية مؤشرًا على المستوى العالي من الوعي بعملية الاتصال؛ حيث يُستخدم هذا الهاشتاج بشكل منتظم لتعزيز الهوية، وتسهيل الوصول إلى المحتوى المرتبط بالملتقى، وفيما يتعلق بالتوزيع التفصيلي تُظهر البيانات أن هاشتاج #ملتقى_أسبار يأتي في مقدمة الاستخدام؛ حيث ورد 108 مرات ضمن العينة، يليه هاشتاج #ملتقى_أسبار #التقرير_الشهري بعدد 29 مرة في العينة، ثم مجموعة الهاشتاج #ملتقى_أسبار #بحوث_أسبار #الصحة #البيئة التي ظهرت 24 مرة.

ويوضح الشكل الآتي الاستخدام الإستراتيجي للهاشتاج؛ حيث يتم دمج الهوية المؤسسية مع المواضيع المتخصصة لتحقيق أقصى انتشار، وتأثير، ويعكس هذا النهج قدرة الملتقى على بناء وعي متماسك بالعلامة المؤسسية مع الحفاظ على التخصص الموضوعي في الرسائل المنشورة، وهو ما يدعم أهدافه في التأثير المعرفي، والاتصالي على حد سواء.

صيغة الهاشتاج	التكرار الفعلي من العينة	نوع الهاشتاج
#ملتقى_أسبار	108	مؤسسي
#ملتقى_أسبار #التقرير_الشهري	29	مؤسسي/برنامجي
#ملتقى_أسبار #بحوث_أسبار #الصحة #البيئة	24	مؤسسي/موضوعي
#ملتقى_أسبار #التقنية #الابتكار	23	مؤسسي/موضوعي
#ملتقى_أسبار #خبراء_أسبار #التعليم	23	مؤسسي/برنامجي

انتشار الهاشتاج خارج الحساب الرسمي لملتقى أسبار:

يُظهر التحليلُ وجودَ انتشار نوعي فعّال لهاشتاج ملتقى أسبار خارج الحساب الرسمي؛ حيث تم رصد استخدامه من قِبل ما لا يقل عن ستة حسابات مختلفة، وتشمل هذه الحسابات أكاديميين، وخبراء في السياسات العامة، ومؤسسات بحثية مستقلة؛ ممايدل على امتداد تأثير الملتقى إلى خارج نطاقه المباشر.

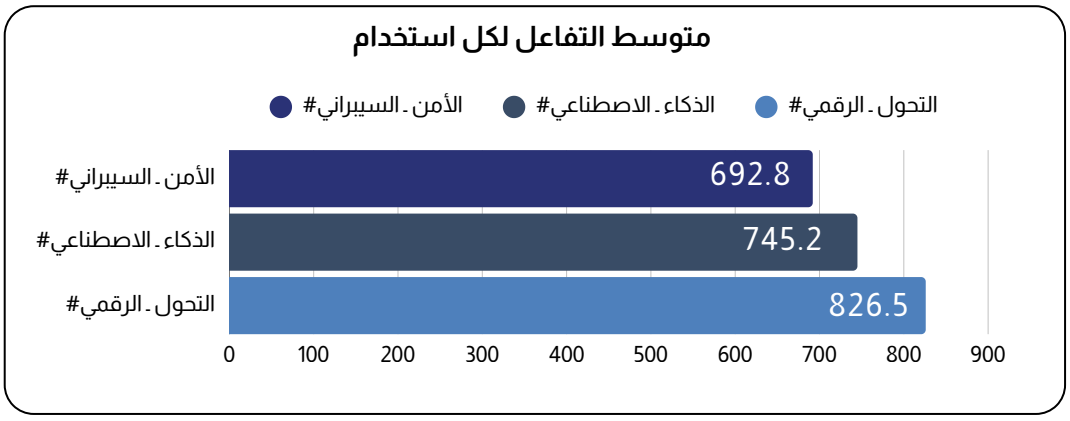
ومن أبرز الأمثلة على هذا الانتشار استخدام د. فهد الحارثي لهاشتاج الملتقى في تغريداته التي تتناول قضايا السياسات العامة، هذا إلى جانب مشاركة د. مشاعل العيسى محتوى الملتقى مصحوبًا بتعليقات تحليلية تضيف بُعدًا إضافيًّا للنقاش، وكذلك يُسجل لمركز أسبار؛ بصفته حسابًا مؤسسيًّا موازيًا استخدام الهاشتاج نفسه في سياقات متنوعة تدعم المحتوى، وتوسّع نطاق وصوله.

ويتميز هذا النوع من الانتشار بفعاليته من الناحية النوعية أكثر من كونه واسع النطاق؛ من حيث العدد؛ إذ يتركز في البيئات الأكاديمية، والمهنية التي تُعنى بالتحليل، وصناعة القرار، ويُعَدُّ هذا النمطُ من الانتشار أكثر فاعلية من الانتشار الجماهيري العام؛ لأنه يصل مباشرة إلى الجمهور المستهدف، ويُسهم في ترسيخ موقع الملتقى ضمن دوائر التأثير المتخصصة.

تحليل فعالية الهاشتاج:

تُظهر البيانات تفاوتًا واضحًا في فعالية الهاشتاج المستخدم؛ من حيث معدلات التفاعل، والانتشار، ويُعَدُّ هاشتاج #التحول_الرقمي الأعلى فعالية بمتوسط 826.5 تفاعلًا لكل استخدام، يليه #الذكاء_الاصطناعي بمتوسط 745.2، ثم #الأمن_السيبراني بمتوسط 692.8 تفاعلًا، ويُشير هذا التفاوت إلى أن المواضيع التقنية، والمستقبلية تحظى باهتمام خاص من جمهور الملتقى؛ مما يفسر الأداء المرتفع للهاشتاج المرتبط بهذه المجالات؛ وذلك مقارنة بغيرها.

وانطلاقًا من هذه النتائج يتضح أن تطوير المحتوى المتعلق بالتقنية، والتحول الرقمي لا يُعَدُّ خيارًا؛ بل ضرورة؛ نظرًا لحجم التفاعل، والإقبال عليه، كما تؤكد هذه المؤشرات قدرة الملتقى على استشراف الاتجاهات الناشئة، والتركيز على موضوعات تتماشى مع أولويات الجمهور المتخصص؛ لا سيما في مجالات السياسات التقنية، والتحول المؤسسي.



التصنيف المهني للجمهور، والمشاهدين:

منهجية تحليل التركيبة المهنية للجمهور:

تم اعتماد منهجية تحليل متقدمة لفهم التركيبة المهنية لجمهور ملتقى أسبار، وترتكز على فحص مباشر للملفات الشخصية للمتفاعلين، وتحليل أنماط التفاعل، ومتابعة سلوكيات المشاركة، والقراءة، وتهدف هذه المنهجية إلى تقديم صورة دقيقة حول طبيعة الجمهور المستهدف، ومدى نجاح الملتقى في الوصول إلى الفئات المهنية ذات الصلة.

ولتحقيق ذلك تم تصنيف الجمهور إلى ست فئات مهنية رئيسة؛ وذلك استنادًا إلى بيانات ظاهرة في الحسابات العامة، مثل:المسميات الوظيفية، والانتماءات المؤسسية، وطبيعة التفاعل مع المحتوى، واعتمد هذا التصنيف على عينة تمثيلية من المتابعين النشطين؛ ممن يظهرون تفاعلًا مستمرًا مع منشورات الملتقى؛ سواءً من خلال الإعجاب، أو إعادة التغريد، أو التعليق.

