

عنوان المشروع
دور النشاط الإعلامي في زيادة معدل الإقبال السكاني
(دراسة حالة : محافظة الخرج في المملكة العربية السعودية)

اسم الطالبة
ردينا يحيى الخميسي
2021205817
مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ 2024 - الفصل الدراسي الثالث

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	2
1.1. المقدمة:	3
1.2. مشكلة الدراسة	4
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	4
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	5
1.3. أهمية الدراسة	5
1.3.1. على المستوى النظري:	5
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	5
1.4. أسئلة الدراسة	6
1.5. أهداف الدراسة	6
1.6. فرضيات الدراسة	6
1.7. نموذج الدراسة	7
1.8. منهجية الدراسة	8
1.9. الدراسة الميدانية	9
1.10. مخطط المشروع المقترح	9
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
1.	1
	0
2.1. المقدمة:	11
2.2. المتغير المستقل	11
2.3. المتغير التابع	11
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	11
2.5. الخاتمة	12
قائمة المراجع	12

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تطور المجتمع الإنساني هي فطرة و طبع بشري متأصل رغبةً في التوسع والمحافظة على بقاء الإنسان مع احترام العادات والتقاليد والقواعد المجتمعية . كما شهدت السنوات الخمسون الماضية زيادة أسرع في معدل النمو السكاني أدى إلى توسع الحضارة البشرية وتنوع المساحات التي يتمدّنها الإنسان، وكما هو واضح لنا أن هذا التوسع أدى إلى ابتكار وتطوير شتى أنواع وسائل التسهيل والراحة والتي أخذت بالتطور مع مرور الزمن بهدف التقدم في المجتمع الذي يعيش فيه (الإنسان) . ونظرًا للتعداد السكاني المتزايد توجّه إلى إنشاء مجتمعات عمرانية جديدة كامتدادات حضارية ومساهمة في تنشيط النمو الاقتصادي و إتاحة الوصول لبنية تحتية عالية الجودة بالإضافة إلى موازنة النمو العمراني وضمان استخدام الموارد الطبيعية بشكل أفضل (نجلاء جابر، 2015 ، محمود العمري، 2016)

إن إدارة المشاريع لها دور حيوي في مشاريع الإسكان وذلك لعدة أسباب رئيسية أهمها : أن إدارة المشاريع تساعد في وضع خطة شاملة لتنفيذ المشروع بما في ذلك الجداول الزمنية و الموازنات ، والتي تؤدي إلى تنسيق مختلف الأنشطة لتنفيذ المشروع بسلاسة ومراقبة التقدم وتجنب أي مخاطر أو تأخيرات أو تكاليف غير متوقعة . بشكل عام إدارة المشاريع الناجحة تمكّن المطورين العقاريين من إنجاز مشاريع الإسكان بكفاءة وفعالية عالية والترويج لها بشكل مدروس مما يسهم في تحقيق رضا المستفيدين النهائيين من المشروع السكني .

وكما ذكر سابقًا توجّه المجتمع البشري إلى إنشاء مخططات سكنية في مناطق جديدة لتوفير التوازن السكاني ومعادلة استهلاك الموارد الطبيعية ، الأمر الذي وضّح لنا الصعوبة التي تواجهها قطاعات الإسكان في تحفيز السكان إلى الانتقال الأراضي العمرانية الجديدة ؛ كون الإنسان بطبيعته يرفض التغيير، يقاوم التجارب الجديدة (رواجي، سناء، 2020) . فكيف يمكن توجيه الناس إلى تلك المناطق؟

الاعلام هو مصطلح يطلق على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات. و تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم "وسائل الإعلام" أو ما يسمى بـ"السلطة الرابعة" إشارة إلى تأثيرها العميق و الواسع (د.هالة برنات، 2015) . ونظرًا لازدياد أبعاد الدور الإعلامي والاتصالي من خلال الأقمار الصناعية والبلث المباشر وازدياد أعداد المحطات الفضائية وشبكات الاتصال على نحو غير مسبوق وظهور الرقمنة وتطور التكنولوجيا الحديثة، الأمر الذي جعل من الميسور وضع الجمهور في دول العالم كافة عرضة لتأثير وسائله المتنوعة مع تغييرات على مفاهيم الحياة وأسلوبها في السنوات السابقة ، ويقود هذه التغييرات وسائل الإعلام والاتصال لتشكيل عقل جديد مختلف معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا عن الأجيال السابقة وتتبع أهميتها من أن الإعلام والاتصال يشكل في عصرنا الحاضر القوة الأكثر تأثيرًا في حياتنا بسبب التطور التكنولوجي وذلك بهدف رصد دور وسائل الإعلام في عصره الرقمي في تشكيل المنظومة (محمد خليل الرفاعي. ١٣٨٩).

