اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي بمشروعات الإسكان في ظل رؤية ٢٠٣٠

إعداد/

نوير بنت سليمان الشمري

أستاذ الصحافة والاعلام الرقمي المساعد – كلية الاعلام والاتصال

جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية

"Saudi public attitudes towards the news coverage of the Ministry of Housing's projects through its official accounts on social media and its role in raising awareness of housing projects under Vision 2030

Prepared by:

Dr. Nower Bint Sulaiman Al-Shammari

Assistant Professor of Journalism and Digital Media – College of Media and Communication Imam Muhammad bin Saud Islamic University"

ملخص الدراسة:

من واقع جهود المواءمة والشراكة الاستراتيجية بين الإعلام ووزارة الشئون البلدية والقروية والإسكان بالمملكة العربية السعودية في تحقيق مساعي القيادة الحكيمة لتحقيق هدف رفاه المواطنين على خطى رؤية المملكة ٢٠٣٠، ودعم التمكين الإعلامي الطموح الهادف لإطلاق مبادرات إعلامية واجتماعية نوعية، سعت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في تنمية الوعي بالمشروعات، وتحقيق أهداف رؤية السعودية2030 بقطاع الإسكان.

واستخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة متاحة بلغت (٣٠٢) مفردة من الجمهور السعودي بتطبيق استبانة من تصميم الباحثة، ومكونة من 57 فقرة لتحديد تفضيلات متابعة الجمهور للحسابات الرسمية لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان على شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الحرص على المتابعة، والموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها، والأشكال والقوالب الصحفية المفضلة لدى الجمهور، فضلاً عن التعرف على مدى مساهمة التغطية في تكوين الوعي بالمستجدات، والمشروعات وآخر الأخبار الخاصة بقطاع الإسكان.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أبرزها تفضيل الجمهور لمنصتي إكس، والسناب شات، واليوتيوب في مقدمة المنصات، وكانت أبرز الموضوعات متابعة التغطيات الإخبارية

التي تشرح حالات الدعم السكني وشروط الاستحقاق، يليها موضوعات فرز وتقسيم الوحدات العقارية. ثم ما ينشر عن الاخبار التي تعرف بالمنتجات السكنية للوزارة وكيفية الحصول عليها كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر للمتغيرات الديموغرافية على تفضيلات الأشكال الصحفية، وكانت أعلى تفضيلات الأشكال الصحفية لتقارير الفيديو، والتغطيات الحية، والمباشرة، كما أكدت الدراسة على وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين اتجاه الجماهير نحو التغطية الإخبارية بالحسابات الرسمية لوزارة لإسكان على شبكات التواصل الاجتماعي، ومساهمة التغطية في تكوين الوعي.

كلمات مفتاحية:

الجمهور السعودي- شبكات التواصل الاجتماعي- مشروعات الإسكان

Abstract:

The study outlines the strategic collaboration between the media and the Saudi Ministry of Municipal, Rural Affairs and Housing to fulfill the leadership's vision for citizen welfare as part of Saudi Vision 2030. It focuses on launching impactful media and social initiatives and examines Saudi public attitudes towards the Ministry's housing project coverage on social media, contributing to awareness and achieving Vision 2030's housing goals.

A survey of 302 Saudis using a 57-item questionnaire revealed preferences for following the Ministry's social media accounts, engagement levels, topics of interest, and preferred journalistic styles, assessing how coverage influences awareness of housing updates.

Findings highlight preferences for platforms like X, Snapchat, and YouTube, with keen interest in news about housing support and eligibility, followed by real estate unit allocation. The study also notes demographic impacts on journalistic preferences, with video reports and live coverage being most favored. A strong positive link was found between public attitudes towards the Ministry's social media coverage and its role in raising awareness.

Key words:

the Ministry's social media coverage - raising awareness.

مقدمة:

أطلقت المملكة العربية السعودية برنامج الإسكان عام 2018م، ليكون المحرك الرئيس لعملية تطوير قطاع الإسكان ضمن برامج تحقيق رؤية المملكة 2030، ويهدف البرنامج بشكل رئيس إلى رفع نسبة تملك المساكن الملائمة للأسر السعودية عبر تقديم الدعم الحكومي اللازم لهم، حيث تم تطوير القطاع العقاري السكني بشكل شامل عبر مشاريع وخيارات متنوعة تستهدف من خلالها المملكة رفع نسبة التملك إلى 70% بحلول عام ٢٠٣٠، فضلاً عن إسهام البرنامج بما قيمته 157 مليار ريال سعودي في الناتج المحلي، واستحداث أكثر من 38 ألف فرصة عمل إضافية.

وساهم البرنامج في بناء منظومة مؤسسية متميزة في قطاع الإسكان، من خلال تطوير حوكمة القطاع، ووضع وتحسين آليات التنفيذ والسياسات المالية في السوق العقاري السكني، ورفع مستوى القدرات لدى القطاع العقاري السكني، وتطوير نظام التمويل المقدم؛ إذ تم تأسيس هيئات وجهات بارزة مثل الشركة الوطنية للإسكان، والهيئة العامة للعقار لمعالجة الفجوات المرتبطة بالمشاريع السكنية، واللوائح التنظيمية، بالإضافة إلى تشكيل مجموعة من الجهات الداعمة، بهدف التصدي للتحديات التي تواجه السوق، حيث تعد هذه المنظومة مجتمعة بمثابة أداة قوية يعمل البرنامج من خلالها على التقدم الذي تم إنجازه في المرحلة الأولى للبرنامج لتعزيز دور قطاع الإسكان في المستقبل.

وتشكل الحسابات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم الأذرع الإعلامية الهامة في نجاح تحقيق برامج الوزارة من خلال تفعيل التغطية الإخبارية المتنوعة والبناءة التي لها القدرة على التعريف بمشاريع وخدمات الوزارة، وكافة المستجدات المرتبطة بقطاع الإسكان، بالإضافة إلى مواجهة الشائعات ذات الانعكاسات السلبية على اتجاهات الجمهور نحو الجهود الوطنية، والتعريف بها.

ومن منطلق أهمية دور الجمهور، والتعرف على اتجاهاته ومستوى إقباله على المشاركة والتفاعلية؛ كانت أهمية التركيز على اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية ذات الصلة بالجهود الوطنية المبذولة في قطاع الإسكان، ومن ثم؛ تتحدد إشكالية هذه الدراسة في التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية للجهود الوطنية المبذولة في قطاع الإسكان، لتحديد تفضيلات متابعة الجمهور للحسابات الرسمية لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان على شبكات التواصل الاجتماعي، ومستوى الحرص على المتابعة، والموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها، والأشكال والقوالب الصحفية المفضلة لدى الجمهور؛ وصولاً إلى فهم المؤشرات المتعلقة بجودة التغطية الإخبارية للقضايا المحورية ذات الصلة بأفراد المجتمع في قطاع الإسكان، وتحقيق الأهداف الوطنية لرؤية المملكة 2030.

أهمية الدراسة:

1. إسهام الدراسة في تقييم وجهات النظر والمواقف لدى الجمهور السعودي، حول ما يشهده مجتمعهم من مشاريع تطويرية وبرامج ذات أهمية بالغة تسهم في تحسين جودة الحياة.
2. أهمية إثراء وتدعيم دراسات الجمهور والقائم بالاتصال في المواقع والقنوات الإلكترونية الرسمية والحكومية في إطار الاستبصار بأثر تلك التغطية الصحفية ومؤشرات جودتها على تحقيق الأهداف الوطنية لرؤية المملكة 2030 في قطاع الإسكان وبرامجه ومشروعاته.
3. تسهم نتائج الدراسة وتحليلاتها في تحديد القوالب والأشكال والمضامين التي ينبغي للحسابات الرسمية لوزارة الإسكان التركيز عليها في تحقيق عامل الجذب للجمهور؛ ومن ثم التأثير في اتجاهاته.

أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية، ويتفرع من ذلك الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

1- التعرف على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور السعودي في متابعة مشاريع وبرامج الإسكان.

2- رصد القضايا والمشاريع التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها عبر حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي.

3- تحديد أهم القوالب والإشكال الصحفية التي يفضلها الجمهور السعودي في متابعة التغطية الإخبارية عبر الحسابات الرسمية لوزارة الشؤون القروية والبلدية.

4- التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع برنامج الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الشؤون القروية والبلدية والإسكان.

5- تحديد درجة رضا الجمهور السعودي عن التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حسابها الرسمية بشبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، ويمكن استعراضهما على النحو التالي:

المحور الأول- التغطية الإخبارية عبر الصفحات الرسمية الحكومية وانعكاساتها على اتجاهات الجمهور:

في إطار التعرف على انعكاسات التغطية الإخبارية للصفحات الرسمية الحكومية على اتجاهات الجمهور نحو القضايا المختلفة، اهتمت دراسة (Mihelj, Kondor & Štětka, 2022) بالتعرف على أثر التغطيات الإخبارية المرتبطة بجائحة كورونا في الوسائط الرقمية الرسمية على تكوين الرأي العام وطبيعة تسيس الأزمة بقيادة النخبة. وتم استخدام المنهج الوصفي الكيفي باستخدام أداة المقابلة مع 120 مشارك من أربعة بلدان في أوروبا الشرقية: جمهورية التشيك، والمجر، وبولندا، وصربيا مع استهداف التعرف في أنماط استهلاك الجماهير لأخبار الجائحة، وتأثير جهود الاستقطاب السياسي والحزبي للجماهير.

وفي السياق ذاته، سعت دراسة (غريب، 2022) إلى التعرف على معالجة الأنشطة الاتصالية الرقمية بالصفحات الرسمية للجامعات لجائحة كورونا، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطبيق المنهج الوصفي التحليلي بتطبيق أداة تحليل المضمون للمواقع الإلكترونية، وموقع الفيس بوك الرسمي للجامعات المصرية، وشملت العينة (جامعة القاهرة، وجامعة الزقازيق، وأكاديمية الشروق، وجامعة بدر)، وشملت الأنشطة الاتصالية قنوات التواصل الاجتماعي الرسمي، والموقع الإلكتروني الرسمي لكل جامعة والنشرات الإلكترونية والحملات

الإعلانية وتغطيات الندوات والمؤتمرات، وبلغ عدد المنشورات الرقمية 724 منشور إلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى تعدد مصادر الأنشطة الاتصالية الرقمية بالجامعات عينة الدراسة، وكان في المرتبة الأولى الاعتماد على مصدر المركز الإعلامي للجامعات، وجاءت الأخبار والمعلومات في مرتبة الاهتمام الأول كما كانت الاستمالات العاطفية الأكثر استخداماً في تغطيات أزمة كورونا.

