

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د / رضا عبد الواحد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد عبد الحميد - المدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية

سكرتير التحرير: د / رمضان إبراهيم - المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية

سكرتير التحرير التنفيذي: د / سامح عبد الغني - المدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثالث والخمسون - الجزء الأول - جمادى الأولى ١٤٤١هـ - يناير ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
  - ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
  - لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
  - يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
  - يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
  - يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
  - لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
  - تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
  - ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٩ ■ الخطاب الديني المعتدل ودوره في نشر قيم السلام والتسامح  
أ. د/ رضا عبد الواحد أمين
- 
- ٣٣ ■ إدراك المستهلكين السعوديين لأزمات المنتجات المعيبة وعلاقته  
بالنية الشرائية- دراسة مسحية على المنطقة الشرقية  
أ.م.د/ حسن نيازي الصيفي
- 
- ٦٧ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الأدبية بين الشباب  
السعودي وعلاقته بالإبداع الأدبي لديهم «دراسة ميدانية»  
أ.م.د/ فودة محمد علي
- 
- ١٢٥ ■ دور الصحف الإلكترونية في تشكيل معارف طلاب الجامعات  
المصرية نحو الإرهاب «دراسة ميدانية» د/ أحمد منصور هيبه
- 
- ١٨٣ ■ رؤية الطلاب الوافدين الناطقين بغير العربية لمحتوى التسامح  
وقبول الآخر على منصات الأزهر الرقمية الرسمية  
د/ إسلام عبدالرءوف
- 
- ٢٠٥ ■ أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات  
وعلاقتها بتفضيلات القراء د/ أحمد سامي عبد الوهاب
- 
- ٢٦٧ ■ اتجاهات طلاب جامعة أم القرى نحو فاعلية الأنشطة الاتصالية  
في التوعية بالقضايا المجتمعية د/ منى محمد الطوخي

٣١٩ ■ رؤية القائمين بالاتصال تجاه مشروع الاندماج في المؤسسات  
الصحفية  
أ/ إنجي لطفي عبد العزيز

---

٣٥٥ ■ معالجة الصحف المصرية للقضايا الإفريقية واتجاهات الجمهور  
نحوها  
أ/ ياسمين محمد شفيق

---

٤٠٩ ■ تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب  
نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي  
أ/ محمد هزاع المريخي

---

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

**غانم السعيد**

رئيس التحرير

**الافتتاحية**

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه أجمعين .

أما بعد ،،

فإن مجلة البحوث الإعلامية في ظل حرصها على نشر الأبحاث العلمية التي تتميز بالجدة والابتكار، فإن القائمين عليها يحرصون على أن يقوم بتحكيم بحوثها خيرة رجال الإعلام من الأكاديميين في كل كليات الإعلام وأقسامها في كل جامعات مصر، كما إنهم حرصوا أيضاً على رفع كل بحوث المجلة على بنك المعرفة، مع ملخص لكل بحث باللغتين العربية والأجنبية، منذ نشأتها وحتى الآن، ليتمكن كل الباحثين والمشتغلين بالإعلام على مستوى كل دول العالم الاطلاع على هذه البحوث والإفادة منها، وكان من نتيجة هذا الجهد أن أصبحت المجلة قبلة الباحثين الذين يريدون نشر أبحاثهم، ونحن نعد الجميع أن تبقى مجلة البحوث الإعلامية متميزة ببحوثها ومحكميها، مع الحرص على إخراجها في ثوب قشيب في الشكل والمضمون . وهذا هو العدد الثالث والخمسين من مجلة البحوث الإعلامية، حيث تواصل طرح المزيد من العطاءات البحثية والعلمية المتنوعة، وذلك مما يؤكد على رسوخ قدم هذه المجلة بين كل المجالات الإعلامية التي صدرت في مصر، وفي العالم العربي.