وحيث نستهدف في هذه الدراسة التعرف على تأثير وسائل الاعلام على الثقافة لدى جمهور هذه الوسائل، وهذا بعد أن اثبتت الدراسات الحديثة أن وسائل الاعلام لها تأثيرا كبيرا على جمهورها، هذا التأثير الذي شمل عدة جوانب من أفكار، قيم وحتى عادات وتقاليد (حنون نزهة، بن زكة سمية، 2022)

ويتخذ الإعلام العديد من الطرق للتأثير على قرارات الناس مثل : التأطير والتحديد، حيث يختار الإعلام الموضوعات والقضايا التي يتناولها وكيفية عرضها، مما يؤثر على كيفية إدراك الجمهور لهذه المواضيع. كذلك التأثير على المعرفة والوعي: من خلال نقل المعلومات والحقائق والآراء المتنوعة، يساهم الإعلام في تشكيل معرفة الجمهور ووعيهم بالقضايا المختلفة ، أيضاً التأثير على المواقف والاتجاهات: يمكن للإعلام بطريقة متكررة ومنهجية أن يغير مواقف الجمهور واتجاهاتهم نحو قضايا معينة. وأخيراً من خلال التأثير على السلوك: من خلال تسليط الضوء على سلوكيات محددة وتعزيزها أو التحذير منها، يستطيع الإعلام أن يؤثر على سلوكيات واختيارات الناس.

وبما أن الإعلام لديه هذه القدرة الكبيرة على التأثير، وتشكيل الرأي العام وتوجيه اهتمامات الجمهور نحو القضايا التي يختارها ويركز عليها فإن إدارة المشاريع استغلت هذه الوسائل كونها تملك دورًا محوريًا في التأثير على قرارات الناس وسلوكياتهم المختلفة لضمان التوجيه الاحترافي، الاستراتيجي والإيجابي للرأي العام كونه يُعدّ أداة قوية لدعم وإنجاح إدارة المشاريع في مختلف مراحلها .

فإذا كان بالإمكان استخدام هذه الميزة في مشروع إسكاني، فيمكن استخدام وسائل الإعلام بشكل أكثر فعالية للترويج له واستقطاب المستثمرين والمشتريين المحتملين من خلال ممارسات عديدة مثل الحملات التسويقية المتكاملة وإبراز الشراكات والتعاونات الاستراتيجية وإبراز الخصائص الفريدة لهذه البيئات السكنية المتاحة ، وغيرها من الممارسات التي تعزز الثقة الاهتمام وتشجع المستثمرين والمشتريين المحتملين وتزيد المقبلين على هذه المناطق .

يتناول هذا البحث أهم النقاط حول تحليل العلاقة بين نشاط وسائل الإعلام في ترويج المناطق السكنية الجديدة وتوجيه التوسع العمراني .

1.2. مشكلة الدراسة :

أشارت الأبحاث السابقة إلى "أن عدد سكان العالم ارتفع بأكثر من ثلاثة أضعاف مقارنة بما كان عليه في منتصف القرن العشرين ومن المتوقع أن يستمر هذا التزايد على مدى ثلاثين سنة القادمة (صندوق الأمم المتحدة للسكان UNFBA , التوقعات السكانية في العالم 2022)". كما نرى مازالت تؤدي هذه الزيادة إلى خلق أعباء لا تقل أهمية عن الأعباء الاقتصادية والاجتماعية، تكمن هذه الأعباء في اكتظاظ المدن و أزمة الإسكان و انتشار السكن الفوضوي و تدني مستوى المرافق و الخدمات العامة، كل هذا فرض وضع خطة محكمة لمعالجة و تنظيم استخدامات الأرض، و البحث عن بدائل و متنفس للضغط الذي تشهده هذه المدن . ومما لا شك فيه اتخاذ البديل يشمل إقناع السكان إلى التخلي عن مكان إقامتهم بالإضافة إلى بعض العادات و التقاليد القديمة، و تقبل التنوع الثقافي و اللاتجانس نتيجة لاختلاف مكان الإقامة السابق للسكان (روابي، سناء، 2020) .

