

توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطية أخبار قطاع

العقارات السعودية دراسة ميدانية

إعداد الطالب/ عمير بن عبد الرحمن أحمد آل فاهدة

إشراف الدكتورة / مهيتاب ماهر الرافعي

العام الدراسي:

2026 – 1447



إهداء

إلى من آمنوا بأن الحلم يمكن أن يصبح حقيقة، إلى من كانوا حولي
دعمًا وسندًا في مسيرتي العلمية، إلى أساتذتي الكرام الذين أضاءوا لي
الطريق بعلمهم وإرشادهم، وإلى كل من كان له أثر في تكوين فكري
وشخصيتي الأكاديمية.

إلى والدي ووالدي وزوجتي وابنائي،

وكل من مرّ في حياتي وترك بصمة طيبة،

إلى من حفّزني بكلمة، أو دعمني بصمت، أو شاركني فكرة،

أهديكم جميعًا هذا الجهد.

شكر وتقدير

أحمد الله عز وجل الذي وفقني في إتمام هذا البحث العلمي،

فالحمد لله حمداً كثيراً

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتورة / مهيتاب ماهر الراجحي

على كل ما قدمته لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلى إدارة جامعة ميد أوشن ممثلة بالكادر الأكاديمي والإداري، لما قدموه من تسهيلات وتشجيع وتوفير الخدمات المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعني الحظ بذكر أسمائهم راجياً من المولي عز وجل أن تكون هذه الدراسة نافذة لدراسات أخرى .

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها الأربعة (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمةً الاستبانة أداةً لجمع البيانات من عينة بلغت (100) مفردة شملت صحفيين وإعلاميين ومتخصصين عقاريين وأكاديميين وقراء مهتمين. وعولجت البيانات باستخدام برنامج SPSS بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات ارتباط بيرسون وتحليل الانحدار البسيط والمتعدد واختبار (ت) وتحليل التباين الأحادي. وأظهرت النتائج وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$) لأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية مجتمعة على التغطية العقارية بمعامل تحديد ($R^2=0.661$)، حيث فسّرت الأبعاد الأربعة (66.1%) من التباين. وتصدّر الفيديو الرقمي التفاعلي الأبعاد من حيث القوة التفسيرية ($R^2=0.551$)، تلاه التصوير البصري ($R^2=0.523$)، ثم الإنفوجرافيك التفاعلي ($R^2=0.498$)، وأخيراً الروابط التشعبية ($R^2=0.450$) وبلغ المتوسط العام لاستجابات العينة (5/4.24) ضمن فئة موافق بشدة، مع تسجيل أعلى متوسط لعبارة الحاجة إلى تعزيز الأدوات التفاعلية (4.44)، مما يكشف عن فجوة بين الإدراك والممارسة. وأوصت الدراسة بإنشاء وحدات إنتاج تفاعلي متخصصة في غرف الأخبار، وتطوير البنية التقنية، وتصميم برامج تدريبية مهنية، وإتاحة البيانات العقارية المفتوحة عبر شراكات مع الجهات الرسمية.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الرقمية التفاعلية، الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، التصوير البصري للبيانات، الروابط التشعبية، تغطية أخبار العقارات، الصحف الإلكترونية السعودية.

قائمة المحتويات

ب.....	بسم الله الرحمن الرحيم
ج.....	الإهداء
د.....	الشكر والتقدير
ه.....	المستخلص
و.....	قائمة المحتويات
ط.....	قائمة الجداول
ك.....	قائمة الأشكال
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1.....	1.1 المقدمة
3.....	2.1 مشكلة الدراسة
4.....	3.1 أهمية الدراسة:
6.....	4.1 أهداف الدراسة:
7.....	5.1 تساؤلات الدراسة
8.....	6.1 فروض الدراسة:
9.....	7.1 نموذج الدراسة
9.....	8.1 الدراسات السابقة:
26.....	9.1 الفجوة البحثية
29.....	10.1 المنطلقات النظرية للدراسة:
33.....	16.1 حدود الدراسة
34.....	الفصل الثاني: الإطار النظري
34.....	المبحث الأول: أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية
34.....	1.1.2 تمهيد
34.....	2.1.2 مفهوم أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية

36.....	3.1.2 أهمية أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية.....
37.....	4.1.2 أهداف توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية.....
38.....	5.1.2 أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية.....
44.....	7.1.2 التحول الرقمي في الصحافة الاقتصادية المتخصصة.....
45.....	8.1.2 السياق السعودي والتحول الرقمية في الصحافة الإلكترونية.....
47.....	المبحث الثاني: تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.....
47.....	1.2.2 تمهيد.....
47.....	2.2.2 مفهوم تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية.....
49.....	3.2.2 أهمية تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.....
51.....	4.2.2 أهداف تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية.....
52.....	5.2.2 معايير جودة التغطية الصحفية العقارية في البيئة الرقمية.....
54.....	الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
54.....	1.3 تمهيد.....
54.....	2.3 منهج الدراسة.....
54.....	3.3 مجتمع الدراسة.....
55.....	4.3 عينة الدراسة.....
56.....	5.3 أداة الدراسة (الاستبانة).....
57.....	6.3 صدق أداة الدراسة.....
60.....	7.3 مصفوفة الارتباط بين محاور الدراسة.....
62.....	8.3 ثبات أداة الدراسة.....
63.....	9.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة.....
65.....	الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفرضيات.....
65.....	1.4 تمهيد.....
65.....	2.4 تحليل البيانات الديموغرافية.....
68.....	3.4 التحليل الوصفي لمحاور الدراسة.....

75.....	4.4 اختبار فرضيات الدراسة.....
84.....	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات.....
84.....	1.5 تمهيد.....
84.....	2.5 نتائج الدراسة وتفسيرها.....
88.....	3.5 تحليل نتائج الأسئلة المفتوحة.....
95.....	4.5 التوصيات.....
96.....	5.5 مقترحات لدراسات مستقبلية.....
97.....	Abstract.....
98.....	المراجع.....
98.....	أولاً: المراجع العربية.....
101.....	ثانياً: المراجع الأجنبية.....
105.....	الملاحق.....
106.....	استمارة استبيان.....

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
1.	جدول (1) أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية	26
2.	جدول (2): توزيع الاستبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل	56
3.	جدول (3): توزيع عبارات الاستبانة على المحاور	57
4.	جدول (4): معاملات ارتباط بيرسون بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه (ن = 20)	59
5.	جدول (5): معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة (ن = 20)	61
6.	جدول (6): مصفوفة ارتباط بيرسون بين محاور الدراسة والدرجة الكلية (ن = 100)	62
7.	جدول (7): معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة (ن = 20)	64
8.	جدول (8): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس	66
9.	جدول (9): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير العمر	67
10.	جدول (10): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي	67
11.	جدول (11): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير التخصص المهني	68

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
69	جدول (12): توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة	12.
69	جدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الأول (ن = 100)	13.
71	جدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثاني (ن = 100)	14.
72	جدول (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الثالث (ن = 100)	15.
73	جدول (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الرابع (ن = 100)	16.
74	جدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الخامس (ن = 100)	17.
75	جدول (18): ترتيب محاور الدراسة تنازلياً وفقاً للمتوسطات الحسابية	18.
76	جدول (19): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (ن = 100)	19.
77	جدول (20): نتائج اختبار التداخل الخطي المتعدد	20.
78	جدول (21): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية على تغطية أخبار قطاع العقارات	21.
79	جدول (22): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الإنفوجرافيك التفاعلي على جودة تغطية أخبار قطاع العقارات	22.

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
81	جدول (23): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الفيديو الرقمي التفاعلي على ثراء تغطية أخبار قطاع العقارات	23.
82	جدول (24): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الروابط التشعبية والمحتوى المترابط على شمولية تغطية أخبار قطاع العقارات	24.
84	جدول (25): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر أدوات التصوير البصري للبيانات على وضوح المعلومة ودقتها في تغطية أخبار قطاع العقارات	25.

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
8	الشكل رقم (1) نموذج الدراسة	1.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

أحدثت الثورة الرقمية تحولاً جذرياً في بنية الصحافة المعاصرة ووظائفها وأساليب إنتاجها، حيث انتقلت المؤسسات الإعلامية من نموذج البث الأحادي القائم على تقديم محتوى نصي ثابت إلى نموذج تفاعلي تشاركي يعتمد على دمج الوسائط المتعددة وإشراك الجمهور في بناء القصة الإخبارية واستكشاف أبعادها، وقد أصبح هذا التحول سمة مركزية للصحافة الإلكترونية الحديثة التي باتت توظف أدوات رقمية تفاعلية متنوعة كالإنفوجرافيك والفيديو التفاعلي والروابط التشعبية وأدوات التصوير البصري للبيانات في سبيل تقديم محتوى أكثر ثراءً وجاذبية وعمقاً. (Izzatli, 2025)

ويُعدّ هذا التحول الرقمي نتاجاً طبيعياً للتطور المتسارع في تقنيات الويب التي فتحت أمام المؤسسات الصحفية آفاقاً غير مسبوقة للسرد الإخباري المتعدد الوسائط، حيث أفرزت أشكالاً وأنماطاً تحريرية جديدة تعزز الدمج بين مجموعة مختلفة من العناصر المعلوماتية لخلق تسلسل تفاعلي للمحتوى الإخباري يتجاوز حدود النص التقليدي (الزهراني وعطية، 2021).

وقد أولت المؤسسات الإعلامية الدولية الكبرى اهتماماً متزايداً بتطوير استراتيجيات توظيف الوسائط المتعددة في منصاتها الرقمية، إلا أن مستوى هذا التوظيف يتباين تبانياً ملحوظاً بين المؤسسات والمنصات والسياقات الجغرافية المختلفة؛ إذ تتفاوت الكثافة الوسائطية بحسب نوع المحتوى وطبيعة التركيز الجغرافي والموضوعي، كما أن الأخبار المحلية تحظى بمعالجة وسائطية أعلى من التغطيات الدولية. (Rafeeq, 2025) وتتقاطع هذه الأدوات التفاعلية مع منظومة واسعة من البرامج والتطبيقات الرقمية التي تُيسّر إنشاء القصص الصحفية التفاعلية ونشرها، سواء كانت تطبيقات تجارية أو مفتوحة المصدر، حيث تتسابق هذه الأدوات في تقديم وظائف متقدمة كالعمل الجماعي وتحليل البيانات وإدارة خرائط التفاعل ومعاينة المحتوى على أجهزة متعددة. (Otero-González & Vázquez-Herrero, 2023)

ولا تزال الصحافة الرقمية تسعى للحاق بالركب العالمي في توظيف هذه الأدوات التفاعلية؛ إذ تشير الأدبيات إلى أن غرف الأخبار العربية تواجه تحديات بنيوية ومهنية تحدّ من قدرتها على الاستفادة الكاملة من الإمكانيات التقنية المتاحة، وأن كثيراً من المؤسسات الإعلامية العربية لا تزال تعتمد على أنماط السرد التقليدية في منصاتها الإلكترونية. (Harb & Arafat, 2024) وينعكس هذا الواقع على التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية التي تتطلب بطبيعتها أدوات تفاعلية متقدمة لتبسيط البيانات المعقدة وتقديمها بصورة بصرية واضحة، حيث تسود الأطر الإخبارية التقليدية التغطية الاقتصادية في الصحافة العربية الإلكترونية مع محدودية في التنوع والعمق التحليلي (شرشوب، 2025).

ويكتسب قطاع العقارات أهمية استراتيجية استثنائية في ظل رؤية المملكة 2030 التي جعلت من هذا القطاع ركيزة أساسية للتنوع الاقتصادي وتحقيق جودة الحياة، مما يستوجب من الصحافة الإلكترونية السعودية تقديم تغطية عقارية رقمية تتسم بالجودة والتفاعلية والقدرة على مواكبة هذه التحولات. وتؤكد الدراسات أن الجمهور السعودي يعتمد بدرجة مرتفعة على الصحافة الإلكترونية في متابعة القضايا الاقتصادية ويتطلع إلى محتوى تحليلي تفاعلي أعمق (المطرفي، 2025). كما أن التغطية الإعلامية العقارية لا تقتصر أثارها على نقل المعلومات بل تمتد لتؤثر في حركة الأسواق واتجاهات الأسعار وقرارات المستهلكين الشرائية والاستثمارية (Çepni, 2025)، فضلاً عن أن وسائل الإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي أصبحت تُشكّل المصدر الأول للمعلومات العقارية لدى الأجيال الشابة وتؤثر جوهرياً في تصوراتهم تجاه سوق العقارات. (Dehnisch, 2022)

ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتبحث في علاقة أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية، ساعيةً إلى سد الفجوة البحثية القائمة في هذا المجال الحيوي.