وقد تصدر الجزء الأول من هذا العدد بورقة بحثية للأستاذ الدكتور/ رضا عبدالواجد أمين. الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة الأزهر، بعنوان " الخطاب الديني المعتدل ودوره في نشر قيم السلام والتسامح "، ثم جاء بحث للأستاذ الدكتور / حسن نيازي الصيفي- الأستاذ المشارك بجامعة الأزهر والملك فيصل بعنوان " إدراك المستهلكين السعوديين لأزمات المنتجات المعبية وعلاقته بالنية الشرائية :دراسة مسحية على المنطقة الشرقية "

بينما جاء بحث للأستاذ الدكتور / فودة محمد علي عيشة أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر. وأستاذ الإعلام المشارك بكلية الآداب قسم الإعلام -جامعة الملك فيصل بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الأدبية بين الشباب السعودي وعلاقته بالإبداع الأدبي لديهم-دراسة ميدانية "

وتبعه بحث للدكتور/ أحمد منصور هيبه مدرس الصحافة والنشر بجامعة الأزهر وأم القرى بعنوان " دور الصحف الإلكترونية في تشكيل معارف طلاب الجامعات المصرية نحو الإرهاب- دراسة ميدانية"

وأعقبه بحث للدكتور/ إسلام محمد عبدالرؤف محمد المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الأزهر بعنوان " رؤية الطلاب الوافدين الناطقين بغير العربية لمحتوى

التسامح وقبول الآخر على منصات الأزهر الرقمية الرسمية "

ثم بحث الدكتور / أحمد سامي عبد الوهاب العايدي مدرس العلاقات العامة بجامعة الأزهر والدمام بعنوان " أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء "

ثم تبعه بحث للدكتورة/ منى محمد الطوخي، أستاذ مساعد بقسم الإعلام كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى بعنوان " اتجاهات طلاب جامعة أم القرى نحو فاعلية الأنشطة الاتصالية في التوعية بالقضايا المجتمعية "

وأعقبه بحث للأستاذة / إنجي لطفي عبد العزيز المدرس المساعد بشعبة الصحافة قسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة حلوان بعنوان " رؤية القائمين بالاتصال تجاه مشروع الاندماج في المؤسسات الصحفية "

ثم بحث للأستاذة / ياسمين محمد شفيق باحثة دكتوراه بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان بعنوان " معالجة الصحف المصرية للقضايا الإفريقية واتجاهات الجمهور نحوها "

وتكتمل بحوث الجزء الأول من هذا العدد ببحث للأستاذ/ محمد هزاع المريخي باحث ماجستير في الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود بعنوان " تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي " وبهذه البحوث المذكورة تقدم مجلة البحوث الإعلامية من جامعة الأزهر، للمكتبة الإعلامية العربية إضافات جديدة في صرح دراسات الإعلام العربي.

وقد راعت إدارة التحرير تنوع الموضوعات البحثية التي تطرح من خلال المجلة، بحيث تكون هذه الأبحاث مؤشراً حيويًا مهمًا للقضايا الإعلامية المطروحة على المستويين النظري والتطبيقي.

كما تحرص المجلة على أن يقدم من خلالها قضايا بحثية تتسم بالحدثة، وعدم التكرار، مستخدمة المناهج البحثية والنظريات المناسبة لمعالجة هذه القضايا، كما تهتم المجلة بأن يكون لهذه القضايا أبعادًا اجتماعية وثقافية ودينية، تحقق نتائج ملموسة على المستويين النظري والتطبيقي.

ودعمًا لمكانة المجلة وحفاظًا على قيمتها العلمية، فإنها لم تتساهل يومًا عن اشتراطها لضرورة استيفاء البحوث العلمية التي تحويها صفحاتها لمعايير النشر المتعارف عليها، والتي تضمن استمرار الثقة بها، وعمق محتوياتها، وموضوعية الاختيار، بما يناسب ارتباط تلك

الأبحاث والمقالات العلمية بالقضايا الدينية والاجتماعية والثقافية.

وإذا كانت المجلة تسارع ركب التطور، فإنها لن تقف بإذن الله عند هذا الحد، بل إن إدارتها تسعى دائماً ليلمس القارئ تطوراً واقعيّاً سواء في الشكل أو المضمون من خلال إضافة أبواب جديدة تقدم خدمات علمية متنوعة، تحاول بها أن تجعل المجلة مصدراً معرفياً متكاملًا في علوم الإعلام.