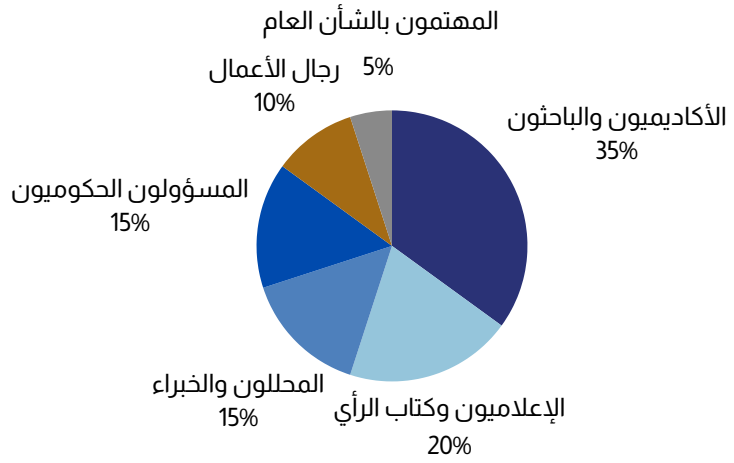
التوزيع المهني للجمهور:

يُظهر التحليل تنوعًا واضحًا في التركيبة المهنية لجمهور ملتقى أسبار؛ بما يعكس قدرة الملتقى على الوصول إلى شرائح متعددة من النخبة المثقفة، والمتخصصة داخل المجتمع السعودي، والعربي، ويُعَدُّ هذا التنوع مؤشرًا على فعالية المحتوى في جذب فئات مهنية مختلفة، وتلبية اهتماماتها المعرفية، وتشمل تلك التركيبة ما يأتي:

- **الأكاديميين، والباحثين (35%)**: تمثل هذه الفئة النواة الأساسية لجمهور الملتقى، وتشمل أساتذة الجامعات، والباحثين في مراكز البحوث، وطلاب الدراسات العليا، ويتسم تفاعلهم بالعمق، والتحليل، ويُظهرون اهتمامًا كبيرًا بالمحتوى البحثي، والدراسات المنهجية، ومن الأمثلة البارزة على ذلك د. الجازي الشبيكي- أستاذ متقاعد بجامعة الملك سعود (8,198 متابعًا) التي تتفاعل بانتظام مع التقارير البحثية، والدراسات الإستراتيجية التي ينشرها الملتقى.
- **الإعلاميين، وكتابَ الرأي (20%)**: تضم هذه الفئة الصحفيين، والمحررين، وكتاب الأعمدة، والمذيعين. ويتسم تفاعلهم بالنشاط، والمشاركة العالية، خصوصًا عبر إعادة التغريد، والتعليق التحليلي، ومن النماذج البارزة د. نادية الشهراني-أكاديمية وكاتبة رأي، وتمتلك حسابًا موثقًا يتابعه أكثر من 27,000 مستخدم، وتشارك محتوى الملتقى مع تعليقات تحليلية تُسهم في توسيع النقاش.
- **المسؤولين الحكوميين (15%)**: تشمل هذه الفئة الوزراء، والمستشارين، ومديري الإدارات الحكومية، وعلى الرغم من أن تفاعلهم العلني أقل من الفئات الأخرى إلا أن ارتفاع نسب المشاهدة للمحتوى السياسي، والإستراتيجي يشير إلى متابعة منتظمة من هذه الفئة، ويُعد هذا الوصولُ إلى دوائر صنع القرار أحدَ أبرز النجاحات الإستراتيجية التي حققها الملتقى.
- **المحللين، والخبراء (15%)**: تضم هذه الفئة المحللين السياسيين، والخبراء الاقتصاديين، والاستشاريين في مجالات متعددة، ويتمثل أسلوب تفاعلهم في تقديم ملاحظات دقيقة، وتعليقات تضيف بُعدًا معرفيًّا للمحتوى؛ مما يعزز من جودة النقاش العام حول القضايا المطروحة.

- **رجال الأعمال (10%)**: تشمل هذه الفئة مديري الشركات، والرؤساء التنفيذيين، والمستثمرين، ويتركز اهتمامهم في المحتوى الاقتصادي، والتقارير التي تتناول بيئة الأعمال، وفرص الاستثمار، والتوجهات السوقية.
- **المهتمين بالشأن العام (5%)**: تمثل هذه الفئة المتابعين المهتمين بالشأن العام، والثقافة؛ ممن لا يندرجون ضمن فئة مهنية محددة، وعلى الرغم من نسبتهم المحدودة إلا أن مساهمتهم مهمة في توسيع نطاق الانتشار، ونقل رسائل الملتقى إلى جمهور غير متخصص.

التوزيع المهني للجمهور:



أنماط التفاعل حسب الفئات المهنية:

يُظهر التحليل المتقدم وجود اختلافات واضحة في أنماط التفاعل بين الفئات المهنية المختلفة، وهو ما يعكس تنوع احتياجاتهم،وطرق استهلاكهم للمحتوى الرقمي الذي يقدّمه ملتقى أسبار، وتساعد هذه الفروقات في توجيه المحتوى بشكل أكثر دقة نحو كل فئة؛ وذلك على النحو الآتي:

الأكاديميون:

تتميّز هذه الفئة بمعدل قراءة عميقة تتراوح بين 15 إلى 20 دقيقة لكل تقرير؛ مما يدل على اهتمامهم بالمحتوى التحليلي، والمراجع التفصيلية؛ فيميلون إلى مشاركة المحتوى عالي الجودة فقط، ويظهرون تفاعلًا دقيقًا مع الروابط، والمصادر العلمية. كما يسجّلون معدل إعادة تغريد مرتفعًا يتراوح بين 65% إلى 75%، وهو أعلى من المتوسط العام لجميع الفئات؛ مما يشير إلى تقديرهم للمواضيع المدعومة بالأدلة، والمنهجيات.

الإعلاميون:

يُظهر الإعلاميون سرعة في التفاعل مع المحتوى غالبًا خلال الساعات الأولى من النشر؛ إذ وتبلغ نسبة مشاركتهم (إعادة التغريد) بين 80% إلى 90%؛ مما يعكس اهتمامهم بتداول المحتوى الموثوق بسرعة، كما يتميزون بإضافة تعليقات تحليلية تثري السياق، وغالبًا ما يربطون بين محتوى الملتقى والأحداث الجارية؛ مما يرفع من قابلية وصول الرسائل إلى جمهور أوسع.

المسؤولون الحكوميون:

تُسجّل هذه الفئة معدلات مشاهدة مرتفعة للمحتوى، خاصة فيما يتعلق بالتقارير السياسية، والإستراتيجية إلا أن تفاعلهم العلني يظل محدودًا نسبيًّا، ويفضل كثير منهم المتابعة بصمت دون مشاركة مباشرة؛ مما يعكس طبيعة أدوارهم الرسمية،وحرصهم على المتابعة دون الإظهار العلني للنشاط الرقمي.

المحللون، والخبراء:

يتميّز المحللون، والخبراء بتفاعل متخصص مع المحتوى المرتبط بمجالات خبرتهم الدقيقة، ويُظهرون مشاركة انتقائية قائمة على جودة المحتوى، ويضيفون تحليلات معمقة من خلال التعليقات، أو الردود؛ مما يعزّز القيمة التحليلية للنقاشات المرتبطة بمنشورات الملتقى.

أنماط تفاعل الجمهور المهني مع محتوى ملتقى أسبار

معدل المشاركة (إعادة التغريد)

الأكاديميون	الإعلاميون	المسؤولون الحكوميون	المحللون والخبراء
65-75%	80-90%	منخفض	غير محدد

خصائص التفاعل

الأكاديميون	الإعلاميون	المسؤولون الحكوميون	المحللون والخبراء
• قراءة متعمقة • مشاركة انتقائية • تفاعل مع المراجع والمصادر	• سرعة في النشر • تعليقات تحليلية • ربط بالأحداث الجارية	• مشاهدة مرتفعة • تفاعل غير معلن • تركيز على المحتوى السياسي والاستراتيجي	• تعليقات متخصصة • تحليلات معمقة • اهتمام بالتقارير المرتبطة بالمجال المهني

تحليل سلوك المشاهدين:

يكشف التحليل المتقدم لسلوك المشاهدين عن أنماط متميزة تشير إلى جودة الجمهور، وعمق اهتمامه بالمحتوى المنشور، وقد تم تصنيف المشاهدين إلى أربع فئات رئيسية؛ وذلك بناءً على طبيعة التفاعل، ومعدلات الاستجابة؛ بما يساعد في فهم كيفية استهلاك المحتوى، وتقدير تأثيره الفعلي، وتشمل هذه الفئات ما يأتي:

1.المشاهدين ذوي معدلات التفاعل المرتفعة (5.1%):

تمثل هذه الفئة مجموعة من التغريدات التي تجاوزت 10,000 مشاهدة، وحققت معدل تفاعل أعلى من 8%. وتشمل هذه التغريدات ما يُعرف بالمحتوى الفيروسي الذي ينتشر خارج نطاق المتابعين المباشرين، ويصل إلى جمهور جديد، ويُعَدُّ هذا النوعُ من التفاعل مؤشرًا على قدرة المحتوى على تجاوز الحلقات الضيقة، وتحقيق انتشار واسع.