2.1 مشكلة الدراسة

يشهد المشهد الإعلامي تحولات بنيوية عميقة أفرزتها الثورة الرقمية، حيث تطورت الصحافة الإلكترونية إلى منظومة تفاعلية متكاملة تعتمد على أدوات رقمية متقدمة كالإنفوجرافيك التفاعلي والفيديو الرقمي والروابط التشعبية وأدوات التصوير البصري للبيانات. غير أن توظيف هذه الأدوات في البيئة الإعلامية العربية لا يزال يتسم بالقصور؛ إذ كشفت دراسة (Harb & Arafat, 2024) أن نسبة توظيف أدوات التقنية الحديثة في غرف الأخبار العربية لا تتجاوز (6.2%)، كما أشارت دراسة الزهراني وعطية (2021) إلى ندرة توظيف الوسائط التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية الكبرى.

أن المتابعة المنتظمة للصحف الإلكترونية السعودية تكشف عن فجوة واضحة بين الإمكانيات التقنية المتاحة ومستوى توظيفها الفعلي، حيث لا تزال التغطية العقارية تعتمد في كثير من الأحيان على الأنماط التقليدية القائمة على النص المجرد والصور الساكنة. ويتعمق هذا الإشكال حين ندرك أن التغطية الإعلامية العقارية تنبأ بحركة أسعار العقارات بدقة أعلى من المؤشرات الاقتصادية التقليدية (Çepni, 2025).

وللتحقق الميداني من هذه الإشكالية من وجهة نظر المتلقي، أجرى الباحث دراسة استطلاعية أولية على عينة عشوائية بلغت (80) مفردة من الجمهور السعودي المتابع لأخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية، وذلك خلال الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 1446/1447 هـ الموافق 2025/2026 م، وقد تضمنت الاستبانة الاستطلاعية أسئلة محورية حول تقييم الجمهور لطبيعة التغطيات العقارية التفاعلية ومدى فائدتها.

وقد أسفرت نتائج الدراسة الاستطلاعية عن عدة مؤشرات تؤكد وجود المشكلة البحثية، أبرزها:

- أن (68%) من أفراد العينة أشاروا إلى أن التغطيات العقارية في الصحف الإلكترونية السعودية تعتمد بشكل رئيسي على النص المكتوب والصور الثابتة ولا توظف أدوات تفاعلية متقدمة بشكل كافٍ.

- أن (73%) من أفراد العينة أكدوا أنهم يجدون صعوبة في فهم البيانات والمؤشرات العقارية الرقمية عندما تُقدّم بالطرق التقليدية دون تصور بصري تفاعلي.
- أن (61%) أشاروا إلى أن التغطيات العقارية الحالية لا تُتيح لهم التفاعل مع المحتوى أو تخصيص عرض البيانات وفق اهتماماتهم (كالمنطقة الجغرافية أو النطاق السعري).
- أن (77%) عبّروا عن رغبتهم في توفر جولات افتراضية للمشاريع العقارية وإنفوجرافيكات تفاعلية وخرائط حرارية ضمن التغطيات العقارية.
- أن (54%) فقط من أفراد العينة يرون أن التغطيات العقارية الحالية تُسهم فعلياً في مساعدتهم على اتخاذ قرارات استثمارية أو سكنية مستنيرة، مما يشير إلى وجود فجوة بين ما يحتاجه المتلقي وما تقدمه الصحف فعلياً.

وتُعزّز هذه النتائج الأولية ما كشفت عنه الدراسات السابقة من وجود فجوة واضحة بين الإمكانيات التقنية المتاحة ومستوى التوظيف الفعلي لأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في التغطية العقارية، وتؤكد أن هذه الفجوة لا تقتصر على جانب المنتجين بل تمتد لتنعكس على تجربة المتلقي وتقييمه لجودة المحتوى المقدم له.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي ... :

ما علاقة أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصور البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية؟

3.1 أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية (النظرية)

- تستمد الدراسة الحالية أهميتها العلمية من كونها تُسهم في إثراء الإطار النظري لحقل الصحافة الرقمية التفاعلية من خلال بناء نموذج بحثي متكامل يربط بين أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية كمتغير مستقل متعدد الأبعاد (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) وتغطية أخبار قطاع العقارات كمتغير تابع؛ وهو نموذج لم تتطرق إليه الدراسات السابقة في نسق واحد.
- كما تُسهم الدراسة في سد فجوة بحثية واضحة في المكتبة العربية والسعودية تحديداً؛ إذ كشفت مراجعة الأدبيات عن غياب شبه تام للدراسات التي تجمع بين المتغيرين في السياق السعودي، حيث اقتصرت الدراسات السابقة إما على تناول الأدوات التفاعلية بمعزل عن المحتوى القطاعي المتخصص أو على معالجة التغطية الاقتصادية دون ربطها بالأدوات الرقمية التفاعلية.
- تُقدم الدراسة إضافة نظرية من خلال اختبار مدى انطباق نظريات الإعلام الرقمي كنظرية ثراء الوسيلة ونظرية الاستخدامات والإشباع في بيئتها الرقمية على سياق التغطية الصحفية المتخصصة في قطاع العقارات السعودي، مما يُتيح للباحثين في حقل الإعلام والاتصال إطاراً مرجعياً يمكن البناء عليه في دراسات مستقبلية.
- كذلك تُسهم الدراسة في تطوير أداة قياس علمية محكمة لقياس علاقة أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية على التغطية الإعلامية القطاعية المتخصصة، يمكن أن تُوظف في بحوث لاحقة على قطاعات اقتصادية أخرى وبيئات إعلامية مختلفة. وأخيراً تُثري الدراسة الرصيد الأكاديمي العربي بمعالجة موضوع حيوي يتقاطع فيه الإعلام الرقمي مع الاقتصاد العقاري في مرحلة تحويلية فارقة تعيشها المملكة العربية السعودية.

الأهمية العملية (التطبيقية)

- تكتسب الدراسة أهمية عملية بالغة على عدة مستويات؛ فعلى مستوى المؤسسات الصحفية السعودية تُقدم الدراسة توصيفاً دقيقاً لواقع توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في التغطية

العقارية مما يُمكن صانعي القرار في غرف الأخبار من تحديد نقاط القوة والضعف في ممارساتهم الحالية واتخاذ قرارات مبنية على بيانات علمية لتطوير استراتيجياتهم الرقمية.

- تُوفر الدراسة رؤية واضحة حول الأدوات الأكثر فاعلية في إنتاج محتوى عقاري جاذب ومتعمق مما يُساهم في رفع كفاءتهم المهنية وتوجيه احتياجاتهم التدريبية.
- تُساهم الدراسة في تحسين جودة المعلومات العقارية المقدمة للجمهور من خلال تعزيز التغطية بالأدوات التفاعلية التي تُبسّط البيانات المعقدة وتجعلها أكثر وضوحاً ومصداقية مما ينعكس إيجاباً على شفافية السوق ووعي المستثمرين والمستهلكين.
- تُقدم الدراسة مؤشرات عملية تُساهم في صياغة سياسات وطنية لتطوير المحتوى الرقمي الاقتصادي المتخصص بما يتماشى مع مستهدفات رؤية المملكة 2030 في التحول الرقمي وتطوير قطاع الإعلام.
- تُساهم نتائج الدراسة في تلبية تطلعاته نحو محتوى عقاري رقمي أكثر تفاعلية ووضوحاً يُعينه على اتخاذ قراراته الاستثمارية والسكنية على أسس معلوماتية سليمة.
- كما يمكن أن تُفيد الدراسة برامج التعليم والتدريب الإعلامي في الجامعات والمعاهد السعودية من خلال تضمين نتائجها في تصميم مقررات دراسية ودورات تدريبية تركز على مهارات الصحافة الرقمية التفاعلية المتخصصة في التغطية الاقتصادية والعقارية.

4.1 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على علاقة أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصور البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية. ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في:

1. الكشف عن مدى توظيف الصحف الإلكترونية السعودية للإنفوجرافيك التفاعلي في تغطية أخبار قطاع العقارات ومستوى تأثيره على جودة المعالجة الصحفية وعمقها.

2. رصد أنماط استخدام الفيديو الرقمي التفاعلي (الجولات الافتراضية، المقابلات المصورة، الرسوم المتحركة التوضيحية) في تقديم المحتوى العقاري وأثره على ثراء التغطية وتنوع زوايا المعالجة.
3. تحديد درجة اعتماد الصحف الإلكترونية السعودية على الروابط التشعبية والمحتوى المترابط في ربط الأخبار العقارية بسياقاتها الاقتصادية والتشريعية والاجتماعية وأثر ذلك على شمولية التغطية.
4. الكشف عن واقع توظيف أدوات التصوير البصري للبيانات (الخرائط التفاعلية، الرسوم البيانية الديناميكية، لوحات البيانات) في عرض المؤشرات والإحصاءات العقارية وأثره على وضوح المعلومة ودقتها.
5. التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية السعودية نحو استخدام أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطية أخبار العقارات والتحديات التي تواجههم.
6. استشراف مستقبل توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطية القطاع العقاري السعودي في ضوء التحولات الرقمية لرؤية المملكة 2030.

5.1 تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي

ما علاقة أدوات 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؟

الأسئلة الفرعية

☒ إلى أي مدى توظف الصحف الإلكترونية السعودية الإنفوجرافيك التفاعلي في تغطية أخبار قطاع

العقارات؟

☒ كيف يُسهم الفيديو الرقمي التفاعلي في إثراء تقديم المحتوى العقاري بالصحف الإلكترونية

السعودية؟

✗ إلى أي درجة تعتمد الصحف الإلكترونية السعودية على الروابط التشعبية والمحتوى المترابط في ربط

الأخبار العقارية بسياقاتها المختلفة؟

✗ كيف توظف الصحف الإلكترونية السعودية أدوات التصور البصري للبيانات في عرض المؤشرات

والإحصاءات العقارية؟

✗ ما أبرز التحديات التي تواجه القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية السعودية عند استخدام

أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطية أخبار العقارات؟

6.1 فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها

(الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصور

البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.

وينتزع منه الفروض الفرعية التالية:

✗ الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإنفوجرافيك

التفاعلي على جودة تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.

✗ الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للفيديو الرقمي

التفاعلي على ثراء تغطية أخبار قطاع العقارات وتنوع زوايا المعالجة في الصحف الإلكترونية

السعودية.

✗ الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للروابط التشعبية

والمحتوى المترابط على شمولية تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.

✗ الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لأدوات التصور

البصري للبيانات على وضوح المعلومة ودقتها في تغطية أخبار قطاع العقارات بالصحف الإلكترونية

السعودية.

7.1 نموذج الدراسة

الشكل رقم (1) نموذج الدراسة



8.1 الدراسات السابقة:

المحور الأول: المتغير المستقل (أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية) وعلاقته بالمتغيرات الأخرى

□ دراسة (2025) Rafeeq بعنوان "Multimedia storytelling in online journalism: Analysing multimedia use on the websites TheGuardian.com,

TheNationalnews.com, USAToday.com, and Stuff.co.nz".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط توظيف الوسائط المتعددة بأبعادها (الصور الفوتوغرافية، معارض الصور، الفيديو، الروابط التشعبية) في مواقع إخبارية دولية كبرى وعلاقتها بنوع المحتوى والتركيز الجغرافي والموضوعي. واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون الكمي، وتكونت العينة من (280) مقالة إخبارية منشورة بين فبراير وأبريل 2023، بواقع (70) مقالة من كل موقع من المواقع الأربعة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إجمالي العناصر المحللة بلغ (470) صورة، (56) معرض صور، (194) فيديو،

و(1320) رابطاً تشعبياً؛ وأن Stuff.co.nz تصدر في كثافة الصور (م=2.26 للمقال)، بينما تصدر USA Today.com في الروابط التشعبية (م=6.87 للمقال)؛ وأن المقالات المطولة والتحقيقات تحظى بكثافة وسائط أعلى من الأخبار العاجلة؛ وأن الأخبار المحلية تحظى بمعالجة وسائطية أعلى من التغطيات الدولية. وأوصت الدراسة بضرورة تبني استراتيجيات تعدد وسائط مرنة تُصمَّم بحسب نوع المحتوى وطبيعة الجمهور المستهدف.

