

بحث بعنوان

اثر وسائل التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة
الأرضي والمساحة في الأردن

اعداد

د. طلال الزين

اثر وسائل التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأرضي والمساحة في الأردن

الملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف على اثر وسائل التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأرضي والمساحة في الأردن، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة مؤلفة من (40) فقرة، موزعه على اربعة مجالات، حيث تم توزيعها على عينة قوامها تم توزيعها على (737) من متلقي الخدمة من دائرة الأرضي والمساحة في الاردن وتم التأكد من صدقها وثباتها من قبل لجنة من المحكمين من ذوي الاختصاص، وبعد عملية توزيع الاستبانات وجمعها تم ترميزها وإدخالها الى الحاسوب، ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. وقد بينت الدراسة أن هناك أثر كبير لوسائل التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأرضي والمساحة في الأردن كان، كما تبين من خلال عرض النتائج ان اكثر تأثير لتحسين الخدمة كان للفيسبوك ومن ثم للواتساب ومن ثم لليوتيوب وفي المرحلة الأخيرة كان التويتر.، كما تبين انه لا يوجد هناك فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في متوسطات استجابات افراد عينة الدراسة نحو أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأرضي والمساحة في الأردن حسب متغير (الجنس، والمؤهل العلمي)، وتبين أيضا ان هناك فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في متوسطات استجابات افراد عينة الدراسة نحو أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأرضي والمساحة في الأردن حسب متغير الجنسية، وبناء على نتائج هذه الدراسة فقد اوصى الباحثة بتوصيات من أهمها:

المقدمة

برز تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الالكترونية الحديثة بشكل كبير جدا في المجال الخدماتي حيث تلبي احتياجات الزبائن والذين يعتبرون ضيق الوقت مشكلة دائمة لهم ، فهي تعد من اكثر المجالات تطورا في الاقتصاد الحديث ، حيث ان أهمية مواقع التواصل الاجتماعي تزداد في عالم الخدمات بشكل مطرد كمفهوم يتضمن عدة أبعاد ذات انعكاسات مهمة في عملية تقييم العميل للمنتج و المنظمة معاً، و خاصة في ظل التشابه الكبير في الخدمات المقدمة ، بحيث أنها تزيد من أرباح المنظمة و تدعم قدرتها التنافسية، كما تقلل من الحاجة إلى الترويج المكثف و تشكل حاجزا أمام المنظمات الأخرى يمنعها من الدخول إلى السوق، و تستطيع أن تفتح أسواقاً جديدة عندما يعتمد نمو المنظمة على اختراق أسواق جديدة، و تضمن بقاء المنظمة و استمراريتها و تحسن في النهاية من صورتها الذهنية كما وان الزبائن بحاجة ماسة الى تقديم الخدمات والاستفسار لهم بطريقة سريعة ومجدية حيث ان لدى دائرة الأراضي والمساحة في الأردن مراجعين بأعداد كبيرة فبتالي تكون دائما مكتظة بالمراجعين حيث ان وسائل التواصل الاجتماعي يمكن ان تخفف من هذا الاكتظاظ عن طريقة مراجعة الزبائن لموقع الدائرة والاجابة عن استفساراتهم.

وعلى صعيد اخر ساعدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمية على ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية متجاوزة بذلك الحدود السياسية والجغرافية، والعزلة الحضارية التي كانت تعيشها معظم المجتمعات البشرية، إذ يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الاتصال، تؤثر في العلاقات السياسية والاقتصادية، وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة، وقد قامت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية وال تزال بدور فاعل في الانسان بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات، مساهمة بذلك في تشكيل وعيه وابعاده ليكون أكثر قدرة على التأثير في الآخرين واستمالتهم، فهي تقدم تعلم اللغات وتسهم في ترجمة المعلومات من اللغة العربية وإليها؛ من أجل تسهيل عملية التواصل بين الشباب وإزالة الفوارق الحضارية، فضا عن تميز هذه الشبكات بعدة مميزات منها التشاركية والتفاعلية والحضور الدائم غير المادي، وقد أدى تزايد عدد المشتركين في تلك الشبكات الرقمية ال سيما الشباب العربي إلى تصاعد تأثيرها ودورها في المجتمع والتحويلات الجارية، وزيادة مستوى منافستها لوسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام حول العديد من القضايا

السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، إبراز الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فاعلية من الإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل الإعلامية، كما وتميز الإعلام الإلكتروني بدور الفرد كفاعل في صياغته وتشكيله وانتشاره، وظهرت الشبكات الاجتماعية كأحد روافد ذلك الإعلام الجديد مع الحرية التي تتيحها في اختيار الموضوع وتحرير النص والحجم وسهولة البث وقلة التكلفة (المدني، 2015).

مشكلة الدراسة

تنحصر مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيس الآتي:

ما أثر وسائل التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن؟ ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما أثر الفيس بوك على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن؟
2. ما أثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن؟
3. ما أثر الوتساب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن؟
4. ما أثر التويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن؟
5. هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب المتغيرات (الجنس، الجنسية، المؤهل العلمي)؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

1. تكمن أهمية الدراسة في انها بحثت في موضوع أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن
2. تلقي هذه الدراسة نظرة حول طبيعه السوشيال ميديا وتناولها بالشرح والتحليل
- تأتي أهمية الدراسة في انها من الدراسات القليلة في هذا المجال حيث انها تعد من اولى الدراسات التي تلقي الضوء على أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب علم الباحثان.
- وان هذه الدراسة من شأنها توجيه دائرة الأراضي والمساحة في التعامل مع السوشيال ميديا ونشر الاخبار الخاصة بها
- ويتوقع من خلال ما ستتوصل إليه هذه الدراسة من نتائج، أن تكون دراسة ذات نتائج تفيد الباحثين في الاستفادة منها كدراسة سابقة وتقديمهم ايضا بالحصول على مراجع كونها تفتح افاق واسعة من اجل البحث والتحري حول مواضيع اخرى لها علاقة بهذا الموضوع.

اهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على

1. اثر وسائل التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن
2. اثر الفيس بوك على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن.
3. ما اثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن.
4. اثر الوتساب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن.
5. اثر التويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن.
6. اذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب المتغيرات (الجنس، الجنسية، المؤهل العلمي).

حدود الدراسة

حدود مكانية: دائرة الأراضي والمساحة في الاردن

حدود زمانية: عام 2019

مصطلحات الدراسة

وسائل التواصل الاجتماعي: هي خدمة تواصل اجتماعي تتيح للمستخدمين انشاء ملفات شخصية لهم وتنظيمها كما وتسمح لهم بالتواصل مع الاخرين ونشر منشورات وصور خاصه بهم وبغض النظر عن تلك المنشورات والصور (Reita,2012).

دائرة المساحة والاراضي: هي احدى الدوائر الحكومية في المملكة الأردنية والتي يتم فيها معاملات الأراضي مثل (معاملة بيع، معاملة افراز، معاملة انتقال، معاملة كوشان ومخطط، معاملة تامين، معاملة حجز، استخراج كشف أملاك وغيرها من المعاملات الخاصة بالاراضي.

