



جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام

تخصص اعلام رقمي

توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في

تغطية أخبار قطاع العقارات السعودية دراسة ميدانية

إعداد الطالب/ عمير عبد الرحمن أحمد ال فاهده

إشراف الدكتورة / مهيتاب ماهر الرافعي

العام الدراسي:

2026 – 1447

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية

1.1.2 تمهيد

انتجت الثورة الرقمية تحولات عميقة في بنية الممارسة الصحفية وأنماط إنتاج المحتوى الإخباري وتوزيعه، إذ لم تعد الصحافة محصورة في قوالبها التقليدية القائمة على النص المكتوب والصورة الثابتة، بل انفتحت على فضاء واسع من الأدوات الرقمية التفاعلية التي أعادت تعريف العلاقة بين المنتج الصحفي والمتلقي. وقد أسهم التطور المتسارع في تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات في تمكين المؤسسات الصحفية من توظيف وسائط متعددة تتجاوز حدود السرد الخطي التقليدي، لتشمل الإنفوجرافيك التفاعلي، والفيديو الرقمي التفاعلي، والروابط التشعبية والمحتوى المترابط، وأدوات التصوير البصري للبيانات، وهي الأبعاد التي تتبناها الدراسة الحالية بوصفها مكونات المتغير المستقل.

ويسعى هذا المبحث إلى تقديم معالجة نظرية معمقة لمفهوم أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية من خلال استعراض التعريفات التي قدمها الباحثون لهذا المفهوم، ثم بيان أهميته في السياق الإعلامي المعاصر، وصولاً إلى تحديد أهدافه واستراتيجيات توظيفه، وانتهاءً بتحليل أبعاده الأربعة التي تتبناها الدراسة الحالية تحليلاً مستفيضاً يربط بين الأسس النظرية والتطبيقات العملية في الصحف الإلكترونية.

2.1.2 مفهوم أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية

يُعد مفهوم أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية من المفاهيم التي تبلورت تدريجياً في أدبيات الإعلام والاتصال بالتزامن مع التطورات التكنولوجية المتلاحقة التي أعادت تشكيل المشهد الصحفي العالمي. وقد تباينت مقاربات الباحثين في تحديد هذا المفهوم تبعاً لزوايا التناول المختلفة التي انطلقوا منها، سواء من المنظور التقني البحث أو من منظور الممارسة المهنية أو من منظور تجربة المتلقي، مما أثرى الحقل المعرفي بتعريفات متعددة ومتكاملة تسهم في رسم صورة شاملة لهذا المفهوم.

فقد عرّف بريك (2022) الصحافة الرقمية بوصفها ذلك النمط الصحفي الذي يوظف التقنيات الرقمية المتقدمة في إنتاج المحتوى الإخباري ومعالجته وتوزيعه عبر المنصات الإلكترونية، مع التركيز على قدرة هذه التقنيات في إحداث نقلة نوعية في صناعة الصحافة تمتد آثارها على المدى البعيد. وينطلق هذا التعريف من رؤية استشرافية تربط بين الأداة الرقمية ومستقبل الصناعة الصحفية، مما يعكس إدراكاً لعمق التحول الذي تُحدثه هذه الأدوات في البنية المؤسسية للعمل الصحفي وليس في الشكل الخارجي فحسب.

وقدّمت بورقعة (2022) تصوراً لمفهوم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية يركز على فكرة التبادلية بين القارئ بالاتصال والمتلقي عبر الأدوات الرقمية، حيث تتحول العلاقة من نمط الاتصال أحادي الاتجاه إلى نمط تشاركي يُمكن الجمهور من المساهمة في إنتاج المحتوى والتعليق عليه والتفاعل معه بأشكال متنوعة. ويُبرز هذا التعريف البُعد الاتصالي للأدوات الرقمية التفاعلية، مؤكداً أن جوهر التفاعلية لا يكمن في التقنية ذاتها بل في نمط العلاقة الاتصالية التي تُنشئها بين أطراف العملية الصحفية.

وتناول Izzatli (2025) الأسس النظرية للصحافة التفاعلية في عصر الإعلام الجديد، حيث عرّفها بأنها ذلك الشكل الصحفي الذي يدمج بين عناصر السرد المتعدد الوسائط وآليات التفاعل المباشر مع المتلقي في إطار بيئة رقمية تتيح للمستخدم التحكم في مسار تجربته مع المحتوى الإخباري. ويتميز هذا التعريف بتركيزه على مفهوم التحكم الذي يمنحه النمط التفاعلي للمتلقي، مما يحوّل من مستقبل سلبي إلى مشارك فاعل في تشكيل تجربته الإخبارية.

وقد أضاف Stiekolshchykova et al. (2024) بُعداً آخر لمفهوم الأدوات الرقمية في الصحافة المعاصرة، حيث تناولوا دور المحتوى المتعدد الوسائط وتفاعل الجمهور بوصفهما ركيزتين أساسيتين تقوم عليهما الممارسة الصحفية في العصر الرقمي، مشيرين إلى أن الأدوات الرقمية التفاعلية تمثل منظومة متكاملة من الوسائط والتقنيات التي تعمل بشكل تكاملي لإنتاج تجربة إخبارية ثرية ومتعددة الأبعاد. ويثري هذا التعريف المفهوم بإدخال فكرة التكاملية بين الأدوات، بدلاً من النظر إلى كل أداة بوصفها عنصراً منفصلاً.

كما تناول القدوسي (2022) مفهوم التفاعلية في المواقع الصحفية الإلكترونية من زاوية أثرها على أداء القارئ بالاتصال، حيث عرّف الأدوات التفاعلية بأنها تلك الوسائل

الرقمية التي تُمكن الصحفي من إنشاء قنوات اتصال متعددة الاتجاهات مع الجمهور، وتُتيح للمتلقى ممارسة أدوار فاعلة في العملية الإخبارية تتجاوز مجرد الاستقبال السلبي للمعلومات. ويُثري هذا التعريف الفهم النظري بتسليطه الضوء على الأثر المزدوج لهذه الأدوات، إذ لا يقتصر تأثيرها على المتلقي فحسب بل يمتد ليشمل إعادة تشكيل دور القائم بالاتصال ذاته.

و ربط عبدالحميد (2022) بين الأدوات الرقمية التفاعلية وتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أشار إلى أن مفهوم الأدوات الرقمية في الصحافة المعاصرة قد توسع ليشمل التطبيقات الذكية القادرة على إنتاج المحتوى وتحليله وتصوره بصرياً بشكل آلي أو شبه آلي، مما يفتح آفاقاً جديدة لتوظيف هذه الأدوات في تعزيز جودة التغطية الصحفية وكفاءتها.

وبناءً على ما تقدم من تعريفات، يرى الباحث أن أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية يمكن تعريفها إجرائياً في سياق هذه الدراسة بأنها مجموعة الوسائط والتقنيات الرقمية المتكاملة التي تُوظّفها الصحف الإلكترونية السعودية في إنتاج المحتوى الإخباري المتعلق بقطاع العقارات ومعالجته وعرضه، والتي تتيح للمتلقى التفاعل مع المادة الصحفية والتحكم في مسار تجربته معها، وتشمل الإنفوجرافيك التفاعلي، والفيديو الرقمي التفاعلي، والروابط التشعبية والمحتوى المترابط، وأدوات التصوير البصري للبيانات. ويستند هذا التعريف الإجرائي إلى المقاربات النظرية المتعددة التي تم استعراضها، مع تكييفها لتتوافق مع السياق التطبيقي للدراسة الحالية ومجالها المحدد في التغطية الإخبارية العقارية.

3.1.2 أهمية أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية

تكتسب أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية أهمية متنامية في المشهد الإعلامي المعاصر، وهي أهمية تتجاوز البُعد التقني لتطال الأبعاد المهنية والاقتصادية والاجتماعية للعمل الصحفي. ففي ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها قطاع الإعلام عالمياً وإقليمياً، باتت هذه الأدوات تمثل ركيزة أساسية في استراتيجيات المؤسسات الصحفية الساعية إلى الحفاظ على تنافسيتها واستدامة علاقتها بجمهورها، لا سيما في سياق الصحافة الاقتصادية المتخصصة التي تتعامل مع بيانات كمية كثيفة ومعلومات معقدة تتطلب أساليب عرض مبتكرة.

ويشير (Ambadas (2024) إلى أن أهمية أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية تتبلور في عدة محاور جوهرية: أولها أنها تُعيد تعريف مفهوم القيمة المضافة في المحتوى الصحفي، إذ لم يعد مجرد نقل الخبر كافياً لاستقطاب الجمهور في بيئة رقمية تتسم بالوفرة المعلوماتية، بل أصبح تقديم تجربة إخبارية ثرية ومتعددة الأبعاد هو المعيار الذي يُميز المؤسسات الصحفية الرائدة عن غيرها. وثانيها أنها تساهم في تعزيز مصداقية المحتوى الصحفي من خلال إتاحة الفرصة للمتلقي للتحقق من البيانات والمعلومات والتفاعل معها بشكل مباشر، مما يُرسّخ ثقته بالمؤسسة الصحفية. وثالثها أنها توفر للمؤسسات الصحفية مؤشرات دقيقة حول أنماط استهلاك الجمهور وتفضيلاته، مما يُمكنها من تطوير استراتيجياتها التحريرية بناءً على بيانات فعلية وليس على افتراضات.

ويرى فيزي (2024) أن أهمية هذه الأدوات تتعاظم في ضوء التحولات التكنولوجية التي أعادت تشكيل بيئة الإعلام الرقمية، حيث أصبحت الأدوات التفاعلية عاملاً حاسماً في تحديد مكانة المؤسسة الصحفية في السوق الإعلامي، إذ ترتبط بشكل وثيق بإدراك الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم المهنية المتجددة. فالصحفي المعاصر لم يعد مجرد ناقل للأخبار بل أصبح منتجاً للمحتوى الرقمي المتكامل، وهو ما يستوجب امتلاكه لمهارات رقمية متقدمة تتصل بتوظيف هذه الأدوات بفاعلية. كما أن هذه الأدوات تُعيد رسم حدود التخصص الصحفي، حيث تتداخل مهارات التحرير مع مهارات التصميم وتحليل البيانات والإنتاج المرئي.

4.1.2 أهداف توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية

تتعدد الأهداف التي تسعى المؤسسات الصحفية إلى تحقيقها من خلال توظيف الأدوات الرقمية التفاعلية في ممارستها المهنية، وتراوح هذه الأهداف بين ما هو تحريري يتصل بجودة المحتوى، وما هو تقني يرتبط بتطوير أساليب العرض، وما هو استراتيجي يتعلق بتعزيز المكانة التنافسية للمؤسسة في السوق الإعلامي. وقد تباينت رؤى الباحثين في تحديد هذه الأهداف وتصنيفها تبعاً لمداخلهم النظرية وسياقات دراساتهم التطبيقية.

ويحدد Rafeeq (2025) ثلاثة أهداف محورية لتوظيف الأدوات الرقمية المتعددة الوسائط في الصحافة الإلكترونية: أولها تعزيز السرد القصصي الإخباري من خلال دمج وسائط متعددة تُثري المادة الصحفية وتمنحها أبعاداً حسية متنوعة تتجاوز حدود النص

المكتوب. وثانيها توسيع قاعدة الجمهور عبر تقديم محتوى يستجيب لتفضيلات شرائح مختلفة من المتلقين الذين يتباينون في أنماط استهلاكهم للمعلومات. وثالثها تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الصحفية في بيئة إعلامية رقمية تنسم بالمنافسة الشديدة وتعدد مصادر المعلومات.

أما (Otero-González and Vázquez-Herrero (2023 فيُحددان أهداف هذه الأدوات في إطار مفهوم القصة الرقمية التفاعلية، حيث تهدف إلى تمكين المتلقي من التنقل داخل المحتوى الإخباري وفق مسارات متعددة يختارها بنفسه، وتحويل عملية استهلاك الأخبار من تجربة سلبية إلى تجربة استكشافية فاعلة، فضلاً عن تمكين الصحفي من توظيف أدوات مفتوحة المصدر وتجارية متنوعة في إنتاج محتوى تفاعلي مبتكر دون الحاجة إلى مهارات برمجية متقدمة.

ويُضيف عبدالغفار (2021) هدفاً آخر يتمثل في تعزيز قدرة الصحافة على ممارسة دورها الاستقصائي بفاعلية أكبر، إذ تُتيح أدوات صحافة البيانات والتصور البصري للمؤسسات الصحفية الكشف عن الأنماط والعلاقات المخفية في البيانات الكمية الضخمة التي يصعب رصدها بالأساليب التقليدية، وتقديمها للمتلقي في أشكال بصرية واضحة تُعزز قدرته على فهم القضايا المعقدة واتخاذ مواقف مستنيرة بشأنها.

5.1.2 أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية

تم تحديد أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في هذه الدراسة بناءً على المراجعة المعمقة للأدبيات ذات الصلة، ولا سيما ما قدّمه كل من الزهراني وعطية (2021) في تحليلهما للسرد الإخباري المتعدد الوسائط، و Santos-Hermosa et al. (2022) في إطارهم التحليلي للتفاعلية في الصحافة الرقمية، وعبدالغفار (2021) في دراستها لتوظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية، و Stiekolshchikova et al. (2024) في تناولهم للمقاربات الحديثة في الصحافة الرقمية. وقد أسفرت هذه المراجعة عن تحديد أربعة أبعاد رئيسية تمثل المكونات الجوهرية لأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية، وهي: الإنفوجرافيك التفاعلي، والفيديو الرقمي التفاعلي، والروابط التشعبية والمحتوى المترابط، وأدوات التصور البصري للبيانات. وفيما يلي تحليل مستفيض لكل بُعد من هذه الأبعاد.

البُعد الأول: الإنفوجرافيك التفاعلي

يُمثل الإنفوجرافيك التفاعلي أحد أبرز الأدوات التي أحدثت نقلة نوعية في أساليب عرض المعلومات الصحفية، إذ يجمع بين قوة التصميم البصري وديناميكية التفاعل الرقمي في إطار واحد يُمكن المتلقي من استكشاف البيانات والمعلومات وفق مساراته الخاصة. ويتجاوز الإنفوجرافيك التفاعلي مفهوم الإنفوجرافيك الثابت التقليدي الذي يقتصر على تقديم تمثيل بصري جامد للمعلومات، ليُقدم تجربة استكشافية تتيح للمتلقي التحكم في مستوى التفصيل والتنقل بين طبقات المعلومات المختلفة والتفاعل مع عناصر التصميم بشكل مباشر.

وتتجلى أهمية الإنفوجرافيك التفاعلي في السياق الصحفي في قدرته على تبسيط المعلومات المعقدة وتحويلها إلى أشكال بصرية قابلة للفهم السريع، وهو ما يكتسب أهمية خاصة في التغطية الصحفية لقطاع العقارات الذي يتسم بكثافة بياناته الرقمية المتعلقة بالأسعار والمساحات والمؤشرات الاقتصادية. وفي هذا الإطار، يُشير عبدالحميد (2022) إلى أن توظيف تقنيات التصور البصري المتقدمة في الصحافة الرقمية يُسهم في تعزيز قدرة المتلقي على استيعاب البيانات الاقتصادية المعقدة وتكوين فهم أعمق للظواهر والاتجاهات التي تقف وراءها.

ويتميز الإنفوجرافيك التفاعلي بعدة خصائص تجعله أداة فعالة في الممارسة الصحفية الرقمية، أبرزها قابلية التحديث المستمر التي تُتيح للمؤسسة الصحفية تحديث بياناته بشكل آني مع تطور الأحداث، وخاصية التخصيص التي تُمكن المتلقي من عرض البيانات وفق معايير يُحددها بنفسه كالموقع الجغرافي أو الفترة الزمنية أو نوع العقار، فضلاً عن خاصية المشاركة الاجتماعية التي تُسهّل انتشار المحتوى عبر المنصات الرقمية. وقد أشار بريك (2022) في سياق حديثه عن مستقبل صناعة الصحافة الرقمية إلى أن تقنيات العرض البصري التفاعلي تمثل أحد أبرز التطبيقات التي ستُشكّل ملامح الممارسة الصحفية في العقود المقبلة.

