



مجلة بحوث الشرق الأوسط



مجلة علمية محكمة (مختصة) شهرية
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط

السنة الثامنة والأربعون - تأسست عام ١٩٧٤

العدد الثمانون (أكتوبر ٢٠٢٢)

الترقيم الدولي: (2536-9504)

الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)



لا يسمح إطلاقاً بترجمة هذه الدورية إلى أية لغة أخرى، أو إعادة إنتاج أو طبع أو نقل أو تخزين. أي جزء منها على أية أنظمة استرجاع بأي شكل أو وسيلة، سواء إلكترونية أو ميكانيكية أو مغناطيسية، أو غيرها من الوسائل، دون الحصول على موافقة خطية مسبقة من مركز بحوث الشرق الأوسط.

All rights reserved. This Periodical is protected by copyright. No part of it may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without written permission from The Middle East Research Center.

الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية محكمة
متخصصة

في تفتون الشرق الأوسط

مجلة معتمدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

www.mercj.journals.ekb.eg

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCI) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تباعاً على موقع دار المنظومة.



العدد الثمانون - أكتوبر ٢٠٢٢

تصدر شهرياً

السنة الثامنة والأربعون - تأسست عام ١٩٧٤

المطبعة
مطبعة جامعة عين شمس
Ain Shams University Press



مجلة بحوث الشرق الأوسط (مجلة مُعتمدة)
دورية علمية مُحكّمة (اثنا عشر عددًا سنويًا)
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

إشراف إداري
عبيد المنعم
أمين المركز

سكرتارية التحرير

ناهد مبارز رئيس وحدة النشر
راندانوار وحدة النشر
زينب أحمد وحدة النشر
رشا عاطف وحدة النشر
أمل حسن رئيس وحدة التخطيط والمتابعة
المحرر الفني
ياسر عبد العزيز رئيس وحدة الدعم الفني
إسلام أشرف وحدة الدعم الفني
تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة
وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية
أ.د. عاشور محمود د. تامر سعد الحيت
تصميم الغلاف أ.د. وائل القاضي

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور / غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشئون المجتمع وتنمية البيئة
ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير

الأستاذ الدكتور / أشرف مؤنس

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط
والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. محمد عبد الوهاب (جامعة عين شمس - مصر)
أ.د. حمدنا الله مصطفى (جامعة عين شمس - مصر)
أ.د. محمد عبد السلام (جامعة عين شمس - مصر)
أ.د. وجيه عبد الصادق عتيق (جامعة القاهرة - مصر)
أ.د. أحمد عبد العال سليم (جامعة حلوان - مصر)
أ.د. سلامة العطار (جامعة عين شمس - مصر)
لواء د. هشام الحلبي (أكاديمية ناصر العسكرية العليا - مصر)
د. محمد عبد الباسط العناني (جامعة عين شمس - مصر)
أ.د. محمد يوسف القريشي (جامعة تكريت - العراق)
أ.د. عامر جاد الله أبو جيلة (جامعة مؤتة - الأردن)
أ.د. نبيلة عبد الشكور حساني (جامعة الجزائر ٢ - الجزائر)

توجه الرسائل الخاصة بالمجلة إلى: أ.د. أشرف مؤنس، رئيس التحرير
البريد الإلكتروني لوحدتنا النشر: merc.pub@asu.edu.eg

• وسائل التواصل:

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566
تليفون: (+202) 24662703 فاكس: (+202) 24854139 (موقع المجلة موبايل/واتساب): (+2)01098805129
ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر



مجلة بحوث الشرق الأوسط

- رئيس التحرير أ.د. أشرف مؤنس

- الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فيضل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن المسلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- لواء/ محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادي
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهي عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

العدد الثمانون

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل-العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزييني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة-الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزييلي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والأثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد -العراق
- أ.د. مجدي فارح جامعة أم القرى -السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastem Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany

محتويات العدد ٨٠

الصفحة

عنوان البحث

• الدراسات التاريخية:

- ١- التغيرات المناخية وأثرها في بعض المشكلات السياسية الدولية «حوض بحيرة تشاد أنموذجاً»
أ.م.د. بشار محمد عويد
٤٤-٣

• الدراسات الجغرافية:

- ٢- العلاقة المكانية بين الحرم النبوي الشريف ومواقع سُكْنَى الزائرين «دراسة تحليلية في جغرافية السياحة»
د. هيفاء يحيى عبيد البلاع
٩٠-٤٧

• الدراسات الإعلامية:

- ٣- استراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة
الباحثة/ إسرائ عبد الرحمن جمعة
١٩٤-٩٣

تابع محتويات العدد ٨٠

• الدراسات القانونية:

- ٤- التنظيم التشريعي لتمويل الحملات الانتخابية «دراسة
مقارنة»
الباحث / ياسر دسوقي السيد بدوى المكاوى
١٩٧-٢٢٨
- ٥- فكرة عن التحكيم الإلكتروني والمحكمة الفضائية كأحد
هيئات المتخصصة
الباحث/ أحمد مصطفى حسن جيلاني
٢٢٩-٢٦٨
- ٦- مبدأ الأمن القانوني وعلاقته بفكرة الحقوق المكتسبة في
القانون الإداري المصري والفرنسي
الباحث/ حسام الدين عبدالحميد
٢٦٩-٢٩٦

• الدراسات الاجتماعية:

- ٧- التباعد الاجتماعي - الجسدي وانعكاساته على العلاقات
الاجتماعية فى زمن الكورونا «دراسة ميدانية على عينة من
طالبات، وإداريين، وأعضاء هيئة التدريس بكلية الدراسات
الإنسانية بنات تفهنا الأشراف - جامعة الأزهر»
د. حنان أمين إسماعيل يوسف
٢٩٩-٣٦٠

استراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية
للصحف المصرية
في ظل البيئة التنافسية الجديدة

**Strategies for managing the electronic
portals of Egyptian newspapers in the new
competitive environment**

الباحثة/ إسراء عبد الرحمن جمعة

باحثة دكتوراه بقسم الإعلام وعلوم الاتصال

كلية الآداب - جامعة عين شمس



www.mercj.journals.ekb.eg

الملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على إستراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، والمنهج التحليلي، وأداة المقارنة المنهجية، واستخدمت صحيفة الاستقصاء التي تم تطبيقها على عينة من القيادات الإدارية في (بوابة أخبار اليوم)، و(موقع اليوم السابع)، و(موقع الوفد) متمثلة في(رئيس مجلس الإدارة، ورئيس التحرير، والمستشارين، ونواب رؤساء التحرير، ومديري التحرير، ورؤساء الأقسام، ونوابهم، ومساعدتهم) والتي بلغت (١٠٥) مفردة، واستخدمت مدخل تحليل النظم، ونظريتي استراتيجية الإدارة والقدرة التنافسية بما يلائم موضوع الدراسة، وتوصلت إلى مدى امتلاك المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- خطة إستراتيجية لسير العمل بها لتوضيح الأهداف التي يسعى الموقع إلى تحقيقها، وإمكانية التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية التي قد تواجه الموقع، وكشفت النتائج اشتداد حدة المنافسة بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، من خلال التميز في تقديم الخدمات، وتحديد نقاط القوة والضعف للمنافسين، والاستفادة من تجارب المؤسسات والمواقع الأخرى المنافسة، وأشارت النتائج إلى أن أبرز السلبيات التي تواجه المواقع الإلكترونية ضعف الإمكانيات المادية والفنية والتكنولوجية، وكثرة أعباء العمل المكلف للعاملين، وعدم إتاحة الفرصة للقدرة على الإبداع، كما أن المقترحات اللازمة لتطوير هذه المواقع لتحقيق المنافسة تتمثل في زيادة كفاءة التجهيزات الفنية، ووضع معايير خاصة للنشر الإلكتروني، وتوصلت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- الخبرة- المركز الوظيفي - المؤهل الدراسي) وذلك على مقياس رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة.

الكلمات المفتاحية: المواقع الإلكترونية الإخبارية - التخطيط الإستراتيجي - الصحافة الإلكترونية - البيئة التنافسية.



Abstract

The study aims to identify the strategies of managing the electronic portals of Egyptian newspapers in the new competitive environment, and adopted the method of media survey, analytical method, and methodological comparison tool, and used the survey newspaper, which was applied to a sample of the administrative leaders in (akhabar el-youm gate), (youm -7 site), and (el-wafed site), and (The delegation's location is represented by (Chairman, Editor-in-Chief, Advisors, Deputy Editors, Editors, Department Heads, Deputy, And Assistants) which amounted to (105) individual, and used the input of systems analysis, and the theory of management strategy and competitiveness In order to suit the subject of the study, and reached the extent to which the websites have a strategic plan for the study to clarify the objectives that the site seeks to achieve and predict the future variables that may face the site, and revealed the intensified competition between the websites sample study, through excellence in the provision of services, identifying the strengths and weaknesses of competitors, and benefiting from the experiences of institutions and other competing sites, the results indicated that the most prominent disadvantages facing the websites are the weakness of the physical, technical and technological capabilities, and the heavy workload of the workers, and the lack of The proposals for the development of these sites to achieve competition are to increase the efficiency of technical equipment and establish special standards for electronic publishing, and the results have found no statistically significant differences between the researchers according to the demographic variables (type-age-experience- job center - qualified study) on the scale of the vision of staff and officials of the websites of press organizations to the features of the effects of the electronic press on the print press.

Keywords: News websites - strategic planning - electronic journalism - competitive environment.

مقدمة:

حرصت معظم المؤسسات الصحفية في مصر على إنشاء مواقع لها على الإنترنت، كان موقع الجمهورية الذي أطلقته مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر عام ١٩٩٧ أول موقع لصحيفة مصرية على الشبكة، ثم توالى المواقع الصحفية المصرية على الإنترنت، بالإضافة إلى ظهور العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية التي ليس لها نظير ورقي، بداية بموقع المراسل، ثم تلاه العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية (هبة رجب، ص ٦٠).^(١)

ونتيجة للتحديات التي تواجه المواقع الإلكترونية من عدم وجود إدارة إستراتيجية تهتم بتقسيم العمل الصحفي بداخلها، والمشكلات الاقتصادية التي تواجه عاملها من ضرورة توافر تقنيات وأساليب تساعدهم على سير العمل، وملاحقة التطورات التكنولوجية الصارخة في السوق الإعلامي، ولكي تتمكن المواقع الإلكترونية المصرية من تحقيق البقاء والتميز والنمو في السوق الإعلامي والصحفي المحلي والعالمى، فلا بد أن تشغل كل الموارد المتاحة لديها لكي تحقق الهدف المنشود، والاطلاع على أحوال البيئة الخارجية والداخلية المحيطة بها، ولكي تحدد الفرص المتاحة من ناحية، وتتجنب المخاطر الموجودة من ناحية أخرى، والعمل على إيجاد آليات التخطيط الإستراتيجي، وبناء إستراتيجية تنافسية مناسبة لتحقيق أحسن أداء، وتمكينها من الاستمرارية واكتساب المزايا التنافسية من خلال تحديد نقاط القوة والضعف في الأسواق، والعمل على الاستفادة منها لتحقيق المنافسة والتفوق على المنافسين وزيادة الإنتاجية والأرباح.

وعلى الرغم من ذلك فإن المكتبة العربية ينقصها المزيد من الدراسات عن أهم الإستراتيجيات الإدارية والتنظيمية للمواقع الإلكترونية المصرية وما يلاحقها من تطورات تتعلق ببيئتها التنافسية الداخلية والخارجية؛ لذا تهتم الدراسة برصد أهمية التخطيط الإستراتيجي في الجوانب الإدارية والتنظيمية للمواقع الإلكترونية المصرية



كافة، بما يحقق لها المنافسة المحلية والعالمية من خلال التكيف مع بيئتها الداخلية والخارجية للوقوف على نقاط الضعف لمعالجتها، ونقاط القوة لتعزيزها، مما يؤدي لنجاحها، وتحقيق الأهداف، وعدم إهدار الموارد المالية لها، ومن خلال صحيفة الاستقصاء التي تم تطبيقها على عينة من القيادات الإدارية في (بوابة أخبار اليوم)، و(موقع اليوم السابع)، و(موقع الوفد)، توصلت الدراسة إلى مدى امتلاك المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- خطة إستراتيجية لسير العمل بها، كما كشفت النتائج اشتداد حدة المنافسة بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، من خلال التميز في تقديم الخدمات، وتحديد نقاط القوة والضعف للمنافسين، والاستفادة من تجارب المؤسسات والمواقع الأخرى المنافسة.

أولاً: مشكلة الدراسة

وتبرز مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على نمط الإستراتيجيات المتبعة في كيفية إدارة المواقع الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة لها، حتى يتسنى لها تحقيق الميزة التنافسية على مستوى (اتباع التخطيط الإستراتيجي الجيد لسير العمل، وتحسين جودة المنتج والخدمة، واحتكار السوق الصحفية، والتغيير والتطوير، والمنافسة المحلية والعالمية، وكسب ثقة الجمهور، والسيطرة على المنافسين).

ثانياً: أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية العلمية:

- تسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة الجامعية وتزويد الدارسين في حقل الإعلام بما تتضمنه من معطيات نظرية وواقعية عن الإستراتيجيات الإدارية للمواقع الإلكترونية، واكتشاف نقاط الضعف والقوة التي يمكن تناولها بالبحث والدراسة؛ لذا فإن هذه الدراسة تشكل إطاراً مرجعياً لأي دراسة لاحقة.

- تستمد الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها في مدى الاهتمام بدراسة أبعاد التخطيط الإستراتيجي والإستراتيجيات الإدارية للمواقع الإلكترونية المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة لها؛ وبالتالي ستعمل هذه الدراسة على فتح الآفاق والمجال للعديد من الدراسات للتنويه بالحجم الحقيقي لمدى الاهتمام بزاوية تطبيق التخطيط الإستراتيجي في كل منها، وواقع ومستقبل البيئة التنافسية لها، والأثر الحقيقي والفعلي من جراء هذا التطبيق.
- قلة الدراسات والبحوث في مجال التخطيط الإستراتيجي للمواقع الإلكترونية المصرية ونمط المنافسة الواقعية الحالية والمستقبلية لها، سواء من الناحية الإعلامية أو التجارية من قبل المدرستين العربية والأجنبية.

ثانيًا: الأهمية العملية:

- ترجع أهميتها إلى محاولة تقديم رؤية تحليلية وتفسيرية لواقع البيئة التنافسية للمواقع الإلكترونية المصرية، كمحاولة للنهوض بها وتطويرها للوقوف على نقاط القوة والضعف، ووضع الحلول لها.
- تستكشف الدراسة إستراتيجيات وآليات متطورة للمواقع الإلكترونية المصرية التي باتت لا غنى عنها في تطوير المنتج أو الخدمة الصحفية المقدمة، واتباع أفضل الإستراتيجيات الملائمة لأسلوب العمل، أو التكنولوجيا المستخدمة والإبداع في خلق فائدة جديدة للقراء.



ثالثاً: أهداف الدراسة

تستهدف الدراسة تحقيق هدف رئيسي وهو (التعرف على إستراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة).

ويتفرع من الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية التي تتمثل فيما يلي:

- التعرف على سنوات خبرة المبحوثين في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة.
- التعرف على أهم مكونات الهيكل الإداري للمواقع الإلكترونية عينة الدراسة.
- التعرف على أهم اختصاصات القائمين على إدارة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة.
- التعرف على مدى وجود خطة إستراتيجية تدير عليها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة.
- التعرف على أهم عناصر الخطة الإستراتيجية الملائمة لطبيعة الواقع الإداري للمواقع الإلكترونية عينة الدراسة.
- التعرف على القائمين - أو المعنيين - على وضع الخطة الإستراتيجية للمواقع الإلكترونية عينة الدراسة.
- التعرف على مدى مواجهة المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- منافسة مع غيرها من المواقع الأخرى، وطبيعة هذه المنافسة.
- التعرف على أهم المعايير التي تدير عليها المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- لتحقيق التفوق على منافسيها من المواقع الأخرى.
- التعرف على أهم التقنيات التي تتفرد بها المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- عن غيرها من المواقع الأخرى.
- التعرف على أهم المميزات التي تتمتع بها المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- عن غيرها من المواقع الأخرى.
- التعرف على مدى وجود شراكات بين المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة-

- وكالات الأنباء المحلية والعالمية.
- التعرف على مدى حرص المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- على تدريب العاملين بشكل دوري ومستمر، ونوع هذه التدريبات.
- التعرف على أسباب عدم تنظيم القائمين على إدارة المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- دورات تدريبية للعاملين بها.
- التعرف على أبرز السلبيات التي تواجه المواقع الإلكترونية عينة الدراسة.
- التعرف على أهم المقترحات اللازمة لتطوير المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- لتحقيق المنافسة على غيرها من المواقع.
- التعرف على تأثير انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة في ضوء المنافسة القائمة بين وسائل الإعلام المطبوعة والرقمية.

رابعًا: تساؤلات الدراسة وفروضها

أ- التساؤلات

تسعى الدراسة للإجابة على تساؤل رئيسي واحد هو (ما أهم الإستراتيجيات المتبعة لإدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة)؟

ويتفرع من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية وتتمثل فيما يلي:

- ما هي سنوات خبرة المبحوثين في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟
- ما أهم مكونات الهيكل الإداري للمواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟
- ما أهم اختصاصات القائمين على إدارة المواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟
- هل تمتلك المواقع الإلكترونية عينة الدراسة خطة إستراتيجية تدير عليها؟
- ما أهم عناصر الخطة الإستراتيجية الملائمة لطبيعة الواقع الإداري للمواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟



- من المعنيّ بوضع الخطة الإستراتيجية للمواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟
- هل تواجه المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- منافسة مع غيرها من المواقع الأخرى؟ وما طبيعة هذه المنافسة؟
- ما أهم المعايير التي تسير عليها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة لتحقيق التفوق على منافسيها من المواقع الأخرى؟
- ما أهم التقنيات التي تتفرد بها المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- عن غيرها من المواقع الأخرى؟
- ما أهم المميزات التي تتمتع بها المواقع الإلكترونية عينة الدراسة عن غيرها من المواقع الأخرى؟
- هل توجد شراكات بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة ووكالات الأنباء المحلية والعالمية؟
- هل تحرص المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- على تدريب العاملين بشكل دوري ومستمر؟ وما نوع هذه التدريبات؟
- ما أسباب عدم تنظيم القائمين على إدارة المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- دورات تدريبية للعاملين بها؟
- ما أبرز السلبيات التي تواجه المواقع الإلكترونية عينة الدراسة؟
- ما أهم المقترحات اللازمة لتطوير المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- لتحقيق المنافسة على غيرها من المواقع؟
- ما تأثير انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة في ضوء المنافسة القائمة بين وسائل الإعلام المطبوعة والرقمية؟

ب-الفروض

- تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للصحف المصرية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف

المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن - الخبرة - المركز الوظيفي - المؤهل الدراسي).

خامسًا: الدراسات السابقة

المحور الأول: الدراسات الإعلامية التي تناولت الأبعاد الإدارية والتنظيمية والاقتصادية للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

دراسة خلود صالح (٢٠٢١)^(٢): حول المعايير التقنية لتقييم المواقع الإلكترونية الإخبارية العراقية من حيث توظيف مساحاتها لأهداف (الإبحار، المحتوى، الإعلان، العرض الخاص، الحيوية، البحث، عناصر الإبراز، المساحات الفارغة)، وتقييم الوصول إلى المعلومات، وصورة التعامل بين الموقع والمستخدم من خلال توفير حاجات ورغبات المستخدم التي تتحقق من خلال توفير العناصر البنائية التالية (الوسائط المتعددة، التفاعلية، الحصول على المعلومات، الخدمات، التنظيم)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على أداة تحليل المضمون، وأداة الملاحظة، وتمثلت عينة الدراسة في "شبكة شكو نيوز، الفرات نيوز، السومرية نيوز، شفق نيوز، المسلة، راديو دجلة، شبكة أخبار الناصرية، وكالة أنباء براتنا، موسوعة العراق، قناة الغدير الفضائية"، وتوصلت الدراسة إلى أنه من خلال التعمق بالبناء التقني للموقع من حيث الشكل والأدوات، تبين أن مواقع العينة تعاني قصورًا شديدًا في هذا المجال، كما تحتوي صفحاتها على عدد لا يستهان به من الأخطاء، وهي غير مبرمجة لتلائم كافة المتصفحات بحيث يتمكن أي مستخدم من تصفحها، وقد اعتمدت الباحثة على خبرتها في الأمور البرمجية، وعلى عدد من برامج الحاسوب الخاصة ببناء المواقع، وعلى عدد من الأدوات البرمجية في ذلك، أما فيما يتعلق بالعناصر الواجب توفرها لخدمة المتصفح إعلاميًا، أي العناصر التي تعمل على نقل المادة الإعلامية وصناعة العملية الاتصالية التفاعلية، تبين أن المواقع توفر هذه العناصر بشكل لا بأس به مع تفاوت فيما بينها.