وتناولت دراسة (بخيت، 2022) التغطية الإخبارية لمبادرة حياة كريمة، ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الاصلاح الاجتماعي في مصر، ولتحقيق هدف الدراسة تم تنفيذ دراسة وصفية باستخدام منهج المسح بتطبيق أداة الاستبيان على عينة من الجمهور المصري قوامها 408 مفردة. وبينت نتائج الدراسة وجود علاقة بين درجة الوعي بالمبادرة والرضا عن الأداء الحكومي والمشاعر الإيجابية نحوها .

كما رصدت دراسة (فرج، 2022) مستوى التزام القائم بالاتصال بمعايير جودة التغطية الإخبارية في المواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها باتجاهات القراء، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام مدخل الممارسة المهنية، ونموذج جودة الخدمة، وتطبيق المنهج الوصفي التحليلي بتطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية من القائمين بالاتصال بعدد 20 صحفياً و400 من الجمهور العام، وتوصلت الدراسة إلى تحقق مؤشرات الالتزام بمعايير جودة التغطية الإخبارية في المواقع الإلكترونية، كما توصلت إلى وجود توافق نسبي بين اتجاهات القائم بالاتصال وجمهور القراء من خلال التقييم الايجابي لجودة المضامين التي تقدمها المواقع الإلكترونية، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط بين اتجاهات القراء، ومستوى التزام القائم بالاتصال بمعايير جودة التغطية الإخبارية.

وهدفت دراسة (داوود، 2021) إلى التعرف على تعامل المواقع الرسمية والإخبارية مع الشائعات وانعكاساتها على اتجاهات الجمهور، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي،

وتم تطبيق أداة تحليل المضمون على عينة من منشورات الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء على موقع الفيس بوك بنظام الحصر الشامل في الفترة من 5 ديسمبر 2020 حتى 7 يناير 2021 وتم إجراء الدراسة التحليلية على عدد 178 منشورًا، وتوصلت الدراسة إلى أن التغطية الصحفية لموقع اليوم السابع اتسم بالافتقار للمعلومات المهمة، واعتمد على تكرار النشر، وإعادة النقل من الصفحات الرسمية لمجلس الوزارة، واتسمت تغطيات الموقع الرسمي لمجلس الوزراء بالعمق، والاهتمام، والتوضيح لكنها افتقرت لعنصر الربط، وتقديم الخلفيات.

كما اهتمت دراسة (بن ديبلي وبن عيشة، 2021) بالتعرف على تجليات الاتصال العمومي في المواقع الإلكترونية الرسمية بالجزائر في الشكل والمضمون في تقديم الخدمات العمومية برصد متغيرات البنية والتصميم والشق التقني من جهة وطبيعة الموضوعات وعلاقتها بمتطلبات الجمهور من جهة أخرى، واستخدمت الباحثة منهج دراسة الحالة، وتوصلت الدراسة إلى أنه ما زالت بنية تنظيم المادة الإعلامية بعيدة عن احتياجات الاتصال العمومي الإلكتروني، كما أنها لا تخضع للتحديث باستثناء المواقع الوزارية الرئيسية، كما أكدت النتائج ضعف التبويب، وعدم اعتماد مبدأ الاتصال التشاركي، بالإضافة إلى وجود مشكلات تقنية وصعوبات على المتصفح وتستخدم تلك المواقع الوسائط بصورة عشوائية، كما تم وصف تعدد الخيارات في المواقع بالمضللة، ووجود خلل تقني في أغلبها.

ورصدت دراسة (Chinn & Hart & Soroka, 2020) أثر التغطية الإخبارية لموضوع تغيرات المناخ على تكوين الاتجاه نحو الموضوع، وتم استخدام المنهج الوصفي بتحليل مقالات الصحف الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية للفترة من 1985 وحتى عام 2017، وتم تحليل محتوى 11 صحيفة رئيسية، بالإضافة إلى الإصدارات الرسمية في مناطق الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت النتائج إلى وجود أثر في

اتجاهات الرأي العام الأمريكي مشيرًا إلى مزايا التغطية الإخبارية في تحقيق تأثيرات الاستقطاب لاتخاذ مواقف تتعلق بالتغيرات المناخية.

وفي السياق ذاته تناولت أيضاً دراسة (Parrott & Hoewe & Fan & Huffman, 2019) تحليل مستوى اهتمام التغطيات الإخبارية لوسائل الإعلام الأمريكية بمواضيع المهاجرين واللاجئين، وتأثير أسلوب التغطية في تكوين الاتجاه نحوهم، وتم استخدام أسلوب تحليل المحتوى للتعرف على التأطير المرئي في المؤسسات الإخبارية الإقليمية حول المهاجرين في المواقع الرسمية بتويتر، وتم إجراء دراسة ميدانية أخرى للتعرف على اتجاه الجمهور بعد التعرض لمضامين تناولت موضوعات المهاجرين واللاجئين وتم اختبار فرضيات التأثر وأكدت نتائج الدراسة على وجود أثر للتغطية الإخبارية في تكوين وجهات النظر نحو قضية المهاجرين واللاجئين.

وهدفت دراسة (محرم، 2018) إلى التعرف على الأداء الاتصالي للصفحات الرسمية الحكومية بالتطبيق على منصة فيس بوك لنشر المعلومات للجمهور المستهدف عن الخدمات الحكومية، وتم تطبيق المنهج الوصفي بتطبيق أداة تحليل المضمون لاستكشاف طرق تواصل القائم بالاتصال مع الجمهور المستهدف خاصة وفي سبل رفع جودة الخدمات الحكومية والأداء الاتصالي للحكومة، وتم تطبيق الدراسة على عينة من الصفحات الرسمية الحكومية (15 صفحة) خلال شهر يوليو 2017؛ وتوصلت إلى وجود ضعف في مستوى توظيف موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك كأداة اتصال لترويج الخدمات الحكومية، بالإضافة إلى ضعف مستوى الاتصال الثنائي الاتجاه، واستراتيجية الحوار، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير المحتوى الاتصالي الخدمي واستغلال البيئة الإلكترونية، مع مراعاة الاهتمام بنقاط التشريعات، والأمان والخصوصية.

كما هدفت دراسة (حمد، 2016) إلى التعرف على تطور المعلومات الرسمية على المواقع الحكومية من حيث طريق العرض والمعالجة وخدمات المستفيدين في إطار تطبيقات الحكومة الإلكترونية وزيادة الطلب على المعلومات وزيادة الحاجة إلى المعرفة وتأثير الشفافية على تحقيق الأمن القومي للمجتمعات عبر المواقع الرسمية الحكومية، وتم استخدام منهج دراسة الحالة لرصد واقع المعلومات والمواقع الرسمية بمراجعة تجارب الأردن وتونس وتايوان. وأكدت نتائج الدراسة على أن الحكومة الإلكترونية من أوائل طرق إتاحة المعلومات للمواطن في العصر الرقمي، وأنه قد نتج عن تطور المواقع تطور المعلومات واتساع التغطيات حيث أصبح المستفيد قادر على تحديد المعلومات المطلوبة.

واهتمت دراسة (Happer & Philo, 2016) بالتعرف على أثر ودور وسائل الإعلام في تشكيل آراء ومعتقدات الجمهور، ومن ثم؛ السلوكيات المرتبطة بمشكلات المناخ والاستدامة البيئية. وتم إجراء دراسة تجريبية على عينة من150 مستجيب خلال الأعوام 2011 و2012 و2014 وتم تقسيمهم إلى 26 مجموعة، ومن خلال المقابلات المعمقة بعد تعريض المجموعات لمواد ومضامين ذات صلة بتغيرات المناخ وأهداف الاستدامة البيئية، وأكدت نتائج الدراسة وجود أثر للتغطيات والمواد الإعلامية في تعديل اتجاهات الجماهير وتكوين الوعي.

المحور الثاني– الإسكان في المملكة العربية السعودية:

اهتمت دراسة (المضيان، 2022) بالتعرف على السياسات الإسكانية، وأثرها في التنمية العمرانية في المملكة العربية السعودية خلال الفترة من 1957-2021.وتم استخدام المنهج التاريخي والوصفي للتعرف على المؤسسات والبرامج الداعمة لقطاع الإسكان خلال فترة الدراسة الزمنية، وأكدت نتائج الدراسة انخفاض نمو قطاع الإسكان في فترة خطة التنمية الأولى مما أثر على تحقيق أهداف التنمية العمرانية نتيجة ارتفاع معدل

الهجرة السكانية إلى المدن وارتفاع أسعار الأراضي، كما أوضحت وجود نمو عمراني لكن في مواقع غير مناسبة في تنفيذ خطة التنمية الثانية وكان التوازن في خطة التنمية الرابعة بحيث تم تلبية طلب نحو 60% على المساكن، وأوصت الدراسة بالعمل على زيادة المعروض من المساكن في النطاق العمراني للمدن للمساهمة في خفض السعر وتشجيع القطاع الخاص للمساهمة والمشاركة بتقديم تسهيلات مختلفة.

وعن أثر تطبيق آليات الحوكمة على إدارة مخاطر العمل المؤسسي في قطاع الإسكان بمحافظة جدة، توصلت دراسة (البلوي، وغيث، 2022) إلى أن تطبيق آليات الحوكمة كانت مرتفعة، كما قُدر مستوى إدارة مخاطر العمل المؤسسي بالمرتفع، وأظهرت النتائج كذلك وجود أثر لتطبيق آليات الحوكمة على جودة إدارة مخاطر العمل المؤسسي، وكانت التوصيات بتعزيز أنظمة العمل لتفعيل الحوكمة، وإدارة المخاطر في إدارات الامانة المختلفة.

واتجهت دراسة (ابن ربيعان وبانافع، 2018) إلى تحديد تحديات الإسكان في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر المستفيدين والمستحقين لبرامج الدعم السكني، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بتطبيق استبانة على عينة عشوائية عددها 1920 من المناطق الجغرافية الخمس في المملكة (الوسطى، الغربية، الشرقية، الشمالية، الجنوبي، وتوصلت إلى تأخر وزارة الإسكان في إنجاز برامجها في الوقت المحدد، وتأخر عملية تسلم القروض العقارية من الصندوق العقاري للبناء، وعدم نجاح وزارة البلديات لتطوير الأراضي السكنية بالمدن الكبيرة.