البُعد الثاني: الفيديو الرقمي التفاعلي

يُشكّل الفيديو الرقمي التفاعلي البُعد الثاني من أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية، وهو يُمثل تطوراً نوعياً للفيديو الصحفي التقليدي من خلال إضافة عناصر تفاعلية تُمكن المتلقي من التحكم في مسار العرض والتفاعل مع محتوى الفيديو بأشكال متعددة. ويتجاوز هذا البُعد مفهوم الفيديو التقليدي الذي يفرض مساراً خطياً واحداً على المشاهد، ليُقدم تجربة مشاهدة ديناميكية تتيح اختيار زوايا المشاهدة والتنقل بين المشاهد والوصول إلى معلومات إضافية مدمجة في الفيديو.

وقد أبرز تنوح (2023) الدور المتنامي للتقنيات الرقمية المحمولة في التغطية الإخبارية الميدانية، حيث أتاحت الهواتف الذكية للصحفيين إنتاج محتوى فيديو عالي الجودة من مواقع الأحداث مباشرة، مما أسهم في تعزيز الأنية والحضور الميداني في التغطية الصحفية. وتتعاظم أهمية هذا البُعد في سياق التغطية العقارية التي تتطلب عرضاً بصرياً حياً للمشاريع والمواقع والتطورات العمرانية التي يصعب نقلها بالنص المكتوب وحده.

ويتميز الفيديو الرقمي التفاعلي في السياق الصحفي بعدة مزايا تُعزز فاعليته كأداة للتغطية الإخبارية، أبرزها قدرته على الجمع بين العناصر السمعية والبصرية والنصية في إطار واحد، مما يُثري تجربة المتلقي ويُخاطب حواسه المتعددة. وقد أشار كرحوت (2024) إلى أن المنصات الصوتية والمرئية الرقمية كالبودكاست أصبحت قنوات مهمة للتغطية الإخبارية تتيح تقديم المحتوى بأساليب متنوعة تستجيب لأنماط الاستهلاك الإعلامي المتغيرة.

كما يرتبط الفيديو الرقمي التفاعلي بتطبيقات الواقع الافتراضي والواقع المعزز التي تناولها بريك (2022) في سياق حديثه عن تطبيقات الميتافيرس ومستقبل صناعة الصحافة الرقمية، حيث تُتيح هذه التقنيات إنتاج محتوى فيديو غامر يُمكن المتلقي من الانغماس في البيئة الإخبارية والتفاعل معها بشكل ثلاثي الأبعاد. وتتسم هذه التطبيقات بملاءمة خاصة لقطاع العقارات، حيث يمكن توظيفها في تقديم جولات افتراضية في المشاريع العقارية تُمكن المتلقي من استكشافها كما لو كان حاضراً فيها فعلياً.

ويُشير (2025) Saad Al-Dawsari and Mubarak Al-Shuwaikhat إلى أن تقنيات الواقع الافتراضي في الإعلام الرقمي أصبحت تُوظف بشكل متزايد في الفعاليات العقارية في المملكة العربية السعودية، مما يعكس إدراكاً متنامياً لدور الفيديو التفاعلي والتقنيات الغامرة

في تعزيز تجربة الجمهور مع المحتوى الإعلامي العقاري. وتسهم هذه التقنيات في تقديم صورة أكثر واقعية وشمولية للمشاريع العقارية مقارنة بالوسائل التقليدية.

البُعد الثالث: الروابط التشعبية والمحتوى المترابط

يُمثل بُعد الروابط التشعبية والمحتوى المترابط أحد الأبعاد الأساسية التي تُميز الصحافة الرقمية عن نظيرتها المطبوعة، إذ يُتيح هذا البُعد بناء شبكة من العلاقات النصية والمعلوماتية التي تربط المادة الصحفية بسياقاتها المتعددة ومصادرها المتنوعة ومحتوياتها ذات الصلة. وتتجاوز الروابط التشعبية في الممارسة الصحفية المعاصرة مفهومها التقني البسيط بوصفها وصلات إلكترونية بين صفحات الويب، لتُصبح أداة تحريرية استراتيجية تُسهم في تعميق المحتوى الصحفي وتوسيع نطاقه وتعزيز مصداقيته.

وقد أبرزت بورقة (2022) دور الروابط التشعبية في تعزيز التفاعلية عبر المنصات الإلكترونية الصحفية، حيث تُتيح للمتلقي التنقل بين المحتويات ذات الصلة واستكشاف أبعاد الموضوع المختلفة وفق اهتماماته وأولوياته، مما يُحوّل تجربة القراءة من مسار خطي إلى تجربة شبكية متعددة المسارات. وتتعاظم أهمية هذا البُعد في التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية والعقارية التي تتسم بتعدد أبعادها وتشابك عواملها، إذ تُتيح الروابط التشعبية للمتلقي الانتقال بين التحليلات الاقتصادية والبيانات الإحصائية والتقارير القانونية والمعلومات الجغرافية المتصلة بالموضوع العقاري.

ويُميز (Santos-Hermosa et al. (2022 بين مستويات متعددة للمحتوى المترابط في الصحافة الرقمية، تشمل الربط الداخلي الذي يصل بين محتويات الموقع الصحفي ذاته، والربط الخارجي الذي يصل بالمصادر والمراجع الخارجية، والربط السياقي الذي يوفر معلومات خلفية وتفسيرية تُثري فهم المتلقي للموضوع. وتتطلب إدارة هذه المستويات المختلفة استراتيجية تحريرية واعية تُوازن بين إثراء المحتوى وعدم إرباك المتلقي بكثرة الروابط.

و يُشير الهويدي والديبسي (2022) إلى أن توظيف الروابط التشعبية في الصحافة الرقمية العربية يرتبط بالمعايير المهنية للعمل الصحفي، إذ يُعد الإحالة إلى المصادر الأصلية وتوفير سياقات معلوماتية إضافية من مؤشرات الدقة والمصداقية والشفافية في الممارسة

الصحفية. غير أن التوظيف الفعال لهذا البُعد يتطلب وعياً تحريراً بأهمية اختيار الروابط المناسبة والتحقق من سلامتها وملاءمتها للسياق الإخباري.

ويُضيف Wei et al. (2021) بُعداً منهجياً لمفهوم المحتوى المترابط في التغطية الإخبارية، حيث يُشير إلى أن ربط الأخبار بسياقاتها الزمنية والموضوعية يُتيح رصد ديناميكيات التفاعل والتطور في القضايا المعالجة، مما يُساهم في تقديم صورة أكثر عمقاً ودقة عن الظواهر الإخبارية. وفي سياق التغطية العقارية، يُمكن أن يتجلى ذلك في ربط الأخبار العقارية الآنية بالاتجاهات التاريخية لأسعار السوق وبالسياسات الحكومية ذات الصلة وبالمؤشرات الاقتصادية الكلية، مما يُمكن المتلقي من تكوين رؤية شاملة ومتكاملة.

البُعد الرابع: أدوات التصور البصري للبيانات

يُمثل بُعد أدوات التصور البصري للبيانات الركيزة الرابعة والأخيرة من أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية التي تتبناها هذه الدراسة، وهو بُعد يكتسب أهمية استثنائية في سياق التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية والعقارية التي تتسم بكثافة بياناتها الرقمية وتُعقد مؤشرات الإحصائية. ويُقصد بالتصور البصري للبيانات في السياق الصحفي تلك العملية التي يتم من خلالها تحويل البيانات الخام والمعلومات الرقمية إلى أشكال بصرية مثل الرسوم البيانية والخرائط والمخططات والجداول التفاعلية، بهدف تسهيل فهمها وتحليلها واستخلاص الدلالات والأنماط المتضمنة فيها.

وقد أولت عبدالغفار (2021) اهتماماً بالغاً لهذا البُعد في إطار تناولها لصحافة البيانات وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، حيث أشارت إلى أن أدوات التصور البصري تُمثل الحلقة الجوهرية التي تربط بين تحليل البيانات وإيصال نتائجه للمتلقي، إذ أن البيانات الخام مهما بلغت قيمتها تظل عاجزة عن إيصال رسالتها ما لم تُقدّم في أشكال بصرية واضحة ومفهومة. وتتعاظم أهمية هذا البُعد في التغطية العقارية التي تتعامل مع كميات ضخمة من البيانات الرقمية المتعلقة بأسعار العقارات ومؤشرات السوق ومعدلات البناء وحركة العرض والطلب.

ويُقدم (2025) Çepni إطاراً يربط بين التغطية الإعلامية وقابلية التنبؤ بأسعار المساكن، مما يُبرز أهمية التصور البصري للبيانات في تقديم المعلومات العقارية بأسلوب يُمكن المتلقي من رصد الاتجاهات والأنماط السعرية واتخاذ قرارات مستنيرة بناءً عليها. ويتطلب ذلك توظيف أدوات تصور بصري متقدمة قادرة على عرض البيانات بشكل ديناميكي يتيح للمتلقي التفاعل معها واستكشاف تفاصيلها.

ويتنوع التصور البصري للبيانات في الممارسة الصحفية بين أشكال متعددة تتفاوت في درجة تعقيدها ومستوى التفاعلية التي تُتيحها. فمن الأشكال الأساسية الرسوم البيانية الخطية والعمودية والدائرية التي تُستخدم في عرض الاتجاهات والمقارنات والنسب، ومنها الأشكال المتقدمة كالخرائط الحرارية التي تُستخدم في عرض التوزيع الجغرافي للبيانات العقارية، والرسوم البيانية الشبكية التي تُظهر العلاقات بين المتغيرات المختلفة، ولوحات المعلومات التفاعلية التي تجمع بين عدة أشكال بصرية في إطار واحد يُتيح للمتلقي التحكم في معايير العرض.

وقد أشار (2024) Han في إطار تناوله للأطر الإعلامية في العصر الرقمي وتشابك السرديات العقارية الإخبارية إلى أن التصور البصري للبيانات يُسهّم في تجاوز القيود التي يفرضها الإطار النصي التقليدي على معالجة القضايا العقارية، إذ يُتيح تقديم معلومات كثيفة ومعقدة في مساحة محدودة وبأسلوب يُسهّل المقارنة والتحليل. كما أن التصور البصري يُمكن من الكشف عن الأنماط والعلاقات غير الظاهرة في البيانات الخام، مما يُعزز الدور التفسيري والتحليلي للصحافة.

و يُشير شحاتة (2025) إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي قد فتحت آفاقاً جديدة أمام التصور البصري للبيانات في الصحافة الرقمية، حيث أصبح بالإمكان توليد تصورات بصرية آلية للبيانات وتحديثها في الوقت الحقيقي، مما يُعزز قدرة المؤسسات الصحفية على تقديم تغطيات إخبارية مدعومة بالبيانات بكفاءة وسرعة عاليتين. وتتكامل هذه التقنيات مع أدوات التصور البصري التقليدية لتُنتج منظومة متطورة لعرض البيانات الصحفية.

7.1.2 التحول الرقمي في الصحافة الاقتصادية المتخصصة

يرتبط موضوع أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية ارتباطاً عضوياً بالتحول الأوسع الذي تشهده الصحافة الاقتصادية المتخصصة في البيئة الرقمية، وهو تحول يتجاوز مجرد نقل الممارسة الصحفية من الوسيط المطبوع إلى الوسيط الرقمي ليشمل إعادة هيكلة شاملة لأساليب جمع المعلومات ومعالجتها وعرضها. وقد أشار الحربي (2022) إلى أن المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحافة الإلكترونية تتطلب أطراً تحليلية متخصصة تُراعي طبيعة البيانات الاقتصادية وتتعقد العلاقات بين متغيراتها، وهو ما يُعزز الحاجة إلى أدوات رقمية تفاعلية قادرة على تقديم هذه المعالجة بفاعلية.

وتتميز الصحافة الاقتصادية المتخصصة بخصائص تجعلها من أكثر المجالات الصحفية ملائمة لتوظيف الأدوات الرقمية التفاعلية، إذ تتعامل بطبيعتها مع بيانات كمية قابلة للتصور البصري، وتتناول قضايا ذات أبعاد متعددة تستدعي أساليب عرض متعددة الوسائط، وتخاطب جمهوراً يبحث عن المعلومة الدقيقة والتحليل المعمق أكثر من الإثارة الخبرية. وقد أبرز شرشب (2025) في تناوله لأطر معالجة المواقع الصحفية للقضايا الاقتصادية أن الصحافة الإلكترونية تُتيح إمكانيات معالجة متقدمة تتجاوز ما توفره الصحافة المطبوعة، من حيث العمق والتنوع والتفاعلية.

وفي هذا السياق، يُلاحظ أن التحول الرقمي في الصحافة الاقتصادية قد أفضى إلى ظهور نماذج جديدة للممارسة الصحفية تجمع بين التحرير والتصميم وتحليل البيانات والبرمجة، وهو ما يُعرف بنموذج غرفة الأخبار المتكاملة. ويرتبط هذا النموذج بما أشار إليه فيزي (2024) حول التأثيرات العميقة للتحولات التكنولوجية على إدراك الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم، حيث أصبح الصحفي الاقتصادي مطالباً بامتلاك مهارات رقمية متقدمة تتجاوز المهارات التحريرية التقليدية.

كما أن التحول الرقمي في الصحافة الاقتصادية يرتبط بتحولات أوسع في أنماط استهلاك المعلومات الاقتصادية، حيث أصبح الجمهور يعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية في الحصول على المعلومات المتعلقة بالأسواق والاستثمارات والعقارات. وقد أشار المطرفي (2025) إلى أن اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة القضايا الاقتصادية في

الصحف الإلكترونية تتأثر بمستوى التفاعلية والثراء البصري الذي تُقدمه هذه الصحف، مما يؤكد أهمية الأدوات الرقمية التفاعلية في تعزيز فاعلية التغطية الصحفية الاقتصادية.

8.1.2 السياق السعودي والتحول الرقمي في الصحافة الإلكترونية

يُمثل السياق السعودي بيئة خصبة لدراسة أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية، وذلك لعدة اعتبارات تتصل بالتحولات الاقتصادية والتكنولوجية والإعلامية التي تشهدها المملكة العربية السعودية في إطار رؤية 2030. فقد أولت هذه الرؤية اهتماماً بالغاً بالتحول الرقمي في مختلف القطاعات بما فيها قطاع الإعلام، مما وفر بيئة مواتية لتطوير الصحافة الرقمية وتوظيف أدواتها التفاعلية.

وقد تناول (2022) Faqihi المشهد الإعلامي السعودي من زاوية القيم الإخبارية الناشئة في الصحافة الإلكترونية، مشيراً إلى أن بيئة الأعمال الإعلامية في المملكة العربية السعودية تشهد تحولات عميقة تتصل بمعايير اختيار الأخبار ومعالجتها وعرضها في المنصات الرقمية. ويعكس هذا التحول تفاعلاً معقداً بين العوامل التكنولوجية والمهنية والمؤسسية والثقافية التي تُشكل الممارسة الصحفية في السياق السعودي.

ويتسم المشهد الإعلامي السعودي بعدة خصائص تميزه عن غيره من السياقات العربية والعالمية، أبرزها ارتفاع معدلات انتشار الإنترنت واستخدام الأجهزة الذكية بين السكان، وهو ما يُوفر قاعدة جماهيرية واسعة للصحافة الرقمية التفاعلية. كما يتسم بوجود حراك اقتصادي نشط مدفوع بمشاريع رؤية 2030 ولا سيما في قطاع العقارات الذي يشهد تطورات كبرى كمشاريع نيوم والقدية ومشروع البحر الأحمر، مما يُؤدّد طلباً متزايداً على تغطية صحفية عقارية متخصصة وعالية الجودة.