دراسة هبة رجب (٢٠١٦)^(٣): حول رصد خصائص القوائم بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية على شبكة الإنترنت، وتحليل العلاقة بين خصائص القوائم بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية وبين سمات المواقع الإخبارية المصرية، والتعرف على الهياكل الإدارية واقتصاديات المؤسسات العاملة في مجال إطلاق المواقع الإخبارية المصرية على شبكة الإنترنت، وتحليل مدى استفادة المواقع الإخبارية المصرية من البيئة الاتصالية للإنترنت بتوفير خدمات تفاعلية، واعتمدت الدراسة على "منهج المسح الإعلامي"، واستخدمت "مدخل تحليل النظم"، واعتمدت على أداة "تحليل المضمون، والاستقصاء، والمقابلة المتعمقة" باعتبارها أداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية على "موقع اليوم السابع، موقع الوطن، موقع المصري اليوم، بوابة الأهرام، بوابة الأخبار، بوابة الجمهورية، موقع محيط، موقع مصراوي، موقع البلد"، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في "الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية المصرية، وأيضاً رؤساء تحرير هذه المواقع"، وتوصلت الدراسة إلى تفوق المواقع المملوكة لصحف خاصة في خصائص الإدارة التحريرية والصحفية والمالية مما ينعكس على خصائص المنتج الصحفي (الموقع الإخباري)، وتفوق المواقع الإخبارية المملوكة لمؤسسات صحف خاصة على مواقع الصحف القومية ومواقع شركات تكنولوجيا المعلومات في الاستفادة من البيئة الاتصالية للإنترنت، وهو تفوق يرجع إلى تفوقها في سمات الإدارة الصحفية، وإدارة التحرير بسعيها إلى تحقيق التكامل بين الإصدارين الورقي والرقمي.

دراسة مروة عجيزة (٢٠١٤)^(٤): حول الكشف عن الموارد الحالية والمتوقعة للمواقع الإخبارية العربية عينة الدراسة، والتعرف على إمكانات تطوير الموقع وتزويده بالتكنولوجيا الحديثة في المواقع الإخبارية العربية عينة الدراسة، والتعرف على الضغوط والمعوقات الاقتصادية التي تواجهها المواقع الإخبارية عينة الدراسة، وتحليل وتفسير أبرز جوانب التشابه بين اقتصاديات المواقع الإخبارية المصرية والمواقع

الإماراتية وعلاقة ذلك بالنظام الاقتصادي لكل مجتمع، واستخدمت الدراسة منهج المسح، كما اعتمدت على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في (٢٠٠) مفردة من القيادات الإدارية المسئولة عن الجوانب الاقتصادية والمالية والفنية في المواقع المصرية مثل موقع "محيط، مصراوي، أخبارك نت، البوابة نيوز، مباشر الاقتصادي، الموجز، اليوم السابع، المصريون"، والمواقع الإماراتية مثل موقع "الإماراتية للأخبار العاجلة، مركز الإمارات للأخبار، هنا الإمارات، موقع ٢٤، Uae Interact، Dubai Chronicle"، وتوصلت الدراسة إلى أن ثمة اتفاقاً بين المواقع الإخبارية الإماراتية والمصرية في النفقات الأساسية للموقع الإخباري، كما أن هناك اختلافاً بين المواقع المصرية والإماراتية في الخدمات المدفوعة، ففي حين تصدرت الخدمات الإعلانية قائمة الخدمات المدفوعة في المواقع المصرية فقد تصدرت خدمات أرشيف الصور والفيديو قائمة الخدمات المدفوعة في المواقع الإماراتية، وأوضحت النتائج أن أكثر ما يواجه اقتصاديات المواقع الإخبارية سواء المصرية أو الإماراتية هو كثرة المنافسة التي يتعرضون لها، سواء من المواقع الإخبارية الأخرى أو من شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت على نطاق واسع في مختلف الدول والمجتمعات التي تقوم بمشاركة كثير من الأخبار والمقالات والمواد التي تنشرها المواقع الإلكترونية كي يتابعها الجمهور في صفحات التواصل الاجتماعي التي تقوم هي الأخرى بنشر إعلانات، وبالتالي تعد مهدداً كبيراً للمواقع الإخبارية.

دراسة أمنية مصطفى (٢٠١٠)^(٥): حول التعرف على اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية محل الدراسة، ومصادر أرباحها، والخدمات المجانية والمدفوعة التي تقدمها لقراءها، والتعرف على أهم الملامح والصفات التي تميز اقتصاد هذه المواقع محل الدراسة، واستخدمت الدراسة منهج (المسح الإعلامي، والمنهج المقارن)، واعتمدت على أداة (الاستقصاء، والمقابلة المتعمقة) باعتبارها أداة لجمع البيانات، واستخدمت الدراسة نظرية (تحليل النظم، والتحول



الإعلامي)، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية على موقع (محيط، اليوم السابع، المصريون، إسلام أون لاين)، وشملت عينة الدراسة الميدانية (المسؤولين عن الجوانب الاقتصادية والإدارية، ومسئولي التحرير، والصحفيين بالمواقع الإلكترونية)، وتوصلت الدراسة إلى وجود تنوع للمواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- في المواد، والخدمات التي تقدمها، وتتنوع اتجاهات هذه المواقع، وسياستها التحريرية، وأوجه معالجتها للأحداث المختلفة، وأشارت إلى اختلاف الأدوات التفاعلية المتاحة من موقع لآخر تبعاً لاختلاف إمكانات وموارد الموقع، بينما تتفق جميع المواقع عينة الدراسة في استخدام تقنية النص الفائق، وبينت النتائج تشابه المواقع عينة الدراسة في الطريقة التي يتم تيسير العمل بها من خلال (الاجتماعات)، وهناك مواقع أضافت بعض أدوات التواصل بين طاقم العمل مثل "موقع محيط"، واهتمت جميع المواقع عينة الدراسة بالإعلان، الذي يعد أحد أهم المصادر لتحقيق أرباح للموقع، كما اعتمدت معظم المواقع التي شملتها العينة على متعاونين من الخارج للعمل بالموقع.

دراسة Paula M.c., Kornelia va der Beek, C.Krueger Swatman

(2004)^(٦): حول نماذج العمل الجديدة، والمنبثقة للمواقع الإخبارية الإلكترونية بعشر دول أوروبية عام ٢٠٠٣م، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث تهتم بوصف الوضع الحالي للمواقع الإخبارية الإلكترونية لهذه الدول، واعتمدت هذه الدراسة على مسح للمواقع الإخبارية الإلكترونية في عشر دول أوروبية، بالإضافة إلى إجراء تحليلات متعمقة من خلال المقابلات المباشرة مع العاملين في الشركات التي تعمل في مجال النشر الإلكتروني، وتمثلت عينة الدراسة من الشركات التي تعمل في مجال النشر الإلكتروني خلال فترة الدراسة، وتم الحصول على ١٥٠ من المستجيبين، وتوصلت الدراسة إلى تزايد عدد المواقع الإخبارية الإلكترونية الأوروبية في الفترة الأخيرة، وذلك على الرغم من ضعف الإيرادات

التي تحققها هذه المواقع، كما يرى ٨٠% من ناشري المواقع الإخبارية الإلكترونية أن المواقع التي يقومون بنشرها تعد هامة للترويج لإصداراتهم الورقية، بالإضافة إلى أن الإصدارات الإلكترونية تدعم وتقوي النسخة الورقية، وبالتالي لا يركزون على القيمة التجارية لهذه المواقع، وأكدت نتائج الدراسة أن الإستراتيجية الخاصة بجذب الأرباح من خلال الإعلانات لم تثبت نجاحها حتى الآن.

دراسة **Frederick Schiff (2003)**^(٧): حول التعرف على النماذج الاقتصادية التي تتبعها المواقع الإخبارية، من خلال تطبيق استمارة الاستبيان لمعرفة آراء الخبراء بالإضافة إلى تحليل ثان لما يقرب من (٣٠٠) دراسة عن النماذج الاقتصادية في المواقع الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى وجود ٨ نماذج اقتصادية تتبعها المواقع الإخبارية، أبرزها النموذج التفاعلي، فهو أكثر النماذج الاقتصادية نجاحًا في المواقع الإخبارية، وأوضحت الدراسة أن عائد الإعلانات لم يكن - وربما لن يكون - مصدر العائد الأول للمواقع الإخبارية، أما عدد الزوار فهو أحد مؤشرات نجاح الموقع؛ لكنه غير كافٍ، ولهذا فإن دفع المستخدم مقابل الحصول على المحتوى يتزايد أهميته خاصة في المواقع التي تقدم محتوى متميزا ومنفردا، خاصة إن كان اقتصاديًا، ويعد إرسال المحتوى الرقمي هو أول منتج لجلب الإعلانات، لكن عائد مقدمي الخدمة ربما يعتمد على خدمة وسيطة ومختلطة الطبقات، وتشير النتائج إلى أن أهم الإستراتيجيات التي تتبعها المواقع الإعلامية لتحقيق ربح هي إستراتيجية تقديم خدمات تفاعلية، منها (الحصول على المعلومات والأخبار حسب طلب المستخدم، متابعة الأخبار المثيرة، حفظ واسترجاع المعلومات).



المحور الثاني: الدراسات الإعلامية التي تناولت حدة المنافسة بين المواقع الإخبارية الإلكترونية والصحافة التقليدية.

دراسة **John Dimmick & Yan Chen and Zhan Li (2020)**^(٨): حول

تقييم أفضل استخدامات الأخبار عبر الإنترنت مقارنة باستخدام الأخبار عبر وسائل الإعلام التقليدية، في ضوء النظرية المتخصصة ونظرية الاستخدامات والإشباع، فإن الوسيلة الجديدة تنجو وتتنافس وتردهر من خلال توفير المنفعة أو الإشباع للمستهلكين، وقد يكون لذلك تأثير على وسائل الإعلام القائمة من خلال توفير حلول جديدة للاحتياجات القديمة، أو للاحتياجات المعاصرة، وتم جمع البيانات من خلال دراسة استقصائية هاتفية مع (٢١١) مستجيباً في كولومبوس، وأوهايو (مقاطعة فرانكلين)، وتشير النتائج بوضوح إلى أن الإنترنت له تأثير على التدفق التنافسي على وسائل الإعلام التقليدية في مجال الأخبار اليومية مع حدوث أكبر حالات التدفق للتلفزيون والصحف، وتبين النتائج أيضاً أن هناك درجة عالية من التداخل أو التشابه بين منافذ الإنترنت ووسائل الإعلام التقليدية بشأن بُعد الفرص الإخبارية، كما تشير النتائج إلى أن الإنترنت لديه أوسع مكانة على بعد فرص الإشباع، مما يوفر للمستخدمين رضا عن احتياجات أكثر من أي من وسائل الإعلام التقليدية في هذا البعد.

دراسة **عبد المالك الدناني (٢٠١٦)**^(٩): حول معرفة مدى مقروئية الصحف الورقية

اليومية، في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، ومجالات القضايا والمواضيع التي تهتم بها، وذلك طريق دراسة لعينة من القراء اليمنيين، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، كما اعتمدت على أداة الاستبيان بوصفها أداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في استخدام عينة عمدية من المثقفين اليمنيين العاملين في الجامعات اليمنية (صنعاء، وعدن، وتعز) بلغت ٣٠٠ مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى موافقة ٣٢% من المبحوثين على أن الصحافة الإلكترونية تشكل

تهديدًا حقيقيًا لاستمرارية الصحف الورقية اليومية، فيما يرى ٢٤% بأنها تشكل تهديدًا حقيقيًا إلى حد ما، ورفض ٤٤% من المبحوثين فكرة أن تكون الصحافة الإلكترونية تشكل تهديدًا حقيقيًا لاستمرارية صدور الصحف الورقية في الوقت الراهن، ويمكن أن يعود ذلك إلى التحديات التي تواجه متصفح مواقع الصحافة الإلكترونية، كما يرى ٣٩% من المبحوثين أن مواقع الصحافة الإلكترونية قلصت من دور الرقيب الحكومي على الصحف الورقية اليومية، فيما يرى ٢٧% من المبحوثين بأنها قلصت دور الرقيب الحكومي أحيانًا، ورفض ٣٤% من المبحوثين أن تكون الصحافة الإلكترونية قلصت من دور الرقيب الحكومي على الصحف الورقية، والدليل على ذلك أنه حتى المواقع الإلكترونية تتعرض لتوقيف الخدمة والاختراق المتعمد من مزودي الخدمة في الجهات الحكومية.

دراسة هبة الله عوض (٢٠١٦)^(١٠): حول رصد وتوصيف وتحليل مستقبل الوظيفة الإخبارية في الصحيفة المطبوعة في ظل منافسة الإنترنت كعينة من الوسائل الإلكترونية وذلك في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠٢٥، واعتمدت الدراسة على منهج (المسح الإعلامي، والمقارن)، واستخدمت الدراسة أسلوب (ديلفي، وكتابة السيناريوهات، وتحليل المضمون الكيفي) كونها أداة لجمع البيانات، واستخدمت الدراسة نظرية (حارس البوابة الإعلامية، ثقافة غرف الأخبار، تطور وسائل الإعلام)، وتمثلت عينة الدراسة من الخبراء والمتمثلين في نخبة من الخبراء الأكاديميين والممارسين، وقوامها (٢٢) خبيرًا، بالإضافة إلى اختيار عينة من المواد الإخبارية المنشورة في مجموعة من الصحف المصرية القومية والخاصة وقوامها (٦٠) مادة إخبارية، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة المطبوعة تواجه العديد من التحديات في الفترة الراهنة سواء أكانت تحديات مرتبطة بالعوامل المجتمعية المحيطة السياسية منها والاقتصادية والاجتماعية، أم لعوامل المرتبطة ببيئة العمل الإعلامي من حيث الصعوبات التي تواجه صناعة الصحافة



المطبوعة، بالإضافة إلى خطر المنافسة وظهور وسائل إلكترونية جديدة تهدد كيان الصحافة المطبوعة وتحاول أن تنتزع أدوارها، واتفق الخبراء على عدم إمكانية اختفاء الصحف المطبوعة في ظل منافسة الوسائل الإلكترونية الأخرى التقليدية والحديثة، واتفق الخبراء أيضا على أنه لا يزال لدى القائمين على الصحف المطبوعة في مصر تخطيط في استيعاب مفهوم الوظيفة الإخبارية الجديد الذي يقع على عاتق إصداراتهم المطبوعة.

دراسة **Yang, Mengchieh and Chyi, Hsiang (2010)**^(١١): حول التعرف

على الأداء الاقتصادي للصحف الإلكترونية، وتحديد العلاقات التنافسية بينها وبين نسختها المطبوعة، ومدى تأثير ذلك على قدرة الصحف الإلكترونية في تطوير محتواها وإستراتيجياتها التسويقية، من خلال دراسة مسحية على عينة من متصفح المواقع الإخبارية في الولايات المتحدة الأمريكية لرصد وتوصيف طبيعة هذه العلاقة التنافسية بين الصحف المطبوعة ومواقعها الإلكترونية وبين غيرها من المصادر الإخبارية المتاحة على شبكة الإنترنت بين المستخدمين، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة تنافسية بين الصحف المطبوعة ومواقعها الإلكترونية في السوق المحلي، حيث أظهرت النتائج أن أساليب تسويق المحتوى الإخباري التي تطبقها الصحف والمواقع الإلكترونية، وحرص هذه الصحف والمواقع على مشاركة المستخدمين في عملية إنتاج المحتوى، وتحديد أولويات التغطية، قد أسهم بشكل كبير في زيادة إقبال المستخدمين على مواقع الصحف مقارنة بنسخها المطبوعة، كما توصلت النتائج إلى أن البوابات الإخبارية أصبحت - بما تتمتع به من إمكانات متعددة ومتنوعة، وخدمات ثرية- تسيطر على سوق النشر المحلي في الولايات المتحدة الأمريكية.

دراسة **Marcie Mstodard (2009)**^(١٢): حول معرفة تأثير التغيرات التي

أحدثتها الصحافة الإلكترونية ووسائل الاتصال الجديدة في الصحافة التقليدية،

وسبل مواجهة هذه المنافسة، وتوصلت الدراسة إلى أن عددًا من الحلول تستفيد منها الصحافة المطبوعة لكي تطور وتجدد من مضمونها وشكلها حتى تستطيع مواكبة التغييرات السريعة، ومواجهة المنافسة مع الوسائل الإعلامية الأخرى، وتمثلت في ضرورة تغيير المفاهيم التقليدية في آليات الصحافة المطبوعة، والاهتمام بنشر الأخبار المحلية في ظل عدم قدرتها على منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في نشر الأخبار القومية والدولية، وإعادة النظر في سياستها التوزيعية والتحريرية بناء على المتطلبات الجديدة ودراسة الواقع الاتصالي، والاهتمام بالصفحات الأولى وتبويبها، وإعادة النظر في مضمونها الصحفي، ومحاولة التجديد والإبداع في الكتابة والبحث عن أفكار جديدة تجذب اهتمام القراء، وأيضًا تلافي مشكلات توزيع الصحيفة المطبوعة.

دراسة **Fred Fletcher (2007)**^(١٣): حول تحليل القدرات التنافسية والأداء الاقتصادي لكل من الصحف والمواقع الإلكترونية في مقابل الصحافة التقليدية المطبوعة، من خلال تحليل ودراسة هذه المؤشرات في عدد من الصحف الكندية والأسترالية، والأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من النمو المتصاعد للصحف والمواقع الإلكترونية، فإن تحليل الأوضاع والقدرات الاقتصادية والسوقية، يكشف بما لا يدع مجالًا للشك أن مؤسسات الصحافة التقليدية المطبوعة ما زالت تتمتع برسوخ وقدرات اقتصادية عالية تمكنها من المنافسة والاستمرار، وأن الأداء الاقتصادي للصحف والمواقع الإلكترونية ما زال دون المستوى، ولم يصل بعد إلى الحد الذي يمكن معه وصف هذا الأداء بأنه أداء تنافسي مع صناعة الصحافة المطبوعة ومع التلفزيون، وحتى بالمقارنة مع الأداء الاقتصادي لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد أكدت الدراسة أن جمهور وسائل الإعلام في الدول عينة الدراسة، قد أكدوا من خلال الدراسات الميدانية التي أجريت عليهم أنهم يميلون إلى استخدام النمطين السائدين من وسائل الإعلام التقليدية والمستحدثة بشكل



تكاملية، وأنهم مازالوا حريصين على استخدام وسائل الإعلام التقليدية؛ لأنها تمارس وظائف وأدوارًا مهمة في المجتمع، وأكدت الدراسة أنه بالرغم من ذلك فإن نمط وسائل الإعلام التي تتبنى نموذج إعلام الخدمة العامة، بالرغم من مواجهتها ظروفًا اقتصادية وتنافسية معقدة، فإنها لا تزال تمارس دورًا مهمًا في المجتمع.

التعليق على الدراسات السابقة:

- لاحظت الباحثة اتفاق الدراسات العربية مع الدراسات الأجنبية التي ركزت على إستراتيجيات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية ومدى مصداقيتها لدى قرائها، وإتاحة خدمات مستقبلية أكثر تفاعلية لعملية التطوير، والتعرف على أنماط سير العمل داخل بيئة هذه المواقع من قبل القائمين عليها، وإبراز نماذج للعمل في هذه المواقع، ووصف الوضع الحالي لها وما ستكون عليه مستقبلاً، والتعرف على أهم الصعوبات والتحديات التي تواجهها، واستحداث إستراتيجيات وآليات جديدة ومتطورة للتغلب عليها وتحقيق الأرباح، كذلك المنافسة القوية التي تواجهها المواقع الإخبارية الإلكترونية في ظل السيطرة على السوق.
- ركزت الدراسات العربية على تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية على الصحافة التقليدية المطبوعة وتحرير الفنون الصحفية والطباعة والإخراج وغيرها، بينما اتجهت الدراسات الأجنبية لجانب آخر وهو التركيز على معدل المنافسة بين وسائل الإعلام الحديثة والصحافة التقليدية.
- استخدمت الغالبية العظمى من الدراسات السابقة منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وكذلك المنهج المقارن، كما اعتمدت على أداة الاستقصاء والمقابلة وتحليل المضمون واستمارة دلفي.
- توصلت الدراسات العربية إلى تفوق المواقع الإلكترونية المملوكة لصحف خاصة على المواقع المملوكة لصحف قومية؛ ويرجع ذلك لأخذها بسبل الإدارة الصحفية الحديثة والاستفادة من البيئة الاتصالية الجديدة، بينما توصلت الدراسات الأجنبية

إلى أن الشراكة بين المواقع الإلكترونية والشركات والمؤسسات الخدمية يعمل على زيادة الأرباح وتحقيقها بنسبة عالية، كما ساعد الإنترنت العاملين في المواقع الإلكترونية على تقديم تحديثات الأخبار بصورة مستمرة وبشكل أكثر كفاءة.