وعلى الرغم من أن قطاعات الإسكان استعانت بوسائل ترويجية متعددة لتشجيع الناس على الانتقال والاستثمار في المناطق السكنية الحديثة – وهو ما نجح بشكل نسبي- ما زالت تواجه صعوبة في توجيه الإقبال الذي يحده التخوف من هذه التطورات وتمسك السكان بخلفيتهم المكانية. تهدف إدارة المشاريع إلى تحسين الممارسات السابقة ، وتطوير الوسائل الترويجية الإعلامية التي تجذب السكان لهذه المناطق وتؤيد تجديد المساحات السكنية القديمة. وقد وجد المطورون أنفسهم في هذا الصدد أمام فجوات بحثية في كلا المجالين النظري والتطبيقي.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- 1- الاستغلال المحدود للوسائل الإعلامية . يهدف البحث إلى جعل النشاط الإعلامي أكثر تنوع في الوسائل الدعائية الإعلامية في سبيل إبراز الحاجات والمغريات لشدّ انتباه المعنيين وتوجيههم نحو هذه المشاريع.
- 2- عدم الاستهداف الكافي للمستثمرين حيث تمثل مشاركة المستثمرين وغيرهم من أصحاب المصلحة نقلة نوعية فعالة في إدارة وتمويل المشاريع السكنية وضمان جودة إنشائها ، إن دراسة طرق تحسين الوصول الإعلامي للأفراد والمنظمات المساهمين يرفع نسبة النشاط الميداني لهذه المشاريع على المستوى الإعلامي مما يجذب المزيد من المهتمين والمستثمرين.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

1- فشل الإعلام في مسّ موطن الرغبات الفعلية للفئة المستهدفة، بسبب الضعف في تقييم نشاط السكان من الجوانب الثقافية والاجتماعية وغيرها ، مما أدى إلى افتقار الإعلام للدقة في استهداف المعنيين نتيجة نقص المعلومات عن نشاطات السكان . يستدعي هذا الجانب توسع في البحوث لاستقصاء لوازم المعيشة التي تتوافق مع النشاط السكاني حتى يتمكن الإعلام من التماس رغبات السكان المستقبليين بشكل أدق.

2- عدم استغلال الميزات الجغرافية والمناخية للمناطق في الترويج للمناطق الحديثة ، هناك حاجة لأبحاث تطبيقية في كيفية استغلال المناطق الحضرية وتاريخها الديني والاجتماعي في زيادة الإقبال على المدن الجديدة وإظهار الإمكانيات السياحية فيها تتناول الدراسة عدة محاور للإجابة عن التساؤل التالي :

"كيف يمكن للنشاط الإعلامي التأثير في معدل إقبال السكان في المناطق حديثة الإنشاء ؟"

1.3. أهمية الدراسة

بتحديدنا للفجوات النظرية والتطبيقية يمكننا استخلاص أهمية البحث التي تتجلى في سد هذا الفجوات للنهوض بالنشاط الإعلامي لمستوى أعلى يخدم فيه القطاع الإسكاني بشكل فعال.

1.3.1. على المستوى النظري:

إجراء تقنيات البحث (المراقبة) : تنشيط قسم البحث والتقصي في مجال الإعلام وذلك لتوسيع بنك المعلومات والمصادر لاكتشاف أنماط الناس ومستوى معيشتهم ونشاطاتهم العملية والاجتماعية على أرض الواقع وعلى المنصات الاجتماعية وغيرها، مما يسهم في فهم تفضيلاتهم وتسهيل فهم احتياجاتهم .

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

1- نجاح الإعلام في جذب اهتمام الفئات المستهدفة وعرض خصائص المشروع وما يقدمه من ميزات في إطار المنفعة المتبادلة

2- النجاح في استغلال الوجهات التاريخية والسياحية وعرضها بشكل جذاب سيفيد في إثارة الفضول عن ماهية المشاريع الجديدة وما فيها من فرص وظيفية وترفيهية وثقافية تساهم في زيادة فرصة إقبال السكان لهذه المنظومة الحديثة رغبة في أن يكونوا جزءاً منها .