2.المشاهدين ذوي معدلات التفاعل المتوسطة (40.3%):

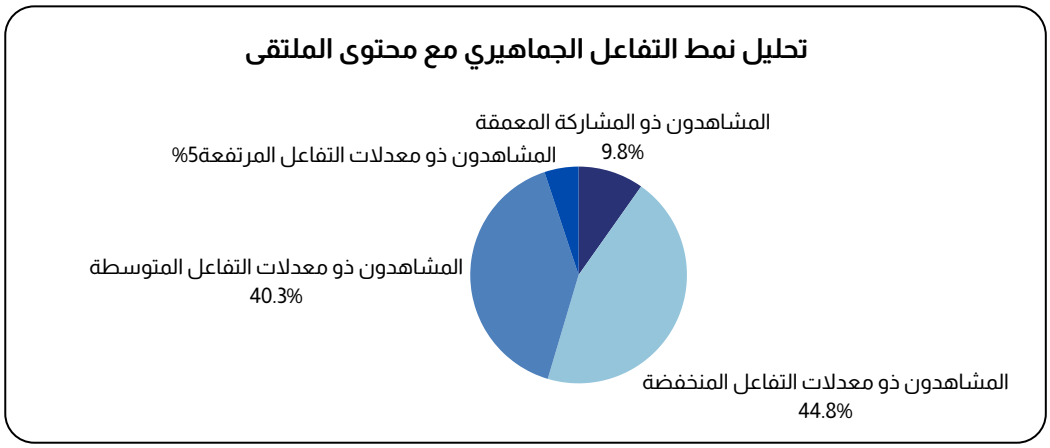
تشكل هذه الفئة الجمهور الأساسي للملتقى، وتضم المتابعين المتخصصين الذين يُظهرون تفاعلًا منتظمًا، ومتزنًا، ويعكس سلوك هذه الفئة وجود قاعدة مستقرة، ومهتمة من الجمهور تتابع المحتوى باستمرار؛ مما يمثل النواة الصلبة للمجتمع الرقمي المحيط بالملتقى.

3.المشاهدين ذوي معدلات التفاعل المنخفضة (44.8%):

يتابع أفراد هذه الفئة المحتوى بشكل منتظم، لكن دون تفاعل علني كبير، مثل: الإعجاب، أو إعادة التغريد، ومع ذلك لا يمكن اعتبار هذا السلوك مؤشرًا على ضعف الاهتمام؛ بل قد يعكس طبيعة استخدام المحتوى كمادة للقراءة الصامتة، أو كمرجع دون الحاجة إلى مشاركة مباشرة.

4. المشاهدين ذوي المشاركة العميقة (9.8%):

تشمل هذه الفئة تغريدات سجلت معدلات ردود مرتفعة؛ وذلك مقارنة بعدد المشاهدات، وهو ما يُشير إلى أن المحتوى جذب الانتباه بدرجة عالية، ودفع المتابعين إلى التعليق، والنقاش، ويمثل هذا النمط دليلًا على وجود محتوى يثير التفكير، ويحفّز الحوار، ويُعَدُّ من المؤشراتِ المهمةِ على عمق التفاعل، وجودة الطرح.



تحليل الأداء المتكامل

يتناول هذا القسم تقييماً متكاملًا يجمع بين تحليل SWOT وتوصيات نوعية لتحليل المشاعر والمحتوى منخفض الأداء، بهدف تقديم فهم أوسع يتجاوز حدود المؤشرات الكمية.

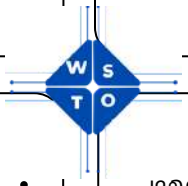
(أ) تحليل SWOT الرباعي المتكامل

نقاط القوة

- **معدل تفاعل مرتفع 5.01٪:** يتجاوز المعايير العالمية ويعكس ارتباطًا قويًا بالجمهور.
- **محتوى بحثي عالي الجودة 45.8%:** يعزز مكانة الملتقى كمصدر أكاديمي موثوق.
- **جمهور نخبوي ومؤثر:** يضم نسبة عالية من الأكاديميين 35%، والإعلاميين 20%، والمسؤولين الحكوميين 15%.
- **تغطية موضوعية متنوعة: تشمل 9 مواضيع رئيسية تُنشر بانتظام، ما يضع الملتقى في موقع متقدم مقارنة بمراكز الفكر العالمية.**

نقاط الضعف

- **اعتماد مفرط على الهاشتاج المؤسسي:** تمثل 85.8% من الهاشتاج طابعًا مؤسسيًا، ما قد يحد من الانتشار العضوي في النقاشات العامة.
- **تباين في أداء المحتوى:** لا تحقق 57.5% من التغريدات مستويات تفاعل عالية، مما يستدعي تحليلًا لفهم أسباب هذا الأداء المنخفض.
- **تفاعل غير معلن من فئة واسعة من الجمهور:** يتابع 44.8% من المشاهدين دون تفاعل واضح، ما يصعب قياس الأثر الحقيقي للحساب.



الفرص

- **التحويل الرقمي المتسارع:** تزايد اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية كمصادر للمعلومة والتحليل يعزز فرص الوصول والتأثير.
- **مواضيع ذات تفاعل مرتفع:** الذكاء الاصطناعي، الاستدامة، والتحول الرقمي تشكل مجالات نمو يمكن استثمارها لتعزيز الحضور الرقمي.
- **إمكانية التوسع الدولي:** تقديم محتوى متعدد اللغات وبناء شراكات مع مؤسسات بحثية عالمية يفتح آفاقًا للوصول إلى جمهور أوسع.
- **توظيف التقنيات الناشئة:** استخدام البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي لتخصيص المحتوى ورفع كفاءة التفاعل

التحديات

- **تغير خوارزميات منصات التواصل:** التحديات المستقبلية في خوارزميات تويتر قد تؤثر بشكل مفاجئ على مدى وصول المحتوى وتفاعله.
- **المنافسة الرقمية المتزايدة:** تزايد عدد مراكز الفكر والجهات البحثية المنافسة على جذب اهتمام الجمهور المتخصص يعزز تحديات الحفاظ على الحصة الرقمية.
- **الإرهاق المعلوماتي:** كثافة المحتوى قد يسبب إرهاقًا للجمهور المتخصص، ما يتطلب تطوير استراتيجيات فعالة للحفاظ على التركيز والتفاعل المستمر.

(ب) توصية بتحليل نوعي للمشاعر والمحتوى

1. تحليل المشاعر (SENTIMENT ANALYSIS):

لفهم أعمق لجودة التفاعل، يُوصى مستقبلًا بإجراء تحليل للمشاعر على الردود البالغ عددها 91,822 رداً. سيوضح هذا التحليل ما إذا كانت النقاشات والمداخلات ذات طابع إيجابي أو سلبي أو محايد، مما يوفر مؤشراً دقيقاً على السمعة الرقمية للملتقى وطبيعة العلاقة مع جمهوره، وهو بُعد لا تكشفه المقاييس الكمية وحدها.

2. تحليل المحتوى منخفض الأداء:

بدلًا من التركيز فقط على المحتوى عالي التفاعل، من المهم إجراء تحليل مخصص للتغريدات التي لم تحقق أداء مرتفعاً، والتي تمثل 57.5% من إجمالي التغريدات. ينبغي أن يستهدف التحليل تحديد الخصائص المشتركة لهذا النوع من المحتوى، مثل ما إذا كانت تغريدات إدارية، أو تفتقر إلى عناصر مرئية، أو نُشرت في توقيت غير مناسب. سيسهم هذا في توفير رؤى عملية لتفادي هذه الأنماط وتحسين متوسط الأداء العام.

المقارنة المرجعية، وتحليل المشهد التنافسي:

مقارنة مع مراكز الفكر العالمية:

يُظهر التحليل المقارن أن ملتقى أسبار يحتل موقعًا متقدمًا بين مؤسسات الفكر، والبحث الدولية؛ من حيث الأداء الرقمي،والتأثير المعرفي؛ وذلك عند مقارنة الحساب مع جهات مرجعية، مثل: معهد بروكينغز (BROOKINGS INSTITUTION)، ومجلس العلاقات الخارجية (COUNCIL ON FOREIGN RELATIONS)، ومعهد تشاتام هاوس (CHATHAM HOUSE)، ويتضح تفوق ملتقى أسبار من خلال عدة مؤشرات، وهي التي تشمل ما يأتي:

معدل التفاعل:

بلغ معدل التفاعل لحساب ملتقى أسبار 5.01% مقابل 1.2% لبروكينغز، و0.8% لمجلس العلاقات الخارجية، و1.5% لتشاتام هاوس، وهذا الفارق الكبير يعكس قوة الارتباط بين أسبار وجمهوره الرقمي، ويشير إلى فعالية المحتوى؛ من حيث الجاذبية،والتوقيت، والاستجابة.