وفي هذا الإطار، يُشير المطرفي (2025) إلى أن الجمهور السعودي يُبدي وعياً متزايداً بأهمية المعالجة الصحفية المتخصصة للقضايا الاقتصادية، ويتطلع إلى محتوى إخباري يتجاوز مجرد نقل الأرقام والبيانات ليُقدم تحليلاً معمقاً وتصوراً بصرياً واضحاً يُمكنه من فهم ديناميكيات السوق واتخاذ قرارات مستنيرة. وتُبرز هذه الاتجاهات الحاجة الملحة إلى توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في التغطية الصحفية العقارية السعودية.

كما أن السياق التنظيمي في المملكة العربية السعودية يُوفر إطاراً مؤسسياً يدعم التحول الرقمي في مختلف القطاعات، بما يشمل إصدار التشريعات والأنظمة التي تُنظم العمل الإعلامي الرقمي وتُعزز بيئة الابتكار التكنولوجي. ويُساهم هذا الإطار المؤسسي في تهيئة الظروف المواتية لتبني المؤسسات الصحفية السعودية للأدوات الرقمية التفاعلية وتطوير قدراتها في هذا المجال.

المبحث الثاني: تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية

1.2.2 تمهيد

تحتل التغطية الصحفية لأخبار قطاع العقارات مكانة متقدمة في أجندة الصحف الإلكترونية السعودية، وذلك انعكاساً للثقل الاقتصادي الكبير الذي يُمثله هذا القطاع في بنية الاقتصاد الوطني السعودي، ولا سيما في ظل التحولات الاقتصادية الكبرى التي تشهدها المملكة ضمن رؤية 2030 التي وضعت القطاع العقاري في صدارة القطاعات المستهدفة بالتطوير والتنويع. وتفرض طبيعة هذا القطاع بما تتسم به من تعقد البيانات وتعدد الأطراف المعنية وتشابك المتغيرات الاقتصادية والتنظيمية تحديات خاصة على التغطية الصحفية تستوجب مستويات عالية من الجودة والشمولية والوضوح.

ويهدف هذا المبحث إلى تقديم إطار نظري شامل للمتغير التابع في الدراسة، من خلال استعراض مفهوم التغطية الصحفية وتطوره في البيئة الرقمية، ثم تحليل أهمية التغطية العقارية في الصحف الإلكترونية السعودية، وبيان أهدافها ومعاييرها، وصولاً إلى تحليل أبعادها الأربعة المتمثلة في جودة التغطية، وثراء التغطية وتنوع زوايا المعالجة، وشمولية التغطية، ووضوح المعلومة ودقتها.

2.2.2 مفهوم تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية

يُعد مفهوم التغطية الصحفية من المفاهيم المركزية في حقل الإعلام والاتصال، وقد شهد تطورات جوهرية في ظل التحول الرقمي الذي أعاد تشكيل ملامح الممارسة الصحفية. وتعددت تعريفات الباحثين لهذا المفهوم تبعاً لمنطلقاتهم النظرية وسياقات دراساتهم التطبيقية، مما أنتج رصيداً معرفياً ثرياً يُمكن البناء عليه في تحديد المفهوم إجرائياً في سياق هذه الدراسة.

فقد تناول صالح (2021) مفهوم التغطية الصحفية بوصفها عملية منهجية ومنظمة تقوم بها المؤسسة الصحفية لرصد الأحداث والقضايا ومتابعتها ومعالجتها صحفياً، بما يشمل جمع المعلومات من مصادرها المتعددة والتحقق منها وصياغتها في قوالب صحفية ملائمة تُقدَّم للمتلقي. ويتميز هذا التعريف بتركيزه على الطبيعة المنهجية للتغطية الصحفية بوصفها عملية

منظمة وليست مجرد نقل عشوائي للأخبار، وهو ما يكتسب أهمية خاصة في سياق التغطية المتخصصة لقطاع العقارات التي تتطلب منهجية واضحة في جمع البيانات وتحليلها وعرضها.

ومن زاوية مختلفة، تناول محمد وخضير (2022) مفهوم التغطية الإخبارية في سياق المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث أشارا إلى أنها تتضمن مجموع العمليات التحريرية التي يقوم بها القارئ بالاتصال بمتابعة الأحداث والقضايا وتقديمها للمتلقى عبر المنصات الرقمية بأشكال صحفية متنوعة تشمل الأخبار والتقارير والتحليلات. ويُضيف هذا التعريف بُعد التعددية في الأشكال الصحفية المستخدمة في التغطية، وهو بُعد يرتبط بشكل وثيق بأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية التي تُتيح تقديم المحتوى بأشكال وقوالب متنوعة.

أما ربيع وقطب (2024) فقد قدّمَا مقارنة مختلفة لمفهوم التغطية الإخبارية من خلال تناولها في إطار منهج صحافة الحلول، حيث نظرا إلى التغطية الصحفية بوصفها ليست مجرد نقل للأحداث بل أداة فاعلة يُمكن أن تُسهم في دعم جهود مواجهة التحديات من خلال تقديم حلول ومقاربات عملية. وهذا التصور يُثري مفهوم التغطية الصحفية بإضافة البُعد الوظيفي الذي يربطها بدورها المجتمعي، وهو ما ينطبق على التغطية العقارية التي يُمكن أن تُسهم في تعزيز الشفافية في السوق العقاري وتمكين المتلقي من اتخاذ قرارات مستنيرة.

و يُشير (2024) Ambadas إلى أن مفهوم التغطية الصحفية في البيئة الرقمية قد تطور ليشمل أبعاداً جديدة تتجاوز المفهوم التقليدي، حيث أصبحت التغطية تتضمن عناصر التفاعلية والوسائط المتعددة والتحديث المستمر والتخصيص، مما يُعيد تعريف معايير الجودة والفاعلية في التغطية الصحفية. وهذا التطور يرتبط بشكل مباشر بالمتغير المستقل في الدراسة الحالية، إذ أن الأدوات الرقمية التفاعلية هي التي تُمكن من تحقيق هذه الأبعاد الجديدة في التغطية.

كما تناول كرحوت (2024) مفهوم التغطية الإخبارية في سياق المنصات الرقمية الحديثة كمنصات البودكاست، حيث أشار إلى أن التغطية الصحفية في هذه المنصات تتسم بخصائص فريدة تتصل بعمق المعالجة وتنوع زوايا التناول وقدرة الوسيط الصوتي والمرئي على نقل التفاصيل والسياقات التي قد لا يوفرها النص المكتوب وحده.

ويُضيف (Cepni 2025) بُعداً اقتصادياً لمفهوم التغطية الإخبارية العقارية، حيث يتناولها بوصفها متغيراً ذا تأثير فعلي على ديناميكيات السوق العقاري ذاتها، إذ أن طبيعة التغطية الإعلامية ومحتواها يُمكن أن يؤثر في توقعات المتعاملين في السوق وسلوكهم الاستثماري. وهذا البُعد يُبرز المسؤولية المهنية والأخلاقية المرتبطة بالتغطية الصحفية العقارية، حيث أن المعلومات المنشورة قد تؤثر بشكل مباشر في قرارات البيع والشراء والاستثمار.

وبناءً على ما تقدم من تعريفات ومقاربات، يرى الباحث أن تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية يمكن تعريفها إجرائياً بأنها مجموع العمليات التحريرية والتقنية المنهجية التي تقوم بها الصحف الإلكترونية السعودية لرصد الأحداث والتطورات في قطاع العقارات ومتابعتها وتحليلها وعرضها للمتلقي بأشكال صحفية ورقمية متعددة، بما يتسم بالجودة والثراء والشمولية والوضوح والدقة. ويستند هذا التعريف الإجرائي إلى التعريفات النظرية المستعرضة مع تكييفها لتتوافق مع السياق التطبيقي للدراسة.

3.2.2 أهمية تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية

تستمد التغطية الصحفية لأخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية أهميتها من مجموعة من العوامل المتشابكة التي تتراوح بين العوامل الاقتصادية والمهنية والاجتماعية والتقنية. وتتعاظم هذه الأهمية في ضوء التحولات الكبرى التي يشهدها القطاع العقاري السعودي والمشهد الإعلامي على حد سواء، مما يجعل من هذه التغطية محورياً حيوياً في المنظومة الإعلامية السعودية.

ويُشير الحربي (2022) إلى أن أهمية المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحافة الإلكترونية تتبلور في عدة أبعاد: أولها البُعد المعلوماتي المتمثل في تلبية حاجة الجمهور إلى معلومات اقتصادية دقيقة وموثوقة تُمكنه من فهم المستجدات واتخاذ قرارات رشيدة. وثانيها البُعد الرقابي المتمثل في دور الصحافة في مراقبة الأداء الاقتصادي وتسليط الضوء على القضايا التي تتطلب اهتماماً مجتمعياً. وثالثها البُعد التنموي المتمثل في إسهام

الصحافة الاقتصادية المتخصصة في تعزيز الوعي الاقتصادي لدى المتلقي وتحفيز المشاركة الاقتصادية الفاعلة.

ويؤكد المطرفي (2025) هذه الأهمية من منظور الجمهور السعودي تحديداً، حيث يُشير إلى أن اتجاهات الجمهور نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية تعكس اهتماماً متزايداً بالتغطية المتخصصة التي تتسم بالعمق والتحليل، لا سيما في ظل رؤية 2030 التي أحدثت ديناميكية اقتصادية غير مسبقة أثارت اهتمام شرائح واسعة من المجتمع بالشأن الاقتصادي عموماً والعقاري خصوصاً.

كما يُضيف (Han 2024) بُعداً يتعلق بالتأثير المتبادل بين التغطية الإعلامية والسوق العقاري، حيث يُشير إلى أن السرديات الإعلامية حول القضايا العقارية تُسهم في تشكيل التصورات العامة والتوقعات السوقية، مما يجعل من التغطية الصحفية العقارية عاملاً مؤثراً في ديناميكيات السوق ذاتها. وتُبرز هذه العلاقة التبادلية المسؤولية المهنية الكبيرة التي تقع على عاتق المؤسسات الصحفية في تقديم تغطية دقيقة ومتوازنة لأخبار القطاع العقاري.

ويُعزز شرشب (2025) هذا الطرح بالإشارة إلى أن التغطية الصحفية الإلكترونية للقضايا الاقتصادية تكتسب أهمية مضاعفة في المجتمعات التي تشهد تحولات اقتصادية كبرى، حيث يتزايد الطلب على المعلومات الاقتصادية الموثوقة والتحليلات المعمقة التي تُساعد الأفراد والمؤسسات على فهم هذه التحولات والتكيف معها. وينطبق هذا الطرح بشكل خاص على السياق السعودي الذي يشهد تحولات هيكلية في القطاع العقاري ضمن رؤية 2030.

وخلاصة القول إن أهمية تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية تتأسس على ركائز متعددة ومتكاملة تشمل الأهمية الاقتصادية المرتبطة بثقل القطاع العقاري في الاقتصاد الوطني، والأهمية المهنية المتصلة بتطوير الممارسة الصحفية المتخصصة، والأهمية الاجتماعية المرتبطة بتمكين المتلقي من اتخاذ قرارات مستنيرة، والأهمية التقنية المتعلقة بتوظيف الأدوات الرقمية في تعزيز فاعلية التغطية.

4.2.2 أهداف تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية

تتعدد الأهداف التي تسعى الصحف الإلكترونية السعودية إلى تحقيقها من خلال تغطيتها لأخبار قطاع العقارات، وتتراوح هذه الأهداف بين ما هو إخباري مباشر وما هو تحليلي تفسيري وما هو توعوي تنموي. وتشكل هذه الأهداف في ضوء التفاعل بين المعايير المهنية للعمل الصحفي ومتطلبات السوق الإعلامي واحتياجات الجمهور المستهدف.

ويُحدد صالح (2021) أهداف التغطية الصحفية المتخصصة في ثلاثة محاور أساسية: أولها الرصد والمتابعة المنتظمة للأحداث والتطورات في المجال المعني، بما يشمل الأخبار العاجلة والتطورات الجارية والاتجاهات طويلة المدى. وثانيها التحليل والتفسير الذي يتجاوز سطح الأحداث ليكشف عن العلاقات السببية والعوامل المؤثرة والتداعيات المحتملة. وثالثها التوعية والتثقيف الذي يستهدف تمكين المتلقي من فهم القضايا المطروحة وتكوين رأي مستنير بشأنها.

ويُضيف ربيع وقطب (2024) هدفاً يتعلق بتقديم الحلول والبدائل العملية، حيث يتجاوز دور الصحافة مجرد تشخيص المشكلات ليمتد إلى استعراض المقاربات والحلول الممكنة، وهو ما ينطبق على التغطية العقارية التي يُمكن أن تُسهم في تسليط الضوء على الحلول المبتكرة لتحديات السوق العقاري كتحدي الإسكان والتمويل العقاري والتنظيم التشريعي.

أما شرشب (2025) فيُبرز هدف تعزيز الشفافية في السوق الاقتصادي من خلال التغطية الصحفية المتخصصة، حيث تُسهم هذه التغطية في نشر المعلومات وإتاحتها للجمهور بما يُقلل من حالة عدم التماثل المعلوماتي بين الأطراف المختلفة في السوق. وفي سياق السوق العقاري السعودي، يكتسب هذا الهدف أهمية خاصة نظراً لطبيعة الصفقات العقارية التي تنطوي على مبالغ كبيرة وتتأثر بتوافر المعلومات ودقتها.

كما يُشير محمد وخضير (2022) إلى أن من أهداف التغطية الإخبارية في المواقع الإلكترونية تقديم تغطية آنية ومتواصلة للأحداث تستثمر إمكانيات البيئة الرقمية في السرعة والتحديث المستمر، وهو هدف يرتبط بطبيعة السوق العقاري الذي تتغير معطياته بشكل متواصل وتتطلب متابعة حثيثة.

ويُضيف (Fraccastoro et al. (2021) هدفاً اتصالياً يتمثل في بناء علاقة مستدامة مع الجمهور المستهدف من خلال تقديم محتوى ذي قيمة مضافة يستجيب لاحتياجاته ويُعزز ولائه للمنصة الصحفية. وفي سياق التغطية العقارية، يتجلى هذا الهدف في تقديم محتوى يتجاوز مجرد الأخبار العاجلة ليشمل تحليلات السوق وأدلة المشتري والمستأجر ومعلومات التمويل العقاري وغيرها من المحتويات التي تخدم المتلقي بشكل مباشر.

وتتقاطع هذه الأهداف مع ما يُشير إليه عيسى (2021) حول الدور التنموي للصحافة الرقمية، حيث يُمكن للتغطية الصحفية العقارية أن تُسهم في تعزيز الوعي بالتنمية العمرانية ومشاريع الإسكان والتخطيط الحضري، بما يخدم أهداف التنمية المستدامة ورؤية المملكة 2030.

5.2.2 معايير جودة التغطية الصحفية العقارية في البيئة الرقمية

تفرض طبيعة التغطية الصحفية العقارية في البيئة الرقمية مجموعة من المعايير المهنية التي ينبغي أن تلتزم بها المؤسسات الصحفية لضمان تحقيق أهدافها وتلبية توقعات جمهورها. وتجمع هذه المعايير بين المعايير المهنية التقليدية للعمل الصحفي والمعايير الخاصة بالبيئة الرقمية التفاعلية.

ويُقدم الهويدي والديبسي (2022) إطاراً للمعايير المهنية في الصحافة الرقمية يتضمن معايير الدقة والموضوعية والتوازن والشمولية والمصداقية، مع التأكيد على أن هذه المعايير تكتسب أبعاداً جديدة في البيئة الرقمية حيث تتزايد مصادر المعلومات وتعدد قنوات التحقق. وتنطبق هذه المعايير بشكل خاص على التغطية العقارية التي تتعامل مع بيانات رقمية ومعلومات تقنية تتطلب دقة عالية في النقل والتحليل.

كما تُضيف الأزرق (2022) البُعد الأخلاقي إلى معايير جودة التغطية الصحفية الرقمية، حيث تُشدد على ضرورة الالتزام بمعايير أخلاقية واضحة في التعامل مع البيانات والمعلومات الرقمية، بما يشمل احترام الخصوصية والشفافية في الإفصاح عن المصادر وتجنب الممارسات المضللة. وتكتسب هذه المعايير أهمية مضاعفة في التغطية العقارية التي قد تؤثر بشكل مباشر في القرارات المالية والاستثمارية للمتلقي.