الدراسات السابقة

من خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع الدراسة لاحظ عدم وجود دراسات ترتبط بموضوع الدراسة الحالية بصورة مباشرة ولم يتوفر أيضا دراسات تناولت نفس المجتمع وهو "دائرة الأراضي والمساحة"، وهذا يؤكد ان الدراسة التي قدمها الباحث الأولى من نوعها، ولهذا السبب لجأ الباحث الى استخدام دراسات قريبة من الموضوع لكنها لم تتناول مجتمع دراسي مشابه للدراسة الحالية وكانت على النحو التالي:

اجرى قاسم وديوب (2018) دراسة بعنوان دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على مراحل عملية الشراء دراسة ميدانية على عملاء شركات الاتصالات الخليوية السورية هدف البحث إلى دراسة العلاقة بين استخدام عملاء شركات الاتصالات الخليوية السورية لوسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) لأغراض تسويقية، و قدرتها على التأثير في العملاء في كل مرحلة من مراحل عملية الشراء التي تتضمن: مرحلة توليد الحاجة، مرحلة البحث عن البدائل، مرحلة تقييم البدائل، مرحلة اتخاذ قرار الشراء، و مرحلة ما بعد الشراء. و لتحقيق ذلك تم صياغة فرضية رئيسية يتفرع عنها خمس فرضيات فرعية، و استخدم الباحث أسلوب الاستبانة لجمع البيانات التي تم تحليلها باستخدام اختبارات إحصائية أهمها: اختبار الوسط الحسابي One- Sample T. test ،

و اختبار الارتباط الثنائي . Pearson Correlation. و قد توصل الباحث إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة إيجابية قوية بين استخدام عملاء شركات الاتصالات الخليوية السورية لوسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) لأغراض تسويقية، و جميع مراحل عملية الشراء .

دراسة فلوريز (Florez et al,2018) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لطلبة الجامعات هدفت الدراسة إلى تحميل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لطلبة الجامعات، من خلال تكييف نموذج (Okazaki(2012) مع أغراض الدراسة لفهم العوامل والمتغيرات التي تحفز استخدام الشبكات الاجتماعية في عملية الشراء اتبعت الدراسة المنهج الكمي بناء على بيانات الاستبيان وفقاً لنموذج الدراسة التي تم توزيعها على 224 طالب جامعي من قسم الهندسة في جامعة كولومبيا الوطنية في ميدلين وتوصمت الدراسة إلى وجود قبول كبير للطلاب لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كقناة تسويقية يستخدمونها للبحث عن حاجاتهم وشرائها إلكترونياً، كما تبين وجود تأثير قوي للكلمة المنقولة التي تتعمق بمنهج معين في صنع قرار الشراء، مما يفسح المجال لاستغلال هذه القناة التسويقية لخلق ميزة تنافسية بسبب انخفاض تكاليفها، وسهولة وصول العملاء إليها

كما وقدم النسور وآخرون (2016) دراسة بعنوان أثر التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء في الأردن .هدفت الدراسة الى اختبار أثر التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال بعدي محتوى الشركة، ومحتوى المستخدم على نية الشراء في الأردن. و استخدمت الدراسة العينة القصدية من أجل الوصول الى الاشخاص الذين يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي للحصول على المنتجات، واستخدمت الاسلوب الوصفي التحليلي لتحليل البيانات .وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: وجود أثر للتسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لكل من محتوى الشركة و محتوى المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء . كما أن موقع Facebook حقق المرتبة الأولى من حيث الأستخدام، يليه موقع YouTube في المرتبة الثانية، ثم موقع Twitter و Instagram و جاء موقع LinkedIn في المرتبة الأخيرة.

حيث أجرى مصطفى (2016) دراسة كانت بعنوان أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة لدى العملاء دراسة ميدانية على شركتي الاتصالات السورية في دمشق.

يهدف البحث إلى تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي، و لفت انتباه منظمات الاتصالات إلى ضرورة الاهتمام بدورها في التأثير على صورتها الذهنية. و تشير نتائج البحث أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي في تحسين الصورة الذهنية لمنظمات الاتصالات. ومن اجل تحقيق اهداف الدراسة تم الاعتماد علىاستبانة كاداه للدراسة وتم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة مكونه من (260) موظف وبعد توزيع الاستبانات عليهم ومعالجتها احصاشيا خرجت الدراسة بعد نتائج كان أهمها تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة من خلال كسب رضا العملاء. حيث أصبحت الشركات تخصص مساحة من فروق التسويق لديها لإدارة هذه الشبكات، و كل منهم يحترف بمهام معينة منسوبة له ليحقق الفريق مجتمعا أفضل العوائد على الشركة من حيث " تحقيق الأهداف، فهم الزبائن خدمة الزبائن، رفع المبيعات، الحفاظ على اسم الشركة و بناء الاستراتيجيات التسويقية.

كما أجرى القرشي والكيلاني(2015) دراسة جائت بعنوان أثر شبكة التواصل الاجتماعي على عملية اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك في مدينة عمان :هدفت الدراسة إلى دراسة تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على عملية اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك، ومعرفة اثر شبكة التواصل الاجتماعي على كل مرحلة من مراحل القرار الشرائي، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع المستهلكين الذين يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي لشراء منتجاتهم في مدينة عمان، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة حيث تكونت من عينة مكونه من 430 مستهلك. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير على عملية اتخاذ القرار الشرائي في جميع مراحلها من حيث: إدراك المستهلك لحاجاتهم من المنتجات المعطن عنها عبر شبكة التواصل الاجتماعي، ومساعدة المستهلك في البحث عن البدائل المختلفة لتلبية احتياجاته، واختيار البدائل الأفضل من بين البدائل المتاحة، والقيام بعملية الشراء الفعلي، وتقييم القرار بعد مرحلة الشراء.

كما أجرى المنايص (AL-Menayes,2015) دراسة بعنوان دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الجامعات الامريكية هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الجامعات الامريكية كما واستندت هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباع كما تم استخدام المنهج الوصفي ومن اجل تحقيق هذه الدراسة تم الاعتماد على مقياس (Pertyny,2010) المصمم خصيصا لهذا الغرض حيث تم اختيار عينة عشوائية طبقية مكونه

من (1327) طالبا وطالبة وتم توزيع عليهم المقياس وبعد استرداده تم تفرغته ومعالجته باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية وكشف تحليل البيانات ان جميع المجيبين تقريبا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي وهناك نسبة قليلة جدا لا تستخدم هذه الوسائل اما بالنسبة للدوافع الاستخدام فكانت غالبيتها ترفيهيه والقسم الاخر كان متابعه العروض والحملات الترويجية وهناك قسم أيضا كان يستخدمها للبحث عن المعلومات وقد ارتبطت هذه الدوافع بشكل إيجابي بخبرة المستخدم والوقت الذي يقضيه ومستوى الرضا عن وسائل التواصل الاجتماعي.