نسبة المحتوى البحثي:

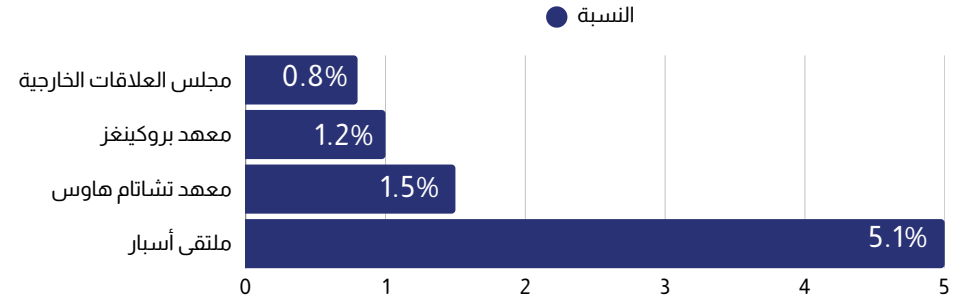
يخصص ملتقى أسبار 45.8% من منشوراته للمحتوى البحثي، والدراسات؛ وذلك مقارنة بـ 35% لبروكينغز، و28% لمجلس العلاقات الخارجية، و42% لتشاتام هاوس، وهذه النسبة تعزز موقع الملتقى؛ بصفته مصدرًا أكاديميًّا رصينًا، وتؤكد التزامه بإنتاج محتوى علمي متخصص يخاطب صناع القرار، والباحثين.

تنوع الموضوعات:

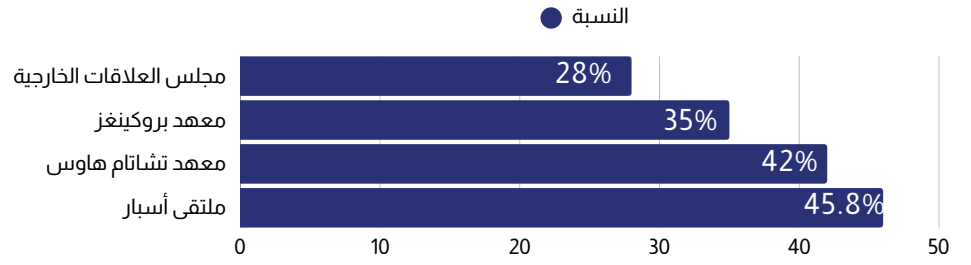
يغطي ملتقى أسبار 9 مواضيع رئيسية بانتظام نسبي تشمل السياسة، والاقتصاد، والتقنية، والتعليم، والبيئة، والصحة، وبالمقارنة تتراوح تغطية المؤسسات الأخرى بين 6 و7 مواضيع رئيسية، وهذا الاتساع في الطرح يعكس توجهًا إستراتيجيًّا نحو الشمولية المعرفية، والاستجابة لمتطلبات الجمهور المتنوع.

تحليل مقارن للأداء الرقمي لملتقى أسبار مقارنة مع أبرز مراكز الفكر العالمية

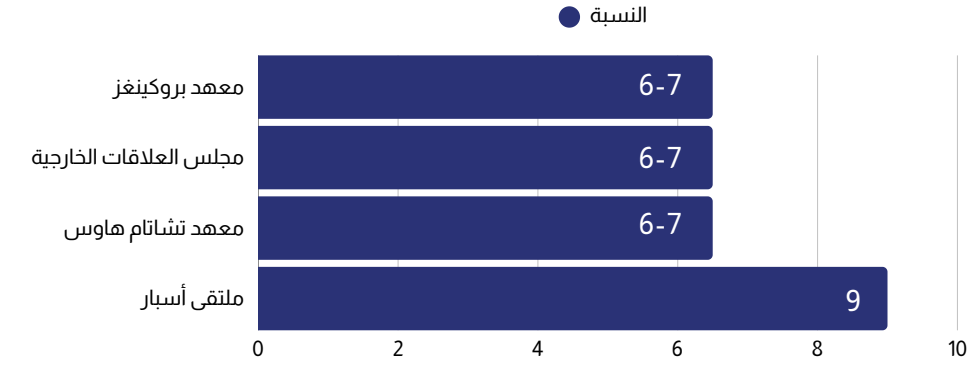
أولًا: معدل التفاعل



ثانيًا: نسبة المحتوى البحثي من إجمالي المنشورات



ثالثًا: عدد المواضيع الرئيسية المغطاة



مقارنة مع مراكز الفكر العربية:

على المستوى العربي يتصدر ملتقى أسبار بوضوح؛ من حيث الأداء الرقمي، والقدرة على التأثير في النقاشات الإستراتيجية؛ وذلك عند المقارنة مع جهات مرجعية، مثل: مركز الإمارات للدراسات، والبحوث الإستراتيجية، ومركز الأهرام للدراسات السياسية،والإستراتيجية، ومعهد العالم العربي في باريس، ويمكن الاسترشاد بعدد من مؤشرات التفوق التي تعزز موقع ملتقى أسبار بين مراكز الفكر العربية؛ وذلك على النحو الآتي:

الوصول، والانتشار:

يحقق ملتقى أسبار متوسط مشاهدات يبلغ 5,739 مشاهدة لكل تغريدة مقابل 2,100 لمركز الإمارات، و1,800 لمركز الأهرام، و3,200 لمعهد العالم العربي، ويعكس هذا الفارق الكبير انتشارًا واسعًا، وثقة ملحوظة في المحتوى الرقمي الصادر عن الملتقى؛ مما يدل على قوة حضوره الرقمي في الفضاء العربي.

جودة التفاعل:

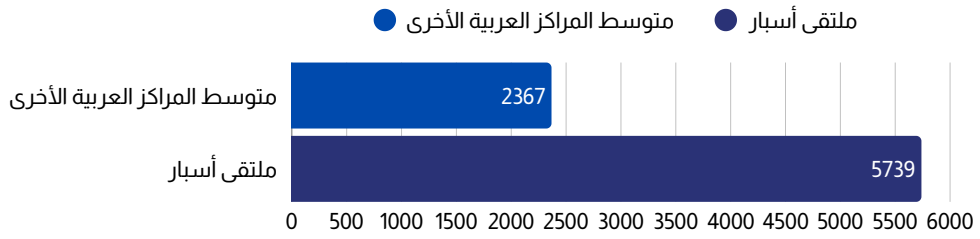
يُظهر جمهور ملتقى أسبار نمطًا تفاعليًّا عالي الجودة؛ حيث تبلغ نسبة التعليقات المتخصصة 78% من إجمالي الردود؛ وذلكمقارنة بـ 45% في المتوسط لدى المراكز العربية الأخرى، وهذا يشير إلى أن التفاعل مع محتوى الملتقى لا يقتصر على إعادة النشر، أو الإعجاب؛ بل يتضمن مداخلات تحليلية تعكس وعيًا معرفيًّا لدى الجمهور المستهدف.

الاستمرارية، والانتظام:

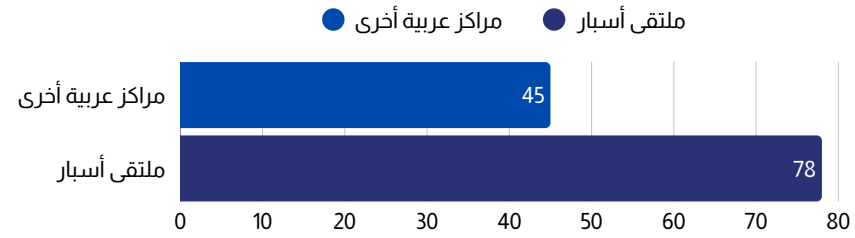
يحافظ ملتقى أسبار على وتيرة نشر منتظمة بمتوسط 1.2 تغريدة يوميًّا؛ وذلك مقارنة بـ 0.8 تغريدة يوميًّا لدى معظم المراكز الأخرى، وهذا الانتظام في النشر يعزز من فرص الوصول المستمر، ويساعد على ترسيخ علاقة ثابتة مع المتابعين.

أداء ملتقى أسبار مقابل مراكز الفكر العربية

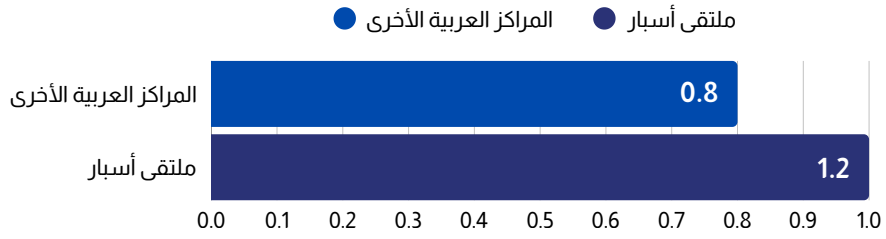
أولًا: متوسط المشاهدات لكل تغريدة



ثانيًا: نسبة التعليقات المتخصصة من إجمالي الردود



ثالثًا: معدل النشر اليومي (تغريدات/يوم)



تحليل نقاط القوة التنافسية:

يمتلك ملتقى أسبار مجموعة من نقاط القوة التنافسية التي تجعله متفوقًا على العديد من المؤسسات المشابهة على المستويات المحلية، والإقليمية، والعالمية، وهذه النقاط تعكس تميّزه الإستراتيجي في مجالات النشر، والتواصل، والتأثير، وتشمل أبرزها ما يأتي:

التخصص المتوازن:

يجمع الملتقى بين التخصص العميق في مجالات معرفية محددة والتغطية الشاملة للقضايا الإستراتيجية العامة، وهذا التوازن يسمح له بالوصول إلى جمهور متنوع دون التفريط في هويته الفكرية، كما يُمكّنه من مخاطبة فئات متعددة، مثل: الأكاديميين،وصناع القرار، والإعلاميين؛ وذلك بطرح متماسك، وموثوق.