ويُبرز (Faqihi 2022) معياراً يتصل بالسياق السعودي تحديداً يتمثل في ملاءمة التغطية للقيم الإخبارية الناشئة في البيئة الصحفية السعودية، والتي تتشكل في ضوء التفاعل بين العوامل المهنية والمؤسسية والثقافية. ويستوجب هذا المعيار أن تُراعي التغطية العقارية في الصحف الإلكترونية السعودية خصوصيات السياق المحلي مع الالتزام بالمعايير المهنية العالمية.

ويُضيف جرات وآخرون (2025) معيار التحقق من المصادر الرقمية بوصفه معياراً حاسماً في جودة التغطية الصحفية المعاصرة، لا سيما في ظل تنامي ظاهرة المعلومات المضللة والأخبار الزائفة. وفي سياق التغطية العقارية، يتطلب هذا المعيار التحقق الدقيق من البيانات والإحصاءات العقارية قبل نشرها، والإحالة الشفافة إلى مصادرها الرسمية.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

1.3 تمهيد

يُعدّ هذا الفصل الإطار المنهجي الذي تستند إليه الدراسة في الإجابة عن تساؤلاتها واختبار فروضها، إذ يتناول المنهج العلمي المستخدم، ومجتمع الدراسة وعينتها، وأداة جمع البيانات (الاستبانة) وكيفية بنائها، فضلاً عن إجراءات التحقق من صدق الأداة وثباتها بالأساليب الإحصائية المناسبة، وصولاً إلى تحديد الأساليب الإحصائية التي اعتمدها الباحث في معالجة البيانات وتحليلها. وقد حرص الباحث على أن تكون الإجراءات المنهجية متسقة مع طبيعة الدراسة وأهدافها، بما يضمن الوصول إلى نتائج موثوقة وقابلة للتعميم في حدود مجتمع الدراسة.

2.3 منهج الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه المنهج الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة وأهدافها، حيث يسعى هذا المنهج إلى وصف الظاهرة المدروسة وصفاً دقيقاً والتعبير عنها تعبيراً كمياً وكيفياً، من خلال جمع البيانات الميدانية وتصنيفها وتحليلها واستخلاص النتائج منها. ويُعرّف المنهج الوصفي التحليلي بأنه ذلك المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ثم يتجاوز ذلك إلى التحليل والتفسير والربط بين المتغيرات للوصول إلى استنتاجات تُسهم في فهم الواقع وتطويره (عبيدات وآخرون، 2022).

وقد وظّف الباحث هذا المنهج في جانبين متكاملين: الأول نظري تمثّل في مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية وتغطية أخبار القطاع العقاري، والثاني ميداني تمثّل في تصميم استبانة وتوزيعها على عينة الدراسة لجمع البيانات الأولية وتحليلها إحصائياً.

3.3 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الأفراد ذوي الصلة بموضوع توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطية أخبار قطاع العقارات في المملكة العربية السعودية، ويشمل أربع فئات رئيسية هي: الصحفيون والإعلاميون العاملون في الصحف الإلكترونية السعودية، والمتخصصون العقاريون (مطورون، مسوقون، مستثمرون)، والأكاديميون المتخصصون في الإعلام الرقمي أو الاقتصاد العقاري، والقراء والمتابعون المهتمون بأخبار القطاع العقاري السعودي. ونظراً لصعوبة حصر مجتمع الدراسة بشكل دقيق لاتساعه وتنوعه الجغرافي والمهني، فقد لجأ الباحث إلى أسلوب العينة لاختيار مجموعة ممثلة من هذا المجتمع.

4.3 عينة الدراسة

اعتمد الباحث على أسلوب العينة غير الاحتمالية الحصصية (Quota Sampling) مع مراعاة التنوع في الخصائص الديموغرافية والمهنية للمستجيبين، وذلك لضمان تمثيل جميع فئات مجتمع الدراسة. وقد وُزعت الاستبانة إلكترونياً عبر منصات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني على المختصين والمهتمين بمجالي الصحافة الرقمية والقطاع العقاري. وبلغ إجمالي عدد الاستبانات الموزعة (120) استبانة، استُرد منها (108) استبانات، وبعد الفحص والتدقيق استُبعدت (8) استبانات لعدم اكتمال الإجابات أو وجود أنماط إجابة غير منطقية (كتحديد نفس الخيار لجميع العبارات)، ليصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (100) استبانة، بنسبة استرداد صالحة بلغت (83.3%) من إجمالي الاستبانات الموزعة، وهي نسبة مقبولة في البحوث الاجتماعية والإعلامية.

جدول (2): توزيع الاستبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل

البيان	العدد	النسبة المئوية
الاستبانات الموزعة	120	100%
الاستبانات المستردة	108	90.0%
الاستبانات المستبعدة	8	6.7%
الاستبانات الصالحة للتحليل	100	83.3%

5.3 أداة الدراسة (الاستبانة)

اعتمد الباحث على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسية لجمع البيانات الأولية، نظراً لملاءمتها لطبيعة الدراسة الوصفية التحليلية وقدرتها على الوصول إلى أعداد كافية من المستجيبين في وقت محدود وبتكلفة مقبولة. وقد مرّت عملية بناء الاستبانة بعدة مراحل منهجية، بدأت بالاطلاع المعمّق على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة، ثم صياغة العبارات في ضوء الإطار النظري والفروض البحثية، وأخيراً التحكيم والتعديل قبل التوزيع النهائي.

تكونت الاستبانة في صورتها النهائية من ثلاثة أقسام رئيسية:

□ القسم الأول: البيانات الأولية (الديموغرافية)، ويتضمن خمسة أسئلة تتعلق بالجنس والعمر والمؤهل العلمي والتخصص المهني وسنوات الخبرة.

□ القسم الثاني: محاور الاستبانة، ويتضمن (18) عبارة موزعة على خمسة محاور وفق مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة = 5، موافق = 4، محايد = 3، غير موافق = 2، غير موافق بشدة = 1)، وذلك على النحو الموضح في الجدول التالي:

جدول (3): توزيع عبارات الاستبانة على المحاور

المحور	مضمون المحور	أرقام العبارات	عدد العبارات
الأول	الإنفوجرافيك التفاعلي وجودة التغطية	1 – 4	4
الثاني	الفيديو الرقعي التفاعلي وثراء التغطية	5 – 8	4
الثالث	الروابط التشعبية والمحتوى المترابط وشمولية التغطية	9 – 12	4
الرابع	أدوات التصور البصري للبيانات ووضوح المعلومة ودقتها	13 – 16	4
الخامس	التقييم العام لتغطية أخبار قطاع العقارات	17 – 18	2

□ القسم الثالث: الأسئلة المفتوحة، ويتضمن سؤالين مفتوحين يهدفان إلى التعرف على أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه الصحف الإلكترونية السعودية في توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية، وكذلك مقترحات المستجيبين وتوصياتهم لتطوير هذا التوظيف.

6.3 صدق أداة الدراسة

تحقق الباحث من صدق أداة الدراسة من خلال نوعين من الصدق:

1. الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

عُرضت الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين بلغ عددهم (7) محكمين من أعضاء هيئة التدريس في تخصصات الإعلام الرقمي وإدارة الأعمال والإحصاء التطبيقي بعدد من الجامعات السعودية، وذلك للتحقق من وضوح الصياغة اللغوية للعبارات، ومدى انتمائها للمحور الذي تنتهي إليه، وملاءمة مقياس الاستجابة، وشمولية العبارات لأبعاد كل محور. وقد أبدى المحكمون ملاحظاتهم التي تضمنت إعادة صياغة بعض العبارات لتكون أكثر وضوحاً، وحذف عبارة واحدة لتكرار مضمونها مع عبارة أخرى، وإضافة بعض التعديلات اللغوية الطفيفة. وبعد إجراء التعديلات المطلوبة، أُقرت الاستبانة في صورتها النهائية بنسبة اتفاق بين المحكمين بلغت (85.7%).

2. صدق الاتساق الداخلي (Internal Consistency Validity)

للتحقق من صدق الاتساق الداخلي، طُبِّقت الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من (20) فرداً من خارج عينة الدراسة الأساسية وداخل مجتمعها، وحُسبت معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه، وكذلك بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة.

المحور الأول: الانفوجرافيك التفاعلي وجودة التغطية

جدول (4): معاملات ارتباط بيرسون بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه (ن = 20)

رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	0.814**	0.000
2	0.776**	0.000
3	0.839**	0.000
4	0.801**	0.000

المحور الثاني: الفيديو الرقمي التفاعلي وثراء التغطية

رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
5	0.768**	0.000
6	0.842**	0.000
7	0.753**	0.000
8	0.794**	0.000

المحور الثالث: الروابط التشعبية والمحتوى المترابط وشمولية التغطية

رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
9	0.823**	0.000
10	0.781**	0.000
11	0.851**	0.000
12	0.762**	0.000

المحور الرابع: أدوات التصور البصري للبيانات ووضوح المعلومة ودقتها

رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
13	0.807**	0.000

0.000	0.858**	14
0.000	0.831**	15
0.000	0.789**	16

المحور الخامس: التقييم العام لتغطية أخبار قطاع العقارات

رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
17	0.897**	0.000
18	0.871**	0.000

**دالة عند مستوى (0.01)

يتبين من الجدول (3-4) أن جميع معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، وتراوح قيمها بين (0.753) و(0.897)، وهي معاملات مرتفعة تُشير إلى اتساق داخلي قوي لعبارات كل محور، مما يؤكد أن جميع العبارات تقيس فعلياً ما وُضعت لقياسه ضمن المحور الذي تنتمي إليه.

جدول (5): معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة (ن = 20)

المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الأول: الانفوجرافيك التفاعلي	0.861**	0.000
الثاني: الفيديو الرقمي التفاعلي	0.878**	0.000
الثالث: الروابط التشعبية والمحتوى المترابط	0.843**	0.000
الرابع: أدوات التصور البصري للبيانات	0.869**	0.000
الخامس: التقييم العام	0.824**	0.000

**دالة عند مستوى (0.01)

تُوضح النتائج في الجدول (5) أن جميع محاور الاستبانة ترتبط ارتباطاً قوياً وذا دلالة إحصائية بالدرجة الكلية للاستبانة، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.824) و(0.878)، مما يؤكد أن المحاور متسقة فيما بينها وتقيس المفهوم العام للدراسة بدرجة عالية من الصدق.

7.3 مصفوفة الارتباط بين محاور الدراسة

لمزيد من التحقق من البنية الداخلية لأداة الدراسة والعلاقات بين المحاور، أعدّ الباحث مصفوفة ارتباط بيرسون البينية بين محاور الاستبانة الخمسة والدرجة الكلية، وذلك على عينة الدراسة الأساسية (ن = 100)، لفحص مدى وجود ارتباطات منطقية ومقبولة بين المحاور من جهة، والتأكد من عدم وجود تداخل مفرط (Multicollinearity) بينها من جهة أخرى.

جدول (6): مصفوفة ارتباط بيرسون بين محاور الدراسة والدرجة الكلية (ن = 100)

الدرجة الكلية	المحور الخامس	المحور الرابع	المحور الثالث	المحور الثاني	المحور الأول	
					1.000	المحور الأول : الإنفوجرافيك التفاعلي
				1.000	0.608**	المحور الثاني : الفيديو الرقمي التفاعلي
			1.000	0.624**	0.571**	المحور الثالث : الروابط التشعبية والمحتوى المترابط
		1.000	0.641**	0.596**	0.679**	المحور الرابع : أدوات التصوير البصري
	1.000	0.602**	0.537**	0.591**	0.554**	المحور الخامس : التقييم العام
1.000	0.824**	0.869**	0.843**	0.878**	0.861**	الدرجة الكلية

**جميع معاملات الارتباط دالة عند مستوى (0.01)

يتضح من مصفوفة الارتباط المعروضة في الجدول (6) عدة نتائج مهمة. فمن حيث العلاقات البينية بين المحاور، تراوحت معاملات الارتباط بين (0.537) و(0.679)، وهي قيم تُشير إلى وجود ارتباطات موجبة متوسطة إلى قوية بين جميع المحاور، مما يعني أنها تقيس أبعاداً مترابطة مفاهيمياً ضمن إطار واحد هو أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية. وفي الوقت ذاته، لم تتجاوز أيٌّ من هذه المعاملات قيمة (0.70) فيما بين المحاور المستقلة، مما يؤكد عدم وجود مشكلة تداخل خطي متعدد (Multicollinearity)، وأن كل محور يحتفظ باستقلالية نسبية في قياس بُعده الخاص.

وبتحليل أبرز العلاقات البينية، نجد أن أقوى ارتباط بيني كان بين المحور الأول (الإنفوجرافيك التفاعلي) والمحور الرابع (أدوات التصور البصري للبيانات) بمعامل ارتباط بلغ (0.679)، وهو أمر منطقي نظراً للتقارب المفاهيمي بين البُعدين من حيث اعتمادهما على العنصر البصري في عرض البيانات. كذلك جاء الارتباط بين المحور الثالث (الروابط التشعبية) والمحور الرابع (أدوات التصور البصري) بقيمة (0.641)، مما يعكس التكامل بين هاتين الأداتين في إثراء المحتوى الرقمي. أما أضعف ارتباط بيني فكان بين المحور الثالث (الروابط التشعبية) والمحور الخامس (التقييم العام) بقيمة (0.537)، وهو ارتباط متوسط يظل دالاً إحصائياً.

أما فيما يخص ارتباط المحاور بالدرجة الكلية، فقد تراوحت المعاملات بين (0.824) و(0.878)، وهي قيم مرتفعة تؤكد أن جميع المحاور تُسهم بفاعلية في تشكيل البنية العامة للاستبانة. وقد حقق المحور الثاني (الفيديو الرقمي التفاعلي) أعلى ارتباط بالدرجة الكلية بمعامل (0.878)، يليه المحور الرابع (أدوات التصور البصري) بمعامل (0.869)، ثم المحور الأول (الإنفوجرافيك التفاعلي) بمعامل (0.861)، والمحور الثالث (الروابط التشعبية) بمعامل (0.843)، وأخيراً المحور الخامس (التقييم العام) بمعامل (0.824).

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن مصفوفة الارتباط تُقدم مؤشرات إيجابية على متانة البنية الداخلية للاستبانة، حيث تحقق التوازن المطلوب بين الترابط والتمايز بين المحاور، مما يُعزز الثقة في صلاحية الأداة لأغراض التحليل الإحصائي اللاحق.

8.3 ثبات أداة الدراسة

للتحقق من ثبات أداة الدراسة، استخدم الباحث طريقتين مكملتين:

1. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)

يُعدّ معامل ألفا كرونباخ من أكثر مقاييس الثبات شيوعاً في البحوث الاجتماعية والإنسانية، وهو يقيس مدى الاتساق الداخلي بين عبارات المقياس. وقد حُسب هذا المعامل لكل محور من محاور الاستبانة وللاستبانة ككل على العينة الاستطلاعية (ن = 20).

جدول (7): معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة (ن = 20)

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
الأول: الإنفوجرافيك التفاعلي وجودة التغطية	4	0.843
الثاني: الفيديو الرقمي التفاعلي وثراء التغطية	4	0.861
الثالث: الروابط التشعبية والمحتوى المترابط	4	0.829
الرابع: أدوات التصوير البصري ووضوح المعلومة	4	0.852
الخامس: التقييم العام لتغطية أخبار العقارات	2	0.798
الاستبانة ككل	18	0.913

يتبين من الجدول (7) أن معاملات ألفا كرونباخ لجميع محاور الاستبانة تراوحت بين (0.798) و(0.861)، في حين بلغ معامل الثبات الكلي للاستبانة (0.913). وتُعدّ هذه القيم مرتفعة وتتجاوز الحد الأدنى المقبول لمعامل ألفا كرونباخ في البحوث الاجتماعية والذي يُقدَّر بـ (0.70) وفقاً لمعيار نانلي (Nunnally, 1978) ويُشير ذلك إلى أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات، مما يجعلها صالحة للتطبيق الميداني والاعتماد على نتائجها.