واجرى كل من لمنكس ولوردتش وفنسننتس ودرغوز (lordache, Dragoş,2013) ودراسة بعنوان استكشاف استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم السياسية والرأي العام لشباب الجامعات في رومانيا، هدفت الدراسة إلى استكشاف استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم السياسية والرأي العام لشباب الجامعات في رومانيا، ومن أجل تحقيق ذلك تم بناء استبانة كاداه للدراسة وتوزيعها على عينه قوامها (1467) من الشباب في رومانيا وبعد توزيعها وجمعها تم ادخال منها (1420) استبانة صالحة للتحليل حيث تم تحليلها باستخدام برنامج الرزم الإحصائية وتم استخدام مجموعه من المعالجات الإحصائية تمثلت في التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعادلة كرونباخ الفا واختبار توكي واختبار تحليل التباين المتعدد والانحدار البسيط حيث كان ذلك بالاستناد الى المنهج الوصفي وتم التوصل إلى مجموعه من النتائج تجلى أهمها في أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يحرص طاب الجامعات الرومانية على استخدامها هي الفيس بوك ثم اليوتيوب، ظهرت عالقة ارتباط موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية وتوجيه الرأي العام الطالبى نحو القضايا في رومانيا.

اجرى سكوارز والزيث (Schwarz, Elizabeth,2013) دراسة بعنوان بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام لطاب جامعة ألباما، هدفت الدراسة إلى تعرف المتغيرات المرتبطة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام لطاب جامعة ألباما ، ومعرفة سلبيات وإيجابيات استخدام الطاب لشبكات التواصل الاجتماعي كما وتم استخدام المنهج الوصفي الميداني، حيث قام الباحثان ببناء استبانة من أجل تحقيق اهداف الدراسة وتم اختيار عينة عشوائية مكونه من (520) من الطلبة وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية - :لم تظهر أي فروق ذات

دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) في دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام لطاب الجامعة نحو القضايا السياسية، أظهرت التحليلات وجود دوافع مختلفة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أهمها: التواصل الاجتماعي وبناء المشاركة الصداقة وتعرف الاخبار والترفيه وأخيرا السياسية.

اجرى العلاونه(2012) دراسة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين في المشاركة في الحراك الجماهيري، هدفت الدراسة الى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري حيث صنفت العينة 296 فردا من النقيبين تم اختيارهم بالطريقة العشوائية حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من اجل اثناء هذه الدراسة كما وقام الباحث بتصميم استبانة كأداة للدراسة من اجل تحقيق هدف الدراسة وتم توزيعها على عينة الدراسة وتفرغها الى الحاسب ومعالجتها احصائيا حيث كانت من ابرز النتائج ان 74.7 يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي حيث ان 50.6% يستخدمون الفيسبوك بينما 27.1% يستخدمون التويتر و 22.3% يستخدمون اليوتيوب كما وأوضحت النتائج ان النقيبين الذين يمضون اقل من 3 ساعات يوميا في استخدام مواقع التواصل بلغت نسبتهم 47.5 وما نسبته 38.9% يستخدمونها ما بين 3 و 5 ساعات يوميا كما ان 24.3% منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، بينما يلجأ اليها 28.5% التواصل مع الأصدقاء

وقدم المنصور(2012) دراسة كانت بعنوان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور متلقي الخدمة دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية، هدفت هذه الدراسة الى اجراء مقارنه للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية ومن اجل تحقيق اهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كما وتم بناء استبانة كأداة للدراسة مكونه من (40) فقرة موزعه على مجالين كما وقام الباحث باختيار عينة عشوائية مكونه من (350) فرد من اجل تحقيق اهداف الدراسة وتم توزيع عليهم أداة الدراسة وبعد جمعها تم تفرغها الى الحاسب ومعالجتها الكترونيا وخرجت بمجموعه من النتائج كانت على النحو الاتي: انه لم يعد بإمكان متصفح الانترنت الاستغناء عنها لما توفره من اخبار وتغطيه شامله وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعه وحادثه مع الاهل والأصدقاء والزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو إضافة الى انها مجالا مفتوحا

لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه

دراسة فانسون (Vansoon,2010) بعنوان اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على ترويج الخدمات المقدمة في المنظمات هدفت هذه الدراسة الى التعرف على ، ومن اجل تحقيق اهداف هذه الدراسة تم الاستناد الى المنهج الوصفي التحليلي كما وتم بناء استبانة كأداة للدراسة وتم اختيار عينة عشوائية مكونه من (1600) شاب من بريطانيا من اجل الخروج بنتائج تتعلق بتحقيق هدف الدراسة كما وتم تفرغ البيانات الى الحاسب ومعالجتها باستخدام برنامج (SPSS) الاحصائي حيث خرجت الدراسة بعدة نتائج كان أهمها ان هناك اثر كبير جدا لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على ترويج الخدمات المقدمة في المنظمات، كما وتبين ايضا ان شبكات التواصل الاجتماعي قد غيرت نمط حياة اكثر من نصف افراد عينة الدراسة فأصبحوا يقضون وقتا اطول على شبكة الانترنت مما يقضونه مع اصدقائهم الحقيقيين او مع افراد اسرهم وكشفت الدراسة ايضا ان نصف مستخدمي الانترنت في بريطانيا هم اعضاء في احد مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بـ 27% فقط في فرنسا و 33% في اليابان و 40% في الولايات المتحدة.

التعقيب على الدراسات السابقة

يظهر من خلال استعراض الدراسات السابقة ان كافة الدراسات تناولت موضوعات تتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي حيث تناولتها من جوانب مختلفة. حيث انحصرت هذه الدراسات ما بين عام 2010-2018، وهذا يدل على أن موضوع وسائل التواصل الاجتماعي من المواضيع المهمة والمعاصرة التي اهتم بها الباحثون على مر السنين ولا زالت موضوعاً مثيراً للاهتمام حتى يومنا هذا، كما تبين أيضاً من خلال استعراض الدراسات السابقة أن غالبية الدراسات تناولت المنهج الوصفي وهذا يدل على أن طبيعة هذه الظاهرة تتفق وطبيعة المنهج الوصفي، ومن الملاحظ أيضاً أن حجم العينات المستخدمة في هذه الدراسات كان مناسباً لحجم مجتمع الدراسة، وهذا يتفق والمنهج الوصفي ، حيث احتوت الدراسات على دراسات عربية وأخرى اجنبية حيث كان اهم الدراسات العربية واحدها دراسة قاسم وديوب (2018) والتي جانت بعنوان دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على مراحل عملية الشراء دراسة ميدانية على عملاء شركات الاتصالات

الخليوية السورية، اما اقدم الدراسات العربية كانت دراسة المنصور (2012) والتي كانت بعنوان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور متلقي الخدمة"دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية. اما بالنسبة للدراسات الأجنبية حيث كان أحدثها دراسة فلوريزا (Florez et al,2018) والتي جاءت بعنوان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لطلبة الجامعات، وإقدمها كان دراسة فانسون (Vansoon,2010) والتي جاءت بعنوان اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على ترويج الخدمات المقدمة في المنظمات، واستفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في وضع تصور حول هيكل البحث والمنهج المستخدم وحجم العينات، وبناء أداة الدراسة والمعالجات الإحصائية، بذلك ساعدت الباحث في تشكيل أسئلة البحث ليكون هذا البحث اضافة للبحوث العلمية التي تعنى بموضوع الدراسة، وتطبيقها في المجتمع العربي بشكل خاص كما تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة انها تناولت مجتمع دراسي خاص بالأردن وهم متلقي الخدمة من دائرة المساحة والأراضي في الاردن، كما ان هذه الدراسة الأولى من نوعها ، حيث انه لم يتم تناول أي دراسة بهذا العنوان.