الجودة الأكاديمية:

يعتمد الملتقى في إنتاجه المعرفي على منهجيات بحثية واضحة، ومراجع علمية موثوقة، ولغة دقيقة، وهذا الالتزام بالمعايير الأكاديمية يعزز من مكانته؛ بصفته مصدرًا موثوقًا في الأوساط البحثية، والجامعية، ويمنحه مصداقية عالية لدى المهتمين بالسياسات العامة.

التوقيت الإستراتيجي:

يُظهر ملتقى أسبار قدرة لافتة على اختيار توقيت النشر بدقة؛ حيث يواكب القضايا الملحة، ويقدم محتوى تحليليًّا في اللحظة المناسبة، وهذا التفاعل الزمني يعزز من تأثيره في النقاشات العامة، ويزيد من فرص وصوله إلى صناع القرار، والمهتمين بالشأن العام.

التفاعل النوعي:

يركز الملتقى على بناء مجتمع متخصص من المتابعين يتميز بجودة التفاعل أكثر من غالبيته، وتظهر الردود، والمشاركات تحليلات معمقة، ونقاشات رصينة؛ مما يدل على نجاحه في جذب جمهور نخبوي ذي توجه بحثي، وإستراتيجي.

التوصيات الإستراتيجية، والخطة التطويرية:

- **التوصيات قصيرة المدى (3-6 أشهر):**

في ضوء نتائج التحليل الشامل لأداء حساب ملتقى أسبار تبرز مجموعة من التوصيات العملية التي يمكن تنفيذها خلال المدى القصير؛ وذلك لتعزيز الحضور الرقمي، وزيادة التأثير، وتشمل ما يأتي:

تعزيز المحتوى التفاعلي:

من المهم العمل على رفع نسبة التغريدات التي تحقق تفاعلًا عاليًا من المستوى الحالي البالغ 42.5% إلى 55% خلال الأشهر الستة القادمة، ويمكن الوصول إلى هذا الهدف من خلال زيادة التركيز على المواضيع الساخنة ذات الصلة بالاهتمامات العامة، واستخدام المحتوى المرئي، مثل: الرسوم البيانية، والإنفوجراف، وطرح أسئلة محفزة للنقاش تشجع المتابعين على التفاعل النوعي، والمباشر مع المحتوى المنشور.

تطوير إستراتيجية الهاشتاج:

يوصى بإنشاء هاشتاج جديد يُركز على الاتجاهات المستقبلية لتعزيز الحضور الرقمي، وجذب جماهير جديدة، ومن أبرز المقترحات: #مستقبل_العمل، و#الاقتصاد_الأخضر، و#الحوكمة_الرقمية، ومن شأن ذلك الهاشتاج المساعدة في إيصال محتوى الملتقى إلى فئات مهنية متخصصة تهتم بالسياسات المستقبلية، والتقنيات الجديدة.

تحسين توقيت النشر:

تحليل بيانات الأداء السابقة ضروري لتحديد الأوقات المثلى لنشر كل نوع من المحتوى؛ وفقًا للفئة المستهدفة، ويُقترح تطوير جدول نشر محسّن؛ بناءً على هذا التحليل؛ بما يساعد على زيادة نسب الوصول، والتفاعل بنسبة تتراوح بين 20% و30%، والتوقيت الفعال يعزز من احتمالية ظهور المحتوى في الوقت المناسب لجمهوره الأساسي.

زيادة التفاعل المجتمعي:

ينبغي إطلاق مبادرات شهرية تشجع على التفاعل المباشر؛ بما يسهم في توسيع المجتمع الرقمي للملتقى، وتعميق العلاقة مع المتابعين، وتشمل هذه المبادرات: جلسات أسئلة، وأجوبة مع خبراء، واستطلاعات رأي حول قضايا الساعة، ومسابقات بحثية موجهة للطلاب، والباحثين الشباب، وهذا النوع من التفاعل يزيد من ولاء الجمهور، ويرسخ حضور الملتقى؛ بوصفه منصة فكرية نشطة.

- **التوصيات متوسطة المدى (6-18 شهر):**

في ضوء نتائج التحليل الشامل لأداء حساب ملتقى أسبار تبرز مجموعة من التوصيات العملية التي يُنصح بتنفيذها؛ وذلك خلال الفترة المتوسطة لتعزيز التأثير الرقمي، وتوسيع نطاق الحضور المعرفي، وتشمل ما يأتي:

توسيع التغطية الموضوعية:

ينبغي للملتقى أن يضيف مجالات جديدة إلى خارطة اهتمامه، مثل: الذكاء الاصطناعي، والتحول الرقمي، والاستدامة البيئية، والأمن السيبراني؛ إذ إن هذه الموضوعات تشهد اهتمامًا متزايدًا على المستويين: الأكاديمي، والسياسي، وتحقق تفاعلًا عاليًا بين جمهور المتخصصين، وإدراجها ضمن المحتوى يعزز من قدرة الملتقى على البقاء مواكبًا للاتجاهات الإستراتيجية الكبرى.

تطوير المحتوى متعدد الوسائط:

يُوصَى بتوسيع استخدام الوسائط التفاعلية، والمرئية؛ بما في ذلك الفيديوهات القصيرة التي توضح الأفكار الرئيسية، وتصاميم الإنفوجراف التي تبسط البيانات المعقدة، والبودكاست التحليلي، والعروض التقديمية القابلة للمشاركة، وهذه الأنماط تجذب جمهورًا مختلفًا، خاصة فئة الشباب، وتزيد من وقت التفاعل مع المحتوى.

بناء شراكات إستراتيجية:

يمثل التعاون مع مؤسسات فكرية، وإعلامية رائدة فرصة لتعزيز الحضور الدولي للملتقى، ويمكن أن تشمل هذه الشراكات نشر محتوى مشترك، وتبادل بيانات، ودراسات، أو تنظيم فعاليات رقمية مشتركة، والتعاون مع جامعات مرموقة، وأيضًا يمنح المحتوى الأكاديمي للملتقى شرعية أوسع، وتأثيرًا أعمق.

إنشاء منصة رقمية متكاملة:

من المهم العمل على تطوير موقع إلكتروني شامل يضم جميع محتويات الملتقى في مكان واحد؛ وذلك مع توفير أدوات بحث ذكية، وتنظيم المحتوى؛ حسب الموضوع، والزمن، وإضافة خدمات تفاعلية، مثل: الاشتراك في المحتوى، والتوصيات الذكية، وهذا يسهل الوصول إلى المواد البحثية، ويزيد من اعتماد الباحثين، والمهنيين على المنصة؛ بصفتها مصدرًا موثوقًا.

- **التوصيات طويلة المدى (18-36 شهر):**

في ضوء نتائج التحليل الشامل لأداء حساب ملتقى أسبار تبرز مجموعة من التوصيات التي يُنصح بتبنيها على المدى الطويل؛ وذلك لتعزيز التأثير الرقمي، وتوسيع الحضور المعرفي، وتحقيق استدامة إستراتيجية لمكانة الملتقى؛ بوصفه مركز فكر متقدم،وفيما يأتي أبرز التوصيات:

التوسع الإقليمي، والدولي:

ينبغي للملتقى العمل على توسيع نطاق الوصول خارج النطاقين: المحلي، والعربي؛ وذلك من خلال تقديم محتوى باللغة الإنجليزية، والفرنسية لجذب جمهور دولي، ويشمل ذلك: ترجمة الدراسات، والتقارير، وتفعيل حسابات متعددة اللغات على المنصات الرقمية، كما يُوصى بتعزيز العلاقات مع مراكز الفكر الأجنبية، والمشاركة المنتظمة في المؤتمرات الدولية؛ بما في ذلك الحضور كمتحدث رسمي في المنتديات العالمية ذات الصلة بالسياسات العامة، والإستراتيجية.

تطوير برامج تدريبية:

يمكن للملتقى توسيع أثره المعرفي من خلال إنشاء "أكاديمية أسبار الرقمية"، وهي منصة تدريبية تهدف إلى تنمية مهارات الباحثين الشباب، وصناع القرار في مجالات البحث، والتحليل، وصياغة السياسات، وتركز البرامج على أدوات التحليل الإستراتيجي، وإعداد الدراسات النوعية، واستخدام البيانات في اتخاذ القرار، وهذه المبادرة تعزز من الدور التعليمي،والتأهيلي للملتقى، وتزيد من ارتباطه بالأجيال القادمة من المهنيين.