سادسًا: الإطار النظري للدراسة.

- أولاً: مدخل تحليل النظم System Analysis Approach:

يرى Dennis Mc Quail أن المؤسسات الإعلامية بما تنتجه من مضامين ثقافية وفكرية تعد نظامًا مفتوحة على المجتمع المحيط بها، يؤثر فيها وتؤثر فيه، ويشير (ماكويل Maciual) إلى أنه منذ بداية عقد التسعينيات من القرن العشرين زاد اهتمام الباحثين بدراسة تنظيم وإدارة المؤسسات الإعلامية، والتغيرات التي طرأت على هيكلها الإدارية والتنظيمية، ومن أهم الافتراضات النظرية لهذا التوجه النقدي الجديد في إطار هذا المدخل ما يلي:

١- أن البيئة الخارجية المحيطة بالنظام الإعلامي تؤثر فيه وتتأثر به، وتؤثر في خطابه الإعلامي وفي مضامينه وفي طرق إنتاجه وتقديمه.

٢- أن الجوانب التنظيمية والإدارية للمؤسسات الإعلامية تمارس تأثيرًا كبيرًا على سياسات وسائل الاتصال، وتسهم في تشكيلها وصياغتها من خلال نمط ملكية وسائل الإعلام، وأساليب التنظيم السائدة بها ودرجة مرونتها، وحدود مشاركة القائمين بالاتصال في صنع القرارات والسياسات وغيرها.

٣- مصادر تمويل المؤسسات الإعلامية، ودرجة المواءمة بين القيم الاقتصادية والإدارية، وبين قيم وتقاليد الممارسة المهنية، ومن هنا كانت نظرة أصحاب هذه الدراسات أكثر شمولًا وواقعية، حيث أخذت في اعتبارها أن وسائل الإعلام نظم مفتوحة على المجتمع تؤثر فيه وتتأثر به^(١٤).

ويتم تطبيق هذا المدخل والاستفادة منه في موضوع الدراسة من خلال تحليل



النظام الإعلامي باعتباره نظامًا مجتمعيًا فرعيًا ضمن أنظمة أشمل تضمه بداخلها وتؤثر عليه وتتأثر به، كما أن النظام الإعلامي يشكل نظامًا فرعية أخرى مثل المواقع الإلكترونية التي تتأثر بالنظام والبيئة المحيطة بها والمفروضة عليها من الخارج، حيث تتمثل في "النواحي السياسية، الاقتصادية، الثقافية، التشريعية" فكل ما سبق يؤثر على نمط إدارتها وأسلوبها، ومدى قدرتها على تطبيق أسلوب المنافسة، إلى جانب مدى الإسهامات التي تحقق بها أهدافها، وخدمة الرأي العام والمجتمع، إلى جانب المحددات والمؤثرات المحيطة بهما مثل "الهيكل التنظيمي والإداري، الرضا الوظيفي بين العاملين، السياسة التحريرية، نمط الملكية وطبيعتها، مصادر التمويل، والعناصر الجغرافية والتوبوغرافية المستخدمة، الآليات التكنولوجية والتقنية الحديثة، الرقابة على جودة المدخلات من منتجات وخدمات، التدريب المستمر لكافة العاملين بالمواقع الإلكترونية، مشاركة العاملين في القرارات الإدارية وتحفيزهم وتطوير قدراتهم ومهاراتهم مما يزيد من الإبداع والتحسين المستمر، ورفع روحهم المعنوية مما يؤدي إلى رفع مستوى أدائهم وزيادة إنتاجهم".

- ثانيًا: نظرية إستراتيجية الإدارة Strategic Management:

وتشير دراسة (Alan B. Albarran)^(١٥) إلى تطور مؤسسات الأعمال وتضخمها وزيادة حدة تعقيداتها التنظيمية والإدارية، ومع اتساع حجم الأسواق وزيادة حدة المنافسة، بات واضحًا للجميع أنه لا سبيل للتعامل مع كل هذه التطورات وتفسيرها إلا من خلال نظرية جديدة قادرة على استيعاب كل هذه التطورات والتعامل معها، فظهرت نظرية "إستراتيجية الإدارة" لتصبح واحدة من أهم نظريات المدرسة الحديثة في الإدارة منذ ثمانينيات القرن الماضي، وتفترض هذه النظرية أن هذا النمو الهائل والمضطرد في مؤسسات الأعمال واتساع نطاق الأسواق يتطلب من مديري هذه المؤسسات ضرورة تبني مداخل إستراتيجية في التفكير وفي التخطيط وإدارة العمل، من خلال التركيز على دراسة أوضاع السوق وآليات عمله، ودراسة أوضاع المنافسين

ومناطق القوة والضعف لديهم، وصولاً لدراسة المستهلكين والعملاء، للتعرف على احتياجاتهم ورجباتهم وتوقعاتهم لضمان القدرة على المنافسة، وضمان القدرة على فتح أسواق جديدة وتعزيز مكانة المؤسسات والمشروعات في الأسواق القائمة والمحتملة.

- ثالثاً: نظرية القدرة التنافسية **Competitiveness Theory**:

وترى دراسة (غريبي)^(١٦) أنها المفهوم الإستراتيجي الذي يعكس الوضع التنافسي النسبي الجيد والمستمر للمؤسسة إزاء منافسيها، بحيث يتجلى في شكل تقديم منتجات ذات خصائص متفردة وجودة عالية، يكون معها العميل مستعداً للدفع أكثر، أو تقديم منتجات لا تقل قيمة عن منتجات المنافسين وبتكاليف وأسعار تنافسية، وبالتالي فإن القدرة التنافسية بهذا المعنى تمثل نقطة قوة تتسم بها المؤسسة دون منافسيها في أحد أنشطتها الإنتاجية أو التسويقية أو التمويلية، أو فيما يتعلق بمواردها وكفاءتها البشرية، انطلاقاً من فحص وتحليل كل نقاط القوة والضعف الداخلية، إضافة إلى الفرص والمخاطر المحيطة والسائدة في بيئة المؤسسة مقارنة بمنافسيها.

وحددت دراسة (Ambastha&Momaya)^(١٧) مصادر القدرة التنافسية بالنسبة للمؤسسة في ثلاثة مصادر وهي، الأصول **Assets**: مثل (الموارد البشرية، العلامة التجارية، السمعة، الأنظمة الثقافية، والموارد التكنولوجية، والبنية التحتية للمؤسسة التي يتم صنعها)، والعمليات **Processes**: على مستويين إستراتيجي **Strategic** ويشمل "الإستراتيجية، والإبداع والابتكار، والجودة، والمرونة، وقوة الإقناع"، وتنفيذي **Operational** ويشمل "تطبيقات تكنولوجيا المعلومات"، وخلال هذه العمليات يتم الاستفادة من الأصول في تحقيق مكاسب اقتصادية عبر المبيعات للعملاء، والأداء **Performance**: على مستويين (إستراتيجي **Strategic** وتشمل "الزبون، خلق القيمة، الحصة السوقية، الربحية، منتجاً جديداً، الإنتاجية، مجموعات متنوعة، السعر والتكلفة"، وتنفيذي **Operational** ويشمل "إدارة العلاقات، والتصميم ونشر المواهب، والتسويق، والتصنيع".



سابعًا: الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة.

١- نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، بهدف التعرف على أهم الإستراتيجيات الملائمة لإدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة، من خلال مدى دعم القيادات الإدارية لأهمية تفعيل التخطيط الإستراتيجي في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، بالإضافة إلى رصد واقع البيئة التنافسية الخارجية والداخلية لتلك المواقع، للوقوف على نقاط القوة والضعف والعمل على إيجاد الحلول والبدائل الممكنة لها، واتباع سبل التطوير والتغيير في العمل الصحفي الإلكتروني، وزيادة الإنتاجية، وكسب ثقة الجمهور الحالي، وجذب جمهور جدد، والدخول في أسواق محلية وعالمية، وشراكات مع مؤسسات صحفية وإعلامية ووكالات أنباء دولية.

٢- المنهج المستخدم: اعتمدت الدراسة على (منهج المسح) بهدف التعرف على إستراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة، لتحقيق البقاء والاستمرارية والربحية والتميز والريادة في السوق الصحفية، و(المنهج التحليلي) لدراسة كيفية تطبيق المواقع الإلكترونية لنمط الإستراتيجيات الحديثة المتبعة في العمل الصحفي في ظل البيئة التنافسية الجديدة لها، والنتائج المترتبة على هذا التحليل في المواقع الإلكترونية (عينة الدراسة)، و(أداة المقارنة المنهجية) لرصد أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإلكترونية (عينة الدراسة) في تطبيق إستراتيجيات أكثر حداثة ومرونة ومتطورة في سير العمل الصحفي بها لتحقيق التميز والتنافسية، والتأقلم والتكيف مع ظروف بيئتها الداخلية والخارجية.

٣- أدوات جمع البيانات: استخدمت الباحثة (صحيفة الاستقصاء) التي تم تطبيقها على عينة من القيادات الإدارية في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة متمثلة في (رئيس مجلس الإدارة، ورئيس التحرير، والمستشارين، ونواب رؤساء التحرير،

ومديري التحرير، ورؤساء الأقسام، ونوابهم، ومساعدتهم)، بهدف التعرف على نمط الإستراتيجية المتبعة في إدارة تلك المواقع وواقع تطبيقها بما يتماشى مع طبيعة البيئة التنافسية التي تعمل في إطارها.

٤- **مجتمع الدراسة:** وتتمثل عينة الدراسة في القيادات الإدارية والقائمين على إدارة المواقع الإلكترونية للصحف المصرية عينة الدراسة وهي (بوابة أخبار اليوم)، و(موقع اليوم السابع)، و(موقع الوفد)، والتي بلغ عددها نحو (١٠٥) مفردة.
مبررات اختيار عينة الدراسة:

١- عدم قيام أي دراسة بتناول إستراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة من قبل؛ لذا يعد هذا الموضوع جديداً وفريداً من نوعه.

٢- مدى الحداثة والجدية التي يتمتع بها موضوع الدراسة، وخاصة فيما يتعلق بحقل الدراسات الإعلامية في مجال إدارة المؤسسات الإعلامية والصحفية واقتصادياتها، وتكنولوجيا الاتصال.

٣- نتيجة للدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة فيما يتعلق بالمواقع الإلكترونية، تم اختيار عدد من المواقع الإلكترونية للصحف عينة الدراسة للوقوف على ماهية الإستراتيجيات المتبعة بداخلها، ومجالات البيئة وأنماطها التنافسية لها، ورؤيتها وخطتها للتطوير والتغيير لتحقيق البقاء الريادة والاستمرارية في السوق الإعلامي والصحفي، وذلك بناءً على موقع www.alexa.com الذي يوضح مدى شعبية



٤- هذه المواقع وترتيبها على النحو التالي:

م	اسم الموقع	ترتيبه في قائمة المواقع الأكثر استخدامًا في مصر (قبل التطبيق) (١٨)	ترتيبه في قائمة المواقع الأكثر استخدامًا في مصر (أثناء التطبيق) (١٩)
١	بوابة أخبار اليوم (٢٠)	٩٠	٥٥
٢	بوابة الأهرام (٢١)	١١٥	٩٨
٣	بوابة الجمهورية (٢٢)	١.٥٦٣	٢.٧٠٥
٤	موقع اليوم السابع (٢٣)	٤	٦
٥	موقع المصري اليوم (٢٤)	١١	١٢٦
٦	موقع الوطن (٢٥)	١٣	١٠
٧	موقع الوفد (٢٦)	١٥	١٠٧
٨	موقع الأهالي (٢٧)	٨.٨٧٦	١٨.٣٣٢

ثامناً: المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (spss)، حيث استخدمت بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least

- Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- ٦- اختبار "ت" T. Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.
- ٧- اختبار كا^٢ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- ٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢.
- ٩- الوزن المرجح والوزن المئوي.
- اختبار " Z Test " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.
- ١٠- اختبار مان وتني يو Man – Whitney U لدراسة الدلالة الإحصائية للفرق في متوسط الترتيبات لمجموعتين من المبحوثين في متغير ترتيبي.
- تاسعاً: التعريفات الإجرائية للدراسة.

- الإستراتيجية: هي مصطلح يشير إلى الأفكار والرؤى والتصورات التي تستخدمها المؤسسة للتكيف مع البيئة التي تعمل بها من خلال خطط وبدائل وتكتيكات تستخدم لصنع القرارات الإستراتيجية لتحقيق ملاءمة المؤسسة مع البيئة، من خلال توفير الإرشادات والإجراءات وصياغة السياسات المحددة لتحقيق أهداف وغايات معينة^(٢٨).
- التخطيط الإستراتيجي: هو عملية مدروسة تركز على الأهداف الإستراتيجية والتشغيلية والأهداف والإستراتيجيات القائمة على السياسات التنظيمية والبرامج والأنشطة التي تهدف إلى تحقيق أهداف المؤسسة والنتائج المرجوة، كما يحلل الوضع الحالي ويحدد الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها في المستقبل القريب أو البعيد مع الالتزام



بالموارد التي تهدف إلى تحقيق ميزة تنافسية، كما يهتم بتطوير الرؤية التنظيمية ويحدد الأولويات والإجراءات والأنشطة اللازمة لتحقيق هذه الرؤية المعلنة للمؤسسة (٢٩).

- **الصحافة الإلكترونية:** نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني (الإنترنت) وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تُستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تتناسب استخدام الفضاء الإلكتروني باعتباره وسيطاً، أو وسيلة للاتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة (٣٠).
- **المواقع الإلكترونية:** هي عبارة عن مجموعة صفحات إلكترونية مرتبطة مع بعضها البعض يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات "Web Browser" كما يمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية التطبيقات اللاسلكية "Wap" وهذه الصفحات موجودة فيما يسمى "بالخادم" (٣١).
- **التنافسية:** هي القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو واستقرار وتوسع وابتكار وتجديد (٣٢).
- **البيئة التنافسية:** متابعة جميع أفعال وأنشطة المنافسين بشكل عام، وتحديد مجموعة العناصر الخارجية التي لها علاقة بأنشطة المؤسسة الداخلية والخارجية (٣٣).

عاشراً: نتائج الدراسة

جدول رقم (١) سنوات خبرة عمل المبحوثين بالموقع الإلكتروني الذي يعملون به.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة سنوات الخبرة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٢.٣٨	٥٥	٥٦.٠٠	١٤	٤٢.٤٢	١٤	٥٧.٤٥	٢٧	من سنتين إلى أقل من ٤ سنوات
٢٤.٧٦	٢٦	٢٠.٠٠	٥	٣٣.٣٣	١١	٢١.٢٨	١٠	٦ سنوات أو أكثر
١٢.٣٨	١٣	٨.٠٠	٢	٢١.٢١	٧	٨.٥١	٤	من ٤ سنوات إلى أقل من ٦ سنوات
١٠.٤٨	١١	١٦.٠٠	٤	٣.٠٣	١	١٢.٧٧	٦	أقل من سنتين
١٠٠	١٠٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٣٣	١٠٠	٤٧	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٨.١٠١ درجة الحرية = ٦ معامل التوافق = ٠.٢٦٨ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٦، وجد أنها = ٨.١٠١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٦٨ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين موقع المؤسسة الصحفية (الأخبار - اليوم السابع - الوفد) وسنوات خبرة المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - بالموقع الإلكتروني الذي يعملون به.

تكشف النتائج التفصيلية للجدول السابق عن سنوات الخبرة للعمل بالموقع الإلكتروني، حيث جاءت في المرتبة الأولى من سنتين إلى أقل من ٤ سنوات بنسبة بلغت ٥٢.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٧.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٢.٤٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٥٦.٠٠% من إجمالي



مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتباين هذه النتيجة مع دراسة (نزار علي)^(٣٤) والتي أشارت إلى سنوات الخبرة للعاملين بالموقع الإلكترونية التي بلغت من ٣-٥ سنوات حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٧٦%، واحتل موقع (الأخبار) المرتبة الأولى من بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، الذي يتمتع بكادر متخصص من ذوي الكفاءات والمهارات الصحفية المتميزة، والقدرة على التغيير من الحين والآخر طاقم العمل واستبداله بحديثي التخرج ممن يتمتعون بكفاءات أكثر تميزاً.

يليه من لديهم خبرة ٦ سنوات أو أكثر بنسبة بلغت ٢٤.٧٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢١.٢٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه من لديهم خبرة من ٤ سنوات إلى أقل من ٦ سنوات بنسبة بلغت ١٢.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨.٥١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٢١.٢١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً من لديهم خبرة أقل من سنتين بنسبة بلغت ١٠.٤٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٢.٧٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣.٠٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٣) مكونات الهيكل الإداري للموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة مكونات الهيكل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٣.٨١	٦٧	٤٤.٠٠	١١	٥٧.٥٨	١٩	٧٨.٧٢	٣٧	قطاع الإدارة العليا ويتكون من (رئيس مجلس الإدارة- مجلس الإدارة- نواب الرئيس- المدير العام).
٣٥.٢٤	٣٧	٥٦.٠٠	١٤	٤٢.٤٢	١٤	١٩.١٥	٩	قطاع التحرير ويتبعه الأقسام التحريرية المختلفة والعاملين بها
٠.٩٥	١	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٢.١٣	١	القطاع الفني وتتبعه وحدات (الإنتاج- الدعم الفني
٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	القطاع الإداري ويرأسه المدير العام ويتبعه (الشنئون المالية- إدارة الموارد البشرية- قطاع المتابعة).
٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	القطاع التجاري وتتبعه إدارته (التسويق-الإعلانات
١.٠٠	١.٠٥	١.٠٠	٢٥	١.٠٠	٣٣	١.٠٠	٤٧	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١١.٦٠٥ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٣١٥

مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٥



بحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ١١.٦٠٥ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣١٥ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بين موقع المؤسسة الصحفية (الأخبار - اليوم السابع - الوفد) ومكونات الهيكل الإداري للموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون - إجمالي مفردات عينة الدراسة.

تظهر النتائج التفصيلية للجدول السابق مكونات الهيكل الإداري للموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون، حيث جاء في المرتبة الأولى قطاع الإدارة العليا ويتكون من (رئيس مجلس الإدارة - مجلس الإدارة - نواب الرئيس - المدير العام) بنسبة بلغت ٦٣.٨١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٨.٧٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٥٧.٥٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق هذه النتيجة مع (علي التركي)^(٣٥) الذي أوضح في مقاله الخريطة التنظيمية الرئيسية للعمل داخل المواقع الإلكترونية أهمها قمة الهرم وهي "الوظائف القيادية" من "المدير المالي، المدير الإداري، رئيس التحرير، مدير التحرير، سكرتير التحرير، رؤساء الأقسام، مدير الموارد البشرية، مسئول الإعلانات"، يليها "الوظائف الاستشارية" من "المستشارين الفنيين، والقانونيين، مستشار التحرير"، وأخيراً "الوظائف التنفيذية" من "المحررين، والموارد البشرية، والسكرتارية،... إلخ"، واحتل موقع (الأخبار) المرتبة الأولى، كموقع إخباري له هيكل إداري واضح توكل مهامه ووظائفه لقطاع الإدارة العليا، ممن يشرفون على العمل، ويخططون له، ويصدرون القرارات حوله ويتحملون مسؤولية النجاح أو الفشل، ويحددون قنوات الاتصال بين الرؤساء والمرءوسين في الموقع، وتضع الخطط والإستراتيجيات للموقع.

يليه قطاع التحرير ويتبعه الأقسام التحريرية المختلفة والعاملون بها بنسبة بلغت ٣٥.٢٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٩.١٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٢.٤٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٥٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه القطاع الفني وتتبعه وحدات (الإنتاج-الدعم الفني) بنسبة بلغت ٠.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢.١٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه القطاع الإداري ويرأسه المدير العام ويتبعه (الشئون المالية- إدارة الموارد البشرية- قطاع المتابعة) بنسبة بلغت ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً القطاع التجاري وتتبعه إدارتا (التسويق-الإعلانات) بنسبة بلغت ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.