1.4. أسئلة الدراسة

- إلى أي مدى يمكن أن يساهم الإعلام ليصل المشروع لأكبر شريحة ممكنة؟
- ما الذي يحتاج الاعلام لدراسته حتى يجد السبيل المناسب لجذب اهتمام الجمهور؟
- كيف يستغل الإعلام القنوات لعرض اهتمامات الجمهور وإظهارها لهم بطريقة مغرية ؟
- ما الأخطاء التي يقع فيها الإعلاميون أثناء تغطية مشروع والتي تسبب فشل العمل ؟

1.5. أهداف الدراسة

1. تحديد الاتجاه الأمثل الذي يزيد الضمانات لدى الإعلام لبلوغ هدفه .
2. اقتراح أفضل الممارسات التي يمكن استعمالها في تصوير رغبات الأفراد على صورة (وُجهة) تسهل عليهم الوصول إلى غاياتهم.
3. تسليط الضوء على أفضل الممارسات في عرض الهدف من الإعلان والتأكيد على المصادقية والموثوقية .
4. دراسة الأداء الحالي للإعلام في مجال الإسكان وتقييم مدى تأثيره على المنطقة والسكان.

1.6. فرضيات الدراسة

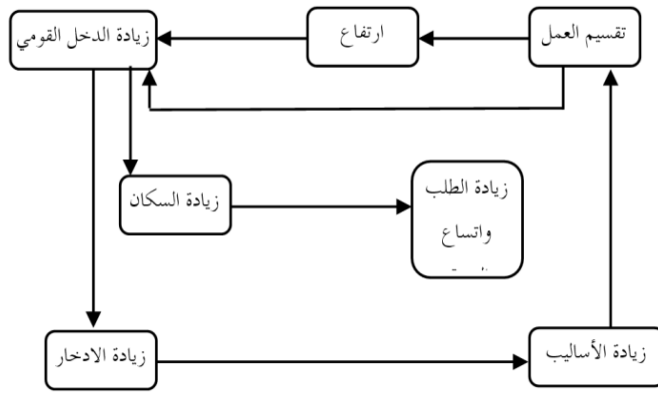
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين إحكام استغلال الإعلام و زيادة معدل السكان. من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، بل إنها تؤثر في مجرى تطور البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري ، فإذا استُغلت هذه الوسائل بالشكل الصحيح فغالبًا سيتكفل توجيه الجمهور إلى هذا المشروع بالنجاح.
- توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين معرفة تفضيلات الجمهور في الاطلاع على الأخبار والنجاح في استهداف الشريحة المعنية بالمشروع.
- توجد علاقة معنوية إيجابية بين الترويج الناجح للسياحية والأعمال وجلب المستثمرين والباحثين عن عمل ، حيث ستشكل بيئة واعدة فرص عمل وفرص استثمارية لمن يبحث عنها . إن قطاع السياحة قطاع يتشابك كثيراً مع بقية القطاعات الأخرى في الاقتصاد، وهذا يدل على أن إمكانية السياحة في توليد فرص عمل تفوق قدرة قطاع السياحة على امتداد القطاعات الاقتصادية الأخرى الصناعية والزراعية والخدمية والمالية، وباعتبارها قطاعاً أو نشاطاً سياحياً متزايداً، فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة فرص العمل بشكل مباشر ، وبالتالي فإن الإقبال سيكون شبه مضمون .
- توجد علاقة معنوية إيجابية بين المصادقية الإعلامية وزيادة الإقبال على المناطق الحديثة ، إذا نظرنا إلى الإعلام من خلال الاتجاهات والقيم حسب آراء البعض، تجدهم يطلقون أوصافاً كثيرة على أنواع متعددة من الإعلام، فهناك الإعلام الصادق، وهناك الإعلام الكاذب، وهناك الإعلام الذي يخاطب العقول، والإعلام الذي يخاطب العواطف، والإعلام الذي يثير الغرائز، .. ونظراً للوعي الذي بلغه الناي في هذا العصر وحرصهم على تحري موثوقية الأخبار فعلى الإعلام الحرص على هذه النقطة حتى لا يخسر سمعته ويفقد صورته.