□ دراسة (2025) Izzatli بعنوان "The theoretical foundations of interactive journalism in the new media era".

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسس النظرية للصحافة التفاعلية بأبعادها (التقارب الإعلامي، المشاركة الجماهيرية، المحتوى المولّد من المستخدمين، السرد المدفوع بالبيانات، تقنيات الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي) في بيئة الإعلام الجديد. واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي النظري القائم على مراجعة الأدبيات والنظريات الاتصالية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التفاعلية في الصحافة الحديثة تعزز مشاركة الجمهور وتخصيص المحتوى والتغذية الراجعة الآنية، لكنها تطرح تحديات خطيرة تشمل انتشار المعلومات المضللة والفجوة الرقمية والمخاوف الأخلاقية وتسليع مقاييس التفاعل والرقابة التحريرية. وأوصت الدراسة ببناء أطر نظرية جديدة تدمج التحولات الرقمية في نظريات الاتصال الجماهيري وتعزيز التعاون بين المؤسسات الأكاديمية والإعلامية.

□ دراسة (2024) Harb & Arafat بعنوان "The adoption of artificial intelligence technologies in Arab newsrooms: Potentials and challenges".

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي بأبعادها (الأدوات التوليدية، أتمتة الأخبار، تحديات اللغة العربية، البنية الأخلاقية والتحريرية) في غرف الأخبار العربية. واستخدمت الدراسة المنهج التعليقي التحليلي (commentary) المعتمد على مراجعة الأدبيات والمقابلات والتقارير الميدانية، وشملت العينة غرف أخبار عربية في عدة دول (مصر، لبنان، الإمارات، السعودية، قطر،

الكويت) بالإضافة إلى بيانات من مسح JournalismAI العالمي الثاني الذي شمل (15) غرفة أخبار عربية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار العربية لا تتجاوز (6.2%)، وأن غرف الأخبار في دول الخليج ذات الاقتصادات القوية أكثر تقدماً في التبني مقارنة بدول الاقتصادات الأضعف، كما أشارت إلى أن ChatGPT يولّد بيانات غير دقيقة باللغة العربية، وأن معظم الصحفيين العرب لم يفهموا بعد ماهية الذكاء الاصطناعي. وأوصت الدراسة بضرورة وضع سياسات تحريرية واضحة لاستخدام النماذج اللغوية الكبيرة، وتقديم دورات تدريبية للصحفيين، والاستثمار في تطوير نماذج ذكاء اصطناعي مخصصة للغة العربية، والتعاون مع الجامعات والخبراء.

□ دراسة (Otero-González & Vázquez-Herrero (2023 بعنوان "Open and commercial tools to generate a digital interactive story in journalism: systematic review and features analysis".

هدفت الدراسة إلى التعرف على البرامج والتطبيقات الإلكترونية المتاحة لإنشاء القصص الرقمية التفاعلية بأبعادها (الأدوات مفتوحة المصدر مقابل التجارية، الوظائف التقنية كالتحليل البياني والعمل الجماعي وتكامل الوسائط المتعددة 360 درجة، خريطة التفاعل) في مجال الصحافة الرقمية. واستخدمت الدراسة منهج المراجعة المنهجية المنظمة وفق بروتوكول PRISMA للفترة (2015–2021)، وتكونت العينة من تصفية (1788) مقالة من أربع قواعد بيانات علمية (WoS, Scopus, PubMed, IEEE Xplore) أسفرت عن (28) مقالة نهائية، بالإضافة إلى تصفية (122) نتيجة من البحث المباشر عبر Google أسفرت عن (58) صفحة إلكترونية، ليصل إجمالي المادة المحللة إلى (86) مصدراً تم تحديد (18) برنامجاً وتطبيقاً إلكترونياً منها. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الأدوات التجارية توفر ميزات أكثر تطوراً (تحليل البيانات، العمل الجماعي، المعاينة على أجهزة متعددة) لكنها مرتفعة التكلفة؛ بينما الأدوات مفتوحة المصدر أكثر مرونة وقابلية للتطوير المجتمعي لكنها تعاني من محدودية الدعم الفني، كما كشفت عن غياب أدوار صحفية مدمجة (كالمنسق والمراجع) في معظم الأدوات المحللة. وأوصت الدراسة بتطوير الأدوات مفتوحة المصدر لتلبية احتياجات غرف الأخبار وتعزيز التدريب الأكاديمي على تقنيات السرد التفاعلي.

□ دراسة بورقعة (2022) بعنوان: "التفاعلية عبرالمنتديات الإلكترونية في صحافة الواب الجزائرية – دراسة تحليلية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أشكال التفاعل وأنماط الحوار بأبعادها (فضاء النقاش الافتراضي، آليات التبادل بين المستخدمين، مستوى الإشراف المهني) في المنتديات الإلكترونية للصحف الجزائرية على الواب. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بأداة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، وتكونت العينة من منتديات المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تنوع في أشكال التفاعل لكن مع انخفاض مستوى التفاعل الفعلي وغياب الإشراف المهني المنظم. وأوصت الدراسة بضرورة إنشاء آليات إدارة للتفاعل وتعيين مشرفين متخصصين لضمان جودة الحوار الرقمي.

□ دراسة القدوسي (2022) بعنوان: "أثر التفاعلية في المواقع الإلكترونية الصحفية العربية على أداء القائم بالاتصال".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التفاعلية بأبعادها (التطبيقات التفاعلية الحديثة، العوامل الديموغرافية المؤثرة، سرعة رجع الصدى من المتلقي) على أداء القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الصحفية العربية. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، وتكونت العينة من القائمين بالاتصال في ثلاثة مواقع إلكترونية هي: بوابة الأهرام، واليوم السابع، والمصري اليوم، وتم جمع البيانات بأداتي الاستبانة والمقابلة المقننة مع المسؤولين عن تلك المواقع. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال بحاجة للمزيد من التدريب المهني على استخدام التطبيقات الحديثة التي تتيح مزيداً من التفاعلية، وأن هناك تأثيراً للعوامل الديموغرافية على استفادة القائم بالاتصال من إمكانات التفاعلية، كما أظهرت وجود ارتباط إيجابي بين إمكانات التفاعلية التي تتيحها المواقع وبين إدراك القائم بالاتصال لسرعة رجع الصدى. وأوصت الدراسة بتكثيف البرامج التدريبية وتطوير البنية التحتية الرقمية في المؤسسات الصحفية العربية.

□ دراسة عبد الغفار (2021) بعنوان: "توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات".

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف صحافة البيانات بأبعادها (البرامج والأدوات التقنية، المهارات المطلوبة للصحفي الاستقصائي ومصمم البيانات، التحديات المهنية والتقنية) في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وتكونت العينة من عدد من الصحفيين الاستقصائيين ومصممي البيانات العاملين في غرف التحقيقات بالمواقع الإلكترونية المصرية، وتم جمع البيانات باستخدام أداة الاستبانة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الأرقام المجردة بذاتها لا تمثل تحقيقاً صحفياً يستحق العمل عليه؛ وإنما الأهم هو طريقة تفسيرها وتأويلها بشكل يُنتج تحقيقات مدفوعة بالبيانات تجذب القراء، كما أشارت النتائج إلى أن أهمية صحافة البيانات تتزايد مع الكم المتدفق من المحتوى الرقمي، مما يُبرز دور الصحفي الاستقصائي في تصفية البيانات وتحويلها إلى تحقيق صحفي بصري مفيد. وأوصت الدراسة بضرورة تكثيف برامج التدريب على تحليل البيانات والتصوير البصري وإنشاء وحدات متخصصة في صحافة البيانات داخل غرف الأخبار المصرية.

□ دراسة الزهراني وعطية (2021) بعنوان: "السرد الإخباري المتعدد الوسائط في الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لخصائص ومواصفات توظيف الإنتاج الإخباري المتعدد الوسائط".

هدفت الدراسة إلى التعرف على المضامين والأشكال الفنية التي تقدمها المواقع الإخبارية العربية بأبعادها (أنماط السرد متعدد الوسائط، مواصفات إعادة المزج بين العناصر المعلوماتية، الأشكال التحريرية الجديدة) في بناء الإنتاج الإخباري الرقمي. واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة والمنهج المقارن، وتكونت العينة من (400) قصة خبرية من مواقع إخبارية عربية كبرى، واعتمدت أداة تحليل المضمون. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن توظيف الوسائط المعلوماتية كأدوات سرد يرتبط بالشكل الإخباري

(تقرير، خبر، تحليل، استطلاع)؛ فكلما تعددت التفاصيل تعددت الوسائط المستخدمة، مع وجود مجموعة من الوسائط تُعدّ عاملاً مشتركاً بمختلف الأشكال الإخبارية. وأوصت الدراسة بضرورة تبني استراتيجيات إنتاج رقمي شاملة تدمج النص والصورة والفيديو والإنفوجرافيك في كل قصة إخبارية.

المحور الثاني: المتغير التابع (تغطية أخبار قطاع العقارات السعودي) وعلاقته بالمتغيرات الأخرى

يُعدّ قطاع العقارات من أبرز القطاعات الاقتصادية التي تستأثر باهتمام الإعلام والجمهور على حد سواء، لا سيما في المملكة العربية السعودية في ظل التحولات الاقتصادية الكبرى التي تشهدها رؤية 2030، والتي أولت اهتماماً بالغاً لقطاع الإسكان والتطوير العقاري باعتباره ركيزة أساسية للتنوع الاقتصادي. وتتشابك تغطية أخبار العقارات مع عدد من المتغيرات مثل: الأطر الإعلامية المستخدمة في المعالجة الصحفية، ومشاعر الخطاب الإعلامي (الإيجابية والسلبية والحيادية)، وتأثير التغطية على اتجاهات الجمهور وقراراته الشرائية، ودور وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للمعلومات العقارية. وفيما يلي عرض تفصيلي لأبرز الدراسات السابقة التي تناولت هذا المتغير:

□ دراسة شرشوب (2025) بعنوان "أطر معالجة مواقع الصحف العراقية للقضايا الاقتصادية: دراسة تحليلية لصحيفة الصباح الإلكترونية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر تغطية القضايا الاقتصادية بأبعادها (الموضوعات الاقتصادية المعالجة، مصادر المعلومات، الأشكال الصحفية، النبرة التحريرية، الأطر الإصلاحية والتنموية (في موقع صحيفة الصباح العراقية الإلكتروني). واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي التحليلي بأداة تحليل المضمون، وتكونت العينة من جميع المقالات الاقتصادية المنشورة على موقع صحيفة الصباح خلال الفترة من 1 أغسطس إلى 1 نوفمبر 2024. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن قضايا الاستثمار والتنمية استأثرت بنسبة (23.7%) من التغطية، يليها الدفع الإلكتروني والتحول الرقمي بنسبة (16.9%)، والصناعة والتجارة الخارجية بنسبة (14.7%)، وأن المسؤولين الحكوميين شكّلوا (43%) من مصادر

المعلومات يلهم الخبراء الاقتصاديون بنسبة (27.1%)، وأن التقارير الإخبارية سيطرت بنسبة (44.1%) مع تحليلات معمقة بنسبة (27.1%)، وأن النبذة الحياضية سادت بنسبة (47.9%) مقابل (30.5%) إيجابية. وأوصت الدراسة بتوسيع قاعدة المصادر لتشمل خبراء مستقلين ومراكز أبحاث وتعزيز التحليل الاقتصادي المعمق.