كما هدفت كذلك دراسة (باهمام، 2015) إلى تحديد صعوبات الحصول على مسكن وامتلاكه في ظل المتغيرات الراهنة في المملكة العربية السعودية. وتم استخدام المنهج الكيفي، والمنهج الاستقرائي عبر رصد المعلومات والبيانات المتعلقة بملامح الإسكان في

المملكة من مختلف الوثائق ذات العلاقة للتوصل إلى تحديد مسيرة قطاع الإسكان، والبرامج المؤثرة عليه، وتحديد خصائص الإسكان السعودي المعاصر، والقدرات المالية للأسرة السعودية، وحجم الطلب على الإسكان وخصائصه؛ وصولاً إلى الأسباب المؤدية إلى صعوبات الحصول على المسكن وامتلاكه. وتوصلت إلى أن أبرز الصعوبات تتلخص في ارتفاع التكلفة مقارنة بالزيادة في الدخل وطول فترات الانتظار للدعم الحكومي، والحاجة إلى تطوير برامج الدعم بما يتوافق مع الاحتياجات، والمتغيرات الديموغرافية، والاقتصادية، والاجتماعية، وهناك حاجة إلى إصدار تنظيمات تتحكم في الأسعار، وهناك حاجة إلى التوعية، والتشجيع على الادخار.

استفادة الباحثة من الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عما سبقتها من بحوث ودراسات في أنها بنيت على ما توصلت إليه نتائجها واستخلص في توصياتها، حيث أكدا على ضرورة الاهتمام بالتغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها على شبكات التواصل الاجتماعي؛ مما يعكس دورًا تنمويًا لدى الجمهور السعودي وذلك في إطار رؤية 2030. وفي إطار متصل؛ أفادت مراجعة الدراسات السابقة في تحديد وفهم الأبعاد الرئيسة لمقياس اتجاهات الجمهور نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان؛ مما ساعد على صياغة مشكلة الدراسة بشكل علمي من خلال الكشف عن اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي بالمشروعات وتحقيق أهداف رؤية السعودية 2030 بقطاع الإسكان، كذلك تحديد كل من: أهمية الدراسة، أهدافها، تساؤلاتها، فروضها، الإجراءات المنهجية الملائمة لهذه الدراسة، اختيار العينة، تعميق الأطر المعرفية والنظرية لموضوعها، والتزود بعديد من المراجع والمصادر.

الإطار المعرفي والنظري للدراسة:

يعد قطاع الإسكان من أهم القطاعات في الدول كافة، لما له من تأثيرات وأبعاد ترتبط بتحقيق خطط التنمية الشاملة، ورفع معدلات الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي، كما يتسم هذا القطاع بديناميكية مستمرة، وتأثر واضح بالسياسات والأنظمة والإجراءات (الحديثي، 2014). وترتبط الإدارة الاستراتيجية لقطاعات الحكومة بقدرتها على العمل في بيئة سريعة التغيير، بما يحقق هدف التميز في الأداء بتوظيف الأدوات التكنولوجية والمعرفية في رفع كفاءة وفاعلية جميع المستويات الإدارية بإيجاد علاقة واضحة قائمة على الثقة بين المواطنين والقطاعات الحكومية (العمري، 2014)؛ بما يحقق التوجهات الوطنية والاستراتيجية، ويساعد في حل المشكلات، وتذليل الصعوبات، ورصد وتشكيل الاتجاهات (حمام، 2019)؛ بما يفيد في مواجهة القصور وضبط الأداء ونشر الوعي بالجهود الوطنية وضمان استفادة المواطنين منها، وفهمهم للمساعي الهادفة لرفاه المواطنين.

ومن واقع الصلة بين دور ومهمة الأجهزة الحكومية في تقديم الخدمات لفئات المجتمع وبين تصميم الخدمة ذاتها وعملية الاتصال بين مقدمي الخدمة والجمهور المستهدف بما يحقق الاستفادة من المزايا المقدمة، وتطوير الأداء الخدمي والاتصالي الحكومي ليستقطب فئات الجمهور، ويحقق اتصال ثنائي الاتجاه، واستراتيجية تعزز المنفعة المتبادلة بتبادل المعلومات وتحقيق الأهداف الاستراتيجية المنشودة (محرم، 2018).

مفهوم الاتجاهات ومكوناتها وخصائصها وأبرز نظرياتها:

يعبر الاتجاه عن استجابة الأفراد نحو المواقف والأحداث والأخرين؛ بما يتسق مع تقييم الفرد الإيجابي أو السلبي، فتعتمد الاستجابة عل تقييم الأفراد للحقائق التي كونوا منها العالم الواقعي الاجتماعي الخاص الذي يكون امتدادا للسلوك والتفضيلات (العتيبي، 2022). وتتعدد المتغيرات المؤثرة في اتجاهات الأفراد وتشمل النمو، والتعرض للمواقف

وعمليات التنشئة الاجتماعية التي تكون شخصيات الأفراد في صورة مواقف نحو الأفراد والمؤسسات والقضايا المجتمعية التي ترتبط ارتباطاً كبيراً بمصالحه.

وتكمن أهمية تلك الاتجاهات في تأثيرها على الأفراد في إدراك المواقف والسلوكيات ويعبر الاتجاه (attitude) عن أنه حالة من الاستعداد والتأهب النفسي والعصبي للفرد ومن خلاله تنتظم خبراته ومواقفه ويكون لها تأثيرا توجيهيا متطورا أو قابل للتعديل استجابة للمواقف والموضوعات التي تحفظ وتستثر الاستجابة (حامد، 2021). ويعبر الاتجاه بصورة أساسية عن استعداد مكتسب نتيجة للتعلم والخبرة ويؤثر في تنظيم المعارف والمشاعر والسلوك حيال موضوع معين ما بين القبول أ, الرفض أو الحياد مع التأكيد على أن له ثباتا نسبيا. ومن ثم تعبر الاتجاهات عن ردود أفعال ومواقف شعورية وسلوكية وعاطفية يتخذها الإنسان نحو قضايا ترتبط بالحياة في البيئة المادية والمعنوية (رفاعي، 2020).

مكونات الاتجاه:

يشتمل الاتجاه على ثلاث مكونات أساسية هي: **أولاً– المكون المعرفي العقلي:** ويعبر عن المعلومات والمعتقدات والأفكار التي يمتلكها الفرد ويشكلها حيال قضية معينة ترتبط بالاتجاه. **ثانيًا: المكون العاطفي الوجداني:** ويعني بالجوانب العاطفية والوجدانية ويساعد في تشكيل الاتجاه النفسي بهدف قبول أو رفض الموقف. **ثالثاً: المكون السلوكي:** ويشمل سلوك الأفراد المرتكز على الاستعداد المسبق نحو موضوع بعينه ويضم تصرفات وخطوات إجرائية يوضح من خلالها الفرد طبيعة أفكاره نحو الموضوع (العتيبي، 2022).

خصائص الاتجاهات:

تتسم الاتجاهات بعدة خصائص يأتي في مقدمتها كونها مكتسبة ومتعلمة بمعنى أن الاتجاه ليس فطرياً ولكن يتم بناؤه، ويؤثر الاتجاه في السلوك وعلاقة الفرد بالآخرين

والعكس، كما أن الاتجاهات ذات ثبات نسبي وليس مطلق، فهي قابلة للتغيير والتعديل. ومن خصائص الاتجاهات أيضًا صعوبة قياسها وتقديرها، كما أنها متنوعة بتنوع المتغيرات والمحفزات ذات الصلة بها، ويمكن أن تقبل أو تحمل التناقض، ولكنها بشكل عام توجه سلوك الأفراد والجماعات، وترتبط بثقافة المجتمعات وقيمها وعاداتها وتختلف من بيئة لأخرى (متعب وعبيد، 2017).

نظريات تكوين الاتجاهات:

تعددت النظريات التي فسرت تكوين الاتجاهات، ومنها:

- **نظرية منحنى التعلم لكارل هوفلاند:** يرى أنصار هذه النظرية أن الاتجاهات تشابه العادات وكافة المتغيرات التي يتم تعلمها وينطبق عليها ما ينطبق على أنماط التعلم، والتي تساعد في تكوين وتشكيل الاتجاهات، ويعتمد هذا الافتراض على نحو رئيسي على أن الاتجاهات مكتسبة عبر التعلم، وبالمثل الحقائق والقيم والأعراف وما يرتبط بها من مشاعر؛ ومن ثم يتم خلق ما يسمى بالترابط من خلال التدعيم أو التقليد. ويحدد التعلم اتجاهات الأفراد ويخلق الترابطات للقيم والمعلومات المتراكمة خلال رحلة عمر الأفراد، ويؤثر في تقويم الأفراد النهائي للأفكار والموضوعات، والقضايا، ويؤثر في الجوانب الإيجابية والسلبية التي تم تعلمها أو اكتسابها، ومن تلك النظرية انطلقت نظريات الباعث والاستجابة المعرفية (Jalalvand & others, 2023).
- **منحنى التوقع أو القيمة لودواردس:** يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الأفراد يسعون وراء تحقيق التوازن والاتساق والتناغم بين الاتجاه والسلوك؛ وعليه يتم الرضا عن الاتجاهات التي يكون لها توافق مع البناء المعرفي للأفراد، وقد انطلق من هذا الاتجاه عدة نظريات منها نظرية التوازن، والاتساق المعرفي، والتنافر المعرفي.