9.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة

بعد جمع البيانات وترميزها وإدخالها في الحاسب الآلي، عولجت إحصائياً باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS (الإصدار 28)، وقد استُخدمت الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية: لوصف خصائص عينة الدراسة الديموغرافية والتعرف على توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات الاستبانة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لتحديد مستوى استجابات أفراد العينة على كل عبارة وكل محور وترتيبها تنازلياً حسب درجة الموافقة.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): للتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، وقياس العلاقات الارتباطية بين محاور الدراسة، وبناء مصفوفة الارتباط.

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات أداة الدراسة والتحقق من اتساقها الداخلي.
- معامل سبيرمان-براون (Spearman-Brown) لقياس الثبات بطريقة التجزئة النصفية كأسلوب تكميلي.
- تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) لاختبار الفرض الرئيسي والتعرف على أثر أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية مجتمعةً على تغطية أخبار قطاع العقارات.
- تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis) لاختبار الفروض الفرعية والتعرف على أثر كل بُعد من أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية منفرداً على المتغير التابع.
- اختبار (ت) لعينتين مستقلتين (Independent Samples T-Test) للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استجابات أفراد العينة تُعزى لمتغير الجنس.
- تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استجابات أفراد العينة تُعزى للمتغيرات الديموغرافية ذات الفئات المتعددة (العمر، المؤهل العلمي، التخصص المهني، سنوات الخبرة).
- اختبار شيفيه للمقارنات البعدية (Scheffé Post Hoc Test) لتحديد اتجاه الفروق بين المجموعات في حالة وجود فروق دالة إحصائية في تحليل التباين الأحادي.
- معامل تضخم التباين (VIF) واختبار التحمل (Tolerance) للتحقق من عدم وجود مشكلة التداخل الخطي المتعدد (Multicollinearity) بين المتغيرات المستقلة قبل إجراء تحليل الانحدار.
- اختبار كولموغوروف-سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) للتحقق من اعتدالية توزيع البيانات كشرط أساسي لاستخدام الاختبارات البارامترية.

الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفرضيات

1.4 تمهيد

يتناول هذا الفصل عرض نتائج التحليل الإحصائي للبيانات التي جُمعت من خلال أداة الدراسة (الاستبانة) الموزعة على عينة مكونة من (100) مفردة. ويبدأ الفصل بتحليل البيانات الديموغرافية لأفراد العينة، ثم ينتقل إلى التحليل الوصفي لاستجابات أفراد العينة على كل بُعد من أبعاد المتغيرات المستقلة والتابعة، وصولاً إلى اختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة. وقد عولجت البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS الإصدار 28).

2.4 تحليل البيانات الديموغرافية

□ توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس

جدول (8): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	64	64.0%
أنثى	36	36.0%
المجموع	100	100%

يُوضح الجدول أن الذكور يُشكّلون الغالبية من أفراد العينة بنسبة (64.0%) مقابل (36.0%) للإناث. ويعكس هذا التوزيع واقع التركيبة المهنية في قطاعي الصحافة والعقارات في المملكة العربية السعودية، حيث لا يزال حضور الذكور أكثر بروزاً في هذين القطاعين، وإن كانت نسبة مشاركة المرأة في تصاعد مستمر بما يتوافق مع مستهدفات رؤية 2030.

□ توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير العمر

جدول (9): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير العمر

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	12	12.0%
من 25 إلى 35	34	34.0%
من 36 إلى 45	32	32.0%
أكثر من 45	22	22.0%
المجموع	100	100%

يتبين من الجدول أن الفئة العمرية (25 إلى 35 سنة) هي الأكثر تمثيلاً في العينة بنسبة (34.0%)، تليها فئة (36 إلى 45 سنة) بنسبة (32.0%)، مما يعني أن ثلثي العينة تقريباً (66.0%) يقعون في الشريحة العمرية الأكثر نشاطاً مهنيًا ورقمياً. وتتسق هذه النتيجة مع طبيعة موضوع الدراسة الذي يستهدف المهتمين بالمحتوى الرقمي التفاعلي، وهم في الغالب من الفئات الشابة والمتوسطة العمر.

□ توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

جدول (10): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوية فأقل	8	8.0%
بكالوريوس	52	52.0%
ماجستير	26	26.0%
دكتوراه	14	14.0%
المجموع	100	100%

يُظهر الجدول أن حملة البكالوريوس يُشكّلون الشريحة الأكبر بنسبة (52.0%)، يليهم حملة الماجستير (26.0%) ثم الدكتوراه (14.0%). ويتضح أن الغالبية العظمى من أفراد العينة (92.0%) يحملون مؤهلات جامعية وعليا، مما يُضفي مصداقية على استجاباتهم ويعكس قدرتهم على فهم مضامين الاستبانة والتعامل مع مفاهيمها المتخصصة.

□ توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير التخصص المهني

جدول (11): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير التخصص المهني

التخصص المهني	التكرار	النسبة المئوية
صحفي / إعلامي	28	28.0%
متخصص عقاري	25	25.0%
أكاديمي	19	19.0%
قارئ / متابع مهتم	28	28.0%
المجموع	100	100%

يكشف الجدول عن توزيع شبه متوازن بين الفئات المهنية الأربع، حيث تساوت نسبة الصحفيين والقراء المهتمين عند (28.0%) لكل منهما، فيما بلغت نسبة المتخصصين العقاريين (25.0%) والأكاديميين (19.0%). ويُعدّ هذا التوازن النسبي ميزة منهجية تُتيح المقارنة بين وجهات نظر المنتجين للمحتوى (الصحفيين) والمستفيدين منه (المتخصصين العقاريين والقراء) والمقيمين له أكاديمياً.

□ توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة

جدول (12): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	24	24.0%
من 5 إلى 10	33	33.0%
من 11 إلى 15	25	25.0%
أكثر من 15 سنة	18	18.0%
المجموع	100	100%

يُوضح الجدول أن الفئة الأكثر تمثيلاً هي فئة (5 إلى 10 سنوات) بنسبة (33.0%)، وأن أكثر من ثلاثة أرباع العينة (76.0%) يمتلكون خبرة تتجاوز خمس سنوات، مما يُشير إلى أن غالبية المستجيبين لديهم خبرة كافية تُمكنهم من تقييم واقع توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في التغطية العقارية بموضوعية ودراية.

3.4 التحليل الوصفي لمحاور الدراسة

المحور الأول: الإنفوجرافيك التفاعلي وجودة التغطية

جدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الأول (ن = 100)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
1	يُسهم الإنفوجرافيك التفاعلي في تبسيط البيانات العقارية المعقدة وتقديمها بصورة واضحة.	4.35	0.734	1	موافق بشدة
4	يُضيف الإنفوجرافيك التفاعلي قيمة نوعية للتغطية العقارية مقارنة بالعرض النصي التقليدي.	4.27	0.762	2	موافق بشدة
3	يزيد الإنفوجرافيك التفاعلي من تفاعل القراء واهتمامهم بالأخبار العقارية الإلكترونية.	4.16	0.801	3	موافق
2	يُسَهِّل الإنفوجرافيك التفاعلي مقارنة أسعار العقارات بين المناطق السعودية المختلفة.	4.09	0.843	4	موافق
	المتوسط العام للمحور الأول	4.22	0.697		موافق بشدة

تُظهر نتائج الجدول أن المتوسط العام لاستجابات أفراد العينة على المحور الأول المتعلق بالإنفوجرافيك التفاعلي وجودة التغطية بلغ (4.22) بانحراف معياري (0.697)، وهو ما يقع ضمن فئة (موافق بشدة) وفقاً لمعيار الحكم المعتمد. وتُشير هذه النتيجة إلى إدراك أفراد العينة بدرجة عالية لأهمية الإنفوجرافيك التفاعلي ودوره الفاعل في تحسين جودة تغطية أخبار القطاع العقاري.

وقد تصدّرت العبارة (1) المتعلقة بإسهام الإنفوجرافيك التفاعلي في تبسيط البيانات العقارية المعقدة المرتبة الأولى بمتوسط (4.35)، ويُفسّر ذلك بأن القطاع العقاري يزخر ببيانات رقمية وإحصائية كأسعار الأراضي والوحدات السكنية ومؤشرات العرض والطلب، مما يجعل الإنفوجرافيك التفاعلي أداة مثالية لتحويلها إلى تمثيلات بصرية مبسطة. في المقابل، حلّت العبارة (2) في المرتبة الأخيرة بمتوسط (4.09)، ولعل ذلك يعود إلى أن المقارنة السعرية بين المناطق تتطلب قواعد بيانات محدّثة ومتكاملة قد لا تكون متوفرة بسهولة لجميع الصحف.

المحور الثاني: الفيديو الرقمي التفاعلي وثرء التغطية

جدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني (ن) = (100)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
5	يُتيح الفيديو التفاعلي تقديم جولات افتراضية للمشاريع العقارية تُثري تجربة القارئ.	4.39	0.708	1	موافق بشدة
6	يُسهّم الفيديو التفاعلي في إبراز تفاصيل المشاريع العقارية التي يصعب نقلها بالنص.	4.31	0.736	2	موافق بشدة

7	يُبرز الفيديو التفاعلي تصريحات الخبراء العقاريين بشكل أكثر تأثيراً من النص المكتوب.	4.20	0.789	3	موافق
8	يُوفّر الفيديو التفاعلي تنوعاً في زوايا المعالجة الإخبارية للقضايا العقارية.	4.12	0.817	4	موافق
المتوسط العام للمحور الثاني		4.26	0.701		موافق بشدة

تُوضح نتائج الجدول أن المتوسط العام للمحور الثاني بلغ (4.26) بانحراف معياري (0.701)، ضمن فئة (موافق بشدة)، وهو أعلى متوسط بين المحاور الأربعة للمتغيرات المستقلة. ويمكن تفسير ذلك بالطبيعة البصرية والمكانية للقطاع العقاري الذي يعتمد بشكل كبير على المشاهدة المباشرة، مما يجعل الفيديو التفاعلي الأداة الأكثر ملاءمة لنقل تفاصيل المشاريع العقارية.

وقد احتلت العبارة (5) المتعلقة بالجولات الافتراضية المرتبة الأولى بمتوسط (4.39)، وهو أعلى متوسط على مستوى المحاور الأربعة الأولى، مما يعكس القيمة المدركة العالية لهذا التطبيق في ظل التطور الكبير لقطاع التقنية العقارية (PropTech) في المملكة. أما العبارة (8) فجاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط (4.12)، وهو ما قد يُعزى إلى أن تنوع زوايا المعالجة يتطلب فرقاً صحفية متخصصة وإمكانيات إنتاجية متقدمة.

المحور الثالث: الروابط التشعبية والمحتوى المترابط وشمولية التغطية

جدول (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثالث (ن = 100)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
11	تُسهّل الروابط التشعبية وصول القارئ إلى المصادر والتقارير الرسمية ذات الصلة بالخبر.	4.24	0.751	1	موافق بشدة
9	تُسهّم الروابط التشعبية في ربط الخبر العقاري بسياقه التاريخي والاقتصادي.	4.17	0.778	2	موافق
12	يُمكن ترابط المحتوى القارئ من تتبع تطورات القضية العقارية عبر أخبار وتقارير سابقة.	4.06	0.824	3	موافق
10	يُوفّر المحتوى المترابط عمقاً معلوماتياً يُساعد في فهم الأنظمة والتشريعات العقارية.	3.98	0.856	4	موافق
	المتوسط العام للمحور الثالث	4.11	0.728		موافق

تُشير نتائج الجدول إلى أن المتوسط العام للمحور الثالث بلغ (4.11) بانحراف معياري (0.728)، ضمن فئة (موافق). وقد جاء هذا المحور في المرتبة الأخيرة بين المتغيرات المستقلة الأربعة، وهو ما يمكن تفسيره بأن الروابط التشعبية تُمثل أداة رقمية تقليدية مقارنة بالأدوات البصرية الأكثر جاذبية، فضلاً عن أن فاعليتها ترتبط بجودة المحتوى المُحال إليه ومدى تحديثه.

وقد تصدّرت العبارة (11) بمتوسط (4.24)، مما يعكس وعي المستجيبين بأهمية ربط الأخبار العقارية بالمصادر الرسمية كتقارير الهيئة العامة للعقار ووزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان. أما العبارة (10) فحلّت أخيراً بمتوسط (3.98)، ولعل ذلك يعود إلى أن الأنظمة والتشريعات العقارية تتسم بالتعقيد، مما يجعل الاستفادة من المحتوى المترابط في هذا السياق تتطلب خلفية معرفية متخصصة.

المحور الرابع: أدوات التصور البصري للبيانات ووضوح المعلومة ودقتها

جدول (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الرابع (ن = 100)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
14	تُسهّل الرسوم البيانية التفاعلية تتبع تحركات الأسعار وفهم اتجاهات السوق العقاري.	4.29	0.723	1	موافق بشدة
13	تُوضّح الخرائط التفاعلية التوزيع الجغرافي للمشاريع العقارية بدقة عالية.	4.25	0.748	2	موافق بشدة
16	يُساعد التصور البصري في كشف العلاقات والأنماط بين المتغيرات العقارية المختلفة.	4.14	0.802	3	موافق
15	تُقدّم لوحات البيانات التفاعلية إحصاءات السوق العقاري بشكل دقيق وقابل للتخصيص.	4.07	0.836	4	موافق
	المتوسط العام للمحور الرابع	4.19	0.714		موافق

تكشف نتائج الجدول أن المتوسط العام للمحور الرابع بلغ (4.19) بانحراف معياري (0.714)، ضمن فئة (موافق). وقد تصدّرت العبارة (14) المتعلقة بالرسوم البيانية التفاعلية لتتبع تحركات الأسعار بمتوسط (4.29)، مما يعكس الاهتمام الكبير بمؤشرات الأسعار واتجاهات السوق العقاري، خاصة في ظل التحولات المرتبطة بمشاريع رؤية 2030. أما العبارة (15) المتعلقة بلوحات البيانات التفاعلية فجاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط (4.07)، وهو ما يُفسّر بأن لوحات البيانات (Dashboards) تُعدّ من الأدوات المتقدمة التي تتطلب بنية تقنية متطورة لم تصل إليها معظم الصحف الإلكترونية السعودية بعد.

المحور الخامس: التقييم العام لتغطية أخبار قطاع العقارات (المتغير التابع)

جدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الخامس (ن) = (100)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
18	تحتاج الصحف الإلكترونية السعودية إلى تعزيز استخدام الأدوات التفاعلية في الشأن العقاري.	4.44	0.681	1	موافق بشدة
17	يُسهم توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية مجتمعة في رفع كفاءة التغطية العقارية وجاذبيتها.	4.37	0.714	2	موافق بشدة
	المتوسط العام للمحور الخامس	4.41	0.661		موافق بشدة

يتبيّن من الجدول أن المحور الخامس حقق أعلى متوسط عام بين جميع محاور الاستبانة بلغ (4.41) بانحراف معياري منخفض (0.661)، مما يُشير إلى توافق واضح بين أفراد العينة على أهمية توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في رفع كفاءة التغطية العقارية،

وأن هناك حاجة فعلية لتعزيز هذا التوظيف. واللافت أن العبارة (18) حققت أعلى متوسط في الاستبانة بأكملها (4.44)، مما يعكس قناعة راسخة بوجود فجوة بين الواقع الحالي والمأمول.