□ دراسة المطرفي (2025) بعنوان: "اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية في ظل رؤية 2030".

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي بأبعادها (درجة الاعتماد على الصحف الإلكترونية، مستوى الوعي الاقتصادي المكتسب، تقييم جودة التغطية) نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية السعودية في ضوء رؤية المملكة 2030. واستخدمت الدراسة منهج المسح الميداني بأداة الاستبيان الإلكتروني. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور السعودي يعتمد بدرجة مرتفعة على الصحافة الإلكترونية في متابعة القضايا الاقتصادية، وأن هذه التغطيات أسهمت بشكل واضح في تعزيز وعيهم الاقتصادي، مع وجود طلب متزايد على تحسين جودة التحليل، واعتبار القضايا العقارية من القضايا ذات الأولوية. وأوصت الدراسة بتقديم محتوى اقتصادي تفاعلي مدعوم بالتصورات البصرية والإنفوجرافيك لتعزيز الفهم والمشاركة الجماهيرية.

□ دراسة Çepni (2025) بعنوان "News media coverage and the predictability of house prices".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مؤشرات التغطية الإعلامية العقارية بأبعادها (مؤشرات الاهتمام الإعلامي بالإسكان على مستوى الولايات، حجم التغطية، مشاعر الخطاب الإعلامي) وإمكانية التنبؤ بأسعار المنازل في الولايات المتحدة. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي التحليلي بنماذج انحدار تنبؤية، وتكونت العينة من مؤشرات اهتمام إعلامي عقاري جديدة لـ (50) ولاية أمريكية مبنية على وظيفة (NT) Bloomberg Terminal News Trends التي تجمع بيانات التغطية الإعلامية. وتوصلت نتائج

الدراسة إلى أن مؤشرات الاهتمام الإعلامي بالإسكان تُفسّر جزءاً معنوياً من التباين الإجمالي في أسعار المنازل المستقبلية حتى بعد التحكم في المؤشرات الاقتصادية التقليدية، وأن القدرة التنبؤية للإعلام أقوى في الولايات ذات قوانين الرهن العقاري غير القابلة للطعن وتنظيمات استخدام الأراضي الأكثر صرامة. وأوصت الدراسة بإدراج مؤشرات الاهتمام الإعلامي ضمن نماذج التنبؤ بأسعار العقارات لتعزيز دقتها.

□ دراسة Social Media Influence on Real Estate Decision-Making Among Generation Z

(2025) Z المنشورة في The American Journal of Student Research.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بأبعادها (مصادر المعلومات العقارية الرقمية، أنماط المحتوى المرئي التفاعلي، دور المؤثرين الرقميين (على قرارات الشراء العقاري لدى أفراد الجيل Z. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكونت العينة من أفراد ينتمون إلى الجيل Z. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل المصدر الأول للمعلومات العقارية لدى الجيل Z، وأن المحتوى البصري التفاعلي (الفيديوهات القصيرة، الجولات الافتراضية، الصور 360 درجة) هو الأكثر تأثيراً في تشكيل قناعاتهم الشرائية، وأن توصيات المؤثرين الرقميين تتفوق على الإعلانات التقليدية في التأثير على هذه الفئة العمرية. وأوصت الدراسة بضرورة تبني شركات التطوير العقاري لاستراتيجيات تسويق مرئي وتفاعلي موجهة خصيصاً للشباب.

□ دراسة Han (2024) بعنوان Media framing in the digital age: Interplay of real estate

and welfare narratives in South Korean news articles".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مشاعر (sentiment) التغطية الإعلامية الرقمية لأخبار العقارات بأبعادها (مشاعر العناوين والنصوص، التأطير الإعلامي، التأثير السياسي) ومشاعر أخبار الرفاه الاجتماعي في كوريا الجنوبية. واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون الكمي القائم على معالجة اللغة الطبيعية (NLP) باستخدام نموذج BERT العصبي وتحليل بيانات السلاسل الزمنية (Panel Data) بنموذج التأثيرات الثابتة ثنائي الاتجاه، وتكونت العينة من أكثر من (500,000) مقالة إخبارية إلكترونية من

محرك البحث Naver على مدار (23) عاماً (2000–2022) تتعلق بالعقارات والرفاه الاجتماعي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة عكسية سلبية ذات دلالة إحصائية بين مشاعر أخبار العقارات ومشاعر أخبار الرفاه؛ حيث كلما ازدادت إيجابية أخبار العقارات ازدادت سلبية أخبار الرفاه، وأن هذه العلاقة السلبية تتعزز خلال فترات حكم الأحزاب المحافظة. وأوصت الدراسة بتوسيع الإطار التحليلي ليشمل أنظمة ديمقراطية مختلفة ودراسة التأثيرات الفعلية لهذه الأطر على قرارات الجمهور.

□ دراسة الحربي (2022) بعنوان: "أطر المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحافة السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر المعالجة الصحفية بأبعادها (الأطر الإخبارية الاقتصادية، مصادر المعلومات، الأشكال التحريرية، النبرة التحريرية) في تناول الصحافة السعودية الإلكترونية للقضايا الاقتصادية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي (تحليل المضمون)، وتكونت العينة من المحتوى الاقتصادي المنشور في مواقع الصحف السعودية الإلكترونية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الأطر الاقتصادية المتفائلة والتنموية هي السائدة، مع نقص واضح في الأطر النقدية والاستقصائية، ووجود ارتباط بين نمط الملكية الصحفية وتوجهات التغطية. وأوصت الدراسة بتنوع الأطر الإعلامية المستخدمة وتعزيز التحليل النقدي العميق في التغطيات الاقتصادية.

□ دراسة Dehnisch (2022) بعنوان: "The impact of digital media in real estate".

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الوسائل الرقمية بأبعادها (التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حملات البريد الإلكتروني، تصميم المواقع الإلكترونية، إنتاج الفيديو) في صناعة التسويق العقاري. واستخدمت الدراسة منهج المراجعة الأدبية والتحليل النوعي، وتكونت المادة البحثية من مراجعة شاملة للأدبيات المتعلقة بأساليب التسويق العقاري التقليدية (الإعلانات المطبوعة والمكالمات الباردة) مقارنة بالأساليب الرقمية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الفيديو والجولات الافتراضية يعززان بشكل ملحوظ قرار الشراء لدى المستهلك، وأن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية من الإعلانات المطبوعة في

الوصول إلى الجمهور المستهدف، وأن المواقع الإلكترونية التفاعلية تزيد مستوى الثقة ومعدلات التحويل. وأوصت الدراسة بضرورة تبني وكلاء العقارات لاستراتيجيات رقمية شاملة لتحقيق أقصى نجاح في السوق الحديث.

المحور الأول: المتغير المستقل (أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية) وعلاقته بالمتغيرات الأخرى

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
1	Rafeeq (2025) "Multimedia storytelling in online journalism"	التعرف على أنماط توظيف الوسائط المتعددة (الصور، المعارض الصور، الفيديو، الروابط التشعبية) في مواقع إخبارية دولية كبرى وعلاقتها بنوع المحتوى والتركيز الجغرافي والموضوعي	منهج تحليل المضمون الكمي، عينة من (280) مقالة إخبارية منشورة بين فبراير وأبريل 2023 بواقع (70) مقالة من كل موقع من أربعة مواقع	إجمالي العناصر المحللة بلغ (470) صورة و(56) معرض صور و(194) فيديو و(1320) رابطاً تشعبياً؛ Stuff.co.nz تصدّر في كثافة الصور (م=2.26)؛ USA Today.com تصدّر في الروابط التشعبية (م=6.87)؛ المقالات المطولة تحظى بكثافة وسائط أعلى؛ الأخبار المحلية تحظى بمعالجة وسائطية أعلى	تبني استراتيجيات تعدد وسائط مرنة تُصمّم بحسب نوع المحتوى وطبيعة الجمهور المستهدف
2	Izzatli (2025) "The theoretical foundations	التعرف على الأسس النظرية للصحافة التفاعلية	المنهج التحليلي النظري القائم على مراجعة الأدبيات	التفاعلية تعزز مشاركة الجمهور وتخصيص المحتوى والتغذية الراجعة	بناء أطر نظرية جديدة تدمج التحولات الرقمية في

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
	of interactive journalism in the new media era"	(التقارب الإعلامي، المشاركة الجماهيرية، المحتوى المولّد من المستخدمين، السرد المدفوع بالبيانات، تقنيات الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي)	والنظريات الاتصالية	الآنية، لكنها تطرح تحديات تشمل المعلومات المضللة والفجوة الرقمية والمخاوف الأخلاقية وتسليع مقاييس التفاعل	نظريات الاتصال الجماهيري وتعزيز التعاون بين المؤسسات الأكاديمية والإعلامية
3	Harb & Arafat (2024) "The adoption of artificial intelligence technologies in Arab newsrooms"	التعرف على واقع تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي (الأدوات التوليدية، أتمتة الأخبار، تحديات اللغة العربية، البنية الأخلاقية والتحريرية) في غرف الأخبار العربية	المنهج التعليقي التحليلي المعتمد على مراجعة الأدبيات والمقابلات والتقارير الميدانية، عينة شملت غرف أخبار عربية في عدة دول بالإضافة إلى بيانات مسح JournalismAI العالمي الثاني لـ(15) غرفة أخبار عربية	نسبة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لا تتجاوز (6.2%)؛ دول الخليج أكثر تقدماً في التبني؛ ChatGPT يولّد بيانات غير دقيقة بالعربية؛ معظم الصحفيين العرب لم يفهموا بعد ماهية الذكاء الاصطناعي	وضع سياسات تحريرية واضحة وتقديم دورات تدريبية والاستثمار في نماذج ذكاء اصطناعي مخصصة للعربية والتعاون مع الجامعات

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
4	Otero-González & Vázquez-Herrero (2023) "Open and commercial tools to generate a digital interactive story in journalism"	التعرف على البرامج والتطبيقات المتاحة لإنشاء القصص الرقمية التفاعلية (الأدوات مفتوحة المصدر مقابل التجارية، الوظائف التقنية، خريطة التفاعل (في الصحافة الرقمية	المراجعة المنهجية المنظمة وفق بروتوكول PRISMA للفترة (2015-2021)، تصفية (1788) مقالة من أربع قواعد بيانات أسفرت عن (28) مقالة نهائية، و(122) نتيجة من Google أسفرت عن (58) صفحة، بإجمالي (86) مصدراً وتحديد (18) برنامجاً	الأدوات التجارية توفر ميزات أكثر تطوراً لكنها مرتفعة التكلفة؛ الأدوات مفتوحة المصدر أكثر مرونة لكنها تعاني محدودية الدعم الفني؛ غياب أدوار صحفية مدمجة في معظم الأدوات	تطوير الأدوات مفتوحة المصدر لتلبية احتياجات غرف الأخبار وتعزيز التدريب الأكاديمي على تقنيات السرد التفاعلي
5	بورقعة (2022) "التفاعلية عبر المنتديات الإلكترونية في صحافة الواب الجزائرية"	التعرف على أشكال التفاعل وأنماط الحوار (فضاء النقاش الافتراضي، آليات التبادل بين المستخدمين، مستوى الإشراف المهني) في المنتديات	المنهج الوصفي التحليلي بأداة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، عينة من منتديات المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية	تنوع في أشكال التفاعل مع انخفاض مستوى التفاعل الفعلي وغياب الإشراف المهني المنظم	إنشاء آليات إدارة للتفاعل وتعيين مشرفين متخصصين لضمان جودة الحوار الرقمي