تساؤلات الدراسة:

يتمثل تساؤل الدراسة الرئيس في: "ما اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي بالمشروعات وتحقيق أهداف رؤية السعودية 2030 بقطاع الإسكان؟ **ويتفرع من هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية**، وهي:

1) ما أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها عينة الدراسة لمتابعة مشاريع وبرامج الإسكان؟
2) ما مدى متابعة عينة الدراسة التغطية الإخبارية لمشاريع برنامج الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الشؤون القروية والبلدية والإسكان بشبكات التواصل الاجتماعي؟
3) ما أهم القضايا والمشروعات التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها عبر حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي؟
4) ما القوالب والأشكال الصحفية التي تفضلها عينة الدراسة أثناء متابعتها لبرامج ومشاريع وزارة الإسكان عبر الحسابات الرسمية للوزارة؟
5) ما اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع برنامج الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الشؤون القروية والبلدية والإسكان؟
6) ما درجة رضا الجمهور السعودي عن التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حسابها الرسمية بشبكات التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

سعت هذه الدراسة للتحقق من صحة الفروض التالية:

1) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه والرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة.
2) تؤثر الأشكال والقوالب الصحفية المستخدمة في التغطية الإخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الإسكان في حسابات الوزارة على الرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
3) تؤثر الأشكال والقوالب الصحفية المستخدمة في التغطية الإخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الإسكان في حسابات الوزارة على مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

- **التغطية الصحفية:** هي العملية الصحفية التي تتضمن مجموعة إجراءات يقوم بها صحفي متمرس للوصول إلى بيانات ومعلومات معينة تتضمن تفاصيل وتطورات جوانب مختلفة لحدث أو قضية أو تصريح ما، لغرض الإجابة عن الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن هذا الحدث أو القضية أو التصريح ومن ثم تحرير هذه المعلومات بأسلوب صحفي يلائم نوع القضية والأهداف المرجوة من نشرها والجمهور المستهدف. (الحيالي، 2021 :770)
- التعريف الإجرائي للتغطية الإخبارية: المعلومات والبيانات والمواد الصحفية التي تشمل تفاصيل وتطورات مشروعات وبرامج الإسكان التي يتم تناولها في المواقع

الرسمية لوزارة الإسكان، وتؤثر في اتجاهات الجمهور، وتسهم في تشكيل الوعي؛ بما يحقق أهداف رؤية المملكة 2030 في قطاع الإسكان.

- **الحسابات الرسمية والإخبارية**: هي الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمؤسسات الدولة ذات الصفة الرسمية كالوزارات والهيئات الحكومية، والتي تعني بنشر المعلومات والإنجازات بهدف المشاركة ودعم الإيمان الكامل بالدولة (داوود، 2021: 1500).
- **التعريف الإجرائي الحسابات الرسمية والإخبارية**: الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي التي تصدرها وتشرف عليها وزارة الإسكان، وتعرض التغطيات الإخبارية للموضوعات ذات الصلة ببرامج ومشروعات الإسكان، ويتم توظيفها في تحقيق مبدأ الشفافية، والتأثير في اتجاهات الجماهير وتكوين الرأي العام؛ بما يحقق أهداف رؤية المملكة 2030 في قطاع الإسكان.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

يمكن عرض إجراءات الدراسة المنهجية من خلال العناصر التالية:

- **أدوات جمع البيانات**: تم الاعتماد على الاستبانة بهدف التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة. وقد تم التأكد من صلاحيتها عن طريق التأكد من خصائصها السيكومترية، حيث تم الاعتماد على الصدق الظاهري للاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال[1]، للتأكد من صلاحيتها ومناسبتها لتساؤلات الدراسة،

- تم تحكيم الاستمارة من خلال:
- أ.د/ سلوى أبو العلا: أستاذ الصحافة – قسم الاعلام- كلية الآداب- جامعة المنيا.
- أ.د/ عبد الباسط شاهين: أستاذ العلاقات العامة - قسم الاعلام- كلية الآداب – جامعة سوهاج.

وقاموا بتعديل بعض أجزاء الاستبانة بناء على ما تم اقتراحه من قبلهم، ومن ثم القيام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات. ولحساب الثبات تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية من الجمهور السعودي وعددهم (40) مواطن، والجدول التالي يوضح قيمة معامل الثبات.

جدول (١) معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة

م	المحاور	عدد البنود	معامل ألفا كرونباخ
1	متابعة حسابات وزارة الشؤون البلدية والقروية والاسكان على شبكات التواصل الاجتماعي	5	**0.801**
2	الموضوعات التي يتم الحرص على متابعتها عبر حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي	13	**0.962**
3	أشكال وقوالب التي تفضلها لمتابعة التغطية الاخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الاسكان في حسابات الوزارة	9	**0.767**

- أ.د/ فاطمة الزهراء صالح: أستاذ الإذاعة والتليفزيون- قسم الاعلام- كلية الآداب – جامعة سوهاج.
- أ.د/ يسرا حسني عبد الخالق: أستاذ الاعلام الرقمي – كلية الاعلام والاتصال- جامعة الامام محمد ن سعود.

م	المحاور	عدد البنود	معامل ألفا كرونباخ
4	الرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	11	**0.969**
5	مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة	17	**0.977**
	المستوى الكلي للأداة	55	**0.938**

يتضح من الجدول السابق أن معامل ألفا كرونباخ للأداة قد بلغ 0.938 وهي نسبة تتجاوز 0.7وبالتالي تتمتع الاستبانة بمعدل ثبات عال يحقق أهداف الدراسة، وكانت أعلى درجات الثبات بين الآراء حول مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة بدرجة 0.977ويليه الرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة 0.969 ، بينما حقق الرأي حول الأشكال والقوالب التي يفضلها الجمهور لمتابعة التغطية الاخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الاسكان في حسابات الوزارة أقل درجة ثبات 0.767ولكن بوجه عام تتمتع المحاور بدرجة ثبات مرتفعة ومقبولة.

وبذلك يكون مجموع العبارات 55 عبارة تم تحديد الإجابة عليها تبعاً لمقياس ليكرت المتدرج من خمس إجابات تبدأ من أقصي درجات الموافقة = (5)، الى أقصى درجات عدم الموافقة = (1)، مع وجود درجة حيادية في المنتصف = (3)

- **حدود الدراسة:** تحددت الدراسة الحالية بحدود موضوعية تمثلت في المتغيرات التالية: اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان، شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي بالمشروعات تحقيق أهداف رؤية السعودية 2030 بقطاع الإسكان، بينما تحددت زمنيًا في الفترة التي تم تطبيق الاستبانة، والتي تحددت من 2023/1/1: 2023/3/1م. وتحددت مكانيًا بمجموعة من المحافظات السعودية، بينما تحددت بشريًا في عينة مكونة من (302) مبحوثًا سعوديًا.
- **نوع الدراسة ومنهجها:** تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، والتي تهدف إلى جمع البيانات والمعلومات المتعلقة باتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في تنمية الوعي بالمشروعات لتحقيق رؤية المملكة بشأن قطاع الإسكان 2030. بينما اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بوصفه المنهج المناسب لجمع البيانات الميدانية عن الظاهرة، وذلك من خلال استقصاء رأي لعينة من أفراد المجتمع السعودي.
- **مجتمع وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في جمهور المملكة العربية السعودية المتابع لقضايا قطاع الإسكان ومشاريعه، عبر الحسابات الرسمية لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان لعام 2023 م. بينما تحددت عينة الدراسة في عينة قصدية متاحة مكونة من (٣٠٢) مفردة من الجمهور السعودي المهتم ببرنامج الإسكان ومشاريعه المتعددة. والجدول التالي يستعرض السمات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة.

جدول (2) توزيع أفراد العينة وفقاً للسمات الديمغرافية

المتغيرات	التصنيف	التكرار	النسب
النوع	ذكر	184	60.9
	أنثى	118	39.1
الحالة الاجتماعية	أعزب	131	43.4
	متزوج بدون أطفال	33	10.9
	متزوج ولديه أطفال	129	42.7
	أرمل ومطلق	9	3
العمر	اقل من 25 سنة	102	33.8
	من 26 إلى 35	60	19.9
	من 36إلى 45	86	28.5
	من 46 إلى 55	47	15.6
	أكبر من 56	7	2.3
الدخل الشهري	أقل من 10 آلاف ريال	162	53.6
	من 10-15 ألف ريال	52	17.2
	من 16-20 ألف ريال	45	14.9
	من 21-30 ألف ريال	26	8.6
	أكثر من 30 ألف	17	5.6
المؤهل العلمي	ثانوي	96	31.8
	دبلوم	28	9.3
	بكالوريوس	125	41.4
	ماجستير	33	10.9
	دكتوراه	20	6.6

يتضح من الجدول السابق أن عينة الدراسة تكونت من 60.9% من الذكور، و39.1% من الإناث، وكانت الأغلبية من ذوي الحالة الاجتماعية أعزب بنسبة 43.4%، ثم متزوج ولديه اطفال بنسبة 42.7%، ثم المتزوج بدون أطفال بنسبة 10.9%، وأخيراً أرمل ومطلق بنسبة 3% فقط. وكانت أغلب الفئات العمرية للعينة أقل من 25 سنة بنسبة 33.8%، ومن 36 إلى 45 سنة بنسبة 28.5%، ومن 26 إلى 35 سنة بنسبة 19.9% ومن 46 إلى 55 بنسبة 15.6 وأكبر من 56 بنسبة 2.3 .% وكانت أغلب فئات الدخل أقل من 10 آلاف ريال بنسبة 53.6% ثم من 10 إلى 15 ألف ريال بنسبة 17.2% ومن 16 إلى 20 بنسبة 14.9%، ومن 21 إلى 30 ألف ريال بنسبة 5.6%، وكانت أغلب المؤهلات التعليمية بدرجة بكالوريوس بنسبة 41.4%، وثانوي بنسبة 31.8%، وماجستير بنسبة 10.9%، ودبلوم بنسبة 9.3%، وأخيراً الدكتوراه بنسبة 6.6%.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بناء على طبيعة البحث والأهداف التي سعى إلى تحقيقها، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) واستخراج النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية التالية: التكرارات والنسب المئوية: للتعرف على خصائص أفراد عينة البحث وفقاً للبيانات الشخصية.، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لحساب متوسطات عبارات الاستبانة وكذلك الدرجات الكلية لأبعاد الاستبانة بناء على استجابات أفراد عينة البحث، معامل ارتباط بيرسون: لحساب العلاقة بين محاور الاستبانة، معامل ألفا كرو نباخ: لحساب الثبات لأبعاد الاستبيان، اختبار (Anova) للتعرف على دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية، ومعادلة المدى: وذلك لوصف المتوسط الحسابي للاستجابات على كل عبارة وبعد على النحو التالي:

جدول (3) المدى

فئة المتوسط الحسابي	خيار الموافقة	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
1.8 **–1**	غير موافق بشدة	%36	منخفضة جدا
2.6 -1.81	غير موافق	- %36.1 %52.9	منخفضة
3.4 -2.61	محايد	%68.9 - %35	متوسطة
4.2 – 3.41	موافق	%84.9 -%69	كبيرة
5-4.21	موافق بشدة	%100 -%85	كبيرة جدا

نتائج الدراسة:

يمكن استعراض نتائج الدراسة على النحو التالي:

- **المنصات والحسابات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان على شبكات التواصل الاجتماعي**

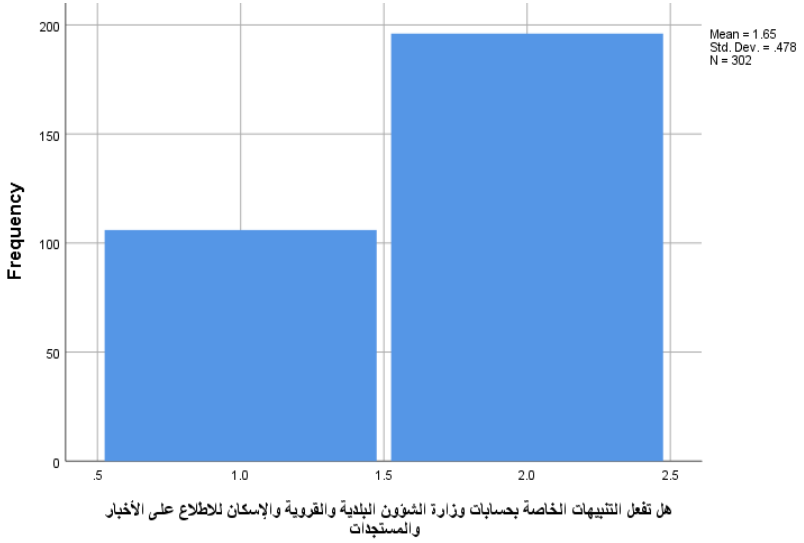
جدول (4) ترتيب المتابعة على المنصات والحسابات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان على شبكات التواصل الاجتماعي

المنصات	الترتيب	المتوسط	الانجراف المعياري
إكس	1	3.00	1.529
اليوتيوب	3	2.90	1.199
الفيسبوك	5	2.66	1.430
السناب شات	2	2.95	1.363
الانستقرام	4	2.88	1.252

يوضح الجدول السابق أن أعلى منصات المتابعة لمنصة إكس بمتوسط (3)، يليها السناب شات بمتوسط (2.95)، ثم اليوتيوب بنسبة (2.90)، ثم الانستقرام بنسبة (2.88)، وأخيرًا الفيسبوك بنسبة (2.66).

وأكدت نسبة 24.5% متابعتها للتغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية على منصة إكس، و16.9% لسناب شات، و11.9% للانستقرام، و11.3% لليوتيوب.

- **معدل تفعيل التنبيهات الخاصة بحسابات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان للاطلاع على الأخبار والمستجدات:**



شكل رقم (1) مستوى تفعيل التنبيهات الخاصة بحسابات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان

يتبين من الشكل السابق أن عينة الدراسة قد نفت الأغلبية بنسبة 64.9% تفعيل خاصية التنبيهات لمتابعة حسابات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان للاطلاع على الأخبار والمستجدات. بما يشير إلى انخفاض معدل المتابعة المقصودة والدافعية لمتابعة الجديد من تغطيات المواد بحسابات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

- **الموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها عبر حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي**

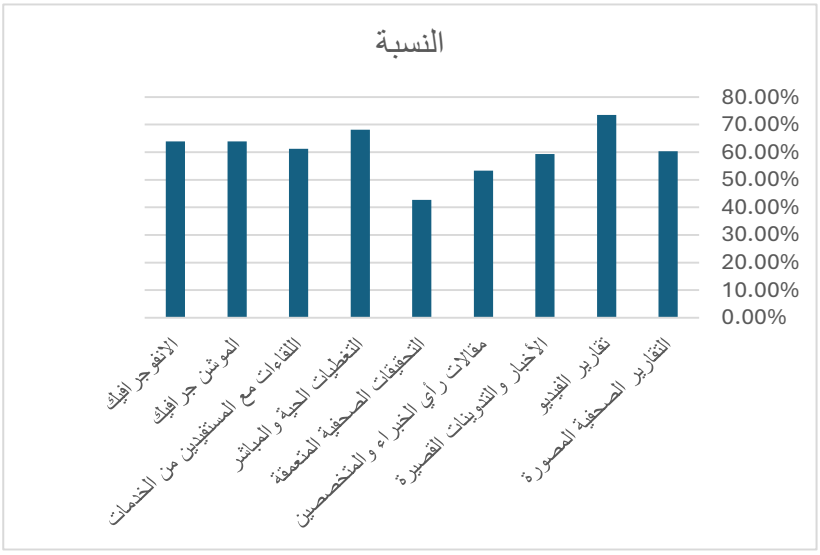
جدول (5) الموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها عبر حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	أتابع أخبار برنامج إيجاز لتوثيق عقود الإيجار إلكترونيا حفظا للحقوق.	2.45	1.394	13	منخفضة
2	أركز على التغطيات الإخبارية التي تعرف بالخدمات الإلكترونية مثل أفراغ الأراضي، المستشار العقاري، وتوثيق العقود.	3.02	1.345	5	متوسطة
3	أهتم بكل ما ينشر عن مبادرات تمكين مشاركة المطورين العقاريين.	2.54	1.392	11	منخفضة
4	أركز على التغطيات الإخبارية التي تشرح حالات الدعم السكني وشروط الاستحقاق.	3.17	1.289	1	متوسطة
5	أتابع كل ما له صلة بالأراضي البيضاء.	2.45	1.370	12	منخفضة

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
6	اهتم بالتغطيات الإخبارية لموضوعات توفير وحدات سكنية للأسر الأشد حاجة وشروط الحصول عليها.	2.65	1.418	10	متوسطة
7	أتابع موضوعات إجراءات الاعتماد وإصدار تراخيص البناء.	2.84	1.380	9	متوسطة
8	أركز على متابعة الأنظمة والقوانين الخاصة بالبيع والشراء والتأجير.	2.95	1.331	8	متوسطة
9	ابحث عن الأخبار والتغطيات الخاصة بالمعارض العقارية واللقاءات التي تنظمها الوزارة.	2.97	1.296	7	متوسطة
10	أهتم بكل ما ينشر عن فرز وتقسيم الوحدات العقارية.	3.12	1.271	2	متوسطة
11	ابحث عن الاخبار التي تعرف بالمنتجات السكنية للوزارة وكيفية الحصول عليها.	3.04	1.249	3	متوسطة
12	أهتم بالتوجيهات والتعليمات الإلزامية والأدلة الخاصة بالمباني الحديثة تحت الإنشاء.	2.98	1.294	6	متوسطة
13	أتابع أخبار مشاريع برنامج سكني.	3.03	1.268	4	متوسطة
	المتوسط الكلي للمحور	2.86	1.331		متوسطة

تبين من الجدول السابق أن أعلى الموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها عبر حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى متابعة التغطيات الإخبارية التي تشرح حالات الدعم السكني وشروط الاستحقاق، يليها موضوعات فرز وتقسيم الوحدات العقارية. ثم ما ينشر عن الاخبار التي تعرف بالمنتجات السكنية للوزارة وكيفية الحصول عليها، عن ويليه أخبار التغطيات الإخبارية التي تعرف بالخدمات الإلكترونية مثل المستشار العقاري، وتوثيق العقود ثم التغطيات الإخبارية أهتم بالتوجيهات والتعليمات الإلزامية والأدلة الخاصة بالمباني الحديثة تحت الإنشاء.

- **أشكال وقوالب التي يفضلها الجمهور لمتابعة التغطية الإخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الإسكان في حسابات الوزارة**



شكل رقم (٣) أشكال وقوالب التي يفضلها الجمهور لمتابعة التغطية الإخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الإسكان في حسابات الوزارة

جدول (6) أشكال وقوالب التي يفضلها الجمهور لمتابعة التغطية الإخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الإسكان في حسابات الوزارة

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	النسبة
1	التقارير الصحفية المصورة	1.40	0.490	5	%60.3
2	تقارير الفيديو	1.26	0.442	1	%73.5
3	الأخبار والتدوينات القصيرة	1.41	0.492	6	%59.3
4	مقالات رأي الخبراء والمتخصصين	1.47	0.500	7	%53.3
5	التحقيقات الصحفية المتعمقة	1.57	0.495	8	%42.7
6	التغطيات الحية والمباشر	1.32	0.466	2	%68.2
7	اللقاءات مع المستفيدين من الخدمات	1.39	0.488	4	%61.3
8	الموشن جرافيك	1.36	0.481	3	%63.9
9	الانفوجرافيك	1.36	0.481	3	%63.9
المتوسط الكلي للمحور		1.39	0.482	-	-

يوضح الجدول السابق الأشكال والقوالب الصحفية التي يفضلها الجمهور لمتابعة التغطية الإخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الإسكان في حسابات الوزارة وكان في

مقدمتها تقارير الفيديو يليها التغطيات الحية والمباشر، ثم كل من الموشن جرافك، والإنفو جرافك، ثم اللقاءات مع المستفيدين من الخدمات، ثم التقارير الصحفية المصورة، ثم الأخبار والتدوينات القصيرة، ثم مقالات رأي الخبراء والمتخصصين، وأخيرًا التحقيقات الصحفية المتعمقة.

- **رأي الجمهور في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي**

جدول رقم (7) الرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	تقدم الوازرة عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي صورة حقيقية لبرامج وخدمات الإسكان كما في الواقع.	3.56	1.067	1	مرتفع
2	أرى جدوى جهود التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان في الحسابات الرسمية للوزارة في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.55	1.048	2	مرتفع
3	تتسم التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان في الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي بالموضوعية والحياد.	3.41	1.074	8	مرتفع
4	أشعر بالثقة في التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان في الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.48	1.099	4	مرتفع
5	أكتفي بما تطرحه الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان	3.45	1.076	6	مرتفع

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
	في وسائل التواصل الاجتماعي. من تغطيات إخبارية حيال مشاريع الإسكان.				
6	اثق بمتابعة تطورات مشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية للوزارة في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.44	1.085	7	مرتفع
7	يمكنني وصف التغطية الإخبارية لمشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي بالعمق والتحليل الواضح.	3.38	1.093	10	متوسط
8	تتصف التغطية الإخبارية لمشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي بالتوازن.	3.52	1.059	3	مرتفع
9	تراعي التغطية الإخبارية لمشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي عنصر الدقة والواقعية.	3.48	1.108	4	مرتفع
10	يمكنني وصف التغطية الإخبارية لمشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي بالجودة والشمولية.	3.39	1.075	9	متوسط
11	تحفزني التغطيات الإخبارية لمشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية للوزارة في وسائل التواصل الاجتماعي على التفاعل.	3.46	1.092	5	مرتفع
	المتوسط الكلي للمحور	3.47	1.080		مرتفع

يبين الجدول السابق رأي الجمهور واتجاهه نحو التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؛ بما يعبر عن درجة اتفاق مرتفع بمتوسط (3.47) وانحراف معياري (1.080)، وجاء في المقدمة تقديم الوزارة عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي لصورة حقيقية لبرامج وخدمات الإسكان كما في الواقع، ثم الاقتناع بجدوى جهود التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان، ثم سمة توازن التغطية، ثم كل من الدقة والواقعية من جانب، والثقة من جانب، ثم التحفيز على التفاعل، ويليه الشعور باكتفاء التغطية، ثم الثقة في متابعة التطورات، ويليها الحياد والموضوعية في التغطية، ويليها جودة وشمولية التغطية، وأخيرًا العمق والتحليل الواضح.