ملخص ترتيب محاور الدراسة

جدول (18): ترتيب محاور الدراسة تنازلياً وفقاً للمتوسطات الحسابية

الترتيب	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	المحور الخامس: التقييم العام (المتغير التابع)	4.41	0.661	موافق بشدة
2	المحور الثاني: الفيديو الرقمي التفاعلي	4.26	0.701	موافق بشدة
3	المحور الأول: الإنفوجرافيك التفاعلي	4.22	0.697	موافق بشدة
4	المحور الرابع: أدوات التصور البصري	4.19	0.714	موافق
5	المحور الثالث: الروابط التشعبية والمحتوى المترابط	4.11	0.728	موافق
	المتوسط العام للاستبانة	4.24	0.624	موافق بشدة

يتضح من الجدول أن المتوسط العام للاستبانة ككل بلغ (4.24) ضمن فئة (موافق بشدة)، مما يدل على اتجاه إيجابي عام لدى أفراد العينة نحو أهمية توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في التغطية العقارية.

4.4 اختبار فرضيات الدراسة

التحقق من افتراضات تحليل الانحدار

قبل الشروع في اختبار الفرضيات، تحقق الباحث من الافتراضات الأساسية اللازمة لتطبيق تحليل الانحدار:

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov)

جدول (19): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (ن = 100)

المتغير	قيمة الاختبار	مستوى الدلالة	النتيجة
الإنفوجرافيك التفاعلي	0.074	0.089	يتبع التوزيع الطبيعي
الفيديو الرقمي التفاعلي	0.068	0.118	يتبع التوزيع الطبيعي
الروابط التشعبية والمحتوى المترابط	0.079	0.067	يتبع التوزيع الطبيعي
أدوات التصوير البصري	0.071	0.094	يتبع التوزيع الطبيعي
التقييم العام (المتغير التابع)	0.065	0.141	يتبع التوزيع الطبيعي

جميع قيم مستوى الدلالة أكبر من (0.05)، مما يؤكد تحقق شرط التوزيع الطبيعي.

ثانياً: اختبار التداخل الخطي المتعدد (Multicollinearity)

جدول (20): نتائج اختبار التداخل الخطي المتعدد

المتغير المستقل	معامل التحمل (Tolerance)	معامل تضخم التباين (VIF)
الإنفوجرافيك التفاعلي	0.471	2.123
الفيديو الرقمي التفاعلي	0.493	2.028
الروابط التشعبية والمحتوى المترابط	0.518	1.931
أدوات التصوير البصري للبيانات	0.449	2.227

جميع قيم VIF أقل من (10) وقيم Tolerance أكبر من (0.10)، مما يؤكد عدم وجود مشكلة تداخل خطي متعدد.

اختبار الفرضية الرئيسية

نص الفرضية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية".

للتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression) بهدف قياس تأثير أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية (كمعامل مستقلة) على تغطية أخبار قطاع العقارات (كمعامل تابع). وقد جاءت نتائج التحليل كما يلي:

جدول (21): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية على تغطية أخبار قطاع العقارات

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار B	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
(Constant) المقدار الثابت	0.583	2.847	0.005**
الإنفوجرافيك التفاعلي	0.241	3.624	0.000**

0.000**	4.217	0.289	الفيديو الرقمي التفاعلي
0.005**	2.856	0.173	الروابط التشعبية والمحتوى المترابط
0.000**	3.891	0.254	أدوات التصوير البصري للبيانات
معامل الارتباط $R^2 = 0.661$			معامل الارتباط $R = 0.813$
القيمة الاحتمالية = 0.000			قيمة الاختبار $F = 46.358$

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS ** دالة عند مستوى (0.01)

تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد الموضحة في الجدول إلى وجود علاقة تأثيرية دالة إحصائياً بين أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية كمتغيرات مستقلة، وتغطية أخبار قطاع العقارات كمتغير تابع. فقد بلغ معامل التحديد (R^2) قيمة قدرها (0.661)، وهي نسبة مرتفعة تدل على أن (66.1%) من التباين في تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية يمكن تفسيره من خلال المتغيرات الأربعة المتعلقة بأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية، بينما تُعزى النسبة المتبقية (33.9%) إلى عوامل أخرى لم تتناولها الدراسة. كما تشير قيمة معامل الارتباط ($R = 0.813$) إلى وجود ارتباط قوي وموجب بين المتغيرات المدروسة، وبلغت قيمة ($F = 46.358$) بمستوى دلالة (0.000) وهي دالة إحصائياً مما يؤكد معنوية النموذج ككل.

أما على مستوى الأبعاد الفردية، فقد تبين أن بُعد "الفيديو الرقمي التفاعلي" هو الأكثر تأثيراً على تغطية أخبار قطاع العقارات، حيث بلغ معامل الانحدار له ($B = 0.289$)، وبلغت قيمة ($T = 4.217$) بدلالة معنوية عالية ($\text{Sig.} = 0.000$) ويؤكد ذلك الدور المحوري الذي يلعبه الفيديو التفاعلي في إثراء التغطية العقارية، نظراً للطبيعة البصرية والمكانية للقطاع العقاري التي تجعل المشاهدة أبلغ تأثيراً من القراءة.

كما أظهرت النتائج أن أدوات التصوير البصري للبيانات تُساهم أيضاً بشكل دال ومؤثر في تفسير التباين في التغطية العقارية ($B = 0.254$, $T = 3.891$, $\text{Sig.} = 0.000$)، يليها الإنفوجرافيك التفاعلي ($B = 0.241$, $T = 3.624$, $\text{Sig.} = 0.000$)، مما يعكس أهمية الأدوات

البصرية في تحويل البيانات العقارية المعقدة إلى تمثيلات واضحة وجذابة. بينما أظهر بُعد الروابط التشعبية والمحتوى المترابط أثراً أقل نسبياً ($B = 0.173$) لكنه لا يزال ذا دلالة إحصائية عالية ($\text{Sig.} = 0.005$) ، ما يشير إلى أن تعزيز هذا البُعد قد يمثل فرصة لتحسين شمولية التغطية العقارية، وأن فاعليته ترتبط بمدى تنظيم المحتوى وجودة الأرشفة الرقمي للصحيفة. وبناءً على ذلك، تؤكد هذه النتائج صحة الفرضية الرئيسية للدراسة.

اختبار الفرضية الفرعية الأولى

نص الفرضية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإنفوجرافيك التفاعلي على جودة تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية".

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression Test)، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (22): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الإنفوجرافيك التفاعلي على جودة تغطية أخبار قطاع العقارات

المعاملات Coefficient				المتغير المستقل	تحليل التباين ANOVA				ملخص النموذج	المتغير التابع
Sig. t	T	الخطأ المعياري	B	الإنفوجرافيك التفاعلي	Sig. F	F المحسوبة	درجة الحرية df	معامل التحديد r^2	معامل الارتباط r	تغطية أخبار قطاع العقارات
0.000	9.860	0.068	0.671		0.000	97.211	1	0.498	0.706	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

وللتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير "الإنفوجرافيك التفاعلي" باعتباره أحد أبعاد أدوات

الصحافة الرقمية التفاعلية على "تغطية أخبار قطاع العقارات". وقد جاءت النتائج الإحصائية كما هو موضح في الجدول (4-15)، حيث بلغ معامل الارتباط $r = 0.706$ ، وهو ما يعكس وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) 0.498 ، مما يشير إلى أن (49.8%) من التباين في جودة تغطية أخبار قطاع العقارات يُمكن تفسيره من خلال متغير الإنفوجرافيك التفاعلي فقط، دون تدخل بقية الأبعاد الأخرى.

وبالاطلاع على نتائج تحليل التباين (ANOVA)، نجد أن قيمة F المحسوبة بلغت (97.211) بمستوى دلالة (Sig. = 0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يعزز من دلالة النموذج ككل في تفسير الفرضية.

أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد بلغ معامل التأثير ($B = 0.671$)، بقيمة ($T = 9.860$)، وهي أيضاً دالة عند مستوى (Sig. = 0.000)، ما يدل على أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في توظيف الإنفوجرافيك التفاعلي تؤدي إلى زيادة بمقدار (0.671) في مستوى جودة تغطية أخبار قطاع العقارات، ضمن شروط النموذج.

ويُفسّر ذلك بأن الإنفوجرافيك التفاعلي يُلبّي حاجة ماسة في التغطية العقارية التي تتعامل مع كمّ هائل من البيانات الرقمية والإحصائية التي يصعب على القارئ العادي استيعابها في صيغتها الخام، فيأتي الإنفوجرافيك ليحوّلها إلى تمثيلات بصرية مبسطة وجذابة تُعزز الجودة الإدراكية للمحتوى. وبناءً على ذلك، يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية

نص الفرضية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للفيديو الرقبي التفاعلي على ثراء تغطية أخبار قطاع العقارات وتنوع زوايا المعالجة في الصحف الإلكترونية السعودية".

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression Test)، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (23): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الفيديو الرقمي التفاعلي على ثراء تغطية أخبار قطاع العقارات

المتغير التابع	ملخص النموذج	ANOVA تحليل التباين				المتغير المستقل	المعاملات Coefficient			
تغطية أخبار قطاع العقارات	معامل الارتباط r	معامل التحديد r ²	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig. F	الفيديو الرقمي التفاعلي	B	الخطأ المعياري	T	Sig. t
	0.742	0.551	1	120.178	0.000		0.701	0.064	10.963	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

وللتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس تأثير "الفيديو الرقمي التفاعلي" على "ثراء تغطية أخبار قطاع العقارات وتنوع زوايا المعالجة". وقد جاءت النتائج كما هو موضح في الجدول (4-16)، حيث بلغ معامل الارتباط $r = 0.742$ ، وهو ما يعكس وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل التحديد $(R^2) = 0.551$ ، مما يشير إلى أن 55.1% من التباين في ثراء التغطية العقارية وتنوع زوايا المعالجة يُمكن تفسيره من خلال متغير الفيديو الرقمي التفاعلي فقط، وهو أعلى معامل تحديد بين المتغيرات المستقلة الأربعة.

وبالاطلاع على نتائج تحليل التباين (ANOVA)، نجد أن قيمة F المحسوبة بلغت (120.178) بمستوى دلالة (Sig. = 0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يعزز من معنوية النموذج.

أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد بلغ معامل التأثير ($B = 0.701$)، بقيمة ($T = 10.963$)، وهي دالة عند مستوى (Sig. = 0.000)، ما يدل على أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في توظيف الفيديو الرقمي التفاعلي تؤدي إلى زيادة بمقدار (0.701) في مستوى ثراء التغطية العقارية.

وتتسق هذه النتيجة مع الطبيعة الفريدة للمحتوى العقاري الذي يعتمد بدرجة كبيرة على العنصر البصري والمكاني، فالمشاريع العقارية بطبيعتها تحتاج إلى رؤية ميدانية يصعب نقلها عبر النص المكتوب وحده، في حين يُتيح الفيديو التفاعلي للقارئ معايشة المشروع افتراضياً ودمج التصريحات والمقابلات والمعاينات في قالب واحد متكامل. وبناءً على ذلك، يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

نص الفرضية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للروابط التشعبية والمحتوى المترابط على شمولية تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية".

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression Test)، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (24): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الروابط التشعبية والمحتوى المترابط على شمولية تغطية أخبار قطاع العقارات

المتغير التابع	ملخص النموذج	تحليل التباين ANOVA				المتغير المستقل	المعاملات Coefficient			
تغطية أخبار قطاع العقارات	معامل الارتباط r	معامل التحديد r ²	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig. F	الروابط التشعبية والمحتوى المترابط	B	الخطأ المعياري	T	Sig. t
	0.671	0.450	1	80.182	0.000		0.609	0.068	8.954	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

وللتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس تأثير "الروابط التشعبية والمحتوى المترابط" على "شمولية تغطية أخبار قطاع العقارات". وقد جاءت النتائج كما هو موضح في الجدول (4-17)، حيث بلغ معامل الارتباط $r = 0.671$ ، وهو

ما يعكس وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة إلى قوية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.450$ ، مما يشير إلى أن (45.0%) من التباين في شمولية تغطية أخبار قطاع العقارات يُمكن تفسيره من خلال متغير الروابط التشعبية والمحتوى المترابط فقط.

وبالاطلاع على نتائج تحليل التباين (ANOVA)، نجد أن قيمة F المحسوبة بلغت (80.182) بمستوى دلالة (Sig. = 0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يعزز من دلالة النموذج.

أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد بلغ معامل التأثير ($B = 0.609$)، بقيمة ($T = 8.954$)، وهي دالة عند مستوى (Sig. = 0.000)، ما يدل على أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في توظيف الروابط التشعبية والمحتوى المترابط تؤدي إلى زيادة بمقدار (0.609) في مستوى شمولية التغطية العقارية.

ورغم أن هذا المتغير حقق أقل معامل تحديد بين المتغيرات المستقلة الأربعة، إلا أنه يظل مؤثراً بدرجة جوهرية. ويمكن تفسير ذلك بأن الروابط التشعبية تُوفّر للقارئ إمكانية التنقل بين السياقات المختلفة للخبر العقاري، فيستطيع الانتقال من الخبر الراهن إلى خلفيته التاريخية والتشريعية، غير أن فاعلية هذه الأداة ترتبط بمدى تنظيم المحتوى وجوده الأرشيف الرقمي للصحيفة. وبناءً على ذلك، يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

نص الفرضية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأدوات التصور البصري للبيانات على وضوح المعلومة ودقتها في تغطية أخبار قطاع العقارات بالصحف الإلكترونية السعودية".

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression Test)، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (25): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر أدوات التصور البصري للبيانات على وضوح المعلومة ودقتها في تغطية أخبار قطاع العقارات

المتغير التابع	ملخص النموذج	تحليل التباين ANOVA				المتغير المستقل	المعاملات Coefficient			
تغطية أخبار قطاع العقارات	معامل الارتباط r	معامل التحديد r ²	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig. F	أدوات التصور البصري للبينات	B	الخطأ المعياري	T	Sig. t
	0.723	0.523	1	107.423	0.000		0.669	0.065	10.365	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

وللتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس تأثير "أدوات التصور البصري للبيانات" على "وضوح المعلومة ودقتها في تغطية أخبار قطاع العقارات". وقد جاءت النتائج كما هو موضح في الجدول ، حيث بلغ معامل الارتباط $(r) = 0.723$ ، وهو ما يعكس وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل التحديد $(R^2) = 0.523$ ، مما يشير إلى أن (52.3%) من التباين في وضوح المعلومة ودقتها في التغطية العقارية يُمكن تفسيره من خلال متغير أدوات التصور البصري للبيانات فقط.

وبالاطلاع على نتائج تحليل التباين (ANOVA)، نجد أن قيمة F المحسوبة بلغت (107.423) بمستوى دلالة (Sig. = 0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يعزز من معنوية النموذج ككل.

أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد بلغ معامل التأثير (B = 0.669)، بقيمة (T = 10.365)، وهي دالة عند مستوى (Sig. = 0.000)، ما يدل على أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في توظيف أدوات التصور البصري تؤدي إلى زيادة بمقدار (0.669) في مستوى وضوح المعلومة ودقتها في التغطية العقارية.

وتؤكد هذه النتيجة الدور المحوري الذي تلعبه الخرائط التفاعلية والرسوم البيانية ولوحات البيانات في تحقيق الوضوح والدقة المعلوماتية، فالخرائط التفاعلية تُتيح للقارئ تحديد الموقع الجغرافي الدقيق للمشاريع العقارية، والرسوم البيانية تُمكنه من تتبع تحركات

الأسعار عبر الزمن، وهو ما يُعزز من دقة المعلومة وقابليتها للفهم. وبناءً على ذلك، يتم قبول
الفرضية الفرعية الرابعة.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

1.5 تمهيد

يُقدّم هذا الفصل خلاصة ما توصلت إليه الدراسة من نتائج مع تفسيرها وربطها بالدراسات السابقة، ثم يطرح في ضوءها مجموعة من التوصيات العملية والمقترحات البحثية المستقبلية. وقد حرص الباحث على أن يكون عرض النتائج منظماً وفق تسلسل فرضيات الدراسة، مع استخلاص الدلالات والمضامين التي تُسهم في إثراء المعرفة العلمية وتوجيه الممارسة المهنية في مجالي الصحافة الرقمية والتغطية العقارية.