الطريقة والإجراءات:

تضمن وصفا للإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تحديد مجتمع الدراسة والعينة ووصفها، وشرح الخطوات والإجراءات العملية التي اتبعت في بناء أداة الدراسة ووصفها، ثم إجراء صدق الدراسة وثباتها، ثم شرح مخطط الدراسة ومتغيراتها والإشارة إلى نوع الاختبارات الإحصائية التي استخدمت في دراسة اثر وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن.

مجتمع الدراسة:

تشكل مجتمع الدراسة من جميع متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حيث تبين ان مجتمع الدراسة كبير جدا ومن المستحيل حصره.

عينة الدراسة:

تم استخدام العينة العشوائية في اختيار عينة الدراسة حيث تم توزيع (820) استبانته على متلقي الخدمة في دائرة الأراضي و المساحة الاردنيه، استرد منها استرداد (785) استبانته وتم تفرغ منها (737) استبانته صالحة للتحليل علما بأن الباحث راعى عند اختيار العينة التوزيع حسب متغيرات الدراسة، والجدول الآتي يصف الدراسة بناء على متغيراتها المستقلة:

جدول (1)

توزيع عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	575	78.0
	أنثى	162	22.0
	المجموع	737	100.0
الجنسية	اردني	641	87.0
	غير اردني	96	13.0
	المجموع	737	100.0
المؤهل العلمي	ثانوية فاقل	228	30.9
	دبلوم	105	14.2
	بكالوريوس	281	38.1
	دراسات عليا	123	16.7
	المجموع	737	100.0
	نوع المعاملة التي قمت بمراجعة الدائرة من اجلها	معاملة بيع	161
معاملة افراز		95	
معاملة انتقال		118	
معاملة كوشان وخطط		212	
معاملة تأمين		81	
معاملة حجز		73	
استخراج كشف أملاك		52	
المجموع		737	

أداة الدراسة وصدقها:

صمم الباحث استبانته خاصة من أجل دراسة اثر وسائل التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن ، وقد عرضت الاستبانة على مجموعة من المحكمين في مجال التخصص، حيث قام البعض منهم باقتراح فقرات جديدة والبعض الآخر عمل على إعادة صياغة بعض الفقرات حيث اصبحت مكونه من (40) فقرة موزعه اربعة محاور، واشتملت الدراسة على جزأين أساسيين هما:

- أولاً: البيانات الديمغرافية التي تتعلق بالجنس والجنسية والمؤهل العلمي
 - ثانياً: تكون هذا الجزء من فرات الاستبانة جميعها البالغ عددها(40) فقرة موزعة على أربعة مجالات تمثلت في المجال الاول في الفيسبوك وتكون من (19) فقرات، والمجال الثاني اليوتيوب وله (6) فقرات، والمجال الثالث وهو الوتساب وله (10) فقرات ، والمجال الرابع وهو التويتر وله (5) فقرات
- ثبات أداة الدراسة:

يعرف الثبات "بانه الدقة في تقدير العلامات الحقيقية للفرد على السمة التي يقيسها الاختبار"(المؤمن،2008،ص65). وثبات أداة الدراسة التي استخدمها الباحث هي حساب معامل الثبات باستخدام معادلة (كرونباخ الفا) حيث قام الباحث بإيجاد كل محور على حدا وفي النهاية تم إيجاد معامل الثبات لجميع فقرات الاستبانة وكانت على النحو الآتي:

الجدول (2)

معامل الثبات حسب معادلة كرونباخ الفا

الرقم	المجال	معامل كرونباخ الفا
1	اثر الفيسبوك على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الارضي	0.82
2	اثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الارضي	0.79
3	اثر الوتساب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الارضي	0.80
4	اثر تويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الارضي	0.81

0.87	معامل الثبات لجميع فقرات الأداة	5
------	---------------------------------	---

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن جميع معاملات الثبات مرتفعة حيث تراوحت ما بين (0.82-0.79) حيث بلغت الدرجة الكلية لمعامل الثبات (0.87) وجميع هذه القيم مناسبة وتفي بأغراض هذه الدراسة.

إجراءات الدراسة

قام الباحث بالإجراءات الآتية:

- اعداد الاستبانة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- توزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة، وبعد جمع الاستبانات الموزعة تم تفرغها في جداول خاصة من أجل معالجتها.

تصميم الدراسة:

استخدم الباحث أسلوب المنهج الوصفي الميداني لدراسة الفروقات متغيرات الدراسة، وجمع البيانات واستخدم التحليل الإحصائي لفحص الفرضيات بهدف تفسير النتائج .

المعالجة الإحصائية:

استخدم برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك باستخدام المعالجات

الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية
- معادلة كرونباخ ألفا
- المتوسطات الحسابية
- الانحراف المعياري
- اختبار (ت) للعينات المستقلة
- اختبار تحليل التباين الأحادي
- الإجابة على أسئلة الدراسة

يتناول هذا الجزء الإجابة عن أسئلة الدراسة وفحصها إحصائياً على برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). ولتفسير نتائج الدراسة استخدم الباحث المتوسطات الحسابية الآتية: كما جاء في (عليان، 2012):

- 4.21 فأكثر عالٍ جداً
- من 4.20-3.41 عالٍ
- 3.40-2.61 متوسط
- 2.60-1.81 منخفض
- أقل من 1.81 منخفض جداً

وفيما يأتي عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

السؤال الرئيسي: ما اثر وسائل التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن ؟

ومن اجل الاجابه عن السؤال الرئيسي قام الباحث بالإجابة عن الاسئلة الفرعية اولا ومن ثم الحصول على اجابه السؤال الرئيسي حيث كانت كالاتي:

السؤال الاول: ما اثر الفيس بوك على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن ؟

للإجابة عن هذا السؤال، حسب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج الجدول (3) تبين ذلك

الجدول (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الدراسة على اثر الفيسبوك على تحسين

الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة

1.	خفف وجود الموقع من الجهد الذي ابذله للحصول على معلومات.	4.72	.448	عالية جداً
2.	تنشر صفحة الفيس بوك بطاقات توضيح الخدمات التي تقدمها الدائرة بشكل تفصيلي.	4.66	.474	عالية جداً
3.	تتمتع صفحة الفيس بوك التابعة لدائرة الأراضي بمصداقيه عالية.	4.61	.489	عالية جداً
4.	يتم التعريف برؤية ورسالة دائرة الأراضي والمساحة من خلال صفحة الفيس بوك.	4.61	.560	عالية جداً
5.	هناك اهتمام واضح من قبل الصفحة في ابراز الصورة المشتركة.	4.48	.561	عالية جداً
6.	هناك اهتمام واضح بالتفاعل على ما انشره على الموقع.	4.47	.513	عالية جداً
7.	تم الإجابة عن كافة استفساراتي على صفحة الفيسبوك بكل حرفيه.	4.44	.497	عالية جداً
8.	انا راضي تماماً عن دور صفحة الفيسبوك في نشر الوعي بالخدمات التي تقدمها الدائرة	4.42	.565	عالية جداً
9.	خفف وجود الموقع من التكاليف لاستخراج بعض الخدمات.	4.39	.550	عالية جداً
10.	تتعامل الصفحة بلباقة ومهنية مع متلقي الخدمة.	4.38	.559	عالية جداً
11.	يقدم الموقع الرسمي المعلومات الخاصة بإجراءات العمل بكل دقه.	4.37	.637	عالية جداً
12.	يتم اخذ ملاحظاتي واقتراحاتي التي أرسلها الى صفحة الدائرة بعين الاعتبار.	4.33	.676	عالية جداً
13.	اشعر انني أصبحت اعرف عن الدائرة اكثر من خلال متابعتي لصفحة الفيس بوك.	4.27	.512	عالية جداً
14.	أصبح الفيس بوك الوسيلة التي تختصر على الوقت لإتمام معاملاتي.	4.24	.585	عالية جداً
15.	تمت الاستجابة على كافة استفساراتي بمهنية عالية.	4.20	.551	عالية
16.	الآراء التي أقوم بنشرها تلقى تفاعلا مهما من المعنيين.	4.13	.591	عالية
17.	الاحظ تطوراً ملحوظاً في أداء القائمين على الصفحة من خلال صياغته الاخبار بمهنية عالية	4.07	.735	عالية

18.	تعد صفحة الفيس بوك الوسيلة الأفضل للتواصل مع متلقي الخدمة	3.97	.670	عالية
19.	اجد اهتماما واضحا بتعليقاتي من خلال صفحة الفيس بوك	3.95	.587	عالية
	الدرجة الكلية	4.3540	.28185	عالية جدا

يتضح من خلال البيانات في الجدول (3) أن اثر الفيسبوك على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كان عالي جدا حيث كانت درجتها ما بين متوسطة ومنخفضة ، فتراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (4.72) إلى (3.95)، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية حيث كانت عالية جدا وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.35)، وتشير هذه النتيجة إلى هناك اثر كبير للفيسبوك على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن، وتشير النتيجة الى ان الفيس بوك خفف من الجهد الذي يبذله متلقي الخدمة من اجل الحصول على معلومات. وان صفحة الفيس بوك التابعة للدائرة تنشر بطاقات توضيح للخدمات التي تقدمها وان صفحة الفيس بوك التابعة لدائرة الأراضي تتمتع بمصداقيه عالية. ويعزو الباحث هذه النتيجة الى ان الفيسبوك في الأردن اكثر انتشارا من غيره من وسائل التواصل الاجتماعي وان متلقي الخدمة يتعاملون مع الفيس بوك باستمرار وان استخدامه اصبح مألوفا لدى الكثير من افراد ولا سيما متلقي الخدمات في دائرة المساحة والأراضي في الأردن.

السؤال الثاني: ما اثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن؟

للإجابة عن هذا السؤال، حسب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج الجدول (4) تبين ذلك:

الجدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الدراسة على اثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة

20.	تنشر دائرة الأراضي والمساحة فيديوهات توضيحية لكيفية التعامل مع الخدمات الإلكترونية	3.67	0.963	عالية
21.	الفديوهات التعليمية لإجراءات المعاملات تساعد في فهم إجراءات العمل	3.37	0.868	متوسطة
22.	مقاطع الفيديو التي تقوم بها دائرة المساحة والأراضي تطلعي على كافة المستجدات	3.36	0.939	متوسطة
23.	يعد اليوتيوب الوسيلة الأفضل لمعرفة الإجراءات	3.35	0.724	متوسطة
24.	تقوم دائرة الأراضي والمساحة بنشر فيديوهات تجيب على استفسارات عامة للمتلقي الخدمة بكل شفافية	2.96	0.820	متوسطة
25.	الفديوهات التي تنشرها دائرة الأراضي والمساحة مهمة بمساعدتي في حل مشاكلي	2.84	0.787	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.2580	0.31172	متوسطة

يتضح من خلال البيانات في الجدول (4) أن اثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كانت كان متوسط حيث كانت درجتها ما بين متوسطة ومنخفضة ، فتراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.67) إلى (2.84)، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية اثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن فقد كانت متوسطة وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.25)، وتشير هذه النتيجة الى ان متلقي الخدمة يهتمون بشكل متوسط في مشاهدة اليوتيوب التابع للدائرة ويعزو الباحث هذه النتيجة الى ان متلقي الخدمة بدائرة الأراضي والمساحة لا يهتمون بمتابعة الفيديوهات التوضيحية بصورة كبيرة مع العلم ان دائرة المساحة والاراضي تقوم بنشر فيديوهات تجيب على استفسارات عامة للمتلقي الخدمة بكل شفافية وان الفيديوهات التي تنشر دائرة الأراضي والمساحة مهمة بمساعده متلقي الخدمة في حل المشكلات.

السؤال الثالث: ما اثر الوتساب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن؟

للإجابة عن هذا السؤال، حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج الجدول (5) تبين ذلك:

الجدول (5)

المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لفقرات الدراسة على اثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحرافات المعيارية	الدرجة
26.	محاربة للأخبار الكاذبة بكل شفافية عن طريق الوتساب	4.02	0.724	عالية
27.	استخدام الوتساب ساعدني في تقديم الشكاوي	4.00	0.726	عالية
28.	يزودني الوتساب باستمرار بالمستجدات الهامة للعمل	3.92	0.625	عالية
29.	تطبيق الوتساب لدائرة الأراضي والمساحة فعال لجميع أنواع المعاملات	3.85	0.757	عالية
30.	اتواصل بفعالية مع موظفي دائرة الأراضي والمساحة من خلال الوتساب بما يخدم اعمالنا	3.84	0.742	عالية
31.	تطبيق الوتساب الخاص بدائرة الأراضي والمساحة يهمني جدا	3.74	0.772	عالية
32.	استخدام الوتساب مكنتني من تقديم الاقتراحات	3.72	0.834	عالية
33.	اتاحت لي الوسيلة بالتواصل مع الموظفين في دائرة الأراضي والمساحة	3.67	0.697	عالية
34.	تطبيق الوتساب التابع لدائرة الأراضي والمساحة يقدم لمتلقي الخدمة رسائل توعويه	3.66	0.780	عالية
35.	يتم التعامل مع الشكاوي التي ترد الى الوتساب بكل مهنية	3.55	0.736	عالية
	الدرجة الكلية	3.7973	0.19662	عالية

يتضح من خلال البيانات في الجدول (5) أن اثر الوتساب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كان عالي حيث كانت درجتها عاليه، فتراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (4.02) إلى (3.55)، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية لاثر الوتساب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كانت عالية وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.79)، وتشير هذه النتيجة الى ان الوتساب يقوم بمحاربة للأخبار الكاذبة بكل شفافية وان استخدام الوتساب يساعد متلقي الخدمة في تقديم الشكاوي وان الوتساب يزود متلقي الخدمة

بالمستجدات الهامة للعمل باستمرار ويعزو الباحث هذه النتيجة الى ان هناك اهتمام واطلاع دائم من قبل متلقي الخدمة على الوتساب وان استخدام الوتساب سهل بالنسبة لمتلقي الخدمة ويتابعونه باستمرار .