- **مدى مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة**

جدول رقم (8) مدى مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	أكتسب المعلومات حول مشروعات الإسكان الجديدة وجهود الدولة في هذا القطاع بمتابعة المستجدات عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.51	1.126	6	مرتفع
2	تساعدني معلومات التغطيات الإخبارية في المواقع الرسمية حول مشروعات الإسكان في تحديد خطتي المستقبلية ومعرفة التطورات.	3.53	1.036	5	مرتفع
3	التعرف على الفرص والمزايا والاختيارات المثلى	3.46	1.077	10	مرتفع

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
	في السكن عبر متابعة التغطيات الإخبارية في الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي.				
4	أتلافي أي معلومات مغلوطة عبر متابعة التغطيات الإخبارية حول قضايا الإسكان في الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.48	1.068	8	مرتفع
5	أستفيد من مضامين التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان عبر الحسابات الرسمية للوزارة في حل المشكلات التي واجهتني.	3.48	1.077	8	مرتفع
6	أثق في جهود الوزارة في مواجهة تحديات قطاع الإسكان والوصول إلى مستهدفات رؤية السعودية 2030.	3.50	1.126	7	مرتفع
7	أشعر بالتفاؤل والطمأنينة لمستقبل أسرتي أو أبنائي عبر متابعة التغطيات الإخبارية لمشروعات الإسكان في الحسابات الرسمية للوزارة في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.47	1.177	9	مرتفع
8	أشعر بالإيجابية نحو الالتزام بتعليمات الدولة في إجراءات السكن والبناء والأراضي بعد متابعة التغطيات الإخبارية لمشروعات الإسكان في الحسابات الرسمية للوزارة في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.55	1.154	4	مرتفع

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
9	أشجع جهود البناء المستدام واشتراطات المسكن الصحي والمشاركة والتفاعل مع اتجاهات مشروعات الإسكان.	3.58	1.114	3	مرتفع
10	أشعر بالاعتزاز بالهوية السعودية خاصة مع متابعة مستجدات مشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية للوزارة في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.71	1.184	1	مرتفع
11	اعتبر حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيس لمختلف شرائح المجتمع عن قطاع الإسكان وما يتعلق به من برامج وأنظمة وخدمات.	3.60	1.142	2	مرتفع
12	تتفاعل حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي مع ما يطرحه المتابعين من معلومات أو أسئلة.	3.35	1.101	13	متوسط
13	أستطيع الالتزام بالإجراءات والتعليمات المتعلقة بالإسكان نتيجة الاعتماد على التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.44	1.097	11	مرتفع
14	أستطيع تحديد البدائل والخيارات المطروحة أمامي لرفع جودة المسكن عبر متابعة التغطيات الإخبارية لمشروعات الإسكان على الحسابات	3.40	1.098	12	متوسط

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
	الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي.				
15	أستفيد من متابعة التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرار المناسب حول كل ما يرتبط بسكني وسكن أسرتي.	3.50	1.102	7	مرتفع
16	أميل إلى اعتماد كل ما هو مبتكر في الإسكان نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي.	3.50	1.090	7	مرتفع
17	أستفيد مما تطرحه التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان عبر الحسابات الرسمية لوزارة الإسكان في وسائل التواصل الاجتماعي في خفض تكاليف الإسكان.	3.48	1.111	8	مرتفع
	المتوسط الكلي للمحور	3.50	1.111		مرتفع

يوضح الجدول السابق مدى مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة في قطاع الإسكان نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية على الحسابات الرسمية للوزارة بمواقع التواصل الاجتماعي، وقد تبين أن متوسط مستوى الوعي والمعرفة قد بلغ (3.50)، وانحراف معياري (1.111)؛ بما يشير إلى ارتفاع المستوى.

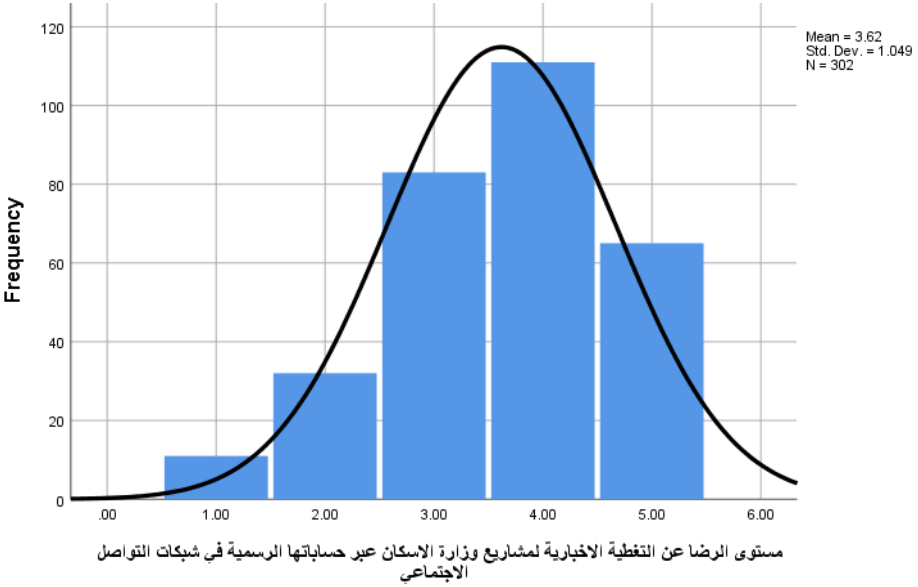
وكان في مقدمتها الشعور بالاعتزاز بالهوية السعودية خاصة مع متابعة مستجدات مشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية للوزارة في وسائل التواصل الاجتماعي، يليه اعتبار حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيس لمختلف شرائح المجتمع عن قطاع الإسكان، وما يتعلق به من برامج وأنظمة وخدمات، ثم التشجيع على جهود البناء المستدام واشتراطات المسكن الصحي، والمشاركة والتفاعل مع اتجاهات مشروعات الإسكان.

ثم الشعور بالإيجابية نحو الالتزام بتعليمات الدولة في إجراءات السكن والبناء والأراضي ويليه مساعدة معلومات التغطيات الإخبارية في المواقع الرسمية حول مشروعات الإسكان في تحديد الخطة المستقبلية، ومعرفة التطورات، ثم اكتساب المعلومات حول مشروعات الإسكان الجديدة وجهود الدولة في هذا القطاع والاستفادة في اتخاذ القرار المناسب حول كل ما يرتبط بالسكن والميل إلى اعتماد كل ما هو مبتكر في الإسكان، والشعور بالثقة في جهود الوزارة في مواجهة تحديات قطاع الإسكان، والوصول إلى مستهدفات رؤية السعودية 2030.

ويليه الاستفادة من مضامين التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان والاستفادة من تلافي أي معلومات مغلوطة عبر متابعة التغطيات الإخبارية وحل المشكلات بالإضافة إلى الاستفادة مما تطرحه التغطيات الإخبارية في خفض تكاليف الإسكان.

ثم كان الشعور بالتفاؤل والطمأنينة لمستقبل الأسرة والأبناء عبر متابعة التغطيات، ثم التعرف على الفرص والمزايا، والاختيارات المثلى في السكن، ثم الأثر في الالتزام بالإجراءات، وتحديد البدائل والخيارات، وأخيرًا التفاعل مع ما يطرحه المتابعين من معلومات أو أسئلة.

- **مستوى الرضا عن التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية في شبكات التواصل الاجتماعي**



شكل رقم (٤) مستوى الرضا عن التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية في شبكات التواصل الاجتماعي

يوضح الشكل السابق مستوى رضا الجمهور عن التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية في شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط (3.62) وانحراف معياري (1.049)؛ بما يشير إلى درجة رضا مرتفعة حيث عبرت نسبة 21.5% عن درجة الرضا الكاملة وعبرت نسبة 36.8% عن درجة الرضا، أما نسبة 27.5% فقد عبرت عن درجة مقبولة في الرضا وعبرت نسبة 10.6% عن حالة عدم الرضا، وعبرت نسبة 3.6% عن حالة تمام عدم الرضا.

اختبار الفروض:

1- وجود علاقة بين الاتجاه والرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة.

جدول رقم (٩) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الاتجاه والرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة.

العلاقة بين الاتجاه والرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة	درجة الارتباط والمعنوية	الدلالة الإحصائية
	**0.858	توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية.
	0.000	

يتبين من الجدول رقم (٩) وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين الاتجاه والرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة عند درجة (0.0858) ومعنوية (0.000) أقل من (0.05)؛ بما يشير إلى دور التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الاتجاه والرأي لدى الجماهير.

2- تؤثر الأشكال والقوالب الصحفية المستخدمة في التغطية الإخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الإسكان في حسابات الوزارة على الرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٠) نتائج اختبار التباين الأحادي Anovaتبعًا لتفضيلات الأشكال الصحفية

الرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
	3.47	0.945	6.439	0.000	دال إحصائيا

يوضح الجدول السابق نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه، ونستنتج منه أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الرأي في التغطية الإخبارية للوزارة عبر حساباتها الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لتفضيلات الأشكال الصحفية، حيث جاءت قيمة (ف) 6.439 بقيمة احتمالية 0.000 أقل من قيمة الدلالة 0.05 أي دالة إحصائيا.

3- تؤثر الأشكال والقوالب الصحفية المستخدمة في التغطية الإخبارية لموضوعات ومشروعات وقضايا الإسكان في حسابات الوزارة على مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة.