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
		الإلكترونية للصحف الجزائرية			
6	القدوسي (2022) "أثر التفاعلية في المواقع الإلكترونية الصحفية العربية على أداء القائم بالاتصال"	التعرف على أثر التفاعلية (التطبيقات التفاعلية الحديثة، العوامل الديموغرافية، سرعة رجوع الصدى) على أداء القائم بالاتصال في المواقع الصحفية العربية	منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، عينة من القائمين بالاتصال في ثلاثة مواقع (بوابة الأهرام، اليوم السابع، المصري اليوم) بأداتي الاستبانة والمقابلة المقننة	الحاجة للمزيد من التدريب المهني على التطبيقات الحديثة؛ تأثير العوامل الديموغرافية على الاستفادة من التفاعلية؛ ارتباط إيجابي بين إمكانات التفاعلية وإدراك القائم بالاتصال لسرعة رجوع الصدى	تكثيف البرامج التدريبية وتطوير البنية التحتية الرقمية في المؤسسات الصحفية العربية
7	عبد الغفار (2021) "توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية"	التعرف على كيفية توظيف صحافة البيانات (البرامج والأدوات التقنية، المهارات المطلوبة، التحديات المهنية والتقنية) في التغطيات الاستقصائية بالمواقع المصرية	منهج المسح الإعلامي، عينة من الصحفيين الاستقصائيين ومصممي البيانات في غرف التحقيقات بالمواقع المصرية بأداة الاستبانة	الأرقام المجردة لا تمثل تحقيقاً صحفياً بل الأهم طريقة تفسيرها؛ أهمية صحافة البيانات تتزايد مع تدفق المحتوى الرقمي مما يُبرز دور الصحفي في تحويل البيانات إلى تحقيق بصري مفيد	تكثيف التدريب على تحليل البيانات والتصور البصري وإنشاء وحدات متخصصة في صحافة البيانات داخل غرف الأخبار

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
8	الزهراني وعطية (2021) "السرد الإخباري المتعدد الوسائط في الصحافة الإلكترونية العربية"	التعرف على المضامين والأشكال الفنية (أنماط السرد متعدد الوسائط، مواصفات إعادة المزج، الأشكال التحريرية الجديدة) في بناء الإنتاج الإخباري الرقمي	منهج المسح بالعينة والمنهج المقارن، عينة من (400) قصة خبرية من مواقع إخبارية عربية كبرى بأداة تحليل المضمون	توظيف الوسائط يرتبط بالشكل الإخباري؛ كلما تعددت التفاصيل تعددت الوسائط؛ مجموعة من الوسائط تُعدّ عاملاً مشتركاً بمختلف الأشكال الإخبارية	تبني استراتيجيات إنتاج رقمي شاملة تدمج النص والصورة والفيديو والإنفوجرافيك في كل قصة إخبارية

المحور الثاني: المتغير التابع (تغطية أخبار قطاع العقارات السعودي) وعلاقته بالمتغيرات الأخرى

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
1	شرشب (2025) "أطر معالجة مواقع الصحف العراقية للقضايا الاقتصادية"	التعرف على أطر تغطية القضايا الاقتصادية (الموضوعات، المعالجة، مصادر المعلومات، الأشكال الصحفية، النبرة التحريرية، الأطر الإصلاحية)	منهج المسح الإعلامي التحليلي بأداة تحليل المضمون، عينة من جميع المقالات الاقتصادية المنشورة على موقع صحيفة الصباح خلال الفترة من 1 أغسطس إلى 1 نوفمبر 2024	قضايا الاستثمار والتنمية (23.7%)؛ الدفع الإلكتروني (16.9%)؛ الصناعة والتجارة (14.7%)؛ المسؤولون الحكوميون (43%)؛ من المصادر: التقارير الإخبارية (44.1%)؛ النبرة الحيادية (47.9%) مقابل (30.5%) إيجابية	توسيع قاعدة المصادر لتشمل خبراء مستقلين ومراكز أبحاث وتعزيز التحليل الاقتصادي المعق

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
		والتنموية (في موقع صحيفة الصباح العراقية			
2	المطرفي (2025) "اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية في ظل رؤية 2030"	التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي (درجة الاعتماد، مستوى الوعي المكتسب، تقييم جودة التغطية) نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية السعودية	منهج المسح الميداني بأداة الاستبيان الإلكتروني	اعتماد مرتفع على الصحافة الإلكترونية في متابعة القضايا الاقتصادية؛ إسهام واضح في تعزيز الوعي الاقتصادي؛ طلب متزايد على تحسين جودة التحليل؛ القضايا العقارية من القضايا ذات الأولوية	تقديم محتوى اقتصادي تفاعلي مدعوم بالتصورات البصرية والإنفوجرافيك لتعزيز الفهم والمشاركة
3	Çepni (2025) "News media coverage and the predictability of house prices"	التعرف على العلاقة بين مؤشرات التغطية الإعلامية العقارية (مؤشرات الاهتمام الإعلامي، حجم	المنهج الكمي التحليلي بنماذج انحدار تنبؤية، عينة من مؤشرات اهتمام إعلامي عقاري لـ (50) ولاية أمريكية مبنية على وظيفة	مؤشرات الاهتمام الإعلامي تُفسّر جزءاً معنوياً من التباين في أسعار المنازل المستقبلية؛ القدرة التنبؤية أقوى في الولايات ذات قوانين الرهن غير القابلة للطعن	إدراج مؤشرات الاهتمام الإعلامي ضمن نماذج التنبؤ بأسعار العقارات لتعزيز دقتها

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
		التغطية، مشاعر الخطاب الإعلامي) وإمكانية التنبؤ بأسعار المنازل في الولايات المتحدة	Bloomberg Terminal News Trends	وتنظيمات الأراضي الأكثر صرامة	
4	Social Media Influence on Real Estate Decision- Making Among Generation Z (2025)	التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (مصادر المعلومات العقارية الرقمية، أنماط المحتوى المرئي التفاعلي، دور المؤثرين الرقميين) على قرارات الشراء العقاري لدى الجيل Z	المنهج الوصفي المسحي، عينة من أفراد ينتمون إلى الجيل Z	وسائل التواصل هي المصدر الأول للمعلومات العقارية لدى الجيل Z؛ المحتوى البصري التفاعلي الأكثر تأثيراً في قناعاتهم الشرائية؛ توصيات المؤثرين تتفوق على الإعلانات التقليدية	تبني شركات التطوير العقاري لاستراتيجيات تسويق مرئي وتفاعلي موجهة للشباب
5	Han (2024) "Media framing in the digital age: Interplay of real estate and	التعرف على العلاقة بين مشاعر التغطية الإعلامية الرقمية لأخبار	تحليل المضمون الكمي بمعالجة اللغة الطبيعية (NLP) باستخدام نموذج BERT	علاقة عكسية سلبية بين مشاعر أخبار العقارات ومشاعر أخبار الرفاه؛ هذه العلاقة تتعزز	توسيع الإطار التحليلي ليشمل أنظمة ديمقراطية مختلفة ودراسة التأثيرات

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
	welfare narratives in South Korean news articles"	العقارات (مشاعر العناوين والنصوص، التأطير الإعلامي، التأثير السياسي) ومشاعر أخبار الرفاه الاجتماعي في كوريا الجنوبية	وتحليل بيانات السلاسل الزمنية بنموذج التأثيرات الثابتة ثنائي الاتجاه، عينة من أكثر من (500,000) مقالة على مدار (23) عاماً (2000–2022)	خلال فترات حكم الأحزاب المحافظة	الفعلية على قرارات الجمهور
6	الحربي (2022) "أطر المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحافة السعودية الإلكترونية"	التعرف على أطر المعالجة الصحفية (الأطر الإخبارية الاقتصادية، مصادر المعلومات، الأشكال التحريرية، النبذة التحريرية) في تناول الصحافة السعودية الإلكترونية للقضايا الاقتصادية	المنهج الوصفي التحليلي (تحليل المضمون)، عينة من المحتوى الاقتصادي المنشور في مواقع الصحف السعودية الإلكترونية	الأطر الاقتصادية المتفائلة والتنموية هي السائدة مع نقص في الأطر النقدية والاستقصائية؛ ارتباط بين نمط الملكية الصحفية وتوجهات التغطية	تنوع الأطر الإعلامية المستخدمة وتعزيز التحليل النقدي العميق في التغطيات الاقتصادية
7	Dehnisch "The (2022)	التعرف على تأثير الوسائل	منهج المراجعة الأدبية والتحليل	الفيديو والجولات الافتراضية يعززان	تبني وكلاء العقارات

م	الدراسة	الهدف	المنهج والعينة	أبرز النتائج	أبرز التوصيات
	impact of digital media in real estate"	الرقمية (التسويق عبر التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، تصميم المواقع، إنتاج الفيديو) في صناعة التسويق العقاري	النوعي، مراجعة شاملة للأدبيات المتعلقة بالتسويق العقاري التقليدي مقارنة بالرقمي	قرار الشراء؛ وسائل التواصل أكثر فاعلية من الإعلانات المطبوعة؛ المواقع التفاعلية تزيد الثقة ومعدلات التحويل	لاستراتيجيات رقمية شاملة لتحقيق أقصى نجاح في السوق الحديث

9.1 الفجوة البحثية

يتضح من استعراض الدراسات السابقة في محورها أن الأدبيات العلمية تتفق على أن توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية يُعزز جودة المحتوى الصحفي ويُثري تجربة المتلقي، كما أثبتت دراسة Rafeeq (2025) ودراسة الزهراني وعطية (2021)، غير أن هذا الإدراك النظري لا ينعكس على الممارسة الفعلية في غرف الأخبار العربية التي لا تتجاوز نسبة توظيفها للتقنيات الحديثة (6.2%) وفقاً لدراسة Harb (2024) & Arafat، كما تُجمع الدراسات على أن التغطية الإعلامية العقارية ليست مجرد نقل للمعلومات بل قوة مؤثرة في اتجاهات السوق وقرارات المستهلكين كما أثبتت دراسة Çepni (2025) ودراسة Han (2024)، وأن الجمهور السعودي يعتمد بدرجة مرتفعة على الصحافة الإلكترونية ويضع القضايا العقارية في مقدمة أولوياته وفقاً لدراسة المطرفي (2025) وتكشف المراجعة عن فجوة بحثية واضحة تتمثل في أن أيّاً من الدراسات السابقة لم يجمع بين أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية كمتغير مستقل وتغطية أخبار قطاع العقارات كمتغير تابع في نموذج بحثي واحد متكامل مُطبّق في السياق السعودي؛ إذ اقتصرَت الدراسات الأجنبية كدراسة Çepni (2025) و Han (2024) على أسواق مختلفة كالأمريكي والكوري دون التطرق للسياق السعودي بخصوصيته، بينما تناولت الدراسات العربية كدراسة الحربي (2022) وشرشب

(2025) التغطية الاقتصادية دون ربطها بالأدوات التفاعلية، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى سده من خلال دمج الأبعاد الأربعة للمتغير المستقل (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط الشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) مع المتغير التابع (تغطية أخبار قطاع العقارات) في بيئة الصحافة الإلكترونية السعودية.