السؤال الرابع: ما اثر التويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن؟

للإجابة عن هذا السؤال، حسب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج الجدول (5) تبين ذلك:

الجدول (5)

المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لفقرات الدراسة على اثر التويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحرافات المعيارية	الدرجة
36.	استفدت من التغريدات التوعوية للوسيلة	3.50	0.575	متوسطة
37.	الفيديوهات التوضيحية على الوسيلة خففت من التكاليف	2.50	1.124	منخفضة
38.	الوسيلة تعالج بنزاهة الاخبار الكاذبة	2.47	0.851	منخفضة
39.	تعكس تغريدات دائرة الأراضي والمساحة حسا اجتماعيا بما يتعلق بكافة المناسبات الدينية والوطنية	2.37	0.818	منخفضة
40.	وفرت لي الوسيلة الدقة بالحصول على اخر المستجدات	2.25	0.840	منخفضة
	الدرجة الكلية	2.6050	0.28802	منخفضه

يتضح من خلال البيانات في الجدول (5) أن اثر التويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كان منخفض حيث كانت درجتها ما بين متوسطة ومنخفضة ، فتراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.58) إلى (2.55)، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية لاثر التويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كانت منخفضة وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.60)، وتشير هذه النتيجة الى ان هناك تأثير منخفض لتويتر في تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن ويعزو الباحث هذه

النتيجة الى ان التويتر ليس منتشر بصورة كبيرة في الأردن وبالتالي ان دائرة الأراضي والمساحة لا تهتم به بصورة كبيرة اذا ما تم مقارنته بالفيس بوك والوتساب حيث ان التويتر يتم استخدامه بصورة قليلة فبتالي لا تهتم دائرة الأراضي والمساحة بنشر المعلومات عليه بصورة كبيرة.

السؤال الرئيسي: ما اثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن ؟

للإجابة عن هذا السؤال، حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج الجدول (6) تبين ذلك

الجدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1.	أثر الفيسبوك على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن	4.3540	0.28185	عالية جدا
2.	أثر الوتساب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن	3.7973	0.19662	عالية
3.	أثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن	3.2580	0.31172	متوسطة
4.	أثر التويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن	2.6350	0.28802	منخفضة
	الدرجة الكلية	3.5111	0.15752	عالية

يتضح من خلال البيانات في الجدول (6) أن أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كان عالي، فتراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (4.35) إلى (2.63)، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية لأثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كانت عالية وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.51)، حيث يتضح من خال

الجدول السابق ان اكثر تأثير لتحسين الخدمة كان للفيسبوك ومن ثم للوتساب ومن ثم لليوتيوب وفي المرحلة الأخيرة كان التويتر.، ويعزو الباحث هذ النتيجة الى ان هناك اقبال كبير من قبل متلقي الخدمة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي فان دائرة الأرضي والمساحة في الأردن تقوم بنشر المعلومات والردود على الاستفسارات ونشر فيديوهات ونشرات توضيحية من اجل تحسين الخدم والاستفادة المثلى من قبل متلقي الخدمة بصورة كبيرة

السؤال الخامس هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأرضي والمساحة في الأردن حسب متغير الجنس؟

ولاختبار ما إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، استخدم اختبار (ت) لعينتين مستقلتين ونتائج الجدول (7) تبين ذلك

الجدول (7)

نتائج اختبار(ت) لعينتين مستقلتين لدلالة الفروق بين المتوسطات في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأرضي والمساحة في الأردن حسب متغير الجنسية

المجالات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة(ت)	مستوى الدلالة*
الفيسبوك	ذكر	575	4.3486	0.28862	-0.987	0.32
	انثى	162	4.3733	0.25629		
اليوتيوب	ذكر	575	3.2623	0.30928	0.704	0.48
	انثى	162	3.2428	0.32072		
الوتساب	ذكر	575	3.8077	0.19248	2.708	0.007
	انثى	162	3.7605	0.20713		
التويتر	ذكر	575	2.6362	0.29052	0.207	0.83
	انثى	162	2.6309	0.27981		
الدرجة الكلية	ذكر	575	3.5137	0.15752	0.843	0.40

		0.15769	3.5019	162	انثى	
--	--	---------	--------	-----	------	--

* (دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أن لا يوجد فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب متغير الجنس. فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة الكلي (0.40) وهذه القيمة أكبر من (0.05) وتعني هذه النتيجة إلى عدم رفض الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير الجنس أي أنه لا يوجد فروق من وجهة نظر الذكور والإناث في الدرجة الكلية لأثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن، ويعزي الباحث هذه النتيجة إلى أن متلقي الخدمة من الذكور والإناث يتعاملون مع وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" بنفس الطريقة وأن المنشورات التي يتم نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي التابعة لدائرة الأراضي والمساحة تنشر بشكل عام ولا تقتصر على الذكور دون الإناث أو العكس فبتالي تبين أن النظرة لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين الخدمة كانت نفس النظرة للذكور والإناث.

السؤال السادس: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب متغير الجنسية؟

ولاختبار ما إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، استخدم اختبار (ت) لعينتين مستقلتين ونتائج الجدول (8) تبين ذلك

الجدول (8)

نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لدلالة الفروق بين المتوسطات في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب متغير الجنسية

المجالات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
الفيسبوك	اردني	641	4.3487	0.28725	-1.315	0.18

		0.24106	4.3893	96	غير اردني	
0.02	2.325	.31198	3.2683	641	اردني	اليوتوب
		0.30264	3.1892	96	غير اردني	
0.00	3.272	0.19196	3.8064	641	اردني	الوتساب
		0.21673	3.7365	96	غير اردني	
0.05	1.888	0.29280	2.6427	641	اردني	التويتير
		0.24907	2.5833	96	غير اردني	
0.01	2.443	0.15745	3.5165	641	اردني	الدرجة الكلية
		0.15388	3.4746	96	غير اردني	

* (دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

يتضح من خلال نتائج الجدول (8) انه هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن يعزى لمتغير الجنسية، إذا بلغ مستوى الدلالة المحسوبة أقل من مستوى الدلالة المحدد بالفرضية، مما يدل على انه هناك اختلاف في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن يعزى لمتغير الجنسية حيث كانت الفروق لصالح الجنسية الأردنية وذلك لان المتوسط الحسابي الخاص بالأردنيين اعلى منه في الغير اردنيين، ويعزو الباحث هذه النتيجة الى ان متلقي الخدمة من ذو الجنسية الأردنية مهتمين بالموضوع اكثر من غير الأردنيين وانهم يتابعون وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بدائرة الأراضي والمساحة باستمرار وانهم على دراية اكثر من متلقي الخدمة الغير الأردنيين حيث ان متلقي الخدمة الغير أردنيين لا تكون متابعة الاخبار الخاصة بدائرة المساحة والراضي مهمة بالنسبة لهم.