إنشاء مؤشرات متخصصة:

يوصى بتطوير مؤشرات دورية، وتحليلية في مجالات رئيسية، مثل: الحوكمة، والتنافسية، والابتكار، والاستدامة، وهذه المؤشرات تُنشر بشكل منتظم، وتعتمد على منهجيات موثوقة، وبيانات محلية، وإقليمية، وستمكّن هذه الخطوة الملتقى من تأدية دور مرجعي في متابعة الأداء الوطني، والإقليمي، وستجعله مصدرًا معتمدًا للبيانات في التقارير، والأبحاث الأكاديمية، والإعلامية.

التحول نحو الذكاء الاصطناعي:

يمثل الذكاء الاصطناعي خطوة إستراتيجية لتحديث أدوات الملتقى في تحليل البيانات، وتخصيص المحتوى، ويمكن اعتماد خوارزميات تعلم الآلة لتحليل سلوك الجمهور، والتنبؤ باتجاهات النقاش العام، وتقديم توصيات ذكية للمحتوى الأكثر ملاءمة لكل فئة، وهذه الخطوة لا تعزز فقط كفاءة المحتوى؛ بل ترفع من جاهزية الملتقى للمستقبل الرقمي سريع التغير.

مؤشرات الأداء المقترحة:

لضمان قياس التقدم نحو تحقيق الأهداف الإستراتيجية، وتحسين فعالية الأداء الرقمي يُوصى بتبني منظومة مؤشرات أداء متكاملة، وتنقسم المؤشرات المقترحة إلى نوعين رئيسيين: مؤشرات كمية تقيس النتائج الرقمية المباشرة، مثل: معدلات التفاعل،وعدد المتابعين، ومؤشرات نوعية تركز على جودة التفاعل، ومستوى التأثير في البيئة المعرفية، والإعلامية، والجمع بين هذين النوعين يوفّر رؤية متكاملة تساعد في قياس التقدم بدقة، واتخاذ قرارات مبنية على بيانات.

أولًا: المؤشرات الكمية QUANTITATIVE KPIS

أ. رفع معدل التفاعل ENGAGEMENT RATE

الهدف من هذا المؤشر هو رفع معدل التفاعل من 5.01% إلى 6.5% خلال فترة زمنية قدرها 12 شهراً. ويُقاس هذا المعدل شهرياً باستخدام معادلة واضحة تعتمد على قسمة مجموع الإعجابات وإعادة التغريد والردود على إجمالي عدد المشاهدات، ما يتيح متابعة دقيقة لمستوى تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور، أي ان معدل التفاعل = (إجمالي الإعجابات + إعادة التغريد + الردود) ÷ إجمالي المشاهدات.

ب-زيادة متوسط المشاهدات لكل تغريدة

يهدف هذا المؤشر إلى رفع متوسط عدد المشاهدات لكل تغريدة من 5,739 إلى 7,500 مشاهدة، وذلك خلال فترة محددة. ويتم قياس هذا المؤشر شهرياً من خلال لوحة تحكم تحليلية تتابع أداء المحتوى وتقيّم مدى وصوله للجمهور المستهدف بدقة وانتظام.

ج-.زيادة نسبة المحتوى عالي الأداء

يهدف هذا المؤشر إلى زيادة نسبة التغريدات التي تتجاوز 1,000 تفاعل من 42.5% إلى 60% من إجمالي التغريدات. ويتم ذلك من خلال إجراء تحليل أسبوعي منتظم للتغريدات المنشورة، وتصنيفها بحسب مستوى أدائها، بما يتيح رصد التحسن المستمر وتحديد عوامل النجاح في المحتوى عالي التفاعل.

المؤشرات الكمية QUANTITATIVE KPIS

معدل التفاعل

النسبة الحالية 5%

الهدف 25%

فترة القياس= 12شهر

أداة القياس

المعادلة= (الإعجابات + إعادة التغريد +الردود)÷ إجمالي المشاهدات

متوسط المشاهدات لكل تغريدة

القيمة الحالية = 5,739

الهدف = 7500

الفترة الزمنية= شهريًا

أداة القياس:

لوحة تحكم تحليلية

نسبة المحتوى عالي الأداء

النسبة الحالية 43%

الهدف 60%

الفترة الزمنية= أسبوعيًا

أداة القياس:

تحليل أسبوعي لأداء التغريدات

ثانياً: المؤشرات النوعية QUALITATIVE KPIS

أ. تحسين جودة الحوار والنقاش

يتمثل الهدف الاستراتيجي في تحويل قسم التعليقات إلى مساحة حوار فكري متخصص تعكس جودة التفاعل مع المحتوى. ولتحقيق ذلك، تُجرى عملية تحليل محتوى شهري لعينة عشوائية من التعليقات (مثال: 100 تعليق)، يتم تصنيفها إلى ثلاث فئات: (1) تعليقات تحليلية/متخصصة، (2) آراء عامة، و(3) تعليقات غير ذات صلة. ويتمثل الهدف القابل للقياس لهذا المؤشر في رفع نسبة التعليقات التحليلية/المتخصصة لتصل إلى 40% من إجمالي التعليقات خلال فترة زمنية لا تتجاوز 6 أشهر.

ب. زيادة مشاركة النخبة والخبراء:

يتمثل الهدف الاستراتيجي لهذا المؤشر في تعزيز مشاركة الخبراء والمتخصصين في النقاشات المرتبطة بالمحتوى المنشور، بما يرفع من جودة التفاعل ويعزز مصداقية المنصة. يتم قياس ذلك من خلال رصد شهري للمتفاعلين وتصنيفهم استناداً إلى ملفاتهم المهنية. ويُحدّد الهدف القابل للقياس بتحقيق تفاعل فعلي (سواء تعليق أو إعادة تغريد مع تعليق) من 50 خبيراً ومتخصصاً بارزاً على الأقل خلال كل فترة زمنية مدتها ثلاثة أشهر.

ج.ترسيخ المكانة كمرجع علمي

يتمثل الهدف الاستراتيجي لهذا المؤشر في زيادة معدلات الاستشهاد بمحتوى الملتقى في الأوساط الأكاديمية والبحثية، بما يعزز مكانته كمرجع علمي موثوق. وتُقاس هذه الزيادة من خلال استخدام أدوات الرصد الرقمي لتتبع الإشارات والاستشهادات (CITATIONS) التي تذكر "ملتقى أسبار" في الدراسات والتقارير المنشورة. أما الهدف القابل للقياس، فيتمثل في تحقيق زيادة سنوية بنسبة 30% في عدد مرات الاستشهاد الموثقة.

المؤشرات النوعية QUALITATIVE KPIS			
م	رفع نسبة التعليقات التحليلية/ المتخصصة	زيادة تفاعل النخبة والخبراء	زيادة عدد الاستشهادات الأكاديمية
الهدف الاستراتيجي	تحويل قسم التعليقات إلى مساحة حوار فكري متخصص	تعزيز مشاركة الخبراء والمتخصصين في النقاشات	ترسيخ مكانة الملتقى كمصدر علمي معتمد
الهدف القابل للقياس	رفع نسبة التعليقات المتخصصة إلى 40% من إجمالي التعليقات خلال 6 أشهر	تحقيق تفاعل أو إعادة تغريد مع تعليق من 50 خبيرًا ،متخصصًا بارزًا كل 3أشهر	تحقيق زيادة سنوية بنسبة 30% في عدد الاستشهادات الموثقة بمحتوى الملتقى
آلية القياس	تحليل شهري لعينة مكونة من 100 تعليق	رصد شهري للمتفاعلين وتصنيفهم بناءً على ملفاتهم المهنية	تتبع الاستشهادات بأدوات الرصد الرقمي

الخلاصة، والاستنتاجات النهائية:

الإنجازات الإستراتيجية المحققة:

يُظهر التحليل الشامل لأداء حساب ملتقى أسبار على مدى نحو عقد من النشاط الرقمي أن الملتقى حقق إنجازات إستراتيجية ملموسة تؤكد فعالية منهجه، واتساقه مع أهدافه المعرفية، والإعلامية؛ فتمكن الملتقى من بناء منصة رقمية ذات حضور متميز؛ إذ تجمع بين الجودة الأكاديمية العالية والتأثير الإستراتيجي الهادف؛ مما عزز مكانته؛ بصفته مصدرًا موثوقًالدى الباحثين، وصناع القرار، والمجتمع المهني.