جدول (1) أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

محور المقارنة	أوجه الاتفاق مع الدراسة الحالية	أوجه الاختلاف عن الدراسة الحالية
الهدف	تتفق مع دراسة (Rafeeq 2025) والزهراني وعطية (2021) في الكشف عن أنماط توظيف الوسائط المتعددة في المحتوى الإخباري الرقمي، ومع دراسة الحربي (2022) وشرشب (2025) والمطرفي (2025) في دراسة المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحافة الإلكترونية، ومع دراسة (Cepni 2025) و Han (2024) و Dehnisch (2022) في الربط بين الإعلام وقطاع العقارات.	تنفرد الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة في الجمع بين أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية كمتغير مستقل وتغطية أخبار قطاع العقارات كمتغير تابع في نموذج واحد؛ فدراسة (Otero- و Rafeeq 2025) González & Vázquez-Herrero (2023) تناولتا الأدوات دون تخصيص قطاعي، ودراسة (Cepni 2025) و Han (2024) تناولتا العقارات دون ربطها بالأدوات التفاعلية، ودراسة الحربي (2022) وشرشب (2025) درستتا التغطية الاقتصادية عموماً دون التركيز على العقارات.
المنهجية	تتفق مع دراسة عبد الغفار (2021) والقُدوسي (2022) والمطرفي (2025) في استخدام منهج المسح الإعلامي الميداني	تختلف عن دراسة (Rafeeq 2025) والزهراني وعطية (2021) وشرشب (2025) التي اعتمدت على تحليل المضمون، وعن دراسة

محور المقارنة	أوجه الاتفاق مع الدراسة الحالية	أوجه الاختلاف عن الدراسة الحالية
	بأداة الاستبانة، ومع دراسة بورقعة (2022) في اعتماد المنهج الوصفي التحليلي.	Izzatli (2025) التي اقتصرت على المراجعة النظرية البحتة، وعن دراسة Han (2024) التي استخدمت معالجة اللغة الطبيعية (NLP) ونماذج BERT العصبية، وعن دراسة Cepni (2025) التي وظّفت نماذج الانحدار التنبؤية، وعن دراسة Otero-González & Vázquez-Herrero (2023) التي اعتمدت المراجعة المنهجية وفق بروتوكول PRISMA.
الأبعاد	تتفق مع دراسة القدوسي (2022) وبورقعة (2022) في تناول بُعد التفاعلية وأثره على الأداء الصحفي، ومع دراسة Otero-González & Izzatli (2025) Vázquez-Herrero (2023) في رصد الأدوات الرقمية التفاعلية وتصنيفها، ومع دراسة Rafeeq (2025) في تناول أبعاد الفيديو والروابط التشعبية، ومع دراسة عبد الغفار (2021) في بُعد التصور البصري للبيانات.	تنفرد الدراسة الحالية بدمج أربعة أبعاد للمتغير المستقل (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصور البصري للبيانات) في نموذج واحد مرتبط بقطاع العقارات؛ فدراسة Rafeeq (2025) لم تتناول الإنفوجرافيك والتصور البصري كأبعاد مستقلة، ودراسة Izzatli (2025) تناولت الأبعاد نظرياً دون قياس ميداني، ودراسة عبد الغفار (2021) ركزت على التصور البصري فقط.
بيئة التطبيق	تتفق مع دراسة الحربي (2022) والمطرفي (2025) في التطبيق على البيئة الإعلامية	تنفرد بالتطبيق على تغطية قطاع العقارات السعودي تحديداً؛ فدراسة Cepni (2025)

محور المقارنة	أوجه الاتفاق مع الدراسة الحالية	أوجه الاختلاف عن الدراسة الحالية
	السعودية وسياق رؤية 2030، ومع دراسة القدوسي (2022) وبورقعة (2022) وعبد الغفار (2021) في التطبيق على البيئة الإعلامية العربية، ومع دراسة Çepni (2025) و Han (2024) و Dehnisch (2022) في الاهتمام بقطاع العقارات.	طبقت على السوق الأمريكي، ودراسة Han (2024) على الكوري، ودراسة Dehnisch (2022) على السوق الغربي العام، ودراسة Harb & Arafat (2024) شملت عدة دول عربية دون تخصيص سعودي عقاري، ودراسة الحربي (2022) والمطرفي (2025) طبقتا في البيئة السعودية لكن على التغطية الاقتصادية العامة وليس العقارية تحديداً.

10.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

أولاً: أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية (Digital Interactive Journalism Tools)

التعريف الاصطلاحي: يُقصد بأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية مجموعة البرامج والتطبيقات والتقنيات الرقمية التي تُوظَّف في إنتاج المحتوى الصحفي الإلكتروني ونشره بصورة تتيح للجمهور التفاعل مع عناصره المختلفة والمشاركة في استكشاف أبعاده، وتشمل الوسائط المتعددة والروابط التشعبية والرسوم التفاعلية وأدوات التصور البصري للبيانات التي تُحوِّل المحتوى الإخباري من نمطه الخطي الثابت إلى نمط ديناميكي تشاركي متعدد المسارات. (Izzatli, 2025)

التعريف الإجرائي: تُعرَّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها مجموعة الأدوات والتقنيات الرقمية التي تستخدمها الصحف الإلكترونية السعودية في إنتاج المحتوى الإخباري العقاري وتقديمه بصورة تفاعلية، والمقاسة من خلال أربعة أبعاد هي: الإنفوجرافيك التفاعلي، والفيديو الرقمي التفاعلي، والروابط التشعبية

والمحتوى المترابط، وأدوات التصور البصري للبيانات، وذلك وفقاً لاستجابات مفردات العينة على فقرات الاستبانة المُعدّة لهذا الغرض.

ثانياً: الإنفوجرافيك التفاعلي (Interactive Infographic)

التعريف الاصطلاحي: يُشير الإنفوجرافيك التفاعلي إلى التمثيل البصري للمعلومات والبيانات والمعارف في صورة رسومات ورموز وأيقونات رقمية مصممة بأسلوب جذب بصري يسمح للمتلقّي بالتفاعل معها من خلال النقر أو التمرير أو التكبير للكشف عن طبقات متعددة من المعلومات، مما يُسهّم في تبسيط المضامين المعقدة وتعزيز فهم الجمهور لها. (Otero-González & Vázquez-Herrero, 2023)

التعريف الإجرائي: يُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنه الرسوم البيانية والتصميمات المعلوماتية التفاعلية التي توظفها الصحف الإلكترونية السعودية في عرض البيانات والمؤشرات العقارية (كأسعار العقارات، ونسب التملك، ومعدلات النمو) بصورة بصرية تسمح للقارئ بالتفاعل مع عناصرها واستكشاف تفاصيلها، والمقاس من خلال (4) فقرات في الاستبانة.

ثالثاً: الفيديو الرقمي التفاعلي (Interactive Digital Video)

التعريف الاصطلاحي: يُقصد بالفيديو الرقمي التفاعلي المحتوى المرئي المتحرك الذي يُنتج ويُشرع عبر المنصات الرقمية ويتضمن عناصر تفاعلية تُمكن المشاهد من التحكم في مسار العرض واختيار زوايا المشاهدة والتنقل بين مكوناته المختلفة، ويشمل الجولات الافتراضية والمقابلات المصورة التفاعلية والرسوم المتحركة التوضيحية التي تُثري السرد الإخباري وتمنحه بُعداً غامراً. (Rafeeq, 2025)

التعريف الإجرائي: يُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنه المحتوى المرئي التفاعلي الذي تنتجه الصحف الإلكترونية السعودية أو تُضمّنه في تغطيتها العقارية، بما يشمل الجولات الافتراضية للمشاريع العقارية والمقابلات المصورة مع الخبراء والرسوم التوضيحية المتحركة للمخططات العقارية، والمقاس من خلال (4) فقرات في الاستبانة.

رابعاً: الروابط التشعبية والمحتوى المترابط (Hyperlinks and Interconnected Content)

التعريف الاصطلاحي: تُعرّف الروابط التشعبية بأنها العناصر الرقمية المُضمَّنة في النص الإخباري الإلكتروني التي تُتيح للقارئ الانتقال إلى محتويات ذات صلة داخل الموقع ذاته أو خارجه، مما يُوفر عمقاً سياقياً للقصة الإخبارية ويمنح المتلقي حرية التنقل بين المعلومات واستكشاف أبعاد الموضوع المختلفة، وتُعدّ من السمات المميزة للصحافة الإلكترونية عن نظيرتها المطبوعة (الزهراني وعطية، 2021).

التعريف الإجرائي: تُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها الروابط النصية والمرئية التي تُضمّنها الصحف الإلكترونية السعودية في أخبارها العقارية لربطها بمحتويات ذات صلة كالتقارير الاقتصادية والتشريعات العقارية والأخبار السابقة والمصادر الرسمية ومؤشرات السوق، بما يُعزز شمولية التغطية وسياقها المعلوماتي، والمقاسة من خلال (4) فقرات في الاستبانة.

خامساً: أدوات التصور البصري للبيانات (Data Visualization Tools)

التعريف الاصطلاحي: يُقصد بأدوات التصور البصري للبيانات مجموعة التقنيات والبرمجيات الرقمية التي تُحوّل مجموعات البيانات الخام والأرقام المجردة إلى تمثيلات بصرية ديناميكية قابلة للفهم كالخرائط التفاعلية والرسوم البيانية المتحركة ولوحات البيانات الحية، مما يُمكن الصحفي من تقديم المعلومات المعقدة بصورة مبسطة وواضحة تُعزز إدراك الجمهور لها (عبد الغفار، 2021).

التعريف الإجرائي: تُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها الأدوات الرقمية التي توظفها الصحف الإلكترونية السعودية لتحويل الإحصاءات والمؤشرات العقارية إلى خرائط تفاعلية للمشاريع والأحياء السكنية ورسوم بيانية ديناميكية لحركة الأسعار ولوحات بيانات حية لمؤشرات السوق العقاري، والمقاسة من خلال (4) فقرات في الاستبانة.

سادساً: تغطية أخبار قطاع العقارات (Real Estate News Coverage)

التعريف الاصطلاحي: تُعرّف التغطية الصحفية لأخبار قطاع العقارات بأنها العملية المهنية المنظمة التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية لرصد ومتابعة ومعالجة الأحداث والقضايا والتطورات المتعلقة بسوق العقارات وتقديمها للجمهور عبر مختلف الأشكال والقوالب الصحفية، وتشمل أخبار المشاريع العقارية وحركة الأسعار والتشريعات التنظيمية ومؤشرات السوق والتحليلات الاقتصادية ذات الصلة (Çepni, 2025).

التعريف الإجرائي: تُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها المحتوى الصحفي الذي تُقدمه الصحف الإلكترونية السعودية حول قطاع العقارات في المملكة العربية السعودية، والمُقاس من حيث جودته وشموليته وعمقه التحليلي وتنوع مصادره ووضوح معلوماته ودقة بياناته وتوازنه وتحديثه المستمر ومستوى تفاعل الجمهور معه وملاءمته لاحتياجات المتابعين وإسهامه في تعزيز الوعي العقاري، وذلك من خلال (10) فقرات في الاستبانة.

سابعاً: الصحف الإلكترونية السعودية (Saudi Electronic Newspapers)

التعريف الاصطلاحي: يُقصد بالصحف الإلكترونية السعودية المنصات الإخبارية الرقمية المرخصة من الجهات المعنية في المملكة العربية السعودية والتي تُقدم محتوى صحفياً منتظماً عبر شبكة الإنترنت، سواء كانت نسخاً رقمية لصحف مطبوعة قائمة أو صحفاً إلكترونية أصيلة لا تمتلك إصداراً ورقياً، وتتميز بقدرتها على توظيف الوسائط المتعددة والتفاعلية والتحديث المستمر (القدوسي، 2022).

التعريف الإجرائي: تُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها المواقع الإخبارية الإلكترونية السعودية الكبرى ذات الانتشار الواسع والتي تمتلك أقساماً متخصصة في الشأن الاقتصادي والعقاري، وتشمل: صحيفة سبق الإلكترونية، وصحيفة عكاظ الإلكترونية، وصحيفة الاقتصادية الإلكترونية، وصحيفة الرياض الإلكترونية، وصحيفة عرب نيوز، وصحيفة مال الاقتصادية، وموقع أرقام الاقتصادي.

ثامناً: القائم بالاتصال (The Communicator / Gatekeeper)

التعريف الاصطلاحي: يُشير مصطلح القائم بالاتصال إلى الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يضطلعون بمهام إنتاج الرسالة الإعلامية وتشكيلها ونشرها، ويشمل كل من يُسهم في بناء المحتوى الصحفي بمختلف مراحله بدءاً من جمع المعلومات وانتهاءً بالنشر والتوزيع، وتتأثر ممارساته المهنية بالعوامل الفردية والتنظيمية والتقنية المحيطة به (بورقة، 2022).

التعريف الإجرائي: يُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنه كل فرد يعمل في الصحف الإلكترونية السعودية محل الدراسة ويُسهم بشكل مباشر في إنتاج المحتوى الإخباري العقاري الرقمي أو تحريره أو تصميمه أو نشره، ويشمل: المحررين الصحفيين، ورؤساء الأقسام، ومديري المحتوى الرقمي، ومصممي الإنفوجرافيك، ومنتجي الفيديو، ومحرري البيانات.

16.1 حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: ستقتصر الدراسة على بحث علاقة أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها الأربعة (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.
- الحدود البشرية: ستحدد بالقائمين بالاتصال (المحررون، رؤساء الأقسام، مديرو المحتوى الرقمي، مصممو الإنفوجرافيك، منتجو الفيديو، محررو البيانات) العاملين في الصحف الإلكترونية السعودية التي تُغطي أخبار قطاع العقارات.
- الحدود المكانية: ستطبق الدراسة على الصحف الإلكترونية السعودية الكبرى ذات الانتشار الواسع والتي تمتلك أقساماً متخصصة في الشأن الاقتصادي والعقاري في المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمانية: سيتم تطبيق الدراسة الميدانية وجمع البيانات خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 1446/1447 هـ الموافق 2026/2027 م.