جدول رقم (٦) أهم اختصاصات القائمين على الموقع الإلكتروني الذي يعمل فيه المبحوثون.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة الاختصاصات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٩.٠٥	٨٣	٨٨.٠٠	٢٢	٧٨.٧٩	٢٦	٧٤.٤٧	٣٥	إدارة العمل في الموقع والمشاركة في التطوير والتخطيط
٧٦.١٩	٨٠	٥٦.٠٠	١٤	٩٠.٩١	٣٠	٧٦.٦٠	٣٦	الارتقاء بمستوى العمل وتأكيد جودة العملية التحريرية
٧١.٤٣	٧٥	٩٦.٠٠	٢٤	٦٦.٦٧	٢٢	٦١.٧٠	٢٩	إدارة اجتماعات مجلس التحرير
٦٨.٥٧	٧٢	٩٢.٠٠	٢٣	٦٣.٦٤	٢١	٥٩.٥٧	٢٨	اختيار وانتقاء العناصر البشرية وتدريبها للعمل في الموقع
٦٢.٨٦	٦٦	٧٦.٠٠	١٩	٥٤.٥٥	١٨	٦١.٧٠	٢٩	اختيار وانتقاء العناصر البشرية وتدريبها للعمل في الموقع
١٠٥		٢٥		٣٣		٤٧		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم اختصاصات القائمين على الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون، حيث جاء في الترتيب الأول إدارة العمل في الموقع والمشاركة في التطوير والتخطيط بنسبة بلغت ٧٩.٠٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٤.٤٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٨.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، واحتل موقع (الوفد) المرتبة الأولى في تولي إدارة الموقع سبل العمل به من حيث وضع

الضوابط والإجراءات التي تحدد سير العمل داخل الموقع، والتي تتمثل في الخريطة التنظيمية للموقع، وسياسته التحريرية، وأهدافه، ومهامه المنوط بها، وكيفية تقديمه للمحتوى التحريري والإعلاني شكلاً ومضموناً، وطريقة توظيفه للأدوات التفاعلية والوسائط المتعددة وكل ما يهم المستخدم، بالإضافة إلى الاهتمام بوضع الخطط التي تسهم في تطوير الموقع وتحديثه.

يليهما الارتقاء بمستوى العمل والتأكيد على جودة العملية التحريرية بنسبة بلغت ٧٦.١٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٦.٦٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٠.٩١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٥٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (زهير دولة، عماد اشتيوى)^(٣٦) والتي توصلت إلى أن إدارة الموقع الإلكتروني تعقد اجتماعات هدفها الأساسي مناقشة كل ما يتعلق بأمر التحرير في الموقع بنسبة ٢٠.٦%، وأمور شاملة (اجتماع شامل) بنسبة ٦٠%، وجاء موقع (اليوم السابع) في أوائل المواقع الإلكترونية التي تولي اهتماماً بالغاً بعملية الارتقاء بمستوى العمل ومدى توافر أبعاد الدقة والمصادقية والموضوعية فيها، لخلق محتوى صحفي ذي جودة عالية، يحقق رغبات القراء ومطابق لاحتياجاتهم؛ مما يجعل الموقع على مستوى عالٍ من الأداء والجودة، ليثبت وجوده في سوق المنافسة.

يليهما إدارة اجتماعات مجلس التحرير بنسبة بلغت ٧١.٤٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار، في مقابل ٦٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٩٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما اختيار وانتقاء العناصر البشرية وتدريبها للعمل في الموقع بنسبة بلغت ٦٨.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٩.٥٧% من إجمالي



مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٣.٦٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٩٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما اختيار وانتقاء العناصر البشرية وتدريبها للعمل في الموقع بنسبة بلغت ٦٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٥٤.٥٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٩) مدى وجود خطة إستراتيجية للموقع الإلكتروني الذي يعمل فيه المبحوثون.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مدى وجود خطة
٨٠.٠٠	٨٤	٤٤.٠٠	١١	٩٦.٩٧	٣٢	٨٧.٢٣	٤١	نعم
٢٠.٠٠	٢١	٥٦.٠٠	١٤	٣.٠٣	١	١٢.٧٧	٦	لا
١٠٠	١٠٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٣٣	١٠٠	٤٧	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٢٧.٧٢٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٤٥٧ مستوى الدلالة = دالة عند

٠.٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٢٧.٧٢٧ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٤٥٧ تقريبًا مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين موقع المؤسسة الصحفية (الأخبار - اليوم السابع - الوفد) ومدى وجود خطة إستراتيجية للموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون، إجمالي مفردات عينة الدراسة.

تبين النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أنه توجد خطة إستراتيجية للموقع الإلكتروني الذي يعملون به بلغت ٨٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٨.٢٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٦.٩٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وفي هذا السياق يشير (على التركي)^(٣٧) في مقالته إلى أن المواقع الإلكترونية تتبع خطأ إستراتيجية عديدة لتحقيق المنافسة من خلال "إستراتيجية الحفاظ على الصدارة"، و"إستراتيجية التطوير المستمر"، وجاء موقع (اليوم السابع) من أوائل المواقع التي تهتم بوضع الخطط التنفيذية والسياسات العامة والقيم الحاكمة التي تضبط الأداء الإداري والمالي والتحريري والفني للموقع، مع ضرورة أن تكون هذه الخطط أكثر مرونة وفاعلية وقابلة للتنفيذ بما يحقق رسالة الموقع ورؤيته وأهدافه، والسعي أولاً وأخيراً لجذب أكبر عدد من الجمهور، بهدف تحقيق المزيد من الأرباح.

وبلغت نسبة من يرون أنه لا توجد خطة إستراتيجية للموقع الإلكتروني الذي يعملون به ٢٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٢.٧٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣.٠٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٥٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.



جدول رقم (١٠) أهم عناصر الخطة الإستراتيجية التي يعتمد عليها الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة عناصر الخطة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٣.٣٣	٧٠	٨١.٨٢	٩	٨٧.٨٨	٢٩	٧٨.٠٥	٣٢	يوضح الأهداف التي يسعى الموقع إلى تحقيقها
٧١.٤٣	٦٠	٨١.٨٢	٩	٧٨.٧٩	٢٦	٦٠.٩٨	٢٥	يمكن من التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية التي قد تواجه الموقع، وذلك تقادياً لأي أثار سلبية قد تحدثها المتغيرات على المؤسسة
٧١.٤٣	٦٠	١٠٠.٠٠٠	١١	٧٥.٧٦	٢٥	٥٨.٥٤	٢٤	يسهم في تحقيق الرقابة بمجال إجراء التعديلات في الخطط الحالية والمستقبلية لتصبح أكثر مناسبة
٦٩.٠٥	٥٨	٤٥.٤٥	٥	٦٩.٧٠	٢٣	٧٣.١٧	٣٠	يساعد على التنسيق بين جهود العاملين الذين يشتركون في التنفيذ
٦٥.٤٨	٥٥	٩٠.٩١	١٠	٧٥.٧٦	٢٥	٤٨.٧٨	٢٠	يساعد على الاستخدام الدقيق الأفضل للموارد المتاحة مادية أو بشرية وتحقيق الأهداف بأقل

								تكلفة ممكنة
٦٤.٢٩	٥٤	٨١.٨٢	٩	٨٧.٨٨	٢٩	٣٩.٠٢	١٦	يعطي صورة أكثر مثالية للموقع الإلكتروني
٥٨.٣٣	٤٩	٨١.٨٢	٩	٧٢.٧٣	٢٤	٣٩.٠٢	١٦	يساهم في تحقيق الأمن النفسي للعاملين حيث يطمئنهم للأمر التي تهمهم
٨٤		١١		٣٣		٤١		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم عناصر الخطة الإستراتيجية التي يعتمد عليها الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون، حيث جاء في الترتيب الأول الأهداف التي يسعى الموقع إلى تحقيقها بنسبة بلغت ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٨.٠٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨٧.٨٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (اليوم السابع) في أولى المواقع التي تهتم بوضع الخطط والأهداف وتنفيذ السياسات وفقاً للخطة الإستراتيجية التي يسير عليها الموقع، وفي مقدمتها توضيح الأهداف المراد الوصول إليها بحيث يسهل توضيحها للعاملين بالموقع مما يسهل تنفيذها وتطبيقها حالياً ومستقبلاً، مع تحديد الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة للوصول وتحقيق هذه الأهداف.

يليه إمكانية التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية التي قد تواجه الموقع، وذلك تفادياً لأي آثار سلبية قد تحدثها المتغيرات على المؤسسة بنسبة بلغت ٧١.٤٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٠.٩٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٨.٧٩% من إجمالي مفردات عينة



مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، واحتل موقع (الوفد) المرتبة الأولى في اهتمام المديرين والقيادات بوضع خطط مستقبلية واضحة يمكن خلالها التنبؤ بالمتغيرات البيئية سواء الداخلية أو الخارجية للموقع، ومواجهة التغير في بيئة عمل الموقع؛ ووضع استراتيجيات التعامل الفعال معها، وتطوير إمكانيات الموقع للتعرف وتحليل الفرص والتحديات وتقويمها ووضع سبل التعامل الفعال معها.

يليهما المساهمة في تحقيق الرقابة بمجال إجراء التعديلات في الخطط الحالية والمستقبلية لتصبح أكثر مناسبة بنسبة بلغت ٧١.٤٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٨.٥٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٥.٧٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (الوفد) في أولى المواقع التي يهتم مديروها بعملية الرقابة على الخطة المنوط بها الموقع، من خلال تنفيذ الخطط وتحقيق الأهداف باستخدام طرق فعالة وذات كفاءة عالية، واكتشاف الانحرافات ومعالجتها والاستفادة من ذلك في إجراء التعديلات في الخطط الحالية وتصحيحها للاستفادة منها مستقبلاً، بواسطة تحديد المعلومات الحالية حول نقاط القوة ونقاط الضعف في الموقع.

يليهما المساعدة على التنسيق بين جهود العاملين الذين يشتركون في التنفيذ بنسبة بلغت ٦٩.٠٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٣.١٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٩.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٥.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (الأخبار) من أوائل المواقع التي تأخذ بأسلوب الإدارة بالأهداف وهو نظام جديد للتوجيه يقوم على الشورى والتحفيز والتدريب المستمر وزيادة دافعية العاملين بالموقع للإنجاز لتحقيق

الهدف الإستراتيجي ولضمان نجاح عناصر الخطة الإستراتيجية.

يليهما المساعدة على الاستخدام الدقيق الأفضل للموارد المتاحة مادية أو بشرية، وتحقيق الأهداف بأقل تكلفة ممكنة بنسبة بلغت ٦٥.٤٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٧٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٥.٧٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٩٠.٩١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما إعطاء صورة أكثر مثالية للموقع الإلكتروني بنسبة بلغت ٦٤.٢٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٩.٠٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨٧.٨٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً يسهم في تحقيق الأمن النفسي للعاملين حيث يطمئنهم للأمر التي تهمهم بنسبة بلغت ٥٨.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٩.٠٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٢.٧٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.



جدول رقم (٤٠) المعني بوضع الخطة الإستراتيجية للموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المعنى بوضع الخطة
٨٢.١٤	٦٩	٨١.٨٢	٩	٩٣.٩٤	٣١	٧٠.٧٣	٢٩	الإدارة العليا "رئيس مجلس الإدارة- رئيس التحرير- مدير التحرير- سكرتير التحرير"
١٤.٢٩	١٢	١٨.١٨	٢	١٥.١٥	٥	١٢.٢٠	٥	إدارة التخطيط والمتابعة في الموقع
٩.٥٢	٨	٠.٠٠	٠	١٢.١٢	٤	٩.٧٦	٤	خبراء ومتخصصون خارجيون
٩.٥٢	٨	٠.٠٠	٠	١٥.١٥	٥	٧.٣٢	٣	إدارة التخطيط بالتعاون بين الإدارة العليا وخبراء متخصصين من الخارج
٨٤		١١		٣٣		٤١		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخطة الإستراتيجية للموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون، حيث جاء في الترتيب الأول الإدارة العليا "رئيس مجلس الإدارة - رئيس التحرير - مدير التحرير - سكرتير التحرير" بنسبة بلغت ٨٢.١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠.٧٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٣.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (رائدة فكري)^(٣٨) التي أظهرت أن الأشخاص الذين يضعون السياسة الإعلامية والخطط الإستراتيجية للموقع الإلكتروني هم مسئولو التحرير والإدارة العليا بنسبة ٥٥،٢٠%، وجاء موقع (اليوم السابع) في

أوائل المواقع التي تتولى الإدارة العليا فيها مهام وضع الخطط التنفيذية ورسم السياسة العامة للموقع الإلكتروني، بهدف تحقيق الأهداف المرجوة.

يليهما إدارة التخطيط والمتابعة في الموقع بنسبة بلغت ١٤.٢٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٢.٢٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ١٥.١٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٨.١٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما خبراء ومتخصصون خارجيون بنسبة بلغت ٩.٥٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٩.٧٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ١٢.١٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً إدارة التخطيط بالتعاون بين الإدارة العليا وخبراء متخصصين من الخارج بنسبة بلغت ٩.٥٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧.٣٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ١٥.١٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٤١) مدى مواجهة الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون منافسة مع غيره من المواقع الأخرى.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة مدى وجود مواجهة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠.٠٠	١٠٥	١٠٠.٠٠	٢٥	١٠٠.٠٠	٣٣	١٠٠.٠٠	٤٧	نعم
٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	لا
١٠٠	١٠٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٣٣	١٠٠	٤٧	الإجمالي



تظهر النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن الموقع الإلكتروني الذي يعملون به يواجه منافسة مع غيره من المواقع الأخرى بلغت ١٠٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٠٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ١٠٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (مروة عجيزة)^(٣٩) التي أشارت إلى أن أكثر ما يواجه اقتصاديات المواقع الإخبارية المصرية هو كثرة المنافسة التي يتعرضون لها سواء من المواقع الإخبارية الأخرى أم من شبكات التواصل الاجتماعي، ويُعد موقع (اليوم السابع) من أفضل وأقوى المواقع الإلكترونية في الفترة الأخيرة بلا منازع؛ نتيجة لتحقيقه نجاحًا كبيرًا منذ عام ٢٠٠٨م ليصبح أكبر المواقع الإخبارية في مصر والشرق الأوسط بحسب الإحصائيات والاستفتاءات التي تجريها المؤسسات العالمية والإقليمية.

وبلغت نسبة من يرون أن الموقع الإلكتروني الذي يعملون به لا يواجه منافسة مطلقًا مع غيره من المواقع الأخرى ٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٤٢) طبيعة منافسة الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون مع غيره من المواقع الأخرى.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة طبيعة المنافسة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٨.٥٧	٩٣	٨٨.٠٠	٢٢	١٠٠.٠٠	٣٣	٨٠.٨٥	٣٨	نشر الأخبار فور وقوعها
٧٥.٢٤	٧٩	٧٢.٠٠	١٨	٩٠.٩١	٣٠	٦٥.٩٦	٣١	الاهتمام بتطبيق الأدوات التفاعلية
٧٣.٣٣	٧٧	٦٨.٠٠	١٧	٨٤.٨٥	٢٨	٦٨.٠٩	٣٢	التصميم الجيد للموقع
٧٠.٤٨	٧٤	٨٤.٠٠	٢١	٩٦.٩٧	٣٢	٤٤.٦٨	٢١	تدفق الإعلانات بكثرة على الموقع
٦٦.٦٧	٧٠	٧٦.٠٠	١٩	٨٧.٨٨	٢٩	٤٦.٨١	٢٢	الاجتهاد في تقديم الخدمة
٥٨.١٠	٦١	٦٨.٠٠	١٧	٦٦.٦٧	٢٢	٤٦.٨١	٢٢	المؤهلات والكفاءات المتدربة العليا على إدارة الموقع
٤٦.٦٧	٤٩	٢٨.٠٠	٧	٦٣.٦٤	٢١	٤٤.٦٨	٢١	الميزانية المخصصة للموقع كفيلة لتحقيق التميز
١٠٥		٢٥		٣٣		٤٧		الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق طبيعة منافسة الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون مع غيره من المواقع الأخرى، حيث جاء في الترتيب الأول نشر الأخبار فور وقوعها بنسبة بلغت ٨٨.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٠.٨٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع،



٨٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إبراهيم التوام^(٤٠) التي أكدت أن المواقع الإخبارية تتسابق في جذب الجماهير من خلال التغطية الفورية للأحداث، ومعايشة القراء لها أولاً بأول، واحتل موقع (اليوم السابع) المرتبة الأولى في تغطيته للأحداث والقضايا الهامة فور حدوثها ونشرها على الفور لتحقيق سبق الصحفي وكسب أكبر عدد ممكن من الجمهور.

يليهما الاهتمام بتطبيق الأدوات التفاعلية بنسبة بلغت ٧٥.٢٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٥.٩٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٠.٩١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد محمد)^(٤١) التي أشارت إلى أن استخدام الوسائط المتعددة في الموقع يكتسب أهمية من حيث مواجهة المنافسة وجذب المتلقي بنسبة ٤٦.٧%، وجاء موقع (اليوم السابع) في المرتبة الأولى من حيث توظيفه للأدوات التفاعلية داخل الموقع لتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أمينة مصطفى)^(٤٢) التي أشارت إلى أن موقع اليوم السابع يوفر مجموعة من الأدوات التفاعلية، منها: تعليقات القراء؛ ومشاركة القراء بإرسال المقالات أو المواد التي تعبر عن رأيه، واستطلاعات الرأي.

يليهما التصميم الجيد للموقع بنسبة بلغت ٧٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٨.٠٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨٤.٨٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (Weiyin Hong and Others)^(٤٣) التي توصلت إلى أن الأفراد يدركون ويتذكرون بسهولة المواقع التي تعتمد على الصور المصاحبة للنصوص، أكثر من المواقع التي تعتمد على النصوص فقط، كما تتفق مع دراسة (Jos Van

(Iwaarden and Others)^(٤٤) التي أكدت أن من أهم العوامل التي تسهم في تحديد جودة الموقع وتؤثر على إدراك الأفراد لها هي السهولة في التصفح واستخدام الألوان والصور والرسومات ووجود شريط في التنقل، ويعد موقع (اليوم السابع) من أوائل المواقع التي تولي اهتمامًا بالغًا بتصميم الموقع من الناحية الإخراجية والتحريرية والفنية باستخدام الأساليب الحديثة في التصميم مثل (HTML5 – CSS3) وذلك لخلق نوع من الإبهار للموقع، وجذب أكبر عدد من الجمهور.

يليهما تدفق الإعلانات بكثرة على الموقع بنسبة بلغت ٧٠.٤٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٤.٦٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٦.٩٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (مروة عجيزة)^(٤٥) التي أشارت إلى أهم إستراتيجيات جذب المعلنين للإعلان داخل المواقع الإلكترونية تمثلت في دراسة السوق ومعرفة ما الذي يريده المعلن بنسبة ٢٠%، واحتل موقع (اليوم السابع) الترتيب الأول من بين المواقع الذي شهد تزايد إقبال المعلنين على النشر فيه؛ مما يدل على مدى المصداقية التي يتمتع بها الموقع وزيادة عدد زواره ونشر الموقع المادة الإعلانية وفقاً لرغبة المعلنين.

يليهما الاجتهاد في تقديم الخدمة بنسبة بلغت ٦٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٦.٨١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨٧.٨٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (وسام الحنبلي)^(٤٦) التي أشارت إلى محور المنافسة والمنافسين داخل المواقع الإلكترونية، وذكرت أن تعدد شرائح الجمهور الذي يتوجه إليه كل موقع أدى إلى دخول كل موقع في منافسات مع مواقع عدة، نتيجة للتخصص الواضح والدقيق في مضمون أو خدمات معينة، وجاء موقع (اليوم السابع) من أوائل المواقع التي تهتم



بتقديم مختلف الخدمات لجمهوره، وتحرص على تطويرها بصورة مستمرة وتحديثها بما يتلاءم مع متطلبات التطور التكنولوجي، وبما يلبي حاجات المستخدمين، لتحقيق درجة عالية من التفاعل والاندماج بين المحتوى المنشور وبين القارئ.