السؤال السابع: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن. حسب متغير المؤهل العلمي؟

من أجل الإجابة على السؤال المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي فقد استخدمت المتوسطات الحسابية واختبار التباين الأحادي (one way ANOVA) للعينات المستقلة وكانت النتائج كما هو مبين في الجدولين رقم (10، 11) التاليين:-

الجدول (10) :

المتوسطات الحسابية أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن. يعزى لمتغير المؤهل العلمي يعزى لمتغير المؤهل العلمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغير	المجالات
0.28114	4.3423	228	ثانوية فأقل	0)الفيبيوك
0.27921	4.3579	105	دبلوم	
0.28968	4.3673	281	بكالوريوس	
0.26891	4.3419	123	دراسات عليا	
0.28185	4.3540	737	المجموع الكلي	
0.28825	3.2507	228	ثانوية فأقل	اليوتيوب
0.33662	3.2492	105	دبلوم	
0.30815	3.2675	281	بكالوريوس	
.034160	3.2575	123	دراسات عليا	
0.31172	3.2580	737	المجموع الكلي	
0.19756	3.8000	228	ثانوية فأقل	الوتساب
0.22209	3.8010	105	دبلوم	
0.18678	3.7975	281	بكالوريوس	
0.19594	3.7886	123	دراسات عليا	
0.19662	3.7973	737	المجموع الكلي	

0.28770	2.6149	228	ثانوية فأقل	التويتر
0.27609	2.6381	105	دبلوم	
0.29011	2.6335	281	بكالوريوس	
0.29339	2.6732	123	دراسات عليا	
0.28802	2.6350	737	المجموع الكلي	
0.14901	3.5020	228	ثانوية فأقل	الكلي
0.16640	3.5115	105	دبلوم	
0.16171	3.5164	281	بكالوريوس	
0.15658	3.5153	123	دراسات عليا	
0.15752	3.5111	737	المجموع الكلي	

يتضح من خلال الجدول (10) أن هناك فروقا في الأوساط الحسابية لفئات متغير المؤهل العلمي. حيث كانت اعلاها لصالح البكالوريوس واقلها لصالح ثانوية فأقل ، ولاختبار ما إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي ونتائج الجدول (11) تبين ذلك

الجدول (11)

نتائج اختبار التباين الأحادي لدلالة الفروق من حيث في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن يعزى لمتغير المؤهل العلمي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة (P)
الفيس بوك	المربعات بين الفئات	0.100	3	0.033	0.420	0.739
	المربعات الداخلية	58.367	733	0.080		
	المجموع الكلي	58.467	736			
اليوتيوب	المربعات بين الفئات	0.046	3	0.015	0.156	0.926
	المربعات الداخلية	71.469	733	0.098		
	المجموع الكلي	71.515	736			
الواتساب	المربعات بين الفئات	0.012	3	0.004	0.106	0.957

		0.039	733	28.442	المربعات الداخلية	
			736	28.455	المجموع الكلي	
0.350	1.097	0.091	3	0.273	المربعات بين الفئات	تويتر
		0.083	733	60.784	المربعات الداخلية	
			736	61.057	المجموع الكلي	
0.760	0.390	0.010	3	0.029	المربعات بين الفئات	الدرجة الكلية
		0.025	733	18.234	المربعات الداخلية	
			736	18.263	المجموع الكلي	

*دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)

يتضح من خلال نتائج الجدول (9) انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب متغير المؤهل العلمي، إذ بلغ مستوى الدلالة المحسوبة أعلى من مستوى الدلالة المحدد بالفرضية، مما يدل على أنه لا يوجد اختلاف في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب المؤهل العلمي، ويعزي الباحث هذه النتيجة الى طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي يستخدمها كافة الافراد وانها ليست بحاجة الى مؤهل علمي الاستخدامها حيث ان الإعلانات الخاصة بدائرة الأراضي والمساحة تكون لجميع الفئات ويتم التعامل معها بكافة الجوانب فبتالي فان المؤهل العلمي لا يؤثر في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" وان كافة الافراد يستخدمون هذه الوسائل وبغض النظر عن المؤهل العلمي لديهم.

النتائج العامة

من خلال اجراء هذه الدراسة تبين ان أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كان عالي ويتفرع من النتيجة الرئيسية النتائج الفرعية الاتيه:

- اثر الفيسبوك على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كان عالي.
- أن اثر اليوتيوب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كانت كان متوسط.
- اثر الوتساب على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كان عالي.
- اثر التويتر على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن كان منخفض.
- تبين من خلال عرض النتائج ان اكثر تأثير لتحسين الخدمة كان للفيسبوك ومن ثم للوتساب ومن ثم لليوتيوب وفي المرحلة الأخيرة كان التويتر .
- لا يوجد فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب متغير الجنس.
- هناك فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب متغير الجنسية.
- لا يوجد فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في أثر وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن حسب متغير المؤهل العلمي.

التوصيات

وبناء على نتائج الدراسة خرج الباحث بمجموعه من التوصيات كان أهمها:

- ضرورة توزيع منشورات على متلقي الخدمة تشجعهم على متابعه صفحة التويتر الخاصة بإدارة الأراضي والمساحة
- زيادة سرعه الاستجابة على الاستفسارات متلقي الخدمة المرسله على الوتساب في دائرة الأراضي والمساحة
- العمل على زيادة الفيديوهات التي تساعد متلقي الخدمة في معرفه اجراء سير المعاملات في دائرة الأراضي والمساحة
- العمل على فك الجمود وتفعيل المسؤولية المجتمعية والمشاريع الوطنية عبر الفيسبوك
- ضرورة نشر فيديوهات تحتوي على بطاقات الخدمة ورسائل التوعية على اليوتيوب
- العمل على تفعيل الخط الساخن (الشكاوي) على الوتساب
- ضرورة اجراء المزيد من الدراسات والتي تتناول موضوع تأثير وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة وتتناول مجتمع دراسي اخر
- ضرورة اجراء المزيد من الدراسات والتي تتناول موضوع تأثير وسائل التواصل الاجتماعي السوشيال ميديا" على تحسين الخدمة المقدمة في دائرة الأراضي والمساحة وتتناول متغيرات أخرى لم تشمل عليها الدراسة الحاليه

المصادر والمراجع

المراجع العربية

- الاعرج، سعد فارس(2018) مواقع التواصل الاجتماعي والعولمة، الطبعة الأولى، مصر، مكتبة الانجلو المصرية.
- العلاونه، عبد المسحن(2012) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين في المشاركة في الحراك الجماهيري، مؤتمر الاعلام الجديد: التحديات النظرية والتطبيقية، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال: الرياض.
- قاسم، سامر و ديوب، جودت (2018) دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على مراحل الشراء دراسة ميدانية عملاء شركات الاتصالات الخليوية السورية ، مجلة جامعة تشرين لمبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد40(5)،327
- القرشي، ظاهر؛ ياسمين الكيلاني (2015) أثر وسائل التواصل الاجتماعي على عملية اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك في مدينة عمان. مجلة النجاح للأبحاث، (العلوم الإنسانية).29 (12) 2411-2442
- المدني، اسامه غازي (2015) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة جامعة السلطان قابوس، 3(12)،123-126
- مصطفى، سامر (2016) اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة لدى العملاء دراسة ميدانية على شركتي الاتصالات السورية في دمشق، مجلة جامعة البعث 83(52)،99-145.
- المنصور، محمد(2012) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور متلقي الخدمة"دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية"(رسالة ماجستير غير منشورة) الاكاديمية العربية بالدنمارك.
- النسور، حلا؛ اكسمري المناصرة؛ محمد الزيادات (2016) أثر التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء في الاردن. المجلة الاردنية في إدارة الاعمال، 12(3)،519-531.