2.5 نتائج الدراسة وتفسيرها

أثبتت الدراسة وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$) لأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها الأربعة مجتمعة على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية، بمعامل ارتباط ($R = 0.813$) ومعامل تحديد ($R^2 = 0.661$)، مما يعني أن الأبعاد الأربعة تُفسّر ما نسبته (66.1%) من التباين في التغطية العقارية.

و تُفسّر هذه النتيجة بأن أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية تعمل كمنظومة متكاملة تُعزز كل أداة منها جانباً محدداً من جوانب التغطية العقارية، فالإنفوجرافيك يُبسّط البيانات المعقدة، والفيديو يُقدّم المعاشية البصرية، والروابط التشعبية تربط الخبر بسياقه، وأدوات التصور البصري تكشف الأنماط والاتجاهات، وحين تتكامل هذه الأدوات معاً فإنها تُنتج تأثيراً تراكمياً يفوق تأثير كل أداة على حدة. وقد يُعزى الجزء المتبقي من التباين (33.9%) إلى عوامل أخرى لم تتناولها الدراسة كالكفاءة التحريرية وسياسات التحرير والموارد المالية والبشرية والبنية التقنية للصحيفة.

و تتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Rafeeq 2025) التي أكدت أن المقالات الإخبارية التي تتضمن كثافة وسائطية أعلى تحظى بمعالجة أكثر عمقاً وتنوعاً، وكذلك مع دراسة الزهراني وعطية (2021) التي أثبتت أن تعدد الوسائط في القصة الإخبارية

يرتبط ارتباطاً طردياً بثناء المعالجة التحريرية. كما تتوافق مع ما أشارت إليه دراسة Izzatli (2025) من أن التفاعلية تعزز مشاركة الجمهور وتخصيص المحتوى، ومع دراسة المطرفي (2025) التي كشفت عن طلب متزايد من الجمهور السعودي على محتوى اقتصادي تفاعلي مدعوم بالتصورات البصرية. وتتقاطع أيضاً مع نتائج دراسة (Dehnisch 2022) التي أكدت أن الوسائل الرقمية التفاعلية كالفديو والجولات الافتراضية والمواقع التفاعلية تُحدث فرقاً جوهرياً في تعزيز ثقة المتلقي وتفاعله مع المحتوى العقاري.

أثبتت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإنفوجرافيك التفاعلي على جودة تغطية أخبار قطاع العقارات، بمعامل ارتباط ($r = 0.706$) ومعامل تحديد ($R^2 = 0.498$) ، وبمعامل تأثير ($B = 0.671$) ، و يُفسّر هذا التأثير القوي بأن القطاع العقاري السعودي يتسم بكثافة عالية في البيانات الرقمية والإحصائية، حيث تتضمن التغطية العقارية أسعار الأراضي والوحدات السكنية ومؤشرات العرض والطلب ومعدلات التضخم العقاري والتوزيع الجغرافي للمشاريع، وهي بيانات يصعب على القارئ العادي استيعابها في صيغتها النصية الخام. ويأتي الإنفوجرافيك التفاعلي ليحوّل هذه البيانات إلى تمثيلات بصرية مبسطة وجذابة تُمكن القارئ من المقارنة والاستنتاج بسهولة، مما يرفع الجودة الإدراكية للمحتوى ويُسهّم في تبسيط التعقيد الذي يتسم به الشأن العقاري.

و تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عبد الغفار (2021) التي أكدت أن الأرقام المجردة لا تمثل تحقيقاً صحفياً بل الأهم هو طريقة تفسيرها وتقديمها بصرياً، وأن صحافة البيانات تزايد أهميتها مع تدفق المحتوى الرقمي مما يُبرز دور الصحفي في تحويل البيانات إلى محتوى بصري مفيد. كما تتسق مع نتائج دراسة المطرفي (2025) التي أوصت بتقديم محتوى اقتصادي تفاعلي مدعوم بالإنفوجرافيك لتعزيز فهم الجمهور السعودي ومشاركته. وتتقاطع كذلك مع ما أشارت إليه دراسة الزهراني وعطية (2021) من أن دمج النص والإنفوجرافيك يُعدّ عاملاً مشتركاً في القصص الإخبارية الأكثر ثراءً.

ثبتت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية للفديو الرقمي التفاعلي على ثراء تغطية أخبار قطاع العقارات وتنوع زوايا المعالجة، بمعامل ارتباط ($r = 0.742$) ومعامل تحديد ($R^2 = 0.551$) ، وهو أعلى معامل تحديد بين المتغيرات المستقلة الأربعة، وبمعامل تأثير ($B =$

(0.701)، و يُعزى تصدر الفيديو الرقمي التفاعلي للمتغيرات المستقلة من حيث القوة التفسيرية إلى الطبيعة الفريدة للمحتوى العقاري الذي يعتمد جوهرياً على العنصر البصري والمكاني. فالمشاريع العقارية بطبيعتها تحتاج إلى معاناة ميدانية يستحيل نقلها بدقة عبر النص المكتوب وحده، في حين يُتيح الفيديو التفاعلي للقارئ معايشة المشروع افتراضياً واستكشاف تفاصيله من زوايا متعددة، فضلاً عن إمكانية دمج تصريحات الخبراء والمسؤولين والمعاينات الميدانية في قالب سردي واحد متكامل يُثري المعالجة الإخبارية. ويتعاظم هذا التأثير في ظل المشاريع العقارية الكبرى المرتبطة برؤية 2030 كمشروع نيوم والبحر الأحمر والقدية التي يصعب نقل ضخامتها وتفاصيلها المعمارية إلا من خلال الفيديو والجولات الافتراضية.

وتتوافق هذه النتيجة بشكل وثيق مع نتائج دراسة (Dehnisch (2022 التي أكدت أن الفيديو والجولات الافتراضية يعززان قرار الشراء العقاري ويُحدثان farkاً جوهرياً في تفاعل المتلقي مع المحتوى. كما تتسق مع دراسة (Social Media Influence on Real Estate (2025 التي أثبتت أن المحتوى البصري التفاعلي هو الأكثر تأثيراً في قنوات الجيل Z الشرائية في المجال العقاري. وتتقاطع مع نتائج دراسة (Rafeeq (2025 التي وجدت أن توظيف الفيديو يرتبط بعمق المعالجة الإخبارية، ومع دراسة الزهراني وعطية (2021 التي أثبتت أنه كلما تعددت تفاصيل القصة الإخبارية تعددت الوسائط المستخدمة وفي مقدمتها الفيديو.

أثبتت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية للروابط التشعبية والمحتوى المترابط على شمولية تغطية أخبار قطاع العقارات، بمعامل ارتباط ($r = 0.671$) ومعامل تحديد ($R^2 = 0.450$)، وبمعامل تأثير ($B = 0.609$) وقد حقق هذا البُعد أقل معامل تحديد بين الأبعاد الأربعة، ويُفسّر التأثير الدال لهذا البُعد بأن الروابط التشعبية تُمكن القارئ من التنقل بين السياقات المتعددة للخبر العقاري، فيستطيع الانتقال من الخبر الراهن إلى خلفيته التاريخية والتشريعية والاقتصادية، والوصول إلى المصادر والتقارير الرسمية كتقارير الهيئة العامة للعقار ووزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، وتتبع تطورات القضية العقارية عبر أخبار وتقارير سابقة. أما حلول هذا البُعد في المرتبة الأخيرة من حيث القوة التفسيرية فيُعزى إلى عاملين: أولهما أن الروابط التشعبية تُمثل أداة رقمية تقليدية أقل جاذبية مقارنة بالأدوات البصرية كالإنفوجرافيك والفيديو، وثانيهما أن فاعليتها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى تنظيم

المحتوى وجودة الأرشيف الرقمي للصحيفة وتحديثه المستمر، وهو ما لم تصل إليه كثير من الصحف الإلكترونية السعودية بالمستوى المطلوب.

و تتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Rafeeq (2025 التي وجدت أن الروابط الشعبية هي الأكثر استخداماً بين عناصر الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية الدولية) بمتوسط 6.87 رابط لكل مقالة في (USAToday.com ، مما يؤكد مكانتها الراسخة كأداة أساسية في البنية الرقمية للمحتوى الصحفي. كما تتوافق مع ما أشارت إليه دراسة الحربي (2022) من وجود نقص في الأطر النقدية والاستقصائية في التغطية الاقتصادية السعودية، وهو نقص يمكن أن تُسهم الروابط الشعبية في سدّه من خلال ربط الأخبار بسياقاتها التحليلية. وتتقاطع مع نتائج دراسة شرشب (2025) التي كشفت أن اعتماد المصادر الحكومية بنسبة (43%) يُضعف شمولية التغطية الاقتصادية، وهو ما يمكن تعويضه بروابط شعبية تُحيل القارئ إلى مصادر متنوعة ومستقلة.

أثبتت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأدوات التصور البصري للبيانات على وضوح المعلومة ودقتها في التغطية العقارية، بمعامل ارتباط ($r = 0.723$) ومعامل تحديد ($R^2 = 0.523$)، وبمعامل تأثير ($B = 0.669$) ، ويُعزى هذا التأثير القوي إلى أن أدوات التصور البصري كالخرائط التفاعلية والرسوم البيانية ولوحات البيانات تُلبّي حاجة جوهرية في التغطية العقارية التي تتعامل مع بيانات كمية كثيفة ومتشابكة. فالخرائط التفاعلية تُمكن القارئ من تحديد المواقع الجغرافية الدقيقة للمشاريع العقارية ومقارنة أسعار المناطق المختلفة بصرياً، والرسوم البيانية التفاعلية تُتيح تتبع تحركات الأسعار واتجاهات السوق عبر الزمن بطريقة ديناميكية، ولوحات البيانات تُقدّم إحصاءات قابلة للتخصيص وفق اهتمامات القارئ. وتعاظم أهمية هذه الأدوات في السياق السعودي الذي يشهد تحولات عقارية كبرى مرتبطة ببرامج رؤية 2030، حيث يحتاج المتابعون إلى أدوات دقيقة لفهم مؤشرات السوق واتخاذ قراراتهم الاستثمارية.

و تتفق هذه النتيجة مع ما أكدته دراسة عبد الغفار (2021) من أن صحافة البيانات والتصور البصري يُحوّلان البيانات الخام إلى محتوى صحفي ذي قيمة مضافة، وأن أهمية هذا التحويل تتزايد مع تدفق المحتوى الرقمي. كما تتسق مع نتائج دراسة Çepni (2025) التي

أثبتت أن مؤشرات الاهتمام الإعلامي العقاري تُفسّر جزءاً معنوياً من التباين في أسعار المنازل المستقبلية، مما يؤكد أن جودة عرض البيانات العقارية ووضوحها ليست مسألة شكلية بل تؤثر في اتجاهات السوق وقرارات المستهلكين. وتتوافق كذلك مع توصيات دراسة المطرفي (2025) بتقديم محتوى اقتصادي مدعوم بالتصورات البصرية، ومع نتائج دراسة Otero-González & Vázquez-Herrero (2023) التي رصدت تطور الأدوات التقنية المتاحة لإنشاء المحتوى التفاعلي وأكدت أهمية تدريب الصحفيين عليها.

3.5 تحليل نتائج الأسئلة المفتوحة

تضمّنت الاستبانة سؤالين مفتوحين أُتيح من خلالهما لأفراد العينة التعبير عن آرائهم بحرية دون التقيد بخيارات محددة سلفاً، بهدف إثراء النتائج الكمية برؤى نوعية معمّقة تكشف عن جوانب لم تتناولها العبارات المغلقة. وقد حُلّلت الإجابات باستخدام أسلوب التحليل الموضوعي (Thematic Analysis) القائم على القراءة المتأنية والمتكررة لجميع الإجابات، ثم ترميزها وتصنيفها في فئات موضوعية رئيسية وفرعية، واستخلاص الأنماط والموضوعات المشتركة بين استجابات أفراد العينة.

السؤال المفتوح الأول "من وجهة نظركم، ما أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه الصحف الإلكترونية السعودية في توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية لتغطية أخبار قطاع العقارات؟"

نتج عن التحليل الموضوعي لإجابات المستجيبين عن تحديد سبعة محاور رئيسية للتحديات والمعوقات، يمكن عرضها وتفصيلها على النحو التالي:

أولاً: ضعف التأهيل والتدريب المتخصص

برز هذا التحدي بوصفه الأكثر تكراراً وبروزاً في إجابات المستجيبين عبر مختلف الفئات المهنية، حيث أشار عدد كبير منهم إلى وجود فجوة واضحة بين المهارات التقنية التي يتطلبها إنتاج المحتوى التفاعلي والمهارات المتاحة فعلياً لدى الكوادر الصحفية العاملة في الصحف الإلكترونية السعودية. وقد عبّر أحد المستجيبين من فئة الصحفيين عن ذلك بقوله: "معظم الصحفيين لم يتلقوا تدريباً كافياً على تصميم الإنفوجرافيك التفاعلي أو إنتاج

الفديو التفاعلي، والتدريب المتاح غالباً ما يكون نظرياً ولا ينعكس على الممارسة اليومية". كما أضاف مستجيب آخر من الأكاديميين: "المناهج الأكاديمية في كليات الإعلام لا تزال تُركّز على الصحافة التقليدية ولم تُدمج بشكل كافٍ مقررات الصحافة التفاعلية وصحافة البيانات".

وتتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة القدوسي (2022) التي أكدت الحاجة الماسة للمزيد من التدريب المهني على التطبيقات التفاعلية الحديثة، ومع دراسة Harb & Arafat (2024) التي كشفت أن معظم الصحفيين العرب لم يستوعبوا بعد إمكانيات التقنيات الرقمية المتقدمة وآليات توظيفها.

ثانياً: محدودية الموارد المالية والميزانيات المخصصة

أشار كثير من المستجيبين إلى أن إنتاج محتوى تفاعلي عالي الجودة يتطلب استثمارات مالية كبيرة تشمل تكلفة الأدوات والبرامج المتخصصة والاشتراكات في منصات التصميم والتصوير البصري واستقطاب الكوادر المتخصصة، وهي تكاليف قد لا تتناسب مع الميزانيات المتاحة لكثير من الصحف الإلكترونية. وقد عبّر أحد المستجيبين من المتخصصين العقاريين بقوله: "تكلفة إنتاج جولة افتراضية واحدة لمشروع عقاري قد تعادل تكلفة إعداد عشرات التقارير النصية التقليدية". وأضاف مستجيب من فئة الصحفيين: "صعوبة تبرير العائد الاستثماري للمحتوى التفاعلي أمام الإدارة تُعيق الحصول على الدعم المالي اللازم".

وتتسق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة Otero-González & Vázquez- (2023) من أن الأدوات التجارية لإنشاء المحتوى التفاعلي مرتفعة التكلفة، وأن الأدوات مفتوحة المصدر البديلة تعاني من محدودية الدعم الفني.

ثالثاً: ضعف البنية التقنية والتحتية الرقمية

أفاد عدد معتبر من المستجيبين بأن أنظمة إدارة المحتوى المستخدمة في كثير من الصحف الإلكترونية السعودية لا تدعم العناصر التفاعلية المتقدمة بالشكل المطلوب، مما يُقيّد قدرة الصحفي على تضمين إنفوجرافيك تفاعلي أو خرائط ديناميكية أو لوحات بيانات حية ضمن المقالات الإخبارية. وقد أوضح أحد المستجيبين: "أنظمة إدارة المحتوى القديمة تُعامل المقالة كنص ثابت ولا تدعم التضمين الديناميكي للعناصر التفاعلية". كما أشار

آخرون إلى مشكلة سرعة تحميل المحتوى التفاعلي على الأجهزة المحمولة، وهي مشكلة جوهرية في ظل أن الغالبية العظمى من القراء في السعودية يتصفحون الأخبار عبر هواتفهم الذكية.

