

إدارة السمعة الإلكترونية لجامعة الملك عبد العزيز

Online Reputation Management at King Abdulaziz University

المستخلص

تهدف الدراسة الى التعرف على واقع تطبيق إدارة السمعة الإلكترونية بجامعة الملك عبد العزيز، ومعرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عليها، وتم استخدام منهج دراسة الحالة للتعرف على الوضع الراهن لإدارة السمعة بجامعة الملك عبد العزيز، كما تم استخدام منهج تحليل المحتوى على بعض مواقع الانترنت التي تتمثل في: مواقع الأخبار ومواقع المنتديات ومواقع المدونات ومواقع الفيديو، باستخدام أداة Google Alerts، وتم تحليل النتائج يدوياً.

وتبين من الدراسة أن الجامعة لا تستثمر تقنيات مراقبة المحتوى الرقمي في الشبكة العنكبوتية في إدارة السمعة الإلكترونية للجامعة، حيث أنها لا تستخدم أي من البرامج المتاحة لذلك، ولا تهتم بما ينشر حولها في مواقع التواصل الاجتماعي بل تقتصر متابعتها على الصحف فقط.

كما توصلت الدراسة إلى أن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حول جامعة الملك عبدالعزيز كان إيجابياً، وأن مصطلح جامعة الملك عبد العزيز هو الأكثر تداولاً في المواقع وأنه أكثر انتشاراً في مواقع الأخبار مقارنة بالمواقع الأخرى بنسبة (٦١%)، وأن النتائج الإيجابية حول الجامعة كانت الأعلى بنسبة (٦٧%)، في حين أن النتائج السلبية ضئيلة جداً بنسبة (٦%)، كما تبين من الدراسة أن النسبة الأكبر للمحتوى الإيجابي الخاص بجامعة الملك عبد العزيز كان من نصيب طلاب الجامعة بنسبة (١٩%)، في حين أن فئة أعضاء هيئة التدريس كانت المتصدرة للنتائج السلبية بنسبة (٢,٥%).

Abstract

This study aims at identifying the reality of the application of the online reputation management at King Abdulaziz University and the effect of the use of social networking sites at KA University.

For this reason, the case study method was used in order to know about the actual situation of the online reputation management at KAU. Added to that, using Google Alert as a tool, the Content Analysis method was used on some web sites; For instance, news sites, forums, blogs, and video sites and all the results were analyzed manually.

It appeared through the study that the university does not take advantage of the techniques of digital content control found on the World Wide Web to manage its electronic reputation. Unfortunately, the university does not even use any of the easy-to-access programs, and does not seem to show interest to what is published about them in social network sites, except a little interest on newspapers. Also, the study has found that the effect of the use of social networking sites around King Abdulaziz University was very positive and KAU IS the most frequently used term on the sites and it is more prevalent on the news sites compared to other sites with a rate of 61%.

The rate of positive results on the university was the top by (67%), while the rate of negative results was very small (6%). The study also showed that the highest rate in terms of positive content concerning KAU was the share of KAU students with a rate of 19%, but the teaching staff top-ranked the negative results with a rate of 2.5%.