- Reita,G(2012) **Social Network Anlysis: History Theyr and Methodology**,London:Sage Publications Ltd.ISBN.
- AL-Menayes,J.(2015).Motivations for Using Social Media: An Exploratory Factor Analysis.**International Journal of psychological Studies**.7(1),13-15
- Vansoon,M(2010) **Facebook and the invasion of technological communities**,New York.
- Iordache, D. D. Lamanaskas, V. (2013). "Exploring the Usage of Social Networking Websites: Perceptions and Public Opinions of Romanian University Students". **Informatics Economic**; 17 (4).12-14
- Schwarz, Elizabeth (2013). "Political Mobilization of Undergraduates through Online Social Networks". **Behavior and Social Networking** 2(4),14-16

الملاحق

استبانته

السادة متلقيّاه الخدمة..... المحترم/هـ

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحث بدراسة ميدانية عنوانها اثر وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين الخدمة المقدمة من دائرة الأراضي والمساحة في الأردن ، ومن اجل تحقيق اهداف الدراسة قام الباحث بإعداد استبانته معتمدة على ما جاء في الادبيات، والدراسات السابقة، لذا يُرجى التكرم بالإجابة عنها، علماً بأن البيانات هي لأغراض البحث العلمي، وستعامل بموضوعية وأمانة وسرية تامة لتخدم أغراض البحث العلمي.

شاكرًا لكم حُسن تعاونكم

الباحث

د. طلال الزين

أولاً: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر () انثى ()

الجنسية: اردني () غير اردني ()

المؤهل العلمي: ثانوية فاقل () دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا ()

تصنيف متلقي الخدمة: مواطن () قطاع عام () قطاع خاص () منظمات اخرى ()

ثانياً بيانات المتعلقة بالمعاملات

نوع المعاملة التي قمت بمراجعة الدائرة من اجلها: معاملة بيع () معاملة افراز ()

معاملة انتقال () معاملة كوشان ومخطط () معاملة تامين () معاملة حجز ()

استخراج كشف أملاك ()

ثانياً: فقرات أداة الدراسة، الرجاء وضع إشارة (✓) في المكان المناسب

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة	معارض
الفييس بوك						
1.	تتم الإجابة عن كافة استفساراتي على صفحة الفيسبوك بكل حرفيه.					
2.	تتعامل الصفحة بلباقة ومهنية مع متلقي الخدمة.					
3.	تتم الاستجابة على كافة استفساراتي بمهنية عالية.					
4.	أصبح الفييس بوك الوسيلة التي تختصر على الوقت لإتمام معاملاتتي.					
5.	هناك اهتمام واضح بالتفاعل على ما انشره على الموقع.					
6.	الآراء التي أقوم بنشرها تلقى تفاعلا مهما من المعنيين.					
7.	يقدم الموقع الرسمي المعلومات الخاصة بإجراءات العمل بكل دقه.					
8.	خفف وجود الموقع من التكاليف لاستخراج بعض الخدمات.					
9.	خفف وجود الموقع من الجهد الذي ابذله للحصول على معلومات.					
10.	تتمتع صفحة الفييس بوك التابعة لدائرة الأراضي بمصداقيه عالية.					
11.	هناك اهتمام واضح من قبل الصفحة في ابراز الصورة المشتركة.					
12.	يتم التعريف برؤية ورسالة دائرة الأراضي والمساحة من خلال صفحة الفييس بوك.					

					13. تنشر صفحة الفيس بوك بطاقات توضيح الخدمات التي تقدمها الدائرة بشكل تفصيلي.
					14. يتم اخذ ملاحظاتي واقتراحاتي التي أرسلها الى صفحة الدائرة بعين الاعتبار.
					15. اشعر انني أصبحت اعرف عن الدائرة اكثر من خلال متابعتي لصفحة الفيس بوك.
					16. اجد اهتماما واضحا بتعليقاتي من خلال صفحة الفيس بوك
					17. انا راضي تماما عن دور صفحة الفيسبوك في نشر الوعي بالخدمات التي تقدمها الدائرة
					18. تعد صفحة الفيس بوك الوسيلة الأفضل للتواصل مع متلقي الخدمة
					19. لاحظ تطورا ملحوظا في أداء القائمين على الصفحة من خلال صياغة الاخبار بمهنية عالية
اليوتيوب					
					20. الفيديوهات التعليمية لإجراءات المعاملات تساعد في فهم إجراءات العمل
					21. مقاطع الفيديو التي تقوم بها دائرة المساحة والأراضي تطلعتني على كافة المستجدات
					22. تنشر دائرة الأراضي والمساحة فيديوهات توضيحية لكيفية التعامل مع الخدمات الإلكترونية
					23. يعد اليوتيوب الوسيلة الأفضل لمعرفة الإجراءات
					24. الفيديوهات التي تنشرها دائرة الأراضي والمساحة مهمة بمساعدتي في حل مشاكلي

					25. تقوم دائرة الأراضي والمساحة بنشر فيديوهات تجيب على استفسارات عامة للمتلقي الخدمة بكل شفافية
الوتساب					
					26. تطبيق الوتساب الخاص بدائرة الأراضي والمساحة يهمني جدا
					27. اتواصل بفعالية مع موظفي دائرة الأراضي والمساحة من خلال الوتساب بما يخدم اعمالهم
					28. استخدام الوتساب ساعدني في تقديم الشكاوي
					29. استخدام الوتساب مكنني من تقديم الاقتراحات
					30. تطبيق الوتساب التابع لدائرة الأراضي والمساحة يقدم لمتلقي الخدمة رسائل توعويه
					31. يزودني الوتساب باستمرار بالمستجدات الهامة للعمل
					32. يتم التعامل مع الشكاوي التي ترد الى الوتساب بكل مهنية
					33. محاربة للأخبار الكاذبة بكل شفافية عن طريق الوتساب
					34. اتاحت لي الوسيلة بالتواصل مع الموظفين في دائرة الأراضي والمساحة
					35. تطبيق الوتساب لدائرة الأراضي والمساحة فعال لجميع أنواع المعاملات
تويتر					
					36. استفدت من التغريدات التوعوية للوسيلة
					37. وفرت لي الوسيلة الدقة بالحصول على اخر المستجدات
					38. الفيديوهات التوضيحية على الوسيلة خففت من التكاليف

					39. تعكس تغريدات دائرة الأراضي والمساحة حسا اجتماعيا بما يتعلق بكافة المناسبات الدينية والوطنية
					40. الوسيلة تعالج بنزاهة الاخبار الكاذبة