جدول رقم (١١) نتائج اختبار التباين الأحادي Anovaتبعا لتفضيلات الأشكال الصحفية

مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة.	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية
	503.	80.94	4.471	0.000	دال إحصائيا

يوضح الجدول (١١) نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه، ونستنتج منه أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات وآخر الأخبار الجديدة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لتفضيلات الأشكال الصحفية، حيث جاءت قيمة (ف) 6.471 بقيمة احتمالية 0.000 أقل من قيمة الدلالة 0.05 أي دالة إحصائيًا.

مناقشة نتائج الدراسة:

انطلاقاً من أهداف الدراسة، والتي سعت إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في تنمية الوعي بالمشروعات، وتحقيق أهداف رؤية السعودية2030 بقطاع الإسكان، توصلت الدراسة لعدد من النتائج تمثلت في:

- على الرغم من نفي أغلب عينة الدراسة بنسبة 64.9% لتفعيل خاصية التنبيهات لمتابعة حسابات وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان للاطلاع على الأخبار والمستجدات، إلا أن أعلى منصات المتابعة للمستجدات كان لصالح منصة إكس بمتوسط (3)، يليها السناب شات بمتوسط (2.95)، ثم اليوتيوب بنسبة (2.90)، ثم الانستقرام بنسبة (2.88)، وأخيرًا الفيسبوك بنسبة (2.66).
- أكدت نسبة 24.5% متابعتها للتغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية على منصة إكس، و16.9% لسناب شات، و11.9% للانستقرام، و11.3% لليوتيوب؛ وهو ما يشير إلى الحاجة إلى مزيد من الجهد في سياق جذب الجماهير للمتابعة، وعليه؛ تقترح الباحثة التخطيط لحملات ترويجية رقمية مستهدفة للفئات المستفيدة مع التأكيد على أهمية المتابعة برصد

برامج أو مزايا خاصة لتحقيق هدف زيادة التفاعل والتواصل كخطوة مبدئية لزيادة الوعي ودعم الاتجاه الإيجابي للجماهير، وتفعيل تحقيق رؤى المملكة في قطاع الإسكان 2030.

- أظهرت النتائج مساهمة التغطية الإخبارية للوزارة في التعريف بالمستجدات والمشروعات، وآخر الأخبار الجديدة في قطاع الإسكان نتيجة متابعة التغطيات الإخبارية على الحسابات الرسمية للوزارة بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة.
- تمثلت أبرز مساهمات التغطية الإخبارية لحسابات وزارة الإسكان على مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق عدد من الفوائد بالنسبة للجمهور السعودي، تمثلت في:

- اكتساب الشعور بالاعتزاز بالهوية السعودية خاصة مع متابعة مستجدات مشروعات الإسكان عبر الحسابات الرسمية للوزارة في وسائل التواصل الاجتماعي.
- اعتبار حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي المصدر الرئيس لمختلف شرائح المجتمع عن قطاع الإسكان، وما يتعلق به من برامج وأنظمة وخدمات.
- التشجيع على جهود البناء المستدام، واشتراطات المسكن الصحي والمشاركة والتفاعل مع اتجاهات مشروعات الإسكان.
- الشعور بالإيجابية نحو الالتزام بتعليمات الدولة في إجراءات السكن والبناء والأراضي.
- اكتساب المعلومات حول مشروعات الإسكان الجديدة وجهود الدولة في هذا القطاع، والاستفادة في اتخاذ القرار المناسب حول كل ما يرتبط بالسكن، والميل إلى اعتماد كل ما هو مبتكر في الإسكان، والشعور بالثقة في جهود الوزارة في مواجهة تحديات قطاع الإسكان، والوصول إلى مستهدفات رؤية السعودية 2030.

- الاستفادة من مضامين التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان، والاستفادة من تلافي أي معلومات مغلوطة عبر متابعة التغطيات الإخبارية، وحل المشكلات بالإضافة إلى الاستفادة مما تطرحه التغطيات الإخبارية في خفض تكاليف الإسكان، وهنا ترى الباحثة أهمية تطوير الحسابات الرسمية لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان السعودية على منصات التواصل الاجتماعي للمواءمة والمشاركة مع الخطة التطويرية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية وتنفيذ برنامج التحول الوطني 2030 لتحقيق رؤية المملكة 2030 في قطاع الإسكان.

- بالنسبة للنتائج المتعلقة برصد اتجاهات الجمهور السعودي نحو التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية بشبكات التواصل الاجتماعي، تبين وجود درجة اتفاق مرتفع بين آراء العينة حول الاعتقاد بتقديم الوزارة عبر حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي لصورة حقيقية عن برامج وخدمات الإسكان كما في الواقع؛ وترى الباحثة أن هذا يدعم عنصر الثقة والمصداقية، ويؤكد على دور الإعلام في تكوين الاتجاه، والأثر في تشكيل الوعي، ويتفق هذا الرأي مع دراسة (بركات، وأحمد، 2022)، حيث تؤكد على أهمية رأي الجماهير في تحقيق التأثير في الاتجاهات والمعتقدات لتحقيق الرؤى الوطنية والاستراتيجية، كما تؤكد دراسة (عبد الحافظ، 2016) على تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في نشر الثقافة، ودعم التوعية والحصول على المعلومات السليمة عبر زيادة ثقة الجماهير في الوسيلة، ومستوى اعتمادهم عليها.

- أكدت نتائج الدراسة على ارتفاع درجة الاقتناع بجدوى جهود التغطيات الإخبارية لمشاريع الإسكان والشعور بسمة توازن التغطية، ودقتها؛ بما يدعم من زيادة عنصر الثقة فيها، كما أبدت العينة اهتمامها بعنصر التحفيز على التفاعل،

وهذا يؤكد ما لمسته الباحثة سابقًا من وجود حاجة إلى تقديم مزايا لدعم التفاعل والتوصل لزيادة مستوى المتابعة.

- اتفقت العينة بدرجة مرتفعة حول الشعور باكتفاء التغطية والثقة في متابعة التطورات والشعور بالحياد والموضوعية في التغطية، إلا أن مستوى كل من جودة وشمولية التغطية والعمق والتحليل الواضح كانتا بحاجة لمزيد من الجهد؛ ومن ثم توصي الباحثة بتقديم وتطبيق خطة استراتيجية تعتمد على تأهيل صحفيين مختصين لتحقيق أهداف جودة وشمولية التغطية وتقديم تحليلا واضحة وعميقة.
- بينت نتائج الدراسة أن أبرز الموضوعات التي يحرص الجمهور على متابعتها عبر حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي، تمثلت في: متابعة ما له صلة بالأراضي البيضاء، موضوعات إجراءات الاعتماد وإصدار تراخيص البناء، مبادرات تمكين مشاركة المطورين العقاريين، أخبار برنامج إيجاز لتوثيق عقود الإيجار إلكترونيًا حفظا للحقوق، التغطيات الإخبارية التي تعرف بالخدمات الإلكترونية مثل المستشار العقاري، وتوثيق العقود، وترى الباحثة إمكانية الاستفادة من النتائج السابقة في تطوير خطط تدعيم الوعي، وزيادة التفاعل، وتشجيع المواطنين بما يحقق خطوات برنامج واستراتيجية قطاع الإسكان من خلال سد الثغرات المتعلقة بانخفاض الاهتمام، بالإضافة إلى استغلال موضوعات الاهتمام في تحريك المنشورات، وزيادة التفاعل والتواصل تمهيدًا لزيادة الوعي وتطوير مستهدفات المشاركة.
- بينت النتائج ارتفاع مستوى الرضا عن التغطية الإخبارية لمشاريع وزارة الإسكان عبر حساباتها الرسمية في شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط (3.62)، حيث عبرت نسبة 21.5% عن درجة الرضا الكاملة، وعبرت نسبة 36.8% عن

درجة الرضا، أما نسبة 27.5% فقد عبرت عن درجة مقبولة في الرضا، وعبرت نسبة 10.6% عن حالة عدم الرضا، وعبرت نسبة 3.6% عن حالة تمام عدم الرضا، وعلى الرغم من حالة الرضا المرتفعة ترى الباحثة أهمية تطوير أساليب التغطية الصحفية بالاسترشاد بتفضيلات الجمهور للأشكال الصحفية التي أشارت إليها نتائج الدراسة حيث كان التفضيل في المرتبة الأولى لتقارير الفيديو، يليها التغطيات الحية والمباشرة، ثم كل من الموشن جرافك، والإنفوجرافك، ثم اللقاءات مع المستفيدين من الخدمات، ثم التقارير الصحفية المصورة، ثم الأخبار والتدوينات القصيرة، ثم مقالات رأي الخبراء والمتخصصين، وأخيرًا التحقيقات الصحفية المتعمقة.

- بالإضافة إلى ما سبق بينت الدراسة عدد مميز من النتائج تفيد في تخطيط وتنفيذ برامج تطوير محتوى الحسابات الرسمية لوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان على شبكات التواصل الاجتماعي ومنها؛ الاستفادة من أثر المتغيرات الديموغرافية على مستوى الحرص على متابعة المستجدات وبالتالي توجيه التغطيات الصحفية تبعًا لتفضيلات الأشكال الصحفية لأصحاب الاهتمام، ومعالجة القصور في جودة أو عمق أو توجيه التغطية للجمهور المستهدف.

توصيات الدراسة:

- وضع خطة استراتيجية متكاملة مبتكرة بالاستفادة من مخرجات الدراسة من نتائج وعلاقات بين المتغيرات لتطوير التغطيات الإخبارية ومحتوى الحسابات الرسمية وزارة الشئون البلدية والقروية والإسكان على وسائل التواصل الاجتماعي.

- إعداد برنامج تدريبي موجه للصحفيين لرفع مستوى جودة وعمق التغطيات الإخبارية في الحسابات الرسمية وزارة الشئون البلدية والقروية والإسكان على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تصميم واعتماد برنامج ترويجي موجه بالاستفادة من نتائج الدراسة لزيادة نسب المشاركة والتفاعل مع جمهور المستفيدين من برامج الإسكان بالمملكة.
- التركيز على تقديم التغطيات الإخبارية تبعا لتفضيلات الجمهور المستهدف من المستفيدين والموجهة لهم برامج الإسكان من أشكال وأنماط صحفية توصلت إليها الدراسة.
- تصميم وتنفيذ برنامج مزايا موجه على مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة مستوى المتابعة والتفاعل، وبالتالي رفع مستوى الوعي.
- الاستفادة من إيجابيات اتجاه الجماهير نحو التغطيات الإخبارية بحسابات وزارة الشئون البلدية والقروية والإسكان التي تشير إلى مستوى مرتفع من الثقة في تمرير الرسائل الإعلامية التنموية الثرية لتحقيق تكامل دور الإعلام في تحقيق رؤية المملكة في تنمية وتطوير قطاع الإسكان 2030.