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 تناول المختلفة التي انطلقوا منها، سواء من المنظور التقني البحت أو من منظور الممارسة المهنية أو من منظور تجربة المتلقي، مما أثارى 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.

و قدّمت بورقعة (2022) تصوراً لمفهوم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية يركز على فكرة التبادلية بين القائم 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.

و تناول 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 يحوِّله من مستقبل سلبي إلى مشارك فاعل في تشكيل تجربته الإخبارية.

وقد أضاف Stiekolshchikova 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. ويُثري 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 القائم بالاتصال، حيث عرّف الأدوات التفاعلية بأنها تلك الوسائل الرقمية التي تُمكن الصحفي من إنشاء قنوات اتصال متعددة الاتجاهات مع الجمهور، وتُتيح للمتلقي ممارسة أدوار فاعلة في العملية الإخبارية تتجاوز مجرد الاستقبال السلبي للمعلومات. ويؤثر 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.

وربط عبد الحميد (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 تُوظفها الصحف الإلكترونية السعودية في إنتاج المحتوى الإخباري المتعلق بقطاع العقارات ومعالجته وعرضه، والتي تتيح للمتلقي التفاعل مع المادة الصحفية والتحكم في مسار تجربته معها، وتشمل الإنفوجرافيك التفاعلي، والفيديو الرقمي التفاعلي، والروابط التشعبية والمحتوى المترابط، وأدوات التصور 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 البعد التقني لتتطال 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 يُرسخ 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، وتتراوح 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 تتسم 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 Stiekolshchykova (2024) et al. 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 يُساهم 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 ستُشكل 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 المشاهد 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 الأنبة والحضور الميداني في التغطية الصحفية. وتعاظم 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 (Saad Al-Dawsari and Mubarak Al-Shuwaikhat (2025) 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 بورقعة (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.

ويُشير الهويدي والدبسي (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 تحريرياً 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 وتعقد مؤشراتها 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 والجدول 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 تمثل الحلقة الجوهرية التي تربط بين تحليل البيانات وإيصال نتائجها للمتلقى، إذ أن البيانات الخام مهما بلغت قيمتها تظل عاجزة عن إيصال رسالتها ما لم تُقدَّم 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 Çepni (2025) 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 للمتلقى 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 للمتلقى التحكم في معايير العرض.

وقد أشار Han (2024) 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 وتُعقّد 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، وتُخاطب 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 Faqihi (2022) 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 تُميزه 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 يُولد 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. ويُسهّم 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 والتنوع. 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 تُقدّم 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 القائمون بالاتصال ومتابعة الأحداث والقضايا وتقديمها للمتلقي عبر المنصات الرقمية بأشكال صحفية متنوعة تشمل الأخبار والتقارير والتحليلات. ويضيف 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 قدّما 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 Ambadas (2024) 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 يُوفرها النص المكتوب وحده.

ويُضيف (2025) Çepni 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. وتعاظم 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 وتبسيط 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 المطر في (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 شرش (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 تنأسس 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.

يُحدد 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. وثانها 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 إمكانات 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 تزايد 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 وعينها، 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 كميّاً وكيفيّاً، 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 بمجال 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 المعمق 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 الرقمي التفاعلي وثراء التغطية	5 – 8	4
الثالث	الروابط التشعبية والمحتوى المترابط وشمولية التغطية	9 – 12	4

4	13 – 16	أدوات التصور البصري للبيانات ووضوح المعلومة ودقتها	الرابع
2	17 – 18	التقييم العام لتغطية أخبار قطاع العقارات	الخامس
18	الإجمالي		

□ 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 تنتمي 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، طُبِّقَت الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من (20) فرداً من خارج عينة الدراسة الأساسية وداخل مجتمعها، وحُسِبَت معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه، وكذلك بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبانة.

المحور الأول: الإنفوجرافيك 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

0.000	0.781**	10
0.000	0.851**	11
0.000	0.762**	12

المحور الرابع: أدوات التصور البصري للبيانات ووضوح المعلومة ودقتها

رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
13	0.807**	0.000
14	0.858**	0.000
15	0.831**	0.000
16	0.789**	0.000

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 التصوير 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 المترابط
		1.000	0.641**	0.596**	0.679**	المحور الرابع : أدوات التصور 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 بين المحور الأول (الإنفوجرافيك التفاعلي) والمحور الرابع (أدوات التصوير 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 التصوير البصري) بقيمة (0.641)، مما يعكس التكامل بين هاتين الأدوات في إثراء المحتوى الرقمي. أما أضعف ارتباط 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 التصوير 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: الانفوجر افيك 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 التصور 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 يُشكلون 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 مهنيّاً 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

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

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 تمكّنهم من تقييم واقع توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في التغطية العقارية بموضوعية ودراية.

3.4 التحليل الوصفي لمحااور 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	يُسَهِّلُ 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	يُسهم 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	يسهم 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 الشعبية 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 (كعوامل مستقلة) على تغطية أخبار قطاع العقارات (كعامل 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**
الفيديو الرقمي التفاعلي	0.289	4.217	0.000**
الروابط الشعبية والمحتوى المترابط	0.173	2.856	0.005**
أدوات التصوير البصري للبيانات	0.254	3.891	0.000**
معامل الارتباط $R = 0.813$	معامل التحديد $R^2 = 0.661$		

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 المشاهد 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.

ويُفسَّر 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 الرقمي 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 المتابع	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	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

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

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 الشعبية 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 الشعبية 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 وجودة الأرشفة 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 المتابع	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	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 تُساهم 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 المعايضة البصرية، والروابط التشعبية تربط الخبر بسياقه، وأدوات التصوير 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 بثراء 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 فارقاً 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 يُفسَّر 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 تزايدت 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 للفيديو 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 تصدّر 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 معاينة 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 فارقاً 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 فئات 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 الأرشفة 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 التشعبية 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 تسهم الروابط التشعبية 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 تشعبية 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 تُلبي حاجة جوهرية في التغطية العقارية التي تتعامل مع بيانات كمية كثيفة ومتشابهة. 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

تدفع 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

تضمنت 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 الفيديو 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-Herrero, 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: "تشبّت البيانات العقارية بين جهات متعددة وعدم توحيد معاييرها يُصعّب من مهمة الصحفي في بناء تصورات بصرية متكاملة".

وتتقاطع هذه النتيجة مع سياق دراسة Cepni (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 والأنية والمنافسة علىسبق. 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 صنّاع 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 بالمملكة 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 ومحدّثة. 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 ومحللي البيانات ومنتجي الفيديو في مساحة عمل واحدة". كما أشار مستجيب أكاديمي إلى أن "تعيين مسؤول تحريري متخصص في المحتوى التفاعلي (Interactive Editor) يمكن أن يحدث 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 تحريرياً". 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 يُراعى 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، مُزوَّدة 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 ومحليي البيانات والمبرمجين، للعمل بشكل تكاملي على إنتاج محتوى عقاري تفاعلي يُوظّف الإنفوجرافيك في تبسيط البيانات العقارية المعقدة وتحويلها إلى تمثيلات بصرية جذابة.
- تطوير الأرشفة 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).

Abstract

This study aimed to examine the impact of interactive digital journalism tools across four dimensions (interactive infographics, interactive digital video, hyperlinks and interconnected content, and data visualization tools) on real estate news coverage in Saudi electronic newspapers. The study adopted a descriptive-analytical approach, using a questionnaire distributed to a sample of (100) respondents comprising journalists, real estate specialists, academics, and interested readers. Data were analyzed using SPSS through means, standard deviations, Pearson correlation coefficients, simple and multiple regression analysis, t-test, and one-way ANOVA. Results revealed a statistically significant impact at ($\alpha \leq 0.01$) of combined interactive digital journalism tools on real estate coverage with a coefficient of determination ($R^2=0.661$), explaining 66.1% of the variance. Interactive digital video ranked first in explanatory power ($R^2=0.551$), followed by data visualization ($R^2=0.523$), interactive infographics ($R^2=0.498$), and hyperlinks ($R^2=0.450$). The overall mean response was (4.24/5), indicating strong agreement, while the highest individual mean (4.44) was recorded for the need to enhance interactive tools, revealing a gap between awareness and practice. The study recommended establishing specialized interactive production units in newsrooms, upgrading technical infrastructure, designing professional training programs, and making real estate data openly accessible through partnerships with official authorities.

Keywords: Interactive Digital Journalism, Interactive Infographics, Interactive Digital Video, Data Visualization, Hyperlinks, Real Estate News Coverage, Saudi Electronic Newspapers.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- الأزرق، نرمين نبيل عبدالعزيز. (2022). رؤية مستقبلية في بحوث أخلاقيات الصحافة الرقمية. مجلة الإعلام والدراسات البيئية، ع1 ، 5 - 52. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1417867>
- بريك، أيمن محمد إبراهيم. (2022). تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية: دراسة استشرافية خلال العقدين القادمين 2022-2042. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع78 ، 45 - 76. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1281533>
- بورقعة، س. (2022). التفاعلية عبر المنتديات الإلكترونية في صحافة الواب الجزائرية – دراسة تحليلية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 9(2)، 437-451. <https://asjp.cerist.dz/en/article/197809>
- تنوح، أحمد محمد موسى. (2023). دور الهواتف الذكية في التغطية الإخبارية الميدانية من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين: دراسة ميدانية. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مج31، ع4 ، 92 - 115. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1539274>
- جرات، ستال، الإسلام، عماد أحمد سيف، و ربيع، حسين محمد. (2025). تقييم المصادر الرقمية في الصحافة: مقدمة في نقد المصادر الرقمية. مجلة بحوث الإعلام الرقمي، ع7 ، 233 - 249. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1572955>
- الحربي، م. م. (2022). أطر المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحافة السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية (رسالة دكتوراه غير منشورة). كلية الإعلام، جامعة القاهرة. <https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/article/view/867>
- ربيع، حسين محمد، و قطب، أحمد هشام. (2024). التغطية الإخبارية بمنهج صحافة الحلول كأداة لدعم جهود مواجهة التغير المناخي: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين المتخصصين في شئون

البيئة والمناخ بالصحف المصرية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع89، 195 - 232. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1511245>

— ربيع، حسين محمد، و قطب، أحمد هشام. (2024). التغطية الإخبارية بمنهج صحافة الحلول كأداة

لدعم جهود مواجهة التغير المناخي: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين المتخصصين في شئون

البيئة والمناخ بالصحف المصرية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع89، 195 - 232. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1511245>

— الزهراني، أ. ع.، وعطية، م. (2021). السرد الإخباري المتعدد الوسائط في الصحافة الإلكترونية

العربية: دراسة تحليلية لخصائص ومواصفات توظيف الإنتاج الإخباري المتعدد الوسائط. مجلة

العلوم الاجتماعية — جامعة الكويت، 49(4)، 11-52.

<https://doi.org/10.34120/jss.v49i4.2601>

— شحاتة، أحمد. (2025). الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الصحافة

المتخصصة الرقمية: رؤية تحليلية نقدية. المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، مج2،

ع3، 269 - 337. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1603734>

— شرش، ر. س. (2025). أطر معالجة مواقع الصحف العراقية للقضايا الاقتصادية: دراسة تحليلية

لصحيفة الصباح الإلكترونية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، 21(1)، 1-28.