يلها المؤهلات والكفاءات المتدربة العليا على إدارة الموقع بنسبة بلغت ٥٨.١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٦.٨١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً الميزانية المخصصة للموقع كفيلة لتحقيق التميز بنسبة بلغت ٤٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٤.٦٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٣.٦٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٤٣) أهم المعايير التي يسير عليها الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون لتحقيق التفوق على منافسيه من المواقع الأخرى.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		المعايير
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٢.٣٨	٧٦	٣٦.٠٠	٩	٨١.٨٢	٢٧	٨٥.١١	٤٠	التميز في تقديم الخدمات
٦٧.٦٢	٧١	٧٢.٠٠	١٨	٧٢.٧٣	٢٤	٦١.٧٠	٢٩	الدراسة الجيدة للمنافسين
٦٧.٦٢	٧١	٦٨.٠٠	١٧	٧٥.٧٦	٢٥	٦١.٧٠	٢٩	التعرف على نقاط القوة والضعف لديهم
٦٣.٨١	٦٧	٧٢.٠٠	١٨	٦٣.٦٤	٢١	٥٩.٥٧	٢٨	الاستفادة من تجارب المؤسسات والمواقع الأخرى المنافسة
٦٣.٨١	٦٧	٤٠.٠٠	١٠	٨١.٨٢	٢٧	٦٣.٨٣	٣٠	التطوير المستمر للموقع من خلال إدارة البحوث والتطوير
٦١.٩٠	٦٥	٥٢.٠٠	١٣	٨١.٨٢	٢٧	٥٣.١٩	٢٥	الحصول على أحدث التكنولوجيات في مجال النشر الإلكتروني
٤٠.٩٥	٤٣	٤٤.٠٠	١١	٤٥.٤٥	١٥	٣٦.١٧	١٧	الاسترشاد بالاتجاهات الإدارية للمؤسسات العالمية
٤٠.٠٠	٤٢	٥٢.٠٠	١٣	٤٥.٤٥	١٥	٢٩.٧٩	١٤	دراسة اتجاهات العاملين بالموقع في تقديم الخدمات
١٠٥		٢٥		٣٣		٤٧		الإجمالي

تبين بيانات الجدول السابق أهم المعايير التي يسير عليها الموقع



الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون لتحقيق التفوق على منافسيه من المواقع الأخرى، حيث جاء في الترتيب الأول التميز في تقديم الخدمات بنسبة بلغت ٧٣.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٥.١١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٣٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتباين مع دراسة (مروة عجيزة)^(٤٧) التي أشارت إلى أن مواقع القيادات الإدارية للمواقع الإخبارية المصرية لا تقوم بالإعلان عن الخدمات الإعلامية التي تقدمها في وسائل الإعلام المختلفة الأخرى بنسبة ٤٠%، واحتل موقع (الأخبار) المرتبة الأولى في التميز في تقديم الخدمات للمستخدمين، كخدمة الأخبار العاجلة، وتعليقات القراء، ومنتديات النقاش، ورسائل القراء البريدية أو الإلكترونية، بالإضافة إلى الخدمات التفاعلية، وتقنيات الوسائط المتعددة، وخدمة الأرشيف الإلكتروني، وخدمة صحافة المواطن، وخدمة حكايات، وخدمة أجراس الأحد، وخدمة ألبوم صور، وخدمة أخبار اليوم TV، وغيرها من الخدمات التي ينفرد بها الموقع عن غيره من المواقع.

يليها الدراسة الجيدة للمنافسين بنسبة بلغت ٦٧.٦٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٢.٧٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتباين مع دراسة (محمود خروف)^(٤٨) التي أشارت إلى أن تأثير تغطية المواقع المنافسة في تحديد خطة العمل اليومية يأتي في الترتيب قبل الأخير من حيث الأهمية، وبالمقارنة بين المواقع الإلكترونية الثلاث تبين مدى اهتمام موقعي (اليوم السابع، والوفد) في التعرف على المواقع المنافسة لهما في السوق، وتحديد نقاط قوتها وضعفها، وما مميزاتهما في الوصول إلى الجمهور، وخطتهما الحالية والمستقبلية التي يتبعانها لتحقيق التنافس.

يليها التعرف على نقاط القوة والضعف لديهم بنسبة بلغت ٦٧.٦٢% من

إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٥.٧٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، ويعد موقع (اليوم السابع) من أوائل المواقع التي ينصب اهتمامها على دراسة المنافسين دراسة جيدة للتعرف على نقاط قوتهم في السوق، من حيث طرق تقديم المنتج والخدمة التي تجذب عددا كبيرا من الجمهور، والوقوف على نقاط ضعف المنافسين واستغلال الفرص والتهديدات التي تعيق استمرارهم في السوق لصالح المواقع الأخرى المنافسة، والتفوق عليهم.

يليه الاستفادة من تجارب المؤسسات والمواقع الأخرى المنافسة بنسبة بلغت ٦٣.٨١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٩.٥٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٣.٦٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، واحتل موقع (الوفد) المرتبة الأولى من بين المواقع التي تحرص دائماً على الاستفادة من تجارب وخبرات المؤسسات الصحفية والإعلامية العربية والدولية وغيرها من المواقع المحلية والعالمية في تطوير أنظمتها الإدارية والتحريرية، وعقد ندوات وورش عمل للعاملين بالموقع لتطوير المحتوى المنشور والخدمة المقدمة، والأساليب التقنية المتطورة، وتأهيل وتدريب العاملين بالموقع على الأدوات التفاعلية الجديدة.

يليه التطوير المستمر للموقع من خلال إدارة البحوث والتطوير بنسبة بلغت ٦٣.٨١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣.٨٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه الحصول على أحدث التكنولوجيات في مجال النشر الإلكتروني بنسبة



بلغت ٦١.٩٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٣.١٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٥٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما الاسترشاد بالاتجاهات الإدارية للمؤسسات العالمية بنسبة بلغت ٤٠.٥٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٦.١٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٥.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً دراسة اتجاهات العاملين بالموقع في تقديم الخدمات بنسبة بلغت ٤٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٩.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٥.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٥٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٤٦) أهم التقنيات التي ينفرد بها الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون عن غيره من المواقع الأخرى.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		التقنيات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩٦.١٩	١٠١	٩٦.٠٠	٢٤	٩٦.٩٧	٣٢	٩٥.٧٤	٤٥	الصور والفيديوهات
٧٨.١٠	٨٢	١٠٠.٠٠	٢٥	٩٠.٩١	٣٠	٥٧.٤٥	٢٧	تقنية الوسائط المتعددة
٦٦.٦٧	٧٠	٤٤.٠٠	١١	٧٨.٧٩	٢٦	٧٠.٢١	٣٣	الفورية
٦٠.٩٥	٦٤	٦٠.٠٠	١٥	٧٢.٧٣	٢٤	٥٣.١٩	٢٥	تقنية النص الفائق
٦٠.٠٠	٦٣	٥٢.٠٠	١٣	٦٣.٦٤	٢١	٦١.٧٠	٢٩	الأدوات التفاعلية
٤٨.٥٧	٥١	١٢.٠٠	٣	٥١.٥٢	١٧	٦٥.٩٦	٣١	خدمات البث الإذاعي
١٠٥		٢٥		٣٣		٤٧		الإجمالي

تظهر بيانات الجدول السابق أهم التقنيات التي ينفرد بها الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون عن غيره من المواقع الأخرى، حيث جاء في الترتيب الأول الصور والفيديوهات بنسبة بلغت ٩٦.١٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٩٥.٧٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٦.٩٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٩٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (مرودة عجيزة)^(٤٩) التي أكدت مدى حرص المواقع الإخبارية المصرية على تضمين الموقع بالإمكانات التفاعلية المختلفة من صور وفيديو ونصوص فائقة وروابط فائقة بشكل دوري ومنتظم بنسبة ٤٠%، وجاء موقع (اليوم السابع) في أوائل المواقع التي تنفرد بتقنية الصور والفيديوهات في عرض مادتها التحريرية؛ حيث حرص الموقع ألا يكون نشر الأحداث والأخبار عن طريق المتن فقط، بل مدعمة بصور وفيديوهات حية للحدث لتحقيق المصداقية والمساهمة في تعزيز المواضيع الإخبارية وإثارة اهتمام وانتباه وجذب عدد من القراء ومساعدتهم على استرجاع المعلومات المعروضة وتذكرها.

يليه تقنية الوسائط المتعددة بنسبة بلغت ٧٨.١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٧.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٠.٩١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ثائر تلاحمة)^(٥٠) التي توصلت إلى استخدام الموقع الإلكتروني لنظام الوسائط المتعددة (صورة، فيديو، نصوص) Multi Media في نشر المادة الصحفية بنسبة ١٠٠%، واحتل موقع (الوفد) المرتبة الأولى من بين المواقع التي تهتم بتقنية الوسائط المتعددة (الصوت، الصور، والفيديوهات، والرسوم المتحركة، والأشكال، والجرافيك، والخرائط، ولغات البرمجة).



يليهما الفورية بنسبة بلغت ٦٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠.٢١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٨.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، ويحتل موقع (اليوم السابع) المرتبة الأولى في توظيفه لعنصر الفورية، حيث يولي الموقع اهتمامًا بالغًا بتحديث المواد التحريرية المنشورة على الموقع باستمرار فور وقوعها.

يليهما تقنية النص الفائق بنسبة بلغت ٦٠.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٣.١٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٢.٧٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٠.٩٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما الأدوات التفاعلية بنسبة بلغت ٦٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٣.٦٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٥٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً خدمات البث الإذاعي بنسبة بلغت ٤٨.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٥.٩٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٥١.٥٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٤٧) أهم المميزات التي يتمتع بها الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون عن غيره من المواقع الأخرى.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المميزات
٨٢.٨٦	٨٧	٨٨.٠٠	٢٢	٩٦.٩٧	٣٢	٧٠.٢١	٣٣	العمل بصورة يومية ومنتظمة
٧٩.٠٥	٨٣	٩٢.٠٠	٢٣	٩٣.٩٤	٣١	٦١.٧٠	٢٩	متابعة وسائل الإعلام المختلفة وأهمها الفضائيات والصحف المنافسة ووكالات الأنباء
٦٠.٠٠	٦٣	٣٦.٠٠	٩	٦٩.٧٠	٢٣	٦٥.٩٦	٣١	متابعة الأحداث لحظة بلحظة فور وقوعها ونشرها على الموقع
٥٣.٣٣	٥٦	٣٦.٠٠	٩	٧٥.٧٦	٢٥	٤٦.٨١	٢٢	التفاعل المستمر والمشاركة الفعالة بين الرؤساء والمرعوسين في الموقع
٤٩.٥٢	٥٢	٦٨.٠٠	١٧	٥٤.٥٥	١٨	٣٦.١٧	١٧	تدريب الصحفيين والمحترفين على التعامل مع برنامج Editor من خلال إدخال التعديلات على الموضوعات المراد نشرها
٤٠.٠٠	٤٢	١٢.٠٠	٣	٨٧.٨٨	٢٩	٢١.٢٨	١٠	توافر الكثير من الإمكانيات للموقع على شبكة الإنترنت
٣٨.١٠	٤٠	٣٢.٠٠	٨	٥٤.٥٥	١٨	٢٩.٧٩	١٤	توظيف الأدوات التفاعلية، وتقنيات النص الفائق، والوسائط المتعددة
١٠٥		٢٥		٣٣		٤٧		الإجمالي



توضح بيانات الجدول السابق أهم المميزات التي يتمتع بها الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون عن غيره من المواقع الأخرى، حيث جاء في الترتيب الأول العمل بصورة يومية ومنتظمة بنسبة بلغت ٨٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠.٢١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٦.٩٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (اليوم السابع) من بين المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- التي تحرص على سير العمل بكل دقة وانتظام لتحقيق أهداف الموقع، مع مراعاة ظروف العاملين به في الحضور والانصراف بشرط ألا يؤثر ذلك على مستوى المنتج والخدمة المقدمة.

يليهما متابعة وسائل الإعلام المختلفة وأهمها الفضائيات والصحف المنافسة ووكالات الأنباء بنسبة بلغت ٧٩.٠٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٣.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٩٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (اليوم السابع) في المرتبة الأولى لمتابعته الحية للمواد الإعلامية والصحفية التي تنشرها وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية، حيث يخصص الموقع فريق متابعة من العاملين لترقب الأحداث والوقائع في وسائل الإعلام الأخرى، للترؤد بالتفاصيل والأدلة حولها، وموعد نشرها، وطريقة المعالجة الإعلامية والصحفية لها، حتى يتسنى للموقع الوقوف على كل المستجدات والأحداث لحظة بلحظة وفور وقوعها.

يليهما متابعة الأحداث لحظة بلحظة فور وقوعها ونشرها على الموقع بنسبة بلغت ٦٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٥.٩٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٩.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٣٦.٠٠% من إجمالي

مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (شيرين خليفة)^(٥١) التي أشارت إلى أن من أهم مميزات المواقع الإلكترونية سرعة الوصول للأخبار ومتابعة الأحداث بنسبة ٦٩.٥%، ويحتل موقع (اليوم السابع) المرتبة الأولى في رصده لمتابعة الأحداث الداخلية والخارجية فور وقوعها، من خلال التحديث الفوري والسريع لكافة المواد التحريرية المنشورة على الموقع.

يليهما التفاعل المستمر والمشاركة الفعالة بين الرؤساء والمرءوسين في الموقع بنسبة بلغت ٥٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٦.٨١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٥.٧٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٣٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (اليوم السابع) في المرتبة الأولى الذي يأخذ بمبدأ (الإدارة بالأهداف) القائم على تحقيق التواصل والتشاور والمشاركة الفعالة بين المرءوسين والرؤساء لتحديد الأهداف الجزئية التي تتكامل لتحديد الهدف العام للمؤسسة والموقع ككل.

يليهما تدريب الصحفيين والمحريين على التعامل مع برنامج Editor من خلال إدخال التعديلات على الموضوعات المراد نشرها بنسبة بلغت ٤٩.٥٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٦.١٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٥٤.٥٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما توافر الكثير من الإمكانيات للموقع على شبكة الإنترنت بنسبة بلغت ٤٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢١.٢٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨٧.٨٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٢.٠٠% من إجمالي مفردات



عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً توظيف الأدوات التفاعلية، وتقنيات النص الفائق، والوسائط المتعددة بنسبة بلغت ٣٨.١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٩.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٥٤.٥٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٣٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٥١) مدى وجود شراكات بين الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون ووكالات الأنباء المحلية والعالمية.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة مدى وجود شراكات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٨.١٠	٦١	٢٠.٠٠	٥	٦٩.٧٠	٢٣	٧٠.٢١	٣٣	نعم
٤١.٩٠	٤٤	٨٠.٠٠	٢٠	٣٠.٣٠	١٠	٢٩.٧٩	١٤	لا
١٠٠	١٠٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٣٣	١٠٠	٤٧	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١٩.٥٦٢ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٣٩٦ مستوى الدلالة = دالة عند

٠.٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٩.٥٦٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٩٦ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين موقع المؤسسة الصحفية (الأخبار - اليوم السابع - الوفد) ومدى وجود شراكات بين الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون - إجمالي مفردات عينة الدراسة - ووكالات الأنباء المحلية والعالمية.

تظهر النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أنه توجد شركات بين الموقع الإلكتروني الذي يعملون به ووكالات الأنباء المحلية والعالمية بلغت ٥٨.١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠.٢١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٩.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مروة عجيزة)^(٥٢) التي أشارت إلى أن ٧.٥% من المواقع الإخبارية المصرية يشترك في وكالات الأنباء المحلية والعالمية للحصول على أحدث الأخبار، وجاء موقع (اليوم السابع) في أوائل المواقع التي تعقد شركات بينها وبين وكالات الأنباء المحلية والدولية لتزويد القارئ بكافة المعلومات والأخبار العالمية، مثل (وكالة أنباء الشرق الأوسط، وكالة فرانس برس (AFP)، وكالة رويترز، وكالة أسوشيتد برس).

وبلغت نسبة من يرون أنه لا توجد شركات مطلقاً بين الموقع الإلكتروني الذي يعملون به ووكالات الأنباء المحلية والعالمية ٤١.٩٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٩.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٠.٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.



جدول رقم (٥٢) أهم الوكالات التي يوجد شراكات بينها وبين الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة الوكالات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٥.٢٥	٥٢	١٠٠.٠٠	٥	٩١.٣٠	٢١	٧٨.٧٩	٢٦	وكالة أنباء الشرق الأوسط
٥٥.٧٤	٣٤	٢٠.٠٠	١	٥٢.١٧	١٢	٦٣.٦٤	٢١	وكالة سبوتنيك الروسية
٤٥.٩٠	٢٨	٤٠.٠٠	٢	٤٧.٨٣	١١	٤٥.٤٥	١٥	وكالة رويترز
٤٤.٢٦	٢٧	٢٠.٠٠	١	٣٩.١٣	٩	٥١.٥٢	١٧	وكالة وام
٢٩.٥١	١٨	٦٠.٠٠	٣	٤٧.٨٣	١١	١٢.١٢	٤	وكالة فرانس برس (AFP)
٢٩.٥١	١٨	٦٠.٠٠	٣	٤٧.٨٣	١١	١٢.١٢	٤	وكالة أسوشيتدبرس
٦١		٥		٢٣		٣٣		الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق أهم الوكالات التي يوجد شراكات بينها وبين الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون، حيث جاء في الترتيب الأول وكالة أنباء الشرق الأوسط بنسبة بلغت ٨٥.٢٥% من إجمالي مفردات من يرون أنه يوجد شراكات بين الموقع الإلكتروني الذي يعملون به ووكالات الأنباء المحلية والعالمية من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٨.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩١.٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليها وكالة سبوتنيك الروسية بنسبة بلغت ٥٥.٧٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣.٦٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٥٢.١٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهها وكالة رويترز بنسبة بلغت ٤٥.٩٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٥.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٧.٨٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهها وكالة وام بنسبة بلغت ٤٤.٢٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥١.٥٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٩.١٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً وكالة فرانس برس (AFP)، وكالة أسوشيتدبرس بنسبة بلغت ٢٩.٥١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٢.١٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٧.٨٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٥٣) مدى حرص الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون على تدريب العاملين بشكل دوري ومستمر.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٣.٣٣	٧٧	٢٤.٠٠	٦	٩٠.٩١	٣٠	٨٧.٢٣	٤١	مدى الحرص على التدريب
٢٦.٦٧	٢٨	٧٦.٠٠	١٩	٩.٠٩	٣	١٢.٧٧	٦	نعم
١٠٠	١٠٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٣٣	١٠٠	٤٧	لا
الإجمالي								

قيمة كا^٢ = ٤٠.٩٧١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٥٣٠ مستوى الدلالة = دالة عند

٠.٠٠١



بحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٤٠.٩٧١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٥٣٠ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين موقع المؤسسة الصحفية (الأخبار - اليوم السابع - الوفد) ومدى حرص الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون - إجمالي مفردات عينة الدراسة - على تدريب العاملين/الصحفيين بشكل دوري ومستمر.

تبين النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن الموقع الإلكتروني الذي يعملون به يحرص على تدريب العاملين/الصحفيين بشكل دوري ومستمر بنسبة بلغت ٧٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٧.٢٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٠.٩١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (شريف اللبان وآخرون)^(٥٣) التي أشارت إلى أن ٨٢% من العاملين بالمواقع الإلكترونية تلقوا دورات تدريبية متخصصة في مجال عملهم، كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (Wade & Parent)^(٥٤)، و(فهد العسكري، فايز الشهري)^(٥٥) التي توصلتا إلى أهمية صقل الصحفيين بالدورات التدريبية، ومن بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة تفوق موقع (اليوم السابع) في إنشاء مركز للتدريب لاستقبال التسجيلات لأحدث الدورات الصحفية والإعلامية للتدريب على الكتابة والصحافة وإعداد الأخبار والتقارير والكتابة للمواقع الإلكترونية وصحافة الفيديو^(٥٦)، وقدم المركز عددا من الدورات في مجال العمل الصحفي والإعلامي للمهتمين والراغبين في هذا الحقل، مثل دورة (الصحافة الرياضية، التصوير الصحفي، الكتابة للمواقع الإلكترونية، الإعلام الجديد، مهارات المراسل الميداني)^(٥٧).

وبلغت نسبة من يرون أن الموقع الإلكتروني الذي يعملون به لا يحرص مطلقاً على تدريب العاملين/الصحفيين بشكل دوري ومستمر ٢٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٢.٧٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩.٠٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول (٥٤) نوع الدورات التي يحرص الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون على تدريب العاملين/الصحفيين بشكل دوري ومستمر.