مراجع ومصادر الدراسة:

أولا: المراجع العربية

1. ابن ربيعان، عبد الله بن خالد، وبانافع، وحيد بن عبد الرحمن (2018). تحديات الإسكان في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر المستفيدين والمستحقين لبرامج الدعم السكني، مجلة العلوم الاجتماعية، مج 46 , ع 3، 149 -176.
2. ابن ربيعان، عبد الله (2013). ملف الإسكان: أبرز تحديات الاقتصاد السعودي حالياً. مجلة الدبلوماسي، ع 4865، 51.

3. البلوى، ريم بنت حمدان بن حامد، وغيث، نرفانا عبدالرحمن سيد (2022). أثر تطبيق آليات الحوكمة على إدارة مخاطر العمل المؤسسي في القطاع العام: دراسة ميدانية على وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان بمدينة الرياض. مجلة القراءة والمعرفة، ع 250 . 200 – 165
4. باهمام، علي بن سالم بن عمر. (2015). صعوبة الحصول على المسكن وامتلاكه في ظل المتغيرات الراهنة في المملكة العربية السعودية، مجلة الاجتماعية، ع 9، 51 – 82.
5. بخيت، مها مصطفى (2022). تغطية المواقع الإخبارية المصرية لمبادرة حياة كريمة ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاجتماعي في مصر، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 24 الجزء الأول يوليو / ديسمبر، ص 488- 546
6. بركات، وليد فتح الله وجمال، أمل وأحمد، سهر (2022). إدراك الرأي العام المصري لدور وفعالية المؤتمرات السياسية في الدولة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع80، ص1-49.
7. بن دبيلي، إسماعيل، وبن عيشة، عبد الكريم (2021). تجليات الاتصال العمومي في المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تحليلية على عينة من مواقع الهيئات الوزارية الجزائرية من منظور هابرماس. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية، مج 9, ع 2، 203 – 229
8. بن عيشوش، عمر وبوسرسوب، حسان (2020). دور شبكة فيسبوك في تعزيز التوعية الصحية بفيروس كورونا كوفيد- 19 دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي فيسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجً ا »، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد الثاني، العدد الثاني، 2020م.
9. الحديثي، عبد اللطيف بن ابراهيم راشد (2014). رؤية مستقبلية لمستقبل سوق الإسكان بالمملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية، مج 1, ع 2، 251 -313.
10. حكمي، وفاق بنت عثمان بن محود والكندي، عبد الله بن خميس (2017). خصائص المواقع الإلكترونية الرسمية للإعلام السياحي الخليجي، رسالة ماجستير، جامعة السلطان قابوس.
11. حمام، حنان إبراهيم (2019). دور الأنشطة الاتصالية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو مؤسسات لتعليم الجامعي دراسة تطبيقية على جامعة الملك عبد العزيز، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاتصال والإعلام.
12. حمد، منهل عدنان (2016). التجارب العالمية الرائدة في مجال المعلومات الرسمية. مكتبات نت، مج 17 , ع 3، 10 - 27

13. حمد، منهل عدنان (2016). تطور المعلومات الرسمية على المواقع الحكومية: الأردن وتونس وتايوان نموذجا، مجلة المركز العربي للبحوث والدراسات في علوم المكتبات والمعلومات، مج 3، ع 6، 102 –140.

14. الحيالي، أحمد مولود أحمد، والنجار، عبد الهادي أحمد عبد الهادى (2021). أطر التغطية الصحفية للقضايا البيئية في الصحف العراقية: دراسة تحليلية. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية، مج 32 , ع 32 ، 765 – 804.

15. خالد، فاروق (2009). الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.

16. داود، دعاء خالد (2021). تعامل المواقع الرسمية والإخبارية مع الشائعات وانعكاساتها على اتجاهات الجمهور: دراسة تطبيقية لموقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء، مجلة البحوث الإعلامية، ع 57 , ج 3، 1486 – 1536.

17. عادل، دعاء (2020). اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا Covid-19 في منطقة جازان، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 54، الجزء الرابع، يوليو .

18. عبد الحافظ، نادية محمد (2016). تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج15، ع2، ص 405-494.

19. على، عيشة (2020). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد- 19) دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألماني، العدد الحادي عشر، مايو 2020 م.

20. العمري، محمد بن ظافر(2014). واقع الإدارة الاستراتيجية في الوزارات السعودية. دراسات عربية وإسلامية، ج 47، 177 – 200.

21. غرابة، هالة حمدي (2019). تقويم التغطية الإخبارية لجهود الدولة في مكافحة الإرهاب، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 18 يوليو – ديسمبر، 394- 434.

22. غريب، عمر محمد (2022). معالجة الأنشطة الاتصالية الرقمية بالصفحات الرسمية للجامعات المصرية لجائحة كورونا: دراسة تحليلية. مجلة كلية الآداب، ع 101 ، 99 - 131

23. فرج، إبراهيم أبو المجد (2022). مستوى التزام القائم بالاتصال بمعايير جودة التغطية الإخبارية في المواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها باتجاهات القراء نحوها، المجلة العلمية لبحوث الصحافة العدد 23 ، الجزء الأول ، يناير /يونيو 2022 ، ص 129- 251.

24. محرم، هبة فريد عبدالحميد، سليمان، سلوى عبدالحميد، و ونيس، سامية قدري (2018) الأداء الاتصالي للصفحات الرسمية الحكومية باستخدام الفيس بوك: دراسة تحليلية، مجلة البحث العلمي في الآداب، ع 19, ج 5، 401 – 435.

25. المضيان، أريج بنت علي (2022). السياسات الإسكانية وأثرها على التنمية العمرانية في المملكة العربية السعودية خلال الفترة الممتدة ما بين عامي 2021 - 1957 مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 6, ع 15 ،1-45.

26. وزارة الاقتصاد والتخطيط (1435 هـ). الأهداف والسياسات لخطة التنمية العاشرة، وزارة الاقتصاد والتخطيط.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

1. Bodó, B. (2019). Selling news to audiences–a qualitative inquiry into the emerging logics of algorithmic news personalization in European quality news media. Digital Journalism, 7(8), 1054-1075.
2. Chinn, S., Hart, P. S., & Soroka, S. (2020). Politicization and polarization in climate change news content, 1985-2017. Science Communication, 42(1), 112-129.
3. Hare, A. (2022). Comparing traditional news and social media with stock price movements; which comes first, the news or the price change? Journal of Big Data volume 9, Article number: 47 (2022).
4. Hargartner, D. (2021). Empathy-based counter speech can reduce racist hate speech in a social media field experiment. PNAS 118(5). 1-3.

5. Kaleel, A. K. K., Fyadh, M., & Assad, A. (2023). The role of the new media in raising awareness and protecting society. Journal of Alsalam University, 6(1), 32-38.
6. Maurer, M., Jost, P., Schaaf, M., Sülflow, M., & Kruschinski, S. (2022). How right-wing populists instrumentalize news media: Deliberate provocations, scandalizing media coverage, and public awareness for the Alternative for Germany (AfD). The International Journal of Press/Politics, 19401612211072692.
7. Park. Eunil (2020)," Positive or negative? Public perceptions of nuclear energy in South Korea: Evidence from Big Data" Nuclear Engineering and Technology 51.
8. Parrott, S., Hoewe, J., Fan, M., & Huffman, K. (2019). Portrayals of immigrants and refugees in US news media: Visual framing and its effect on emotions and attitudes. Journal of broadcasting & electronic media, 63(4), 677-697.
9. Paul D'Angelo (2017). Framing: Media Frames. In P. Roessler, C. A. Hoffner, & L . van Zoonen (Eds.), The International Encyclopedia of Media Effects, New York: Wiley., pp. 1-10.
10. Rosenberg, J. (2021). Understanding Public Sentiment About Educational Reforms: The Next Generation Science Standards on Twitter. January-December 2021, Vol. 7, No. 1, pp. 1–17.
11. Sinpeng, A. (2021). Hash tag activism: social media and the #Free Youth protests in Thailand. Critical Asian Studies, 53:2, 192-205.

12. Tully, M., Vraga, E. K., & Smithson, A. B. (2020). News media literacy, perceptions of bias, and interpretation of news. Journalism, 21(2), 209-226.
13. Wei, Y., Gong, P., Zhang, J., & Wang, L. (2021). Exploring public opinions on climate change policy in" Big Data Era"—A case study of the European Union Emission Trading System (EU-ETS) based on Twitter. Energy Policy, 158, 112559.
14. Wells, C., Shah, D., Lukito, J., Pelled, A., Pevehouse, J. C., & Yang, J. (2020). Trump, Twitter, and news media responsiveness: A media systems approach. New media & society, 22(4), 659-682.
15. Zhang, X. (2021). Public attention and sentiment of recycled water: Evidence from social media text mining in China. Journal of Cleaner Production, Volume 303, 20 June 2021, 126814.
16. Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Northwestern University, Journal of Communication, 43(4), 51–53.
17. Happer, C., & Philo, G. (2016). New approaches to understanding the role of the news media in the formation of public attitudes and behaviours on climate change. European Journal of Communication, 31(2), 136-151.
18. Parrott, S., Hoewe, J., Fan, M., & Huffman, K. (2019). Portrayals of immigrants and refugees in US news media: Visual framing and its effect on emotions and attitudes. Journal of broadcasting & electronic media, 63(4), 677-697.

19. Mihelj, S., Kondor, K., & Štětka, V. (2022). Audience engagement with COVID-19 news: The impact of lockdown and live coverage, and the role of polarization. Journalism Studies, 23(5-6), 569-587.
20. Obermaier, M., Koch, T., & Riesmeyer, C. (2018). Deep impact? How journalists perceive the influence of public relations on their news coverage and which variables determine this impact. Communication research, 45(7), 1031-1053.
21. Álvarez-Macías, D. L. (2022). Innovation in Journalistic Practices: Combining Depth, Quality, and Publication in Real Time. Journalism Practice, 1