<https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss1/Pt1.867>

— الشمري، سوزان مهدي فياض حسين. (2025). اتجاه تقنيات الذكاء الاصطناعي على ممارسات

التحرير الصحفي: دراسة ميدانية على الصحف الرقمية العراقية. مجلة الدراسات المستدامة، مج7،

ع2، 187 - 212. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1586734>

— صالح، رديم فوج داود. (2021). التغطية الصحفية للموضوعات الخدمية في الصحافة العراقية:

دراسة تحليلية في جريدة الزمان العراقية من 1/6 إلى 31/8/2014. مجلة جامعة تكريت للعلوم

الإنسانية، مج28، ع12، 366 - 384. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1212243>

- عبد الغفار، و. ج. د. (2021). توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (56)، 1986–1929. https://jsb.journals.ekb.eg/article_154698.html
- عبدالحميد، محمد عبدالحميد أحمد. (2022). معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع21، 211 - 334. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1347266>
- عبدالعال، إسراء صابر عبدالرحمن. (2021). واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع33، 251 - 275. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1163045>
- عيسى، أمل صلاح. (2021). الصحافة الرقمية الريفية في مصر ودورها التنموي: دراسة تحليلية. المجلة العلمية بكلية الآداب، ع44، 1 - 32. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1296805>
- فيزي، حامد محمد بخيت. (2024). تأثير التحولات التكنولوجية في بيئة الإعلام الرقمية على واقع صناعة الصحافة وعلاقتها بإدراك الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم. مجلة كلية الآداب، ع72، ج1، 577 - 615. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1504337>
- القدوسي، و. ع. (2022). أثر التفاعلية في المواقع الإلكترونية الصحفية العربية على أداء القارئ بالاتصال (رسالة ماجستير). كلية الآداب، جامعة المنصورة. https://lib.mans.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=PublicDrawThesis&BibID=12544086
- كرحوت، خميس محمد. (2024). اتجاهات التغطية الإخبارية في مواقع البودكاست للعدوان الصهيوني على قطاع غزة: دراسة تحليلية لبودكاست "الجزيرة وBBC". مجلة آداب الفراهيدي، مج16، ع58، 109 - 124. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1578572>

- محمد، عبدالرحمن محمود، و خضير، هدى خالد. (2022). التغطية الإخبارية لجرائم العنف ضد الأطفال في نشرة أخبار موقع سكاي نيوز عربية: دراسة تحليلية. مجلة الدراسات المستدامة، مج4، ع3 ، 69 - 92. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1311146>
- المطرفي، م. ح. (2025). اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية في ظل رؤية 2030. مجلة بحوث الاتصال والإعلام، 2025(15)، 49-75. <https://doi.org/10.21608/jcts.2025.475805>
- النجار، عبدالهادي أحمد عبدالهادي، عبداللاه، هنا جلال علي، و البسيوني، عمرو حافظ. (2025). توظيف الفصول التعليمية الافتراضية في تنمية مهارات الصحافة الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي: دراسة شبه تجريبية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع32، 1 - 50. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1581266>
- الهويدي، فادي أحمد عبدالهادي، و الديبسي، عبدالكريم علي جبر. (2022). المعايير المهنية في الصحافة الرقمية الأردنية: دراسة تحليلية لمضمون الأخبار في صحف عمون وسرايا وجفرا (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1327533>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Ambadas, B. (2024). Emerging trends in digital journalism: A comprehensive review. International Journal for Multidisciplinary Research, 6(2).
- Burgess, J., & Hurcombe, E. (2021). Digital journalism as symptom, response, and agent of change in the platformed media environment. In Definitions of digital journalism (studies) (pp. 46-54). Routledge.

- Çepni, O. (2025). News media coverage and the predictability of house prices. *Real Estate Economics*, 54(1), 6–39. <https://doi.org/10.1111/1540-6229.70008>
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1540-6229.70008>
- Chen, H., Huang, X., & Li, Z. (2022). A content analysis of Chinese news coverage on COVID-19 and tourism. *Current issues in tourism*, 25(2), 198-205.
- Dehnisch, C. (2022). The impact of digital media in real estate (Senior Honors Thesis). School of Communication, Liberty University.
<https://digitalcommons.liberty.edu/honors/1236>
- Faqihi, A. (2022). Journalism, the Market, and The Kingdom: Emergent News Values in Online News Selection in Saudi Arabia (Doctoral dissertation, Arizona State University).
- Fraccastoro, S., Gabrielsson, M., & Pullins, E. B. (2021). The integrated use of social media, digital, and traditional communication tools in the B2B sales process of international SMEs. *International business review*, 30(4), 101776.
- Han, S. (2024). Media framing in the digital age: Interplay of real estate and welfare narratives in South Korean news articles. *Heliyon*, 10(5), e25696.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25696>
<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10915346/>
- Harb, Z., & Arafat, R. (2024). The adoption of artificial intelligence technologies in Arab newsrooms: Potentials and challenges. *Emerging Media*, 2(3), 371–381.
<https://doi.org/10.1177/27523543241291068>
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/27523543241291068>
- Izzatli, S. (2025). The theoretical foundations of interactive journalism in the new media era. *Metafizika Journal*, 8(2), 97–108. <https://doi.org/10.33864/2617->

751X.2025.v8.i2.97-108

<https://metafizikajurnali.az/storage/images/site/files/Metafizika->

[30/Metafizika.Vol.8%2CNo.2%2CSerial.30%2Cpp.97-108](https://metafizikajurnali.az/storage/images/site/files/Metafizika-30/Metafizika.Vol.8%2CNo.2%2CSerial.30%2Cpp.97-108)

- Otero-González, I., & Vázquez-Herrero, J. (2023). Open and commercial tools to generate a digital interactive story in journalism: Systematic review and features analysis. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 29(1), 36–55.
<https://doi.org/10.1080/13614568.2023.2175041>
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13614568.2023.2175041>
- Rafeeq, A. (2025). Multimedia storytelling in online journalism: Analysing multimedia use on the websites TheGuardian.com, TheNationalnews.com, USAToday.com, and Stuff.co.nz. *Journalism and Media*, 6(3), 157.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia6030157> <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/3/157>
- Saad Al-Dawsari, S., & Mubarak Al-Shuwaikh, S. A. (2025). The Impact of Virtual Reality Technologies in Digital Media on Audience Experience: An Applied Study on Real Estate Events in The Kingdom of Saudi Arabia During the Year 2025. *Arab Journal of Science & Research Publishing*, 11(1).
- Santos-Hermosa, G., Lopezosa, C., & Codina, L. (2022). Analysis of interactivity in digital journalism. Freixa P, Codina L, Pérez-Montoro M, Guallar J, editors. *Visualisations and narratives in digital media: methods and current trends*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Ediciones Profesionales de la Información; 2022. p. 13-25
- Social media influence on real estate decision-making among Generation Z. (2025). *The American Journal of Student Research*, 1–12. <https://doi.org/10.70251/ajsr.v1i1>

https://www.researchgate.net/publication/396254468_Social_Media_Influence_on_Real_Estate_Decision-Making_Among_Generation_Z

- Stiekolshchykova, V., Putsiata, I., Lavryk, O., Kartunova, O. M., & Marukhovskiy, O. (2024). Modern Approaches to Journalism in the Digital Media Era: the Role of Multimedia Content and Audience Interaction. *Salud, Ciencia y Tecnología-Serie de Conferencias*, (3), 653.
- Wei, J., Wei, Y., Tian, F., Nott, N., de Wit, C., Guo, L., & Lu, Y. (2021). News media coverage of conflict and cooperation dynamics of water events in the Lancang–Mekong River basin. *Hydrology and Earth System Sciences*, 25(3), 1603-1615

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحث بإجراء دراسة ميدانية بعنوان "توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطية أخبار قطاع العقارات السعودية"، ونظراً لأهمية رأيكم بوصفكم من المتخصصين/المهتمين بهذا المجال، نأمل التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة بكل دقة وموضوعية.

علماً بأن جميع البيانات ستُعامل بسرية تامة ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

أولاً: البيانات الشخصية

- 1- النوع الاجتماعي ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- العمر ☐ أقل من 25 ☐ 25 – 35 ☐ 36 – 45 ☐ 45 سنة فأكثر
- 3- المؤهل العلمي ☐ ثانوية فأقل ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه
- 4- سنوات الخبرة ☐ 5 سنوات فأقل ☐ من 5 – 10 سنوات ☐ من 10 – 15 سنة ☐ أكثر من 15 سنة
- 5- التخصص الوظيفي ☐ صحفي / إعلامي ☐ متخصص عقاري ☐ أكاديمي ☐ قارئ / متابع / مهتم

ثانيا محاور الاستبيان

■ المحور الأول: الإنفوجرافيك التفاعلي وجودة التغطية

م	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	يُسهم الإنفوجرافيك التفاعلي في تبسيط البيانات العقارية المعقدة وتقديمها بصورة واضحة.	☐	☐	☐	☐	☐
2	يُسَهِّل الإنفوجرافيك التفاعلي مقارنة أسعار العقارات بين المناطق السعودية المختلفة.	☐	☐	☐	☐	☐
3	يزيد الإنفوجرافيك التفاعلي من تفاعل القراء واهتمامهم بالأخبار العقارية الإلكترونية.	☐	☐	☐	☐	☐
4	يُضيف الإنفوجرافيك التفاعلي قيمة نوعية للتغطية العقارية مقارنة بالعرض النصي التقليدي.	☐	☐	☐	☐	☐

■ المحور الثاني: الفيديو الرقمي التفاعلي وثراء التغطية

م	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	يُتيح الفيديو التفاعلي تقديم جولات افتراضية للمشاريع العقارية تُثري تجربة القارئ.	☐	☐	☐	☐	☐
6	يُسهم الفيديو التفاعلي في إبراز تفاصيل المشاريع العقارية التي يصعب نقلها بالنص.	☐	☐	☐	☐	☐
7	يُبرز الفيديو التفاعلي تصريحات الخبراء العقاريين بشكل أكثر تأثيراً من النص المكتوب.	☐	☐	☐	☐	☐
8	يُوفّر الفيديو التفاعلي تنوعاً في زوايا المعالجة الإخبارية للقضايا العقارية.	☐	☐	☐	☐	☐

■ المحور الثالث: الروابط التشعبية والمحتوى المترابط وشمولية التغطية

م	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
9	تُسهم الروابط التشعبية في ربط الخبر العقاري بسياقه التاريخي والاقتصادي.	☐	☐	☐	☐	☐
10	يُوفّر المحتوى المترابط عمقاً معلوماتياً يُساعد في فهم الأنظمة والتشريعات العقارية.	☐	☐	☐	☐	☐
11	تُسهّل الروابط التشعبية وصول القارئ إلى المصادر والتقارير الرسمية ذات الصلة بالخبر.	☐	☐	☐	☐	☐
12	يُمكّن ترابط المحتوى القارئ من تتبع تطورات القضية العقارية عبر أخبار وتقارير سابقة.	☐	☐	☐	☐	☐

■ المحور الرابع: أدوات التصور البصري للبيانات ووضوح المعلومة ودقتها

م	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
13	تُوضّح الخرائط التفاعلية التوزيع الجغرافي للمشاريع العقارية بدقة عالية.	☐	☐	☐	☐	☐
14	تُسهّل الرسوم البيانية التفاعلية تتبع تحركات الأسعار وفهم اتجاهات السوق العقاري.	☐	☐	☐	☐	☐
15	تُقدّم لوحات البيانات التفاعلية إحصاءات السوق العقاري بشكل دقيق وقابل للتخصيص.	☐	☐	☐	☐	☐
16	يُساعد التصور البصري في كشف العلاقات والأنماط بين المتغيرات العقارية المختلفة.	☐	☐	☐	☐	☐

■ المحور الخامس: التقييم العام لتغطية أخبار قطاع العقارات

م	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
17	يُسهم توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية مجتمعة في رفع كفاءة التغطية العقارية وجاذبيتها.	☐	☐	☐	☐	☐
18	تحتاج الصحف الإلكترونية السعودية إلى تعزيز استخدام الأدوات التفاعلية في الشأن العقاري.	☐	☐	☐	☐	☐

القسم الثالث: الأسئلة المفتوحة

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؟

.....

السؤال المفتوح الثاني:

ما مقترحاتكم وتوصياتكم لتطوير وتحسين توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في
التغطية الإخبارية لقطاع العقارات بالمملكة العربية السعودية؟

.....

مع خالص التقدير والاحترام

Mid Ocean University

Faculty of Mass Communication



Major: Digital Media

The Utilization of Digital Interactive Journalism Tools in Covering Saudi Real Estate Sector News: A Field Study

Prepared by:

Omair bin Abdulrahman Ahmed Al Fahdah

Supervision:

Dr. Mahetab Maher Al-Rafaei

1447-2026