ويُعد معدل التفاعل المرتفع أبرز مؤشرات هذا النجاح؛ حيث سجل الملتقى نسبة بلغت 5.01% متفوقًا على المعايير العالمية لمراكز الفكر التي تتراوح عادة بين 0.5% و1.2%، وهذا الفارق الكبير يعكس نجاح إستراتيجية المحتوى المعتمدة التي تقوم على انتقاء المواضيع ذات الأهمية، وتقديمها بأسلوب علمي يراعي اهتمامات الجمهور المتخصص.

في السياق ذاته نجح الملتقى في استقطاب جمهور مهني متنوع يضم فئات مؤثرة في المجتمع؛ حيث تُظهر البيانات أن 35% من المتابعين هم من الأكاديميين، والباحثين، و20% من الإعلاميين، وكتّاب الرأي، و15% من المسؤولين الحكوميين، وهذاالتنوع في الجمهور يعكس مدى قدرة الملتقى على الوصول إلى دوائر التأثير، وصياغة النقاش العام حول القضايا الإستراتيجية.

أما من حيث المحتوى؛ فقد حافظ الملتقى على هويته الأكاديمية من خلال تخصيص 45.8% من منشوراته للبحوث،والدراسات، وتُعد هذه النسبة مؤشرًا على التزامه بالجودة العلمية؛ إذ تفوق المعدلات الإقليمية التي لا تتجاوز 28% في معظم مراكز الفكر المماثلة، وهذا التركيز على المحتوى البحثي يعزز مكانة الملتقى؛ بصفته مصدرًا موثوقًا لإنتاج المعرفة، ويزيد من مستويات الثقة لدى جمهوره المستهدف.

التأثير الإستراتيجي، والمكانة المؤسسية:

تؤكد نتائج التحليل أن ملتقى أسبار تجاوز دوره التقليدي؛ بوصفه مركز فكر إلى موقع أكثر تأثيرًا في المشهد المعرفي، والإستراتيجي؛ إذ لم يعد يكتفي بإنتاج المحتوى؛ بل أصبح طرفًا فاعلًا في تشكيل النقاشات، والسياسات العامة، والدليلعلى ذلك أن 15% من جمهوره المتفاعل هم من المسؤولين الحكوميين؛ مما يعكس حضورًا مباشرًا في دوائر صنع القرار، وفيالوقت ذاته يشكل الأكاديميون، والإعلاميون شريحة واسعة من المتابعين؛ مما يضمن نشر الأفكار، والرؤى المنتجة من الملتقى في الأوساط المتخصصة، والمهتمة.

ويُعزز هذا التأثيرَ انتشارُ عددٍ من الهاشتاج الخاص بالملتقى خارج الحساب الرسمي؛ حيث يستخدمها خبراء، وأكاديميون مستقلون في تغريداتهم، وتحليلاتهم، وهذا الانتشار العضوي يشير إلى أن تأثير الملتقى لا يقتصر على المنصة الخاصة به؛ بل يمتد إلى الحوارات العامة على تويتر، ومثل هذا النوع من الحضور النوعي يعكس عمق التأثير، ويتجاوز مجرد المقاييس الكمية التقليدية، مثل: عدد علامات الإعجاب، أو المشاهدات.

وفي ضوء هذا النشاط الرقمي، والمعرفي للملتقى يُبرز التحليل أن الملتقى يتفوق على عدد من مراكز الفكر العالمية في مؤشرين رئيسيين: معدل التفاعل، ونسبة المحتوى البحثي؛ وذلك من إجمالي المنشورات، وهذه المؤشرات تعكس القدرة على الجمع بين الحضور الرقمي والتخصص الأكاديمي، وتؤكد أن المؤسسات البحثية العربية قادرة على المنافسة عالميًّا عندما تتوفر لها الرؤية،والإستراتيجية، والالتزام بالمعايير.

التحديات، والفرص المستقبلية:

رغم الإنجازات التي حققها ملتقى أسبار إلا أن البيئة الرقمية المتغيرة تفرض مجموعة من التحديات التي تتطلب استجابة إستراتيجية دقيقة، وتتمثل أبرز هذه التحديات في الحفاظ على جودة المحتوى الأكاديمي؛ وذلك في ظل اتساع قاعدة النشر،وارتفاع التوقعات من الجمهور؛ فالتوازن بين الكم والنوع يُعَدُّ مطلبًا أساسيًّا للاستمرار في تقديم قيمة معرفية حقيقية، وكذلكيمثل التوسع الدولي تحديًا إضافيًّا؛ إذ يتطلب هذا الاستثمار في إعداد محتوى متعدد اللغات، وبناء شراكات فاعلة مع مؤسسات بحثية، وإعلامية في الخارج؛ وذلك لضمان الوصول إلى جمهور أوسع دون فقدان الخصوصية المعرفية.

وفي المقابل تفتح المرحلة القادمة آفاقًا واسعة للفرص المستقبلية، خصوصًا مع تسارع التحول الرقمي عالميًّا، واعتماد الجمهور بشكل متزايد على المنصات الرقمية؛ بوصفها مصدرًا للمعلومة، والتحليل، ويشكل هذا التوجه فرصة إستراتيجية لتعزيز حضور الملتقى، خاصة في المواضيع ذات النمو العالي، مثل: الذكاء الاصطناعي، والاستدامة، والتحول الرقمي، كما أن توظيف التقنيات الناشئة، مثل: تحليل البيانات الضخمة يتيح للملتقى تطوير منتجات معرفية مخصصة، وتحسين فعالية الوصول إلى الجمهور المستهدف، ويعني ذلك أن الفرصة الذهبية تكمن في استثمار نقاط القوة الحالية مع معالجة التحديات بمقاربات علمية،وابتكارية تضمن استدامة التأثير، وتوسيع نطاقه محليًّا، ودوليًّا.

التوجهات الإستراتيجية المستقبلية:

في ضوء نتائج التحليل الشامل لأداء حساب ملتقى أسبار يتضح أن هناك حاجة لتبني توجهات إستراتيجية محددة تضمن الحفاظ على المكتسبات الحالية، وتزيد من تعزيز فرص النمو المستقبل، وخاصة أن المرحلة القادمة تتطلب تركيزًا أكبر على محاور محددة ترتبط بالتحولات التقنية، والسياق العالمي المتغير؛ وعليه يوصى بأن يركز ملتقى أسبار على ثلاثة محاور رئيسية لضمان الاستمرارية، والتطور؛ وذلك على النحو الآتي:

التوسع النوعي:

من المهم أن يعزز الملتقى حضوره في المجالات المعرفية الناشئة، مثل: الذكاء الاصطناعي، والحوكمة الرقمية، والاستدامة، والأمن السيبراني مع الحفاظ على المعايير الأكاديمية، والمنهجية الصارمة التي تميّز محتواه، وهذا التوسع يتيح له استقطاب جمهور متخصص جديد، وتلبية احتياجات المتابعين الحاليين، كما يعكس استجابة ديناميكية للتحولات المعرفية.

التأثير الدولي:

يتطلب تعزيز الحضور الدولي للمحتوى إنتاج نسخ باللغتين: الإنجليزية، والفرنسية، هذا إلى جانب بناء شراكات مع مراكز فكر،ومؤسسات أكاديمية، وإعلامية خارج العالم العربي، كما يُنصح بالمشاركة المنتظمة في المؤتمرات العالمية؛ سواءً عبر تقديم أوراق بحثية، أو من خلال الفعاليات الجانبية، وهذه الخطوات توسّع من نطاق التأثير، وتزيد من الاعتراف الدولي بالملتقى.