الصحيفة الدورات	الأخبار		اليوم السابع		الوفد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
صحافة الفيديو	٢٨	٦٨.٢٩	١٩	٦٣.٣٣	٦	١٠٠.٠٠	٥٣	٦٨.٨٣
مهارات الوسائط المتعددة	٢١	٥١.٢٢	٢٣	٧٦.٦٧	٦	١٠٠.٠٠	٥٠	٦٤.٩٤
صحافة البيانات	٣٥	٨٥.٣٧	٥	١٦.٦٧	٥	٨٣.٣٣	٤٥	٥٨.٤٤
مهارات الكتابة لصحافة الويب	٢٠	٤٨.٧٨	١٩	٦٣.٣٣	٦	١٠٠.٠٠	٤٥	٥٨.٤٤
مهارات استخدام الصوت والصورة وتعليقها على الموقع	١٧	٤١.٤٦	٢٢	٧٣.٣٣	٥	٨٣.٣٣	٤٤	٥٧.١٤
خدمات الهاتف MMS، SMS	٢٦	٦٣.٤١	١٧	٥٦.٦٧	٠	٠.٠٠	٤٣	٥٥.٨٤
المصادر في الإعلام الإلكتروني (التوثيق والمصادقية)	٤	٩.٧٦	٢٥	٨٣.٣٣	٥	٨٣.٣٣	٣٤	٤٤.١٦
خدمة بث مقاطع أو برامج تليفزيونية مصورة ومكتوبة في آن واحد	٩	٢١.٩٥	١٦	٥٣.٣٣	٠	٠.٠٠	٢٥	٣٢.٤٧
تصميم المواقع الإلكترونية وصيانتها	٧	١٧.٠٧	٩	٣٠.٠٠	٠	٠.٠٠	١٦	٢٠.٧٨
البرمجة الرقمية	٢	٤.٨٨	٧	٢٣.٣٣	٠	٠.٠٠	٩	١١.٦٩
الإجمالي	٤١		٣٠		٦		٧٧	



تشير بيانات الجدول السابق إلى نوع الدورات التي يحرص الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون على تدريب العاملين/الصحفيين بشكل دوري ومستمر، حيث جاء في الترتيب الأول صحافة الفيديو بنسبة بلغت ٦٨.٨٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٨.٢٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليها مهارات الوسائط المتعددة بنسبة بلغت ٦٤.٩٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥١.٢٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليها صحافة البيانات بنسبة بلغت ٥٨.٤٤% من إجمالي مفردات من يرون أن الموقع الإلكتروني الذي يعملون به يحرص على تدريبهم بشكل دوري ومستمر من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٥.٣٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ١٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليها مهارات الكتابة لصحافة الويب بنسبة بلغت ٥٨.٤٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٧٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه مهارات استخدام الصوت والصورة وتفعيلها على الموقع بنسبة بلغت ٥٧.١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤١.٤٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه خدمات الهاتف SMS، MMS بنسبة بلغت ٥٥.٨٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣.٤١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٥٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه المصادر في الإعلام الإلكتروني (التوثيق والمصادقية) بنسبة بلغت ٤٤.١٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٩.٧٦% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه خدمة بث مقاطع أو برامج تليفزيونية مصورة ومكتوبة في آن واحد بنسبة بلغت ٣٢.٤٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢١.٩٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٥٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه تصميم المواقع الإلكترونية وصيانتها بنسبة بلغت ٢٠.٧٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٧.٠٧% من إجمالي مفردات عينة



مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً البرمجة الرقمية بنسبة بلغت ١١.٦٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤.٨٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٢٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وتستنتج الباحثة مما سبق أن من أهم الدورات التي يحرص القائمون على المواقع الإلكترونية على تنظيمها دورة صحافة الفيديو التي جاءت في المرتبة الأولى؛ نظراً لأهميتها في تعريف العاملين بالمواقع بالأهمية المتنامية لصحافة الفيديو، إضافة إلى تطوير مهاراتهم في كتابة قصة صحفية وتنفيذها على شكل فيديو قصير، والتدريب على أساسيات التصوير بالفيديو من خلال الهاتف، وقواعد بناء فيديو محترف وترتيب المقابلات وتنفيذ وتنقية الصوت وإجراء الحوار وكتابة النص وسرد القصة، لأنها أصبحت أكثر قدرة في التأثير على متلقى الخبر وأكثر جذباً له، ونجد موقع اليوم السابع من أهم وأكثر المواقع حرصاً على تنظيم دورات تدريبية للعاملين بالموقع الإلكتروني به وخاصة دورة صحافة الفيديو، حيث نظمت أكاديمية اليوم السابع للتدريب والتطوير دورة عن أساسيات وتقنيات صحافة الفيديو للاستفادة من الجوانب النظرية والعملية للتدريب على أساسيات صحافة الفيديو بجميع أنواع الكاميرات الاحترافية وكاميرات الهواتف النقالة، والعمل في أماكن الأحداث والنقاط، الصورة وسط الزحام وفي أشعة الشمس، وفي الأماكن المغلقة والمفتوحة والمرتفعة، كما تضمنت مبادئ عمل المونتاج والتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصحافة الفيديو، وقنوات اليوتيوب^(٥٨).

جدول رقم (٥٥) أسباب عدم تنظيم القائمين على إدارة الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون دورات تدريبية للعاملين به.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة الأسباب
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩٦.٤٣	٢٧	١٠٠.٠٠٠	١٩	١٠٠.٠٠٠	٣	٨٣.٣٣	٥	عدم وجود خطة تدريبية واضحة ومحددة لتدريب العاملين
٩٢.٨٦	٢٦	١٠٠.٠٠٠	١٩	٣٣.٣٣	١	١٠٠.٠٠٠	٦	ضعف إمكانيات معظم العاملين من حيث اللغات واستخدام الحاسب الآلي
٨٩.٢٩	٢٥	١٠٠.٠٠٠	١٩	٣٣.٣٣	١	٨٣.٣٣	٥	ضعف الرقابة على تطبيق ما تم تعلمه خلال الدورة أو ورشة العمل
٨٢.١٤	٢٣	١٠٠.٠٠٠	١٩	٣٣.٣٣	١	٥٠.٠٠٠	٣	عدم توفير ميزانية لتدريب العاملين لضعف ميزانية المؤسسة
٧٨.٥٧	٢٢	١٠٠.٠٠٠	١٩	٣٣.٣٣	١	٣٣.٣٣	٢	عدم وجود إمكانيات مادية وأجهزة للتدريب وغرف مجهزة
٧٥.٠٠	٢١	٧٨.٩٥	١٥	٣٣.٣٣	١	٨٣.٣٣	٥	التدريب مكلف مادياً وغالباً ما يكون ذلك عائق للمؤسسة
٦٤.٢٩	١٨	٧٨.٩٥	١٥	٣٣.٣٣	١	٣٣.٣٣	٢	إلزام المؤسسة الصحفية بتطوير نفسها ذاتياً دون اللجوء للمؤسسة
٥٧.١٤	١٦	٤٢.١١	٨	٦٦.٦٧	٢	١٠٠.٠٠٠	٦	عدم فهم المتدربين لأهمية التدريب وإيمانهم به
٥٣.٥٧	١٥	٤٧.٣٧	٩	٠.٠٠٠	٠	١٠٠.٠٠٠	٦	النقص في وجود أصحاب المؤهلات والخبرات التدريبية



٥٠.٠٠٠	١٤	٤٢.١١	٨	٠.٠٠٠	٠	١٠٠.٠٠٠	٦	لا يوجد اهتمام كاف من قبل إدارة الموقع بمدى أهمية عامل التدريب للعاملين بالموقع
٤٦.٤٣	١٣	٤٢.١١	٨	٠.٠٠٠	٠	٨٣.٣٣	٥	عدم وجود خطط أو أهداف تدريبية لتطوير الموقع والارتقاء به
٤٢.٨٦	١٢	٤٢.١١	٨	٠.٠٠٠	٠	٦٦.٦٧	٤	عدم ربط التدريب بإدارة مستقبل العامل المهني
٣٩.٢٩	١١	٤٢.١١	٨	٠.٠٠٠	٠	٥٠.٠٠٠	٣	إسناد مهمة إدارة التدريب لمن لا يدرك أهميته
٢٨		١٩		٣		٦		الإجمالي

تكشف بيانات الجدول السابق عن أسباب عدم تنظيم القائمين على إدارة الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون دورات تدريبية للعاملين به، حيث جاء في الترتيب الأول عدم وجود خطة تدريبية واضحة ومحددة لتدريب العاملين بنسبة بلغت ٩٦.٤٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ١٠٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، ومن بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة تبين أن موقعي (اليوم السابع، الوفد) يعانيان من عدم اتباع سياسة تدريبية واضحة ومخططة للعاملين في المستويات الإدارية المختلفة للموقع، فنجد الإدارة العليا في تلك المواقع تفقر إلى أهمية العملية التدريبية التي من شأنها تحقيق أهداف المؤسسة ونجاحها.

يليهما ضعف إمكانات معظم العاملين من حيث اللغات واستخدام الحاسب الآلي بنسبة بلغت ٩٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٠٠.٠٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل

٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (هبا نصر)^(٥٩) التي أشارت إلى أن البيئة الإلكترونية تحتاج إلى خبرة ومهارة عالية للتعامل معها، ومن بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة تبين أن موقعي (الأخبار، الوفد) يعاني فيهما العاملون من ضعف المهارات اللغوية في العمل الصحفي، نظراً لتعيين البعض من خلال الوساطة والمحسوبة، أو عند التعيين لم يهتم لعامل اللغة باعتباره شرطاً أساسياً، كما يعاني العاملون في الموقع من ضعف التعامل مع التقنيات الحديثة لضعف مهاراتهم وقدراتهم العلمية للتعامل مع شبكة الحاسوب.

يليهما ضعف الرقابة على تطبيق ما تم تعلمه خلال الدورة أو ورشة العمل بنسبة بلغت ٨٩.٢٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (الوفد) من بين المواقع الإلكترونية الذي يعاني من ضعف أسلوب الرقابة والمتابعة على عملية التدريب بشكل عام، ولبيان أثرها في مكان العمل، وهل حققت الهدف من عقدها أم لا، فضعف الرقابة نتيجة لعدم وجود خطة تدريبية واضحة للموقع.

يليهما عدم توفير ميزانية لتدريب العاملين لضعف ميزانية المؤسسة بنسبة بلغت ٨٢.١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتباين مع دراسة (نزار علي)^(٦٠) التي أشارت إلى أن نوع التدريب الذي يتلقاه العاملون في المواقع الإلكترونية تدريب داخلي من خلال الموقع بنسبة ٦٠%، وجاء موقع (الوفد) في المرتبة الأولى لعدم تخصيص



ميزانية محددة لعملية التدريب من نفقات ورسوم تُدفع من أجل العملية التدريبية سواء لمراكز التدريب أو للمدرّبين على شكل مكافآت أو نفقات مخصصة لهم.

يليهما عدم وجود إمكانات مادية وأجهزة للتدريب وغرف مجهزة بنسبة بلغت ٧٨.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (نزار علي)^(١١) التي أشارت إلى أن ثمة مشكلات تواجه العاملين في المواقع الإلكترونية في استخدام التقنيات الحديثة بنسبة ٥٠%، وجاء موقع (الوفد) في الترتيب الأول لعدم قدرته على توفير موارد مالية لعملية التدريب، وتتمثل في تكاليف التدريب المالية اللازمة، وكذلك الحوافز المادية لأوائل المتدرّبين والمدرّبين، بالإضافة إلى افتقار العملية التدريبية للوسائل والأدوات التي تخدمها.

يليهما التدريب مكلف مادياً وغالباً ما يكون ذلك عائقاً للمؤسسة بنسبة بلغت ٧٥.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٨.٩٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (الأخبار) في الترتيب الأول لإيمانه البالغ بأن عملية التدريب لا تحقق الهدف منها، إلى جانب ضعف موارد المؤسسة المادية والبشرية، الأمر الذي يشكل صعوبة لتحديد ميزانية مخصصة للعملية التدريبية وخاصة في ظل الأحوال الاقتصادية الحالية التي تمر بها صناعة الإعلام ككل، فتحمل المؤسسة وموقعها مهمة التدريب على عاتق العاملين بها.

يليهما إلزام المؤسسة الصحفية بتطوير نفسها ذاتياً دون اللجوء للمؤسسة بنسبة بلغت ٦٤.٢٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٣.٣٣% من

إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٨.٩٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (وسام الحنبلي)^(٦٢) التي أشارت إلى أن هناك عوامل مؤسسية تؤثر على العاملين في المواقع الإلكترونية، منها قلة اهتمام إدارات المواقع الإلكترونية بتدريب عاملها، وجاء موقع (الوفد) من بين المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- الذي يلزم العاملين به بضرورة تطوير مهاراتهم وقدراتهم ومعارفهم وتنميتها بما يتماشى مع طبيعة العمل الصحفي في الموقع، من خلال الدورات التدريبية التي تعقدتها جهات إعلامية أو صحفية أخرى غير المؤسسة المنتمي إليها.

يليه عدم فهم المتدربين لأهمية التدريب وإيمانهم به بنسبة بلغت ٥٧.١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٢.١١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه النقص في وجود أصحاب المؤهلات والخبرات التدريبية بنسبة بلغت ٥٣.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٧.٣٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليه عدم وجود اهتمام كاف من قبل إدارة الموقع بمدى أهمية عامل التدريب للعاملين بالموقع بنسبة بلغت ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع،



٤٢.١١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما عدم وجود خطط أو أهداف تدريبية لتطوير الموقع والارتقاء به بنسبة بلغت ٤٦.٤٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٢.١١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليهما عدم ربط التدريب بإدارة مستقبل العامل المهني بنسبة بلغت ٤٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٢.١١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً إسناد مهمة إدارة التدريب لمن لا يدرك أهميته بنسبة بلغت ٣٩.٢٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٢.١١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٥٨) أبرز السلبيات التي تواجه الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة السلبيات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٥.٢٤	٧٩	٨٨.٠٠	٢٢	٤٨.٤٨	١٦	٨٧.٢٣	٤١	ضعف الإمكانيات المادية والفنية والتكنولوجية
٧٠.٤٨	٧٤	٦٤.٠٠	١٦	٨٤.٨٥	٢٨	٦٣.٨٣	٣٠	يسود إدارة الموقع الروتين وعدم الاهتمام بابتكار أفكار جديدة
٦٨.٥٧	٧٢	٢٤.٠٠	٦	٩٣.٩٤	٣١	٧٤.٤٧	٣٥	كثرة أعباء العمل المكلف للعاملين من قبل إدارة الموقع
٦٠.٩٥	٦٤	٢٤.٠٠	٦	٩٣.٩٤	٣١	٥٧.٤٥	٢٧	عدم إتاحة الفرصة للقدرة على الإبداع
٤٨.٥٧	٥١	٦٠.٠٠	١٥	٣٠.٣٠	١٠	٥٥.٣٢	٢٦	ضعف الأداء المهني للعاملين في مجال الكتابة للموقع
٤٠.٩٥	٤٣	٧٦.٠٠	١٩	٣٠.٣٠	١٠	٢٩.٧٩	١٤	التحيز في عرض الأخبار وطغيان الحزبية على أداء العمل
٣٨.١٠	٤٠	٥٢.٠٠	١٣	٣٠.٣٠	١٠	٣٦.١٧	١٧	ضعف الكادر المهني المتخصص
٣٨.١٠	٤٠	١٢.٠٠	٣	٤٨.٤٨	١٦	٤٤.٦٨	٢١	التكرار والقرصنة
٣٧.١٤	٣٩	١٦.٠٠	٤	٤٥.٤٥	١٥	٤٢.٥٥	٢٠	ضعف المصداقية والموضوعية
١٧.١٤	١٨	٨.٠٠	٢	٢٧.٢٧	٩	١٤.٨٩	٧	البطء في نقل الحدث
١٠٥		٢٥		٣٣		٤٧		الإجمالي



تظهر بيانات الجدول السابق أبرز السلبيات التي تواجه الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون من وجهة نظر المبحوثين، حيث جاء في الترتيب الأول ضعف الإمكانيات المادية والفنية والتكنولوجية بنسبة بلغت ٧٥.٢٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٧.٢٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٨.٤٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (زياد نصيرات)^(٦٣) التي توصلت إلى أهم السلبيات التي تواجه العمل في المواقع الإلكترونية تتمثل في ضعف المردود المادي، وضعف نظام الحوافز المادية إلى جانب ضعف التصميم الفني للمواقع الإلكترونية، واحتل موقع (الوفد) الترتيب الأول من بين المواقع عينة الدراسة، لعدم وجود رضا تام عن الأجور للعاملين في الموقع، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى التعيينات التي تتم عن طريق العقود المؤقتة بين إدارة الموقع وبين العاملين، فقد يكون ذلك سببا رئيسيا لضعف المردود المادي، إلى جانب ضعف الأجهزة الفنية والتكنولوجية، وكل ما يلائم المستجدات الحديثة في ساحة العمل الصحفي.

يلها سيادة الروتين إدارة الموقع وعدم الاهتمام بابتكار أفكار جديدة بنسبة بلغت ٧٠.٤٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣.٨٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨٤.٨٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (زياد نصيرات)^(٦٤) التي أشارت إلى قلة الدورات التدريبية حول العمل في الموقع الإلكتروني، وعدم الإلمام بأساسيات العمل الصحفي، وجاء موقع (اليوم السابع) في أوائل المواقع التي تعاني من ضغوط العمل ورتابته في الموقع، ووضع القيود والاشتراطات التي تقيد حرية العاملين وعدم الرضا، والاكتراث لحياتهم العملية، والتقيد بالحضور والانصراف للموقع

منه وإليه، بالإضافة إلى قلة الأفكار الإبداعية من جانب آخر.

يليهما كثرة أعباء العمل المكلف به العاملون من قبل إدارة الموقع بنسبة بلغت ٦٨.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٤.٤٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٣.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (زهير دولة، عماد أشتيوي)^(٦٥) التي أشارت إلى أن العاملين في المواقع الإلكترونية يعانون من كثرة أعباء العمل المكلفون بها بنسبة ١٧.٤%، ومن بين مواقع الدراسة جاء موقع (اليوم السابع) كأحد المواقع التي يعاني العاملون من كثرة الضغوط في مجال العمل بسبب عدم التكافؤ الوظيفي، وتوزيع الأدوار والمهام بأسلوب غير عادل بين الأشخاص داخل بيئة العمل؛ حيث يتم تكليفهم بأكثر من مهمة يقومون بها على الرغم من أنها ليست من صلاحياتهم.

يليهما عدم إتاحة الفرصة للقدرة على الإبداع بنسبة بلغت ٦٠.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٧.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٣.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (اليوم السابع) في الترتيب الأول ليعاني من أحد سلبيات الموقع وهي انخفاض الإبداع لدى العاملين بالموقع، وعدم الاهتمام بأفكارهم وآرائهم وإبداعاتهم التي تساعد على تطوير الموقع وتحقيقه للمنافسة، لتتفق هذه النتيجة مع نتيجة " سيادة إدارة الموقع الروتين وعدم الاهتمام بابتكار أفكار جديدة".

يليهما ضعف الأداء المهني للعاملين في مجال الكتابة للموقع بنسبة بلغت ٤٨.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٥.٣٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٠.٣٠% من إجمالي



مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع (الوفد) من أولى المواقع التي تعاني من ضعف الأداء المهني لطاقم العمل فيما يتعلق بالكتابة الصحفية للموقع، فيعاني الموقع من عدم توافر الحيادية والتوازن والاستقلالية وصعوبة توخي الدقة والحرص في نشر الحقيقة، وأيضًا عدم مراعاة مقدار المعلومات التي تتطلبها المادة ويحتاجها القارئ للإلمام بحدود معقولة بالموضوع.

يليها التحيز في عرض الأخبار وطغيان الحزبية على أداء العمل بنسبة بلغت ٤٠.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٩.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٠.٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٧٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليها ضعف الكادر المهني المتخصص بنسبة بلغت ٣٨.١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٦.١٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٠.٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٥٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليها التكرار والقرصنة بنسبة بلغت ٣٨.١٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٤.٦٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٨.٤٨% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليها ضعف المصداقية والموضوعية بنسبة بلغت ٣٧.١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٢.٥٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٥.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة

اليوم السابع، ١٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً البطء في نقل الحدث بنسبة بلغت ١٧.١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٤.٨٩% من إجمالي مفردات عينة بحثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٢٧.٢٧% من إجمالي مفردات عينة بحثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٥٩) أهم المقترحات اللازمة لتطوير الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون لتحقيق المنافسة على غيره من المواقع.

الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة المقترحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨١.٩٠	٨٦	٨٨.٠٠	٢٢	٩٦.٩٧	٣٢	٦٨.٠٩	٣٢	زيادة كفاءة التجهيزات الفنية
٧٢.٣٨	٧٦	٨٤.٠٠	٢١	٧٨.٧٩	٢٦	٦١.٧٠	٢٩	توخي الحذر والموضوعية في نشر المادة الإعلامية
٦٥.٧١	٦٩	٦٤.٠٠	١٦	٨١.٨٢	٢٧	٥٥.٣٢	٢٦	وضع معايير خاصة للنشر الإلكتروني
٦٢.٨٦	٦٦	٢٨.٠٠	٧	٧٨.٧٩	٢٦	٧٠.٢١	٣٣	إتاحة فرصة للتعليق والحوار والمناقشة على الموضوعات
٦٢.٨٦	٦٦	٤٨.٠٠	١٢	٩٣.٩٤	٣١	٤٨.٩٤	٢٣	تحديث الأخبار باستمرار
٦٠.٩٥	٦٤	٤٠.٠٠	١٠	٩٣.٩٤	٣١	٤٨.٩٤	٢٣	توفير تقنية البحث داخل وخارج الموقع
٥٧.١٤	٦٠	٤٠.٠٠	١٠	٦٣.٦٤	٢١	٦١.٧٠	٢٩	ترتيب وتسلسل المواد الإخبارية
٥٠.٤٨	٥٣	١٦.٠٠	٤	٦٦.٦٧	٢٢	٥٧.٤٥	٢٧	توفير أرشيف للموقع
١٠٥		٢٥		٣٣		٤٧		الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المقترحات اللازمة لتطوير الموقع الإلكتروني الذي يعمل به المبحوثون لتحقيق المنافسة على غيره من المواقع من وجهة نظر المبحوثين، حيث جاء في الترتيب الأول زيادة كفاءة التجهيزات الفنية



بنسبة بلغت ٨١.٩٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٨.٠٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٦.٩٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (أميمة عمران)^(٦٦) التي أشارت إلى ضرورة حرص الصحف الإلكترونية على تطوير إمكانياتها الفنية مع توفير الأجهزة الحديثة التي تساعد على الارتقاء المهني، وتجويد المضمون الإعلامي المطروح، وجاء موقع (اليوم السابع) في المرتبة الأولى، فكانت أهم مقترحات القيادات الإدارية للموقع الإلكتروني مدى امتلاك الموقع لأحدث التقنيات الحديثة المتطورة التي تجعله من أفضل المواقع وتميزه عن غيره وتحقق له المنافسة من خلال تقديم محتوى أكثر جدية، يخدم الجمهور ويلبي احتياجاتهم.

يليهها توخي الحذر والموضوعية في نشر المادة الإعلامية بنسبة بلغت ٧٢.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٨.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٨٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (حنان يوسف وآخرون)^(٦٧) التي توصلت إلى من أهم العوامل التي تسهم في تطوير أداء موقع الصحف الإلكترونية هي الالتزام بمعايير الدقة والموضوعية بنسبة ٨١%، وجاء موقع (الوفد) في المرتبة الأولى، حيث ترى القيادات الإدارية للموقع الإلكتروني أن من أهم مقترحات التطوير للموقع - حتى يستطيع تحقيق أعلى قدر من المنافسة - مراعاة موثيق الشرف الصحفي والإعلامي، والتزامه بالنزاهة والدقة أثناء عملية نقل الأخبار، وعدم التحيز فيما ينشر أو يبيث، ونقل الحدث والخبر كما هو.

يليهها وضع معايير خاصة للنشر الإلكتروني بنسبة بلغت ٦٥.٧١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٥.٣٢% من إجمالي مفردات عينة

مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٦٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع **(اليوم السابع)** في أوائل المواقع التي رأت القيادات الإدارية له أن من أهم مقترحات التطوير للموقع ضرورة وضع معايير وآليات وضوابط لنشر المواد الإعلامية والإعلانية على الموقع، منها تحري الدقة والتحديث والموضوعية لكافة الأخبار التي يتم نشرها، مع تنوع أسلوب العرض المختلف لكافة المواد.

يليها إتاحة فرصة للتعليق والحوار والمناقشة على الموضوعات بنسبة بلغت ٦٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠.٢١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٨.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٢٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد، وجاء موقع **(اليوم السابع)** في أوائل المواقع التي تهتم إدارته بمقترحات تطوير الموقع بصفة مستمرة، حيث صرح "محمود سعد الدين" مدير تحرير اليوم السابع أنه تم الاتفاق مع مركز أبحاث متخصص يقوم بقياس دوري لآراء الجمهور مستخدما شبكات التواصل الاجتماعي وشبكة المراسلين المنتشرة في المحافظات^(٦٥).

يليها تحديث الأخبار باستمرار بنسبة بلغت ٦٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٣.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٨.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

يليها توفير تقنية البحث داخل وخارج الموقع بنسبة بلغت ٦٠.٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٣.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.



يليه ترتيب وتسلسل المواد الإخبارية بنسبة بلغت ٥٧.١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦١.٧٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٣.٦٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ٤٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

وأخيراً توفير أرشيف للموقع بنسبة بلغت ٥٠.٤٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٧.٤٥% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة اليوم السابع، ١٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي موقع مؤسسة الوفد.

جدول رقم (٦٠) أهم انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة.

الاستجابة	مستوى الدلالة	قيمة كا	المتوسط الحسابي	الإجمالي		الوفد		اليوم السابع		الأخبار		الصحيفة	العبرة والاستجابة
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	دالة ٠.٠٥	١٢.٢٢	٢.٨٨	٨٨.٥٧	٩٣	١٠٠.٠٠	٢٥	٩٦.٩٧	٣٢	٧٦.٦٠	٣٦	موافق	أثرت المواقع الإلكترونية على دخل الصحيفة الورقية
موافق	غير دالة	٩.٠٧	٢.٨٥	٨٦.٦٧	٩١	١٠٠.٠٠	٢٥	٩٠.٩١	٣٠	٧٦.٦٠	٣٦	موافق	أدت المواقع الإلكترونية لقلّة حجم الإعلانات في الصحيفة الورقية
موافق	دالة ٠.٠٠١	١٣.٩٤	٢.٨٠	٨٠.٠٠	٨٤	٩٢.٠٠	٢٣	٩٣.٩٤	٣١	٦٣.٨٣	٣٠	موافق	أدت المواقع الإلكترونية إلى انخفاض عدد قراء الصحيفة الورقية
موافق	دالة ٠.٠٠١	١٩.١٣	٢.٤٨	٣٠.٤٨	٣٢	٢٨.٠٠	٧	١٨.١٨	٦	٤٠.٤٣	١٩	محايد	يتمتع العاملون في الموقع الإلكتروني بمهارات وخبرات أفضل من العاملين في الصحيفة الورقية
موافق	دالة ٠.٠٠١	٢٧.٧٩	٢.٤٥	٤٩.٥٢	٥٢	٢٤.٠٠	٦	٨١.٨٢	٢٧	٤٠.٤٣	١٩	موافق	يلتزم العاملون في الموقع الإلكتروني بأخلاقيات المهنة
موافق	دالة ٠.٠٠١	٣٠.٨٤	٢.٤١	٣٦.١٩	٣٨	٢٨.٠٠	٧	١٢.١٢	٤	٥٧.٤٥	٢٧	محايد	يتمتع العاملون في الموقع الإلكتروني بفرص تدريبية عن العاملين في الصحف الورقية
موافق	دالة ٠.٠٠١	٢٨.١٧	٢.٣٧	٤٨.٥٧	٥١	٧٢.٠٠	١٨	٦٩.٧٠	٢٣	٢١.٢٨	١٠	موافق	أدى التطوير والتحديث في الموقع الإلكتروني إلى إعادة
				٤٠.٠٠	٤٢	١٦.٠٠	٤	٣٠.٣٠	١٠	٥٩.٥٧	٢٨	محايد	



تصميم شكل الصحيفة الورقية	معارض	٩	١٩.١٥	٠	١٩.١٥	٣	١٢.٠٠٠	١٢	١١.٤٣												
أثرت المواقع الإلكترونية سلباً على مستوى الأداء المهني في الصحيفة الورقية	موافق	١٥	٣١.٩١	٢٠	٦٠.٦١	٢٠	٨.٠٠٠	٥٥	٥٢.٣٨	٢.٣١	١٧.٨٦	دالة ٠.٠٠١	موافق								
يوفر الموقع الإلكتروني للعاملين به كافة الأدوات التكنولوجية	محايد	٢٠	٤٢.٥٥	٦	١٨.١٨	٢	٨.٠٠٠	٢٨	٢٦.٦٧												
	معارض	١٢	٢٥.٥٣	٧	٢١.٢١	٣	١٢.٠٠٠	٢٢	٢٠.٩٥												
	موافق	٩	١٩.١٥	٢٨	٨٤.٨٥	٨	٣٢.٠٠٠	٤٥	٤٢.٨٦	٢.٢٧	٤٦.٠٧	دالة ٠.٠٠١	موافق								
	محايد	٢٤	٥١.٠٦	٣	٥١.٠٦	١٧	٦٨.٠٠٠	٤٤	٤١.٩٠												
	معارض	١٤	٢٩.٧٩	٢	٦.٠٦	٠	٠.٠٠٠	١٦	١٥.٢٤												
يتمتع العاملون في الموقع الإلكتروني بالرضا الوظيفي عن العاملين في الصحيفة الورقية	موافق	٦	١٢.٧٧	١٤	٤٢.٤٢	٦	٢٤.٠٠٠	٢٦	٢٤.٧٦	٢.١٥	١٣.٣٧	دالة ٠.٠١	محايد								
	محايد	٣٣	٧٠.٢١	١٩	٥٧.٥٨	١٧	٦٨.٠٠٠	٦٩	٦٥.٧١												
	معارض	٨	١٧.٠٢	٠	٠.٠٠٠	٢	٨.٠٠٠	١٠	٩.٥٢												
هناك تكامل بين الموقع الإلكتروني والصحيفة الورقية بحيث لا يمكن الاستغناء عن بعضهما البعض	موافق	٢٠	٤٢.٥٥	١٠	٣٠.٣٠	٥	٢٠.٠٠٠	٣٥	٣٣.٣٣	٢.٠٩	٢٤.٨٢	دالة ٠.٠٠١	محايد								
	محايد	٢٦	٥٥.٢٢	١٢	٣٦.٣٦	٧	٢٨.٠٠٠	٤٥	٤٢.٨٦												
	معارض	١	٢.١٣	١١	٣٣.٣٣	١٣	٥٢.٠٠٠	٢٥	٢٣.٨١												
وجود موقع إلكتروني للصحيفة زاد من توزيع الصحيفة الورقية	موافق	١١	٢٣.٤٠	١٣	٣٩.٣٩	٥	٢.٠٠٠	٢٩	٢٧.٦٢	١.٩٧	٢١.٠١	دالة ٠.٠٠١	محايد								
	محايد	٢٤	٥١.٠٦	١٦	٤٨.٤٨	٤	١٦.٠٠٠	٤٤	٤٦.٩٠												
	معارض	١٢	٢٥.٥٣	٤	١٢.١٢	١٦	٦٤.٠٠٠	٣٢	٣٠.٤٨												
يتمتع العاملون في الموقع الإلكتروني بنظام الحوافز وزيادة الأجور عن العاملين في الصحيفة الورقية	موافق	٧	١٤.٨٩	٩	٢٧.٢٧	٣	١٢.٠٠٠	١٩	١٨.١٠	١.٨٩	١٣.١٦	دالة ٠.٠٠٥	محايد								
	محايد	١٩	٤٠.٤٣	٢٠	٦٠.٦١	١٧	٦٨.٠٠٠	٥٦	٥٣.٣٣												
	معارض	٢١	٤٤.٦٨	٤	١٢.١٢	٥	٢٠.٠٠٠	٣٠	٢٨.٥٧												
الإجمالي		٤٧	١٠٠	٣٣	١٠٠	٢٥	١٠٠	١٠٥	١٠٠												

تكشف بيانات الجدول السابق عن أهم انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين، وجاء في المرتبة الأولى تأثير المواقع الإلكترونية على دخل الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ٢.٨٨، بدرجة موافقة ٨٨.٥٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٦.٦٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٦.٩٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الوفد، تتفق مع دراسة (عبير الرحباني)^(٦٩) التي أشارت إلى موافقة أفراد العينة عن أهم مميزات الصحافة الإلكترونية أنها تمتاز بوفرة التكلفة المادية عن الصحافة الورقية، ومدى تأثيرها على دخل الصحف الورقية بمتوسط حسابي ١.٨٤.

يليهما تأدية المواقع الإلكترونية لقلّة حجم الإعلانات في الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ٢.٨٥، بدرجة موافقة ٨٦.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٦.٦٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٠.٩١% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة اليوم السابع، ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الوفد، وتتفق مع ما أشارت إليه (مجلة فكر الثقافية)^(٧٠) التي صرحت أنه مع تزايد وقت المستخدم الذي يقضيه على الهواتف الذكية، جعل المعلنين يديرون بوصلة ميزانيات إعلاناتهم من الصحف الورقية إلى الإعلانات عبر الإنترنت.

يليهما ما أدت إليه المواقع الإلكترونية من انخفاض عدد قراء الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ٢.٨٠، بدرجة موافقة ٨٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣.٨٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٩٣.٩٤% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة اليوم السابع، ٩٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الوفد، وتتفق مع (محمد الحيزان)^(٧١) الذي أشار إلى أن هناك انحساراً كبيراً في عدد قراء الصحف الورقية لصالح البدائل الإلكترونية.

يليهما تمتع العاملين في الموقع الإلكتروني بمهارات وخبرات أفضل من



العاملين في الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ٢.٤٨، بدرجة موافقة ٥٩.٠٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٨.٣٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٨.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة اليوم السابع، ٧٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الوفد، وتتفق مع دراسة (عبير الرحباني)^(٧٢) التي أشارت إلى أن الواقع المهني والتقني الجديد الذي فرضته الصحافة الإلكترونية في بيئة العمل الصحفي والإعلامي، يتطلب من المحررين والصحفيين والقائمين عليها امتلاك القدرات والمهارات الفنية والتقنية في عرض المادة الإخبارية وإخراجها بشكل جذاب، وما يتناسب مع الصوت، والصورة، والحركة، في عملية الإخراج الصحفي.

يليهما التزام العاملين في الموقع الإلكتروني بأخلاقيات المهنة بمتوسط حسابي ٢.٤٥، بدرجة موافقة ٤٩.٥٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٠.٤٣% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٨١.٨٢% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة اليوم السابع، ٢٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الوفد، وتتفق مع (عبد الرزاق الدليمي)^(٧٣) الذي أشار إلى ضرورة التزام العاملين في الصحافة الإلكترونية باحترام الكرامة الإنسانية وعدم التشهير بالأشخاص، وعدم قبول الهدايا والتسهيلات وأي شكل من أشكال الدعم بما يخل من تقاليد المهنة.

يليهما تمتع العاملين في الموقع الإلكتروني بفرص تدريبية عن العاملين في الصحف الورقية بمتوسط حسابي ٢.٤١، بدرجة موافقة ٥٢.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٣.٤٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٧٨.٧٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة اليوم السابع، ٧٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الوفد.

يليهما أثر التطوير والتحديث في الموقع الإلكتروني في إعادة تصميم شكل الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ٢.٣٧، بدرجة موافقة ٤٨.٥٧% من إجمالي

مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢١.٢٨% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٩.٧٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة اليوم السابع، ٧٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الوفد.

يليه تأثير المواقع الإلكترونية سلبيًا على مستوى الأداء المهني في الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ٢.٣١، بدرجة موافقة ٥٢.٣٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣١.٩١% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٦٠.٦١% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة اليوم السابع، ٨٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الوفد.

يليه توفير الموقع الإلكتروني للعاملين به كافة الأدوات التكنولوجية بمتوسط حسابي ٢.٢٧، بدرجة موافقة ٤٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٩.١٥% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٨٤.٨٥% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة اليوم السابع، ٣٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الوفد.

يليه تمتع العاملين في الموقع الإلكتروني بالرضا الوظيفي عن العاملين في الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ٢.١٥، بدرجة محايد ٦٥.٧١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٢.٧٧% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٤٢.٤٢% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة اليوم السابع، ٢٤.٠٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الوفد.

يليه التكامل بين الموقع الإلكتروني والصحيفة الورقية، فهما لا يستغنيان عن بعضهما البعض بمتوسط حسابي ٢.٠٩، بدرجة محايد ٤٢.٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٢.٥٥% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٠.٣٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة اليوم السابع، ٢٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة بحثي مؤسسة الوفد.



يليه وجود موقع إلكتروني للصحيفة قد زاد من توزيع الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ١.٩٧، بدرجة محايد ٤١.٩٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٣.٤٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٣٩.٣٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة اليوم السابع، ٢٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الوفد.

وأخيراً يتمتع العاملون في الموقع الإلكتروني بنظام الحوافز وزيادة الأجور عن العاملين في الصحيفة الورقية بمتوسط حسابي ١.٨٩، بدرجة محايد ٥٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٤.٨٩% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الأخبار في مقابل ٢٧.٢٧% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة اليوم السابع، ١٢.٠٠% من إجمالي مفردات عينة مبحوثي مؤسسة الوفد.

الحادي عشر: نتائج فروض الدراسة.

الفرض الأول: تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن - الخبرة - المركز الوظيفي - المؤهل الدراسي).

أ- تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعاً لاختلاف النوع.

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعاً لاختلاف النوع.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٧٧	٢.٨١	٠.٤٦	١.٧٧	١٠٣	غير دالة
إناث	٢٨	٢.٩٦	٠.١٩			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة، حيث بلغت قيمة "ت" ١.٧٧ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف النوع.

ب- تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف السن.

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف السن.

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دالة	١.٣٦٠	٠.٢٢٧	٣	٠.٦٨٢	بين المجموعات
		٠.١٦٧	١٠١	١٦.٨٨٠	داخل المجموعات
			١٠٤	١٧.٥٦٢	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس



رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة، حيث بلغت قيمة ف ١.٣٦٠ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف السن.

ج- تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف سنوات الخبرة.

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف سنوات الخبرة.

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دالة	٠.٥٨٧	٠.١٠٠	٣	٠.٣٠١	بين المجموعات
		٠.١٧١	١٠١	١٧.٢٦١	داخل المجموعات
			١٠٤	١٧.٥٦٢	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون سنوات الخبرة المختلفة في مجال العمل بالمؤسسات الصحفية، وذلك علي مقياس رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على

الصحافة المطبوعة، حيث بلغت قيمة ف ٠.٥٨٧ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف سنوات الخبرة.

د- تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف المركز الوظيفي.

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف المركز الوظيفي.

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دالة	٢.١٠٩	٠.٣٣٥	٦	٢.٠٠٨	بين المجموعات
		٠.١٥٩	٩٨	١٥.٥٥٣	داخل المجموعات
			١٠٤	١٧.٥٦٢	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون المراكز الوظيفية المختلفة في مجال العمل بالمؤسسات الصحفية، وذلك علي مقياس رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة، حيث بلغت قيمة ف ٢.١٠٩ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه تختلف رؤية العاملين



والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف المركز الوظيفي.

هـ- تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف المؤهل الدراسي.

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف المؤهل الدراسي.

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دالة	١.٠٦٨	٠.١٨٠	٥	٠.٨٩٩	بين المجموعات
		٠.١٦٨	٩٩	١٦.٦٦٣	داخل المجموعات
			١٠٤	١٧.٥٦٢	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون المؤهلات الدراسية المختلفة في مجال العمل بالمؤسسات الصحفية، وذلك علي مقياس رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة، حيث بلغت قيمة ف ١.٠٦٨ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه تختلف رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملاح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة تبعًا لاختلاف المؤهل الدراسي.

نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات والفروض

- ١- عكست النتائج مدى الخبرة التي يتمتع بها القائمون على المواقع الإلكترونية - عينة الدراسة - التي جاءت من سنتين إلى أقل من ٤ سنوات.
- ٢- أظهرت النتائج أن قطاع الإدارة العليا ويتكون من (رئيس مجلس الإدارة- مجلس الإدارة- نواب الرئيس- المدير العام) هو المسئول عن سير العمل بالموقع بنسبة ٦٣.٨١%.
- ٣- تباينت اختصاصات القائمين على المواقع الإلكترونية، من حيث إدارة العمل في الموقع والمشاركة في التطوير والتخطيط، والارتقاء بمستوى العمل والتأكيد على جودة العملية التحريرية.
- ٤- أظهرت النتائج مدى امتلاك المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- خطة إستراتيجية لسير العمل بها بنسبة ٨٠.٠٠٠%، من قبل الإدارة العليا "رئيس مجلس الإدارة - رئيس التحرير- مدير التحرير- سكرتير التحرير" للموقع، من خلال توضيح الأهداف التي يسعى الموقع إلى تحقيقها وإمكانية التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية التي قد تواجه الموقع، والمساهمة في تحقيق الرقابة بمجال إجراء التعديلات في الخطط الحالية والمستقبلية، والتنسيق بين جهود العاملين الذين يشتركون في التنفيذ.
- ٥- كشفت النتائج عن اشتداد حدة المنافسة بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، وخاصة فيما يتعلق بنشر الأخبار فور وقوعها، والاهتمام بتطبيق الأدوات التفاعلية، والتصميم الجيد للموقع.
- ٦- أبرزت النتائج معايير تحقيق التفوق والمنافسة لتلك المواقع، من خلال التميز في تقديم الخدمات، وتحديد نقاط القوة والضعف للمنافسين، والاستفادة من تجارب



- المؤسسات والمواقع الأخرى المنافسة.
- ٧- عكست النتائج أهم التقنيات التي تتفرد بها المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- عن غيرها من المواقع الأخرى المنافسة، وأهمها الصور والفيديوهات، وتقنية الوسائط المتعددة، والفورية.
- ٨- انفردت المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- بعدة مميزات عن غيرها، حيث جاء العمل بصورة يومية ومنظمة، ومتابعة وسائل الإعلام المختلفة والأحداث لحظة بلحظة فور وقوعها ونشرها، والتفاعل المستمر والمشاركة الفعالة بين الرؤساء والمرءوسين في الموقع.
- ٩- بينت النتائج مدى حرص المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- على تدريب العاملين بها بشكل دوري ومستمر بنسبة ٧٣.٣٣%، كما أظهرت أن عدم تنظيمها لتلك الدورات يرجع لعدم وجود خطة تدريبية واضحة ومحددة لتدريب العاملين، وضعف إمكانات معظم العاملين من حيث اللغات واستخدام الحاسب الآلي، وضعف الرقابة على تطبيق ما تم تعلمه خلال الدورة أو ورشة العمل، وعدم توفير ميزانية لتدريب العاملين لضعف ميزانية المؤسسة، وعدم وجود إمكانات مادية وأجهزة للتدريب وغرف مجهزة.
- ١٠- أشارت النتائج لأبرز السلبيات التي تواجه المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، وكانت أبرزها ضعف الإمكانيات المادية والفنية والتكنولوجية، ويسود الروتين في إدارة الموقع، وعدم الاهتمام بابتكار أفكار جديدة، إضافة إلى كثرة أعباء العمل المكلف للعاملين من قبل إدارة الموقع، وعدم إتاحة الفرصة للقدرة على الإبداع.
- ١١- خلصت النتائج إلى مجموعة من المقترحات اللازمة لتطوير المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- لتحقيق المنافسة على غيرها من المواقع الأخرى، وزيادة كفاءة التجهيزات الفنية، وتوخي الحذر والموضوعية في نشر المادة الإعلامية، ووضع

معايير خاصة للنشر الإلكتروني، وإتاحة فرصة للتعليق والحوار والمناقشة للموضوعات.

١٢- اتضح تأثير المواقع الإلكترونية على دخل الصحيفة الورقية، وقلّة حجم الإعلانات، وانخفاض عدد قرائها.

١٣- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- الخبرة- المركز الوظيفي - المؤهل الدراسي) وبين رؤية العاملين والمسؤولين عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية لملامح انعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحافة المطبوعة.



توصيات الدراسة ومقترحاتها:

- يجب على الإدارة الجيدة في المؤسسات الصحفية المصرية بمختلف ملكياتها وسياستها وضع خطط إستراتيجية تخدم المؤسسة على المدى القريب والبعيد، وما يصدر عنها من إصدارات مختلفة ومواقع إلكترونية.
- يجب على المواقع الإلكترونية أن تأخذ بعنصر التخطيط والتطوير، وأن تضع له خطة سنوية، مع التفكير في أشكال مهنية جديدة، وأفكار جديدة ومبتكرة، للوصول لرؤية أوسع وأفضل من الرؤية الحالية.
- لا بد أن تسعى المواقع الإلكترونية للتركيز على العمق بالنسبة للقضايا والأحداث التي تتعلق باهتمامهم الإنساني، والبعد عن فكرة الإخبار الدائم، وفي ذلك الوقت تحقق للمواقع الربح، وابتكار وإنتاج محتوى غير موجود في السوق، بطرق عرض مبتكرة، مع كيفية الاستفادة من التكنولوجيا في تطوير هذا المحتوى.
- لا بد للمواقع الإلكترونية لكي تحقق المنافسة أن تعتمد على وجود صحافة الذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية التي تعتبر القيمة المضافة للصحافة في العصر الرقمي، وخاصة قدرتها على التغلب على المشكلات الأساسية التي تواجهها، ومكافحة الأخبار الزائفة، وتحرير الأخبار وفقاً لسياسة التحرير، وكذلك تخصيص المحتوى.

الهوامش

- ١- هبة ربيع رجب: "الأبعاد التنظيمية والإدارية في المواقع الإخبارية المصرية وعلاقتها بالمضمون الإخباري: دراسة مسحية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠١٦م) ص٦.
- ٢- خلود سلام صالح: "المعايير التقنية لتقييم المواقع الإلكترونية الإخبارية العراقية"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، (جامعة عين شمس، م٦، ع٦١٤، مارس ٢٠٢١م) ص١٩٢:١٥٣.
- ٣- هبة ربيع رجب: مرجع سابق.
- ٤- مروة شبل عجيزة: "اقتصاديات المواقع الإخبارية العربية وعلاقتها بالاستقرار الاقتصادي للمجتمع: دراسة مقارنة بين المواقع المصرية والإماراتية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع٤٧٤، ٢٠١٤م) ص٤٦٥: ٥١٩.
- ٥- أمنية مصطفى حامد مصطفى: "اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٠م).
- 6- Paula M.c., Kornelia va der Beek, C.Krueger Swatman: "**New and Emerging Business Models for OnLine News: A Survey of 10 European Countries**", available at: www.cimne.upc.es.
- 7- Frederick Schiff: "**Business models of news Web sites: A survey of empirical trends and expert opinion**", First Monday, originally published in June 2003, Volume 8, Number 6 - 2 June 2003, Available at: <http://firstmonday.org/article/view/1061/981>
- ٨- عبد المالك الدناني: "مقروئية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية: دراسة ميدانية للصحف اليومية اليمنية"، مجلة الباحث الإعلامي، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، م٨، ع٣٢٤، ٢٠١٦م) ص١٣٥: ١٩٢.
- 9- John Dimmick& Yan Chen and Zhan Li: "Competition Between the Internet and Traditional News Media: The Gratification-Opportunities Niche Dimension", **Journal of Media Economics**, 17(1):19-33, October 2020.
- ١٠- هبة الله جودة أحمد عوض: "مستقبل الوظيفة الإخبارية للصحافة المطبوعة في ظل منافسة الوسائل الإلكترونية: دراسة مستقبلية في الفترة من ٢٠١٥ وحتى ٢٠٢٥"، رسالة



ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٦م).

11-Yang, Mengchieh. and Chyi, Hsiang. "Competing With Whom? Where? And How? An Empirical Study of Online Newspaper Competition", **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 22, 2010 Online <APPLICATION/PDF>. 2019-08-05, http://citation.allacademic.com/meta/p405161_index.html

12-Marcie Mstodard: "Journalism Professional's Perceptions: an Exploratory Study of Changing Roles in A digital World Though the Emergence of Weblogs, **PHD**, (Proquest L/C, 2009).

13-Fred Fletcher: "The Future Of News In The Digital Era, **was published in Australian Policy Online**, in July 2007.

14-Mc Quails: **Mass Communication Theory**, 4th.ed. (London: SASE. Publication, 1995) P.P.244-246.

15-Alan B. Albarran: "Assessing the Field of Media Management and Economics Research: Looking Back, Looking Forward", Research Symposium devoted to "Media Management and Economics Research in a Transmedia Environment,"The Broadcast Education Association's annual convention", Vol. 17 No. 4 - Diciembre de 2014. 1025-1040 2014, pp.1025-1040, available at:- https://pdfs.semanticscholar.org/8689/66e9e6d8bd044c03331fa1430abe4f3cba21.pdf?_ga=2.135892721.1565025842.1565211078-1681355549.1565211078,7/8/2019.10:56p.m

١٦- أسماء غريبي: "المقارنة المرجعية كأداة لتفعيل القدرة التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة Cabam- عين مليلة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة العربي بن مهيدي-أم البقاي: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، ٢٠١٢م) ص ٤٠.

17- Ajitabh Ambastha and Kirakumar S. Momaya: " Competitiveness of firms: review of theory, frameworks and models", **Singapore Management Review**, Vol.26, No.1, 2004, PP.40-50.

١٨- تمثل هذه المؤشرات ترتيب المواقع الإلكترونية عينة الدراسة أثناء إعداد خطة الدراسة الأولية الموافق ٢٠/١٠/٢٠١٧م.

١٩- تمثل تلك المؤشرات ترتيب المواقع الإلكترونية عينة الدراسة أثناء تطبيق استمارة الاستقصاء في الفترة من ٢٠١٩/٣/١٤م حتى الفترة ٢٠١٩/٥/٢٥م.

20- <https://www.alexa.com/siteinfo/akhbarelyom.com>.

21- <https://www.alexa.com/siteinfo/ahram.org.eg>.

22- <https://www.alexa.com/siteinfo/m.gomhuriaonline.com>.

23- <https://www.alexa.com/siteinfo/youm7.com>.

24- <https://www.alexa.com/siteinfo/almasryalyoum.com>.

25- <https://www.alexa.com/siteinfo/elwatannews.com>.

26- <https://www.alexa.com/siteinfo/elwafd.org>.

27- <https://www.alexa.com/siteinfo/elwafd.org>.

28- Fred Nicklos: "**Strategy, Definitions & Meanings**", available at: http://www.nickols.us/strategy_definition.htm.2016

29- Moses Kabeyi: "Organizational strategic planning, implementation and evaluation with analysis of challenges and benefits", **International Journal of Applied Research and Studies**, vol.5, no.6, June 2019, p.28.

٣٠- جمال غيطاس: "الصحافة الإلكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين"، متاح على الموقع التالي

<http://www.glocities.com/askress> 2009. 25/8/2017, 07:28 p.m

٣١- عمر بن محمد العتيبي: "الأمن المعلوماتي في المواقع الإلكترونية ومدى توافقه مع المعايير المحلية والدولية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: الرياض، ٢٠١٠م) ص٩٠.

٣٢- فريد النجار: "المنافسة والترويج التطبيقي: آليات الشركات لتحسين المراكز التنافسية"، (مؤسسة شباب الجامعة: الإسكندرية، ٢٠٠٠م) ص١١٠.

٣٣- منصور الزين، بن نذير نصر الدين: "الإبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال"، ملتقى دولي حول الإبداع والتغير التنظيمي في المنظمات الحديثة، (جامعة-سعد دحلب-البلدية: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ٢٠١١م) ص٣،٤.

٣٤- نزار يعقوب عثمان علي: "تأثير المواقع الإلكترونية على التغطية الصحفية: دراسة تطبيقية على عدد من المواقع والصحف السودانية في الفترة من ٢٠١١م - ٢٠١٣م"، رسالة دكتوراه



غير منشورة، (جامعة أم درمان الإسلامية: كلية الإعلام، ٢٠١٠م) ص١٧٩.

٣٥- علي التركي: "١٠ خطوات لإعداد الهيكل التنظيمي للمواقع الإخبارية "٥٦"، البوابة نيوز، الخميس ٢٠١٨/٢/٨، متاح على الموقع التالي:

<https://www.albawabhnews.com/2935425> , 20/10/2019, 03:29 p.m

٣٦- زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتوي: زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتوي: "القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة ميدانية"، بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس في الصحافة، (الجامعة الإسلامية-غزة: كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠٠٦م) ص٧٣.

٣٧- علي التركي: "كيف يفكر مديرو المواقع الإخبارية الكبرى؟ «٤٩»"، البوابة نيوز، الخميس ٢٨ ديسمبر ٢٠١٧م، متاح على الموقع التالي:

<https://www.albawabhnews.com/2870008> , 11/4/2020, 01:31 a.m

٣٨- راندة ماضي فكري: "العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٤م)، متاح على الموقع التالي:

http://www.eulc.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=ThesisPicBody&BibID=12102518&TotalNoOfRecord=217&PageNo=1&PageDirection=First ,28/2/2020, 12:40 m.

٣٩- مروة شبل عجيزة: "اقتصاديات المواقع الإخبارية العربية وعلاقتها بالاستقرار الاقتصادي للمجتمع: دراسة مقارنة بين المواقع المصرية والإماراتية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع٤٧، يونيو ٢٠١٤م) ص٥١٧.

٤٠- إبراهيم حسن المرسي التوام: "مصادقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقته بالتنافر المعرفي"، ص٣، متاح على الموقع التالي:

https://www.academia.edu/37659635/%D9%85%D8%B5%D8%AF%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9_%D9%84%D8%AF%D9%89_%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AE%D8%A8%D8%A9_.pdf , 10/4/2020, 03:10 p.m

٤١- محمد بدري عبد الوهاب محمد: "تأثير القائم بالاتصال في جودة المحتوى الفعال للمواقع الإلكترونية العربية: دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني-الجزيرة نت"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية: كلية الدراسات العليا، ٢٠١٩م) ص ٢٦١، ٢٦٢.

٤٢- أمنية مصطفى حامد مصطفى: أمنية مصطفى حامد مصطفى: "اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٠م) ص ١١٢.

43-Weiyn Hong and others: "Designing product listing pages on ecommerce websites: an examination of presentation mode and information format", **international journal of human computer studies**, Vol. 61, 2004.

44-jos. Van Iwaarden and Others: "**Perceptions about the quality of web sites: a survey amongst students at northeastern and Erasmus University information & management 41**", 2004, pp. 947-959. www.linkinghub.elsevier.com/retrieve/pll.13-9-2012.

٤٥- مرة شبل عجيزة: مرجع سابق، ص ٥٠١.

٤٦- وسام كمال محمود الحنبلي: "بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني في مصر: دراسة حول العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، سبتمبر ٢٠١٢م) ص ٤١٢، ٤١٣.

٤٧- مروة شبل عجيزة: مرجع سابق، ص ٥١٦.

٤٨- محمود محمد مصطفى خلوف: محمود محمد مصطفى خلوف: "بيئة العمل وتأثيرها على القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية: دراسة ميدانية مقارنة على العاملين في وكالات الأنباء العالمية"، **مجلة آفاق للعلوم**، (جامعة زيان عاشور الجلفة: ع ٨، ٢٠١٧م) ص ١٨٠.

٤٩- مروة شبل عجيزة: مرجع سابق، ص ٥١٧.

٥٠- ثائر محمد تلاح: "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، ٢٠١٢م) ص ٦٩.



٥١- شيرين حامد خليفة: "اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجامعة الإسلامية - غزة: كلية الآداب، ٢٠١٥م) ص ١٢٧.

٥٢- مروة شبل عجيزة: مرجع سابق، ص ٥١٦.

٥٣- شريف درويش اللبان وآخرون: شريف درويش اللبان، وفاء جمال درويش عبد الغفار، محمد عبد الفتاح عوض: "العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، مجلة كلية الآداب، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، ع ٦٥، يونيو ٢٠١٣م) ص ٤١٤.

54- Wade, Michael R & Parent, Michael: " Relationships Between Job Skills and Performance: A study of Web masters", **Journal of Management Information Systems**, Vol. 18, n. 3, winter 2001-2002.

٥٥- فهد العسكري، فايز الشهري: "اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت: دراسة مسحية على عينة من الصحفيين السعوديين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة"، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لأكاديمية أخبار اليوم، الصحافة آفاق التكنولوجيا، (أكاديمية أخبار اليوم: ٨-٩ إبريل ٢٠٠٥م) ص ٤٠.

٥٦- مركز "اليوم السابع" للتدريب يبدأ استقبال تسجيلات الدورات الصحفية والإعلامية"، الثلاثاء، ٢٣ يوليه ٢٠١٩م، متاح على الموقع التالي:

مركز-اليوم-السابع-للتدريب-يبدأ-استقبال-تسجيلات-الدورات-الصحفية-والإعلامية/2019/7/23-
https://www.youm7.com/story/2019/7/23/ , تسجيلات-الدورات-الصحفية-والإعلامية/٤٣٤٦٤١٠/20/7/2020, 09:00 p.m

57- https://www.youm7.com/Tags/Index?id=1749054&tag=%d9%85%d8%b1%d9%83%d8%b2-%d8%a7%d9%84%d9%8a%d9%88%d9%85-%d8%a7%d9%84%d8%b3%d8%a7%d8%a8%d8%b9-%d9%84%d9%84%d8%aa%d8%af%d8%b1%d9%8a%d8%a8, 20/7/2020, 09:07 p.m,

٥٨- "بمشاركة مصريين وعرب. أكاديمية "اليوم السابع" تفتتح أعمال الدورة التدريبية عن "صحافة الفيديو"، اليوم السابع السبت ٢٥ يوليه ٢٠١٥م، متاح على الموقع التالي:

https://www.youm7.com/story/2015/7/25/ ,28/2/2020. 05:57 m.

- ٥٩- هبا نصر: "العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية السورية"، مجلة جامعة البعث، (جامعة دمشق: كلية الإعلام، م٤٠، ع٢٢، ٢٠١٨م) ص١٠٨.
- ٦٠- نزار يعقوب عثمان علي: "تأثير المواقع الإلكترونية على التغطية الصحفية: دراسة تطبيقية على عدد من المواقع والصحف السودانية في الفترة من ٢٠١١م - ٢٠١٣م"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة أم درمان الإسلامية: كلية الإعلام، ٢٠١٠م) ص١٩٧.
- ٦١- المرجع السابق، ص١٩٤، ١٩٦.
- ٦٢- وسام كمال محمود الحنبلي: "بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني في مصر: دراسة حول العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية"، مرجع سابق، ص٤١٦.
- ٦٣- زياد تيسير نصيرات: "المعوقات المهنية التي تواجه العاملين في المواقع الإخبارية في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة اليرموك: كلية الإعلام، ٢٠١٥م) ص٥٠: ٥٥.
- ٦٤- المرجع السابق، ص٥٣.
- ٦٥- زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتيوي: مرجع سابق، ص٧٥، ٧٦.
- ٦٦- أميمة محمد عمران: أميمة محمد عمران: "الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية: دراسة ميدانية"، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة "الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩م) ص٢١.
- ٦٧- حنان يوسف، فلورا إكرام، أسماء صالح عبد: "العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية"، حوليات آداب عين شمس، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، مج٤٦، يناير-مارس ٢٠١٨م) ص٣١٨.
- ٦٨- التقرير الإعلامي الرابع عشر: "رؤى المواقع الإخبارية الإلكترونية في زيادة حصتها السوقية"، الصوت الحر، الشبكة العربية لدعم الإعلام، بتاريخ ٥ يناير ٢٠١٥م، ص٢٣، متاح على الموقع التالي:

<http://asahnetwork.org/>, 21/4/2020, 01:26 p.m

- ٦٩- عبير شفيق جورج الربحاني: "استخدامات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط للدراسات



- العليا: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٠٩م) ص١٠٢ : ١٠٦.
- ٧٠- "ضعف الإعلانات يهدد الصحف الورقية"، مجلة فكر الثقافية، بتاريخ ٥ سبتمبر ٢٠١٥م، متاح على الموقع التالي:
- http://www.fikrmag.com/cul_news.php?news_id=456 , 23/3/2020, 04:16 p.m
- ٧١- محمد الحيزان: "تبقى المهنة... تخلصوا من عقلية الورق"، مجلة الفيصل، " الصحافة الورقية في زمن متغير "موت غير معلن"، العددان: ٤٨٩-٤٩٠، يوليو-أغسطس ٢٠١٧م، متاح على الموقع التالي:
- <https://books.google.com.eg/books? P.20>, 24/3/2020, 11:26 a.m
- ٧٢- عبير شفيق جورج الرحباني: مرجع سابق، ص١٣٤.
- ٧٣- عبد الرازق الدليمي: "أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين"، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٩م) ص١٨٠.



Middle East Research Journal



**Refereed Scientific Journal (Accredited) Monthly
Issued by Middle East Research Center**

Forty-eighth year - Founded in 1974



Vol. 80 October 2022

Issn: 2536-9504

Online Issn :(2735-5233)