وفي النهاية تتوجه إدارة التحرير بخالص الشكر والتقدير للسادة المحكمين لأبحاث المجلة من شتى الجامعات المصرية والعربية، والذين يحرصون على نقد البحوث المقدمة وإظهار جوانب السهو والخلل، مما يوجه الباحثين إلى تصويبها وتقويمها، وهذا يؤدي إلى جودة المنتج البحثي المقدم من خلال المجلة.

والحمد لله صاحب الفضل والمنة

رئيس التحرير

أد/ غانم السعيد

# أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء

د. أحمد سامي عبد الوهاب العايدي  
مدرس العلاقات العامة والإعلان  
كلية الإعلام - جامعة الأزهر

### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة التعرف على أهم أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمد الباحث على المنهج المسحي بشقية الوصفي والتحليلي، وتم تطبيق وإجراء الدراسة التحليلية على المواد الإخبارية لموقع الهيئة العامة للاستعلامات في الفترة من ٢٠١٨/٣/١ إلى ٢٠١٨/٩/٣٠ م أي مدة ٦ شهور، وتم تطبيق وإجراء الدراسة الميدانية على الجمهور المصري في الفترة من ٢٠١٨ / ٦ / ١ م حتى ٢٠١٨ / ٨ / ٣٠ م لمدة شهرين.

ومن أهم نتائج الدراسة: أن إجمالي المواد الإخبارية التي نشرت على موقع الهيئة أثناء فترة التحليل بلغت ٢٠٥٢، جاءت فئة «الأخبار القصيرة» بالمركز الأول بنسبة ٦٢,٧٪، يليها فئة «التقارير» في المركز الثاني بنسبة ٢٣,٥٪، وأخيراً فئة «قصة إخبارية» بنسبة ١٣,٨٪، وتبين إتاحة الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات لأيقونات وروابط مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها على الموقع الإلكتروني وهي فيس بوك، تويتر،... الخ، وجاء ترتيب الفنون الصحفية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات بالنسبة للمبحوثين عينة الدراسة حيث جاء الترتيب كالآتي: أولاً: الأخبار بنسبة ١٩٪، وفي المرتبة الثانية التقارير بنسبة ١٨,٥٪، وثالثاً: الحوارات بنسبة ١٦,٣٣٪، رابعاً: التحقيقات بنسبة ١٦,١٨٪، خامساً: المقالات بنسبة ١٦,١٨٪، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة ١٣,٨٠٪، كما جاء ترتيب الفنون الصحفية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات بالنسبة للمبحوثين، كالآتي: أولاً: الأخبار بنسبة ١٩٪، ثم التقارير بنسبة ١٨,٥٪، فالحوارات بنسبة ١٦,٣٣٪، يليها التحقيقات بنسبة ١٦,١٨٪، ثم المقالات بنسبة ١٦,١٨٪، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة ١٣,٨٠٪.

الكلمات المفتاحية: الهيئة العامة للاستعلامات- المواد الإخبارية- تفضيلات القراء

### Abstract

The descriptive study aimed to identify the most important methods of news articles editing on the State Information Service (SIS) website and its relationship with readers' preferences. The researcher relied on the survey method in the descriptive and analytical method, in addition to using the content analysis form to analyze the content of the General Information Authority (SIS) website from 1/3/2018 to 30/9/2018 i.e. as well as the survey form as a tool for collecting data from the Egyptian public from 1/6/2018 until 30/8/2018 for two months.

The study found that the total news articles published on the authority's website during the analysis period amounted to 2052. In terms of news, While the «Inverted Pyramid» category came first with 37.3%, followed by «Inverted Pyramid» category with 15.3%. The General Information Service website include their social media links, which are Facebook, Twitter. Based on the participants' priorities for news articles on the SIS website, the news came first with 19%, followed by the reports with 18.5%, followed by the dialogues with 16.33%, followed by the investigations with 16.18%, followed by the articles with 16.18%, and finally the caricatures came last with 13.80%.

Keywords: Information Service SIS - News Articles - Readers' Preferences.