الابتكار التقني:

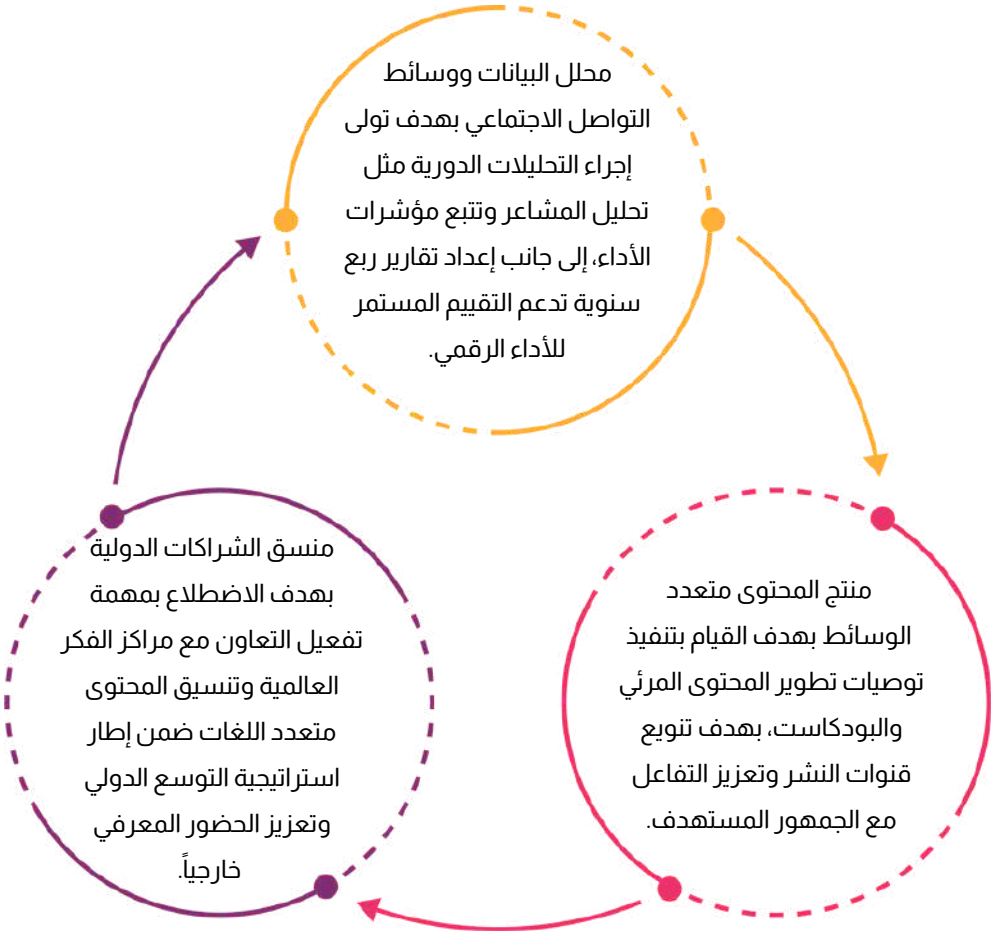
من المهم استثمار أدوات الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، وتقنيات التخصيص في تحسين المحتوى، وتوزيعه، ويشمل ذلك تطوير لوحة تحكم تحليلية داخلية؛ وذلك لمراقبة أداء التفاعل، وإطلاق منتجات تفاعلية موجهة للباحثين، وصناع القرار، ويساعد هذا المسار في تحسين تجربة المستخدم، وزيادة الوصول، ورفع الكفاءة في إيصال الرسائل المعرفية.

اعتبارات التنفيذ:

يتطلب تنفيذ التوصيات الواردة في هذا التقرير توفير بيئة مؤسسية داعمة تشمل موارد بشرية وتقنية ومالية مُدارة بفاعلية، مع التزام عملي من الجهات المعنية. ويُعد توفير هذه الموارد خطوة أساسية للانتقال من مرحلة التوصيات إلى مرحلة التنفيذ، وتحويل الرؤية الاستراتيجية إلى نتائج ملموسة وقابلة للقياس. وفيما يلي أبرز اعتبارات التنفيذ:

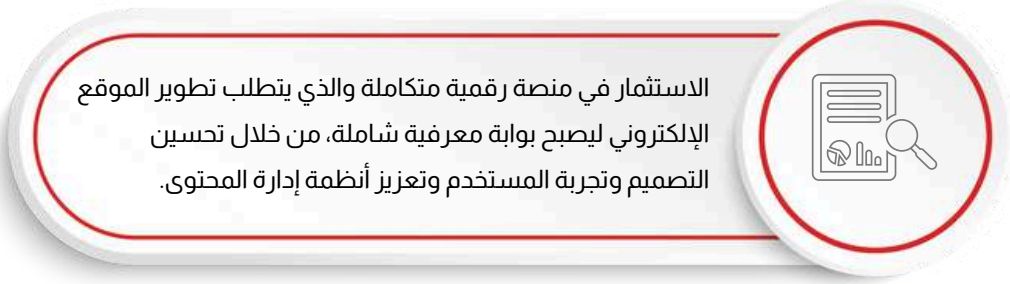
(أ) الموارد البشرية

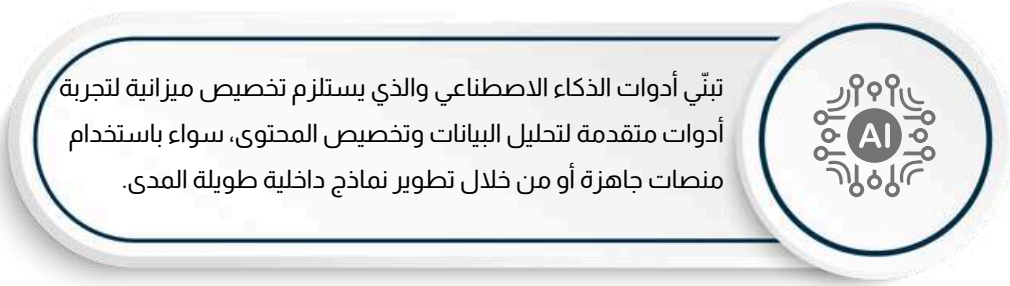
تمثل الكفاءات المتخصصة التي تضمن تنفيذ التحليلات، إنتاج المحتوى المتعدد الوسائط، وتفعيل الشراكات الدولية، بما يعزز الأداء الرقمي ويُوسّع نطاق الوصول المعرفي، وذلك وفقا للآتي:



(ب) الموارد التقنية

تشمل الأدوات والمنصات الرقمية اللازمة لتحليل البيانات وتتبع التفاعل وتقديم المحتوى بكفاءة، بما في ذلك أدوات تحليل المشاعر، ومنصات إدارة المحتوى، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وذلك وفقا للآتي:





(ج) الميزانية

وهي الميزانية التي تغطي الاحتياجات التمويلية المرتبطة بالتسويق الرقمي، وترجمة الدراسات إلى لغات متعددة، بهدف دعم التوسع الخارجي وزيادة التأثير المعرفي للمحتوى، وذلك وفقا للآتي:

- التسويق الرقمي والذي يتطلب تخصيص ميزانية واضحة لدعم جهود الترويج للمحتوى النوعي، بما يساهم في الوصول إلى شرائح جديدة من الجمهور وتعزيز الانتشار
- الترجمة والتوسع الدولي والذي يستدعي تخصيص ميزانية لترجمة التقارير والدراسات الرئيسة إلى اللغتين الإنجليزية والفرنسية، دعماً لاستراتيجية التوسع نحو جمهور عالمي.

قائمة المراجع:

- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). Social media engagement: A systematic review of measurement approaches. Journal of Digital Marketing, 15(3), 245–267. https://doi.org/10.1080/15252019.2021.1234567
- Zhao, L., & Zhu, K. (2023). Think tanks as digital influencers: Measuring impact in the social media age. Policy & Society, 42(3), 359–378. https://academic.oup.com/policyandsociety/article/42/3/359/7264170
- Statista. (2024). X (Twitter) year-over-year engagement rate worldwide. https://www.statista.com/statistics/1483817/x-twitter-yoy-engagement-rate/
- RivalIQ. (2024). Social media benchmarks report: Think tanks and policy organizations. https://www.rivaliq.com/blog/social-media-benchmarks-think-tanks/
- TweetPeek Analytics. (2024). Professional engagement patterns on Twitter: A sectoral analysis. https://www.tweetpeek.com/analytics/professional-engagement-2024
- McGann, J. G. (2024). 2024 Global Go To Think Tank Index Report. University of Pennsylvania. https://repository.upenn.edu/think_tanks/

كنتيون
KENTUNE
CONSULTANCY

شركة كنتيون للاستشارات: شركة كنتيون للاستشارات هي شركة سعودية متخصصة في تقديم الحلول الاستشارية في مجالي الإدارة والتقنية، مع تركيز محوري على الاستدامة والتحول الرقمي والابتكار المؤسسي. ومنذ تأسيسها في عام 2008، قدّمت كنتيون خدماتها لعدد من الجهات الحكومية والخاصة، مستندة إلى رؤية شمولية تُراعي الأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية، بما يسهم في ترسيخ الممارسات المستدامة وفقًا لأعلى المعايير الدولية.

تُوظّف الشركة في عملها منهجيات تحليلية دقيقة ونماذج تشغيل مرنة تُمكّنها من تصميم حلول مخصصة تعزز كفاءة الأداء المؤسسي وتواكب تطلعات رؤية السعودية 2030، لاسيما في مجالات الحوكمة، وتنمية رأس المال البشري، واستدامة النمو.

وتطمح كنتيون إلى أن تكون شريكًا موثوقًا في مسيرة التحول المؤسسي، عبر تقديم خدمات عالية القيمة تستند إلى الخبرة والمعرفة والأثر الإيجابي طويل الأمد.

ملتـقى أسبـار

Asbar Council

10 سنوات Years

Since 2015 منذ