1.7. نموذج الدراسة

يؤدي النمو الديموغرافي إلى اتساع حجم السوق: حيث تعتبر الزيادة السكانية عاملاً مهماً في تحفيز الاستثمار نظراً لتأثيره على

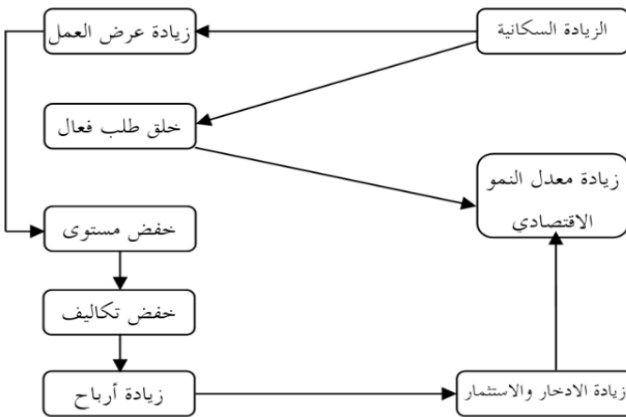
توسيع نطاق السوق وتنوع حاجيات الناس، إضافة إلى إيجاد فرص العمل، وكلها أمور هامة تؤثر على تراكم رأس املال، وبالتالي فإن تباطؤ النمو الديموغرافي قد يؤثر على التحفيز على الاستثمار من عدة زوايا منها : أنه قد يؤدي تباطؤ النمو السكاني إلى تقليص نمو الأسواق، وكلما كانت هناك عالقة ارتباط جزئي على الأقل بني معدل الربح وحجم السوق، فإن مخاطر الاستثمار تتزايد مع انخفاض الربح في ظل مجتمع يتباطأ فيه النمو السكاني كما يوضحه الشكل الموالي:

شكل 1: العلاقة بين زيادة السكان واتساع حجم السوق



المصدر: (النجفي، 1982، الصفحات 116-117)