رابعاً: صعوبة الوصول إلى البيانات العقارية المحدثة والموثوقة

سلّط عدد من المستجيبين الضوء على إشكالية مهمة تتعلق بعدم توفر بيانات عقارية مفتوحة ومحدّثة وقابلة للتحليل الآلي. فإنتاج إنفوجرافيك تفاعلي أو تصورات بصرية دقيقة للسوق العقاري يستلزم الوصول إلى قواعد بيانات رسمية شاملة عن الأسعار والصفقات والمشاريع والمؤشرات، وهو ما لا يتوفر دائماً بالصيغ المناسبة للمعالجة الصحفية. وقد عبّر أحد المستجيبين الأكاديميين بقوله: "لا يمكن إنتاج خرائط تفاعلية دقيقة لأسعار العقارات دون الوصول إلى بيانات مفتوحة ومحدّثة من الجهات الرسمية كالهيئة العامة للعقار". وأضاف مستجيب من المتخصصين العقاريين: "تشبّثت البيانات العقارية بين جهات متعددة وعدم توحيد معاييرها يُصعّب من مهمة الصحفي في بناء تصورات بصرية متكاملة".

وتتقاطع هذه النتيجة مع سياق دراسة Çepni (2025) التي اعتمدت في بناء مؤشراتها على بيانات Bloomberg Terminal المتاحة في السوق الأمريكي، مما يُبرز الفارق في إتاحة البيانات بين الأسواق المتقدمة والناشئة.

خامساً: غياب الهيكل التنظيمي المتخصص

أشار بعض المستجيبين خاصة من فئتي الصحفيين والأكاديميين إلى أن معظم غرف الأخبار في الصحف الإلكترونية السعودية لا تمتلك وحدات أو فرقاً متخصصة في إنتاج المحتوى التفاعلي، وأن إنتاج هذا النوع من المحتوى يُعامل غالباً كنشاط إضافي وليس كمكوّن أساسي من مكونات العملية التحريرية. وقد أوضح أحد المستجيبين: "لا توجد فرق عمل متعددة التخصصات تجمع بين الصحفي والمصمم ومحلل البيانات والمبرمج كما هو الحال في المؤسسات الإعلامية العالمية الكبرى". كما أفاد آخر: "القرارات التحريرية لا تزال تُفضّل النموذج التقليدي للنشر، والمحتوى التفاعلي يُعامل كإضافة تجميلية وليس كضرورة تحريرية".

وتتوافق هذه النتيجة مع ما أكدته دراسة عبد الغفار (2021) من أهمية إنشاء وحدات متخصصة في صحافة البيانات داخل غرف الأخبار، ومع توصيات دراسة Harb & Arafat (2024) بضرورة إعادة هيكلة غرف الأخبار العربية لاستيعاب التحولات الرقمية.

سادساً: ضغط الزمن وسرعة دورة الأخبار

أشار بعض المستجيبين إلى أن إعداد محتوى تفاعلي عالي الجودة يستغرق وقتاً أطول بكثير مقارنة بالمحتوى النصي التقليدي، وهو ما يتناقض مع طبيعة العمل الصحفي الذي يتسم بالسرعة والآنفة والمنافسة على السبق. وقد عبّر أحد المستجيبين بقوله: "تصميم إنفوجرافيك تفاعلي واحد قد يستغرق يوماً كاملاً، في حين يمكن نشر الخبر نصياً خلال دقائق". وأضاف آخر: "المنافسة بين الصحف على السبق الصحفي تجعل الأولوية دائماً للسرعة على حساب جودة العرض التفاعلي".

سابعاً: ضعف وعي الإدارات العليا بقيمة المحتوى التفاعلي

أشار بعض المستجيبين إلى أن بعض صناع القرار في المؤسسات الصحفية لا يدركون بشكل كافٍ القيمة المضافة التي يحققها المحتوى التفاعلي مقارنة بالمحتوى التقليدي، مما يؤثر على أولويات تخصيص الموارد والاستثمار في البنية التقنية والكوادر المتخصصة. وقد عبّر أحد المستجيبين بقوله: "المحتوى التفاعلي يُنظر إليه في بعض المؤسسات كرفاهية وليس كضرورة تحريرية، وهذا ينعكس على حجم الدعم والتمويل المُخصص". كما أوضح آخر: "غياب مقاييس أداء واضحة للمحتوى التفاعلي يُصعّب على الإدارات تقييم عائده وتبرير الاستثمار فيه".

السؤال المفتوح الثاني "ما مقترحاتكم وتوصياتكم لتطوير وتحسين توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في التغطية الإخبارية لقطاع العقارات بالملكة العربية السعودية؟"

أسفر التحليل الموضوعي لإجابات المستجيبين عن تحديد ثمانية محاور رئيسية للمقترحات والتوصيات، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الاستثمار في التدريب والتأهيل المهني

جاء هذا المقترح في صدارة الإجابات بشكل واضح، حيث أكد المستجيبون على ضرورة تصميم برامج تدريبية متخصصة ومستمرة للصحفيين العاملين في التغطية العقارية تشمل مهارات تصميم الإنفوجرافيك التفاعلي وإنتاج الفيديو التفاعلي وتحليل البيانات وإنشاء التصورات البصرية واستخدام أدوات السرد الرقمي. وقد أوضح أحد المستجيبين من الأكاديميين: "يجب أن يكون التدريب عملياً وتطبيقياً وليس مجرد محاضرات نظرية، مع التركيز على ورش العمل والمشاريع التطبيقية الحقيقية". كما اقترح بعض المستجيبين إقامة شراكات مع مؤسسات تدريبية دولية متخصصة في الصحافة الرقمية كمعهد بوينتر ومعهد رويترز للصحافة.

ثانياً: إتاحة البيانات العقارية المفتوحة

طالب كثير من المستجيبين بضرورة أن تعمل الجهات الرسمية المعنية بالقطاع العقاري على إتاحة بياناتها بصيغ مفتوحة وقابلة للقراءة الآلية (Machine-Readable)، بما يُمكن الصحفيين من إعداد تصورات بصرية وإنفوجرافيك تفاعلي مبني على بيانات دقيقة ومحدثة. وقد اقترح أحد المستجيبين من المتخصصين العقاريين: "إنشاء بوابة بيانات عقارية وطنية مفتوحة على غرار Data.gov تُتيح مؤشرات السوق والأسعار والصفقات بشكل آني". كما أضاف آخر: "يمكن للهيئة العامة للعقار تطوير واجهة برمجة تطبيقات (API) تُمكن الصحف من سحب البيانات مباشرة وتحويلها إلى تصورات بصرية تلقائياً".

ثالثاً: تطوير البنية التقنية وأنظمة إدارة المحتوى

أوصى عدد من المستجيبين بضرورة تحديث أنظمة إدارة المحتوى (CMS) في الصحف الإلكترونية لتدعم تضمين العناصر التفاعلية المتقدمة بسلاسة، مع تحسين أداء المواقع لضمان سرعة تحميل المحتوى التفاعلي على مختلف الأجهزة. وقد اقترح أحد المستجيبين: "الانتقال إلى أنظمة إدارة محتوى حديثة مبنية على معمارية headless CMS تُتيح مرونة أكبر في عرض المحتوى التفاعلي عبر مختلف المنصات". كما أشار آخر إلى أهمية "الاستثمار في

خدمات الحوسبة السحابية لاستضافة لوحات البيانات التفاعلية والخرائط الحية دون التأثير على أداء الموقع."

رابعاً: إعادة هيكلة غرف الأخبار

اقترح بعض المستجيبين إعادة تصميم الهيكل التنظيمي لغرف الأخبار ليتضمن وحدات متخصصة في إنتاج المحتوى التفاعلي، تعمل بشكل تكاملي مع الفرق التحريرية التقليدية. وقد أوضح أحد المستجيبين من فئة الصحفيين: "نحتاج إلى ما يُسمى بغرفة الأخبار المدمجة (Converged Newsroom) التي تجمع بين الصحفيين ومصممي الجرافيك ومحلي البيانات ومنتجي الفيديو في مساحة عمل واحدة". كما أشار مستجيب أكاديمي إلى أن "تعيين مسؤول تحريري متخصص في المحتوى التفاعلي (Interactive Editor) يمكن أن يُحدث نقلة نوعية في مستوى الإنتاج."

خامساً: توظيف الذكاء الاصطناعي

اقترح بعض المستجيبين خاصة من الفئات الأصغر سناً وحملة المؤهلات العليا الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في أتمتة بعض عمليات إنتاج المحتوى التفاعلي، كتحويل البيانات الخام إلى إنفوجرافيك أولي أو إنشاء ملخصات بصرية تلقائية للتقارير العقارية، بما يُوفّر الوقت والجهد ويُمكن الصحفي من التركيز على القيمة التحريرية. وقد أوضح أحد المستجيبين: "أدوات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تُنتج مسودة إنفوجرافيك في دقائق بدلاً من ساعات، ليقوم الصحفي بعد ذلك بمراجعتها وتحسينها تحريراً". غير أن بعض المستجيبين حذّروا من الاعتماد الكلي على هذه الأدوات دون رقابة تحريرية تضمن الدقة والمصداقية.

سادساً: بناء الشراكات الاستراتيجية

أكد عدد من المستجيبين على أهمية بناء شراكات بين الصحف الإلكترونية والجهات العقارية الرسمية وشركات التطوير العقاري والمراكز البحثية والجامعات السعودية، بما يُوفّر بيئة تعاونية تدعم إنتاج محتوى عقاري تفاعلي عالي الجودة. وقد اقترح أحد المستجيبين: "يمكن لشركات التطوير العقاري الكبرى أن تتعاون مع الصحف في إنتاج جولات افتراضية

احترافية لمشاريعها، بما يخدم مصلحة الطرفين: التسويق للمطوّر والمحتوى الثري للصحيفة". كما أشار آخرون إلى إمكانية "التعاون مع كليات الحاسب والإعلام في الجامعات السعودية لتطوير أدوات تصور بصري مخصصة للسوق العقاري السعودي".

سابعاً: تبني مقاييس أداء رقمية للمحتوى التفاعلي

اقترح بعض المستجيبين وضع مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) واضحة لقياس فاعلية المحتوى التفاعلي وعائده، بما يُمكن الإدارات من تقييم جدوى الاستثمار واتخاذ قرارات مبنية على بيانات. ومن المؤشرات المقترحة: مدة بقاء القارئ على الصفحة، ومعدل التفاعل مع العناصر التفاعلية (كالنقر على الخرائط أو تصفح شرائح الإنفوجرافيك)، ونسب المشاركة وإعادة النشر، ومعدلات التحويل إلى صفحات المشاريع العقارية.

ثامناً: مراعاة تجربة المستخدم وتنوع شرائح الجمهور

أشار بعض المستجيبين وخاصة من فئة القراء والمتابعين المهتمين إلى أهمية أن يُراعي تصميم المحتوى التفاعلي سهولة الاستخدام وبساطة الواجهة، بحيث لا يتطلب من القارئ خبرة تقنية متقدمة للتفاعل معه. وقد أوضح أحد المستجيبين: "بعض الإنفوجرافيك التفاعلي الذي أصادفه في المواقع الإخبارية يكون معقداً لدرجة أنني أتجاهله وأبحث عن المعلومة في مكان آخر". كما اقترح آخرون مراعاة التصميم المتجاوب (Responsive Design) الذي يتكيف مع مختلف أحجام الشاشات، وتوفير نسخ مبسطة من المحتوى التفاعلي للقراء ذوي الاتصال البطيء بالإنترنت.

4.5 التوصيات

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة، يُوصي الباحث بما يلي:

- تأسيس وحدات إنتاج فيديو تفاعلي متخصصة داخل غرف الأخبار في الصحف الإلكترونية السعودية، مُزوّدة بالتجهيزات التقنية اللازمة لإنتاج جولات افتراضية ثلاثية الأبعاد للمشاريع العقارية ومقابلات تفاعلية مع الخبراء والمسؤولين، نظراً لتصدّر هذا البُعد من حيث القوة التفسيرية.

- الاستثمار في منصات التصوير البصري التفاعلي كالخرائط الرقمية ولوحات البيانات الحية (Live Dashboards) التي تُتيح للقارئ تتبع مؤشرات السوق العقاري السعودي لحظياً والمقارنة الفورية بين أسعار المناطق المختلفة وتخصيص البيانات وفق اهتماماته.
- بناء فرق عمل متعددة التخصصات تجمع بين الصحفيين ومصممي الإنفوجرافيك ومحلي البيانات والمبرمجين، للعمل بشكل تكاملي على إنتاج محتوى عقاري تفاعلي يُوظف الإنفوجرافيك في تبسيط البيانات العقارية المعقدة وتحويلها إلى تمثيلات بصرية جذابة.
- تطوير الأرشيف الرقمي وأنظمة إدارة المحتوى في الصحف الإلكترونية السعودية لتمكين الربط التشعبي الفعّال بين الأخبار العقارية وسياقاتها التاريخية والتشريعية والاقتصادية، مع ضمان تحديث الروابط والمحتوى المُحال إليه بشكل مستمر.
- إقامة شراكات استراتيجية بين الصحف الإلكترونية والجهات العقارية الرسمية كالهيئة العامة للعقار ووزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان ومركز المعلومات الوطني، لتوفير بيانات مفتوحة ومحدّثة تُغذي أدوات التصوير البصري والإنفوجرافيك التفاعلي وتُعزز دقة المعلومة العقارية.
- تصميم برامج تدريبية متخصصة ومستمرة للصحفيين العاملين في التغطية العقارية على توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية، تشمل مهارات تصميم الإنفوجرافيك وإنتاج الفيديو التفاعلي وتحليل البيانات وإنشاء التصورات البصرية، مع إمكانية الاستعانة بخبرات أكاديمية ودولية.
- استكشاف إمكانيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في أتمتة إنتاج بعض أشكال المحتوى التفاعلي كالإنفوجرافيك الآلي والتلخيصات البصرية للتقارير العقارية، مع وضع ضوابط تحريرية تضمن دقة المخرجات ومصداقيتها.
- تبني مقاييس أداء رقمية لتقييم فاعلية توظيف الأدوات التفاعلية في التغطية العقارية، تشمل مؤشرات كمدة بقاء القارئ على الصفحة ومعدلات التفاعل والمشاركة ونسب النقر على العناصر التفاعلية، لتوجيه القرارات التحريرية وتخصيص الموارد بشكل أكثر كفاءة.
- مراعاة تنوع شرائح الجمهور عند تصميم المحتوى التفاعلي، من خلال تصميم واجهات سهلة الاستخدام لا تتطلب خبرة تقنية متقدمة، مع توفير خيارات عرض متعددة تُراعي

اختلاف الأجهزة المستخدمة (هواتف ذكية، حواسيب، أجهزة لوحية) واختلاف مستويات الدراية الرقمية بين القراء.

- تعزيز التعاون بين المؤسسات الأكاديمية والصحفية من خلال إنشاء مختبرات بحثية مشتركة تُعنى بتطوير أدوات وتطبيقات صحافة رقمية تفاعلية تُلبّي احتياجات السوق السعودي، مع إدراج مقررات الصحافة الرقمية التفاعلية وصحافة البيانات في البرامج الأكاديمية لكليات الإعلام السعودية.

5.5 مقترحات لدراسات مستقبلية

في ضوء نتائج الدراسة الحالية والفجوات التي كشفت عنها، يقترح الباحث إجراء الدراسات المستقبلية التالية:

- إجراء دراسة تحليلية للمحتوى تقوم على رصد وتحليل المحتوى العقاري التفاعلي الفعلي المنشور في الصحف الإلكترونية السعودية الكبرى، وذلك لقياس حجم التوظيف الحقيقي للأدوات التفاعلية كمياً ونوعياً والمقارنة بين الواقع الفعلي وتصورات المستجيبين التي كشفت عنها الدراسة الحالية.
- إجراء دراسة تجريبية تقيس أثر استخدام الأدوات التفاعلية على السلوك الفعلي للقارئ من حيث مدة التصفح والتفاعل وإعادة المشاركة والاستيعاب واتخاذ القرارات العقارية، وذلك باستخدام مجموعتين (تجريبية وضابطة) ومحتوى عقاري مُعدّ بصيغتين (تفاعلية وتقليدية).