تقوم وسائل الإعلام باختلاف أشكالها بدور مهم في تزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة على اعتبار أنها أهم مصادر الثقافة، وتكتسب هذه الوسائل أهميتها في حياة الأفراد من نجاحها في تلبية احتياجاتهم المعرفية فيما يعينهم ويهمهم من قضايا وموضوعات، وتعد شبكة الإنترنت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تجسد خصائص عدة فمن خلالها يستطيع كل مستخدم الوصول إلى المعلومات التي يريدها بأقل جهد وأقصر وقت، وأن يكون مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد وأن يتابع من خلالها وسائل الإعلام التقليدية وهو ما لا يتوفر لأي وسيلة أخرى، لذا يطلق عليها الوسيلة الشاملة، كل هذه التطورات دفعت لإنشاء مواقع على شبكة الإنترنت، خاصة مع الارتفاع المتزايد لعدد مستخدمي الشبكة والأرباح الكبيرة للإعلانات والتجارة من خلالها، علمًا بأن هذه المواقع اقتصر في البداية على التعريف بها، ونشر المعلومات عنها، ثم تطورت إلى عرض المحتويات بطريقة أوسع.

وتعتبر الهيئة العامة للاستعلامات هيئة حكومية تتبع رئاسة الجمهورية بموجب القرار الجمهوري الصادر في ٢٠١٢/٩/٦ وتضطلع بدورها كجهاز الإعلام الرسمي والعلاقات العامة للدولة إلى شرح سياسة الدولة في المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية على الصعيدين الداخلي والخارجي ومواقفها إزاء مختلف القضايا، وتنمية وعي المواطن ومشاركته الفعالة في بناء مجتمعه في الداخل وتعميق أواصر الصداقة والعلاقات الوثيقة بين مصر والعالم الخارجي، وبالإضافة إلى كونها جهاز العلاقات العامة للدولة، فهي مركز للدراسات السياسية والإعلامية، وبنك للمعلومات، ودار نشر كبرى للثقافة والفكر، وأطلق موقع الهيئة العامة للاستعلامات في عام ١٩٩٦ لكي يعبر عن وجهة النظر المصرية إزاء القضايا الداخلية والإقليمية والدولية، ويعتبر بانوراما شاملة عن مصر سياسيًا واقتصاديًا وثقافيًا وسياحيًا، كما يضم الموقع أبوابًا ثابتة عن السياسة والاقتصاد والسياحة والرياضة والفن وما إلى ذلك، وأبواب متحركة مثل أخبار مصر والتي يتم تغذيتها على مدار الساعة، بخلاف

الأيقونات التي تغطي الأحداث الداخلية والمحافل التي تستضيفها مصر على أرض الوطن والتي تشارك فيها بالخارج، ويعتمد الموقع على الصوت والصورة والفيديو ويقدم خدماته مجانية للصحفيين ويكتب بخمس لغات وهي العربية والإنجليزية والفرنسية والإسبانية والصينية، وحصل موقع الهيئة العامة للاستعلامات على جائزة اليونسكو في عام ٢٠٠٢ للتنوع الثقافي، كما حصل على أفضل بوابة إلكترونية حكومية عام ٢٠٠٦، وجاري الآن تطوير الموقع على أحدث التقنيات لمواكبة العصر<sup>١</sup>.

كما أن موقع الهيئة يصدر بخمس لغات وهي العربية والإنجليزية والفرنسية والإسبانية والصينية لتكون المعلومات متاحة لكل من يحتاج إليها في كل مكان من العالم، كما يتم إصدار مطبوعات عن هذه الموضوعات باللغات المختلفة، ومع التطور التكنولوجي للمواقع الإلكترونية والتدفق المستمر للكم الهائل من المعلومات أصبحت الإشكالية الأساسية ليست في الاطلاع على المعلومات بقدر ما أصبحت في فهم هذه المعلومات ووضعها في سياق له معنى وانطلاقاً من ذلك فإن تفضيلات جمهور هذه المواقع لا يمكن حصره بأي حال من الأحوال في الاطلاع أو الحصول على المواد الخبرية حيث أن جمهور المستخدمين يحصلون بالفعل على كمية ضخمة من المواد الخبرية من المواقع الإلكترونية الإخبارية تفوق ما حصلت عليه البشرية على مدار تاريخها على وجه الأرض ووفقاً لنموذج الفرد المسيطر *Monitorial citizen* وهي إحدى النظريات