شكل 2: زيادة السكان والدوافع الاستثمارية

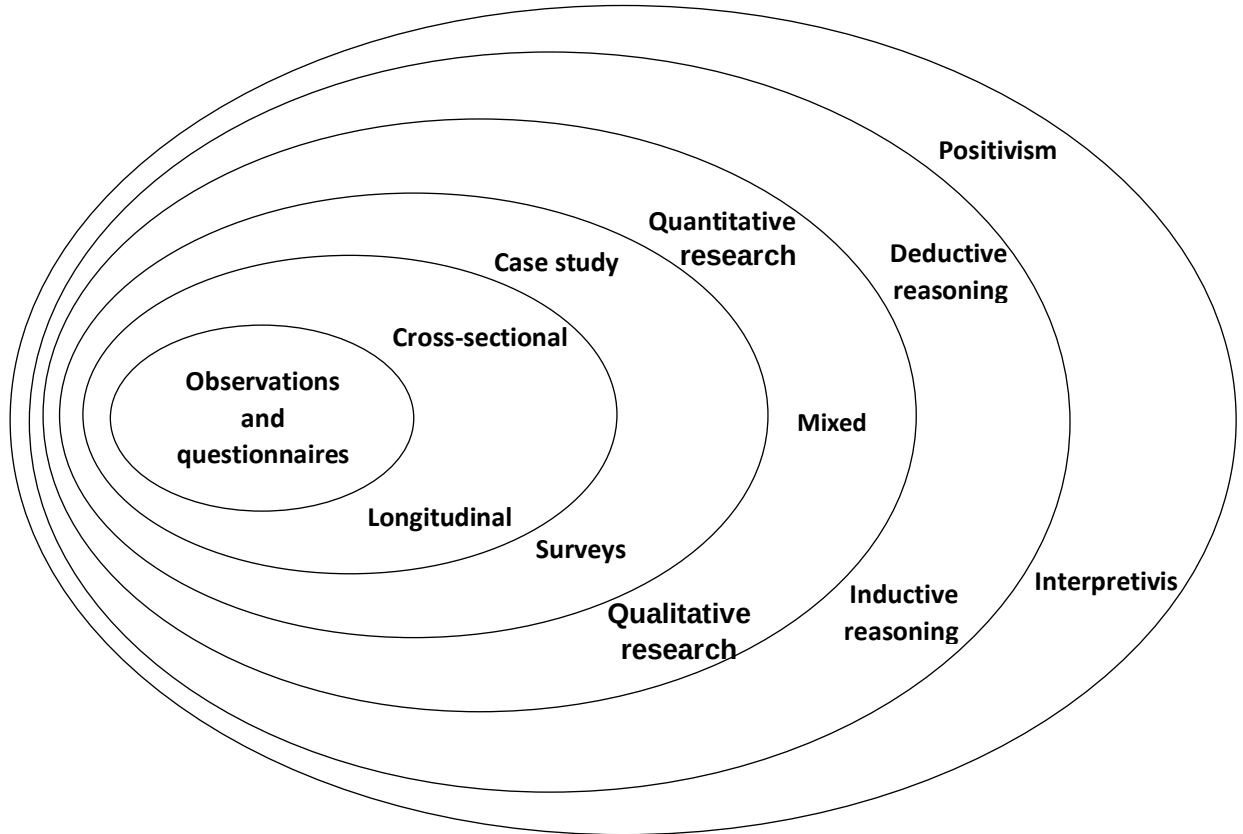


المصدر: (النجفي، 1982، الصفحات 120-121)

بالإضافة إلى ذلك يساعد النمو السكاني أو الديموغرافي إلى إنشاء مدن جديدة وبالتالي انتشار الحضارة في بعض الفترات كما يوضحه الشكل :

1.8. منهجية الدراسة

- 1- فلسفة البحث: تفسيرية (Interpretivism)
- 2- منهج البحث: استقرائي (Inductive reasoning)
- 3 -اختيار البحث: النوعي (Qualitative research)
- 4- استراتيجية البحث: دراسة حالة (Case study)
- 5-الأفق الزمني: أفق عرضي (Cross-sectional)
- 6-تقنيات جمع وتحليل البيانات: الملاحظات و الاستبيانات (Observations and Questionnaires)



1.9. الدراسة الميدانية

وقع اختيار الدراسة على مدينة الخرج (السيح) التي تقع جنوب العاصمة الرياض نظراً لما تمتلكه المنطقة من مقومات الاقتصادية الجاذبة للاستثمار والاستيطان ، ليس هذا فحسب بل وما تمتلكه من الموارد الطبيعية والموقع الجغرافي والآثار التاريخية والكثافة السكانية وهي مما لا شك عوامل تكسب هذه المدينة مناخاً ناجحاً للاستثمار فيما لو استغلت الاستغلال الأمثل في خلق كيان اقتصادي قوي وفاعل ومتين يكون رافداً من روافد تنويع مصادر الدخل وداعماً للنتائج القومي والمحلي فضلاً عن خلق فرص وظيفية للقوى البشرية الواعدة ولا سيما وهي المدينة الرديفة للعاصمة السياسية للبلاد.

1.10. مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: المناقشة والخاتمة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

- كتاب : علم الاجتماع السياسي من تأليف د. نجلاء جابر علي، 2015
<https://books.google.com.sa/books?id=sn8HEQAAQBAJ&lpg=PA1&hl=ar&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>
- دراسة :إنشاء المدن الجديدة يساهم في تحسين مستوى المعيشة وخلق فرص العمل, محمود العمري، 2016
<https://www.youm7.com/6009762>
- صندوق الأمم المتحدة للسكان ، التوقعات السكانية في العالم 2022
<https://www.un.org/ar/global-issues/population>
- مقال : إدارة المشاريع العقارية: دور إدارة المشاريع العقارية في ريادة الأعمال، 2024
<https://fastercapital.com/content/Real-estate-project-management--The-Role-of-Real-Estate-Project-Management-in-Entrepreneurship.html>
- دراسة ميدانية بمدينة باتنة - حملة 03 – أنموذجا ، روابحي، سناء 2020
<http://dspace.univ-batna.dz/handle/123456789/1397>
- المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات, الكاتب : حنون نزهة, بن زكة سميرة , 2022 – صفحات 126-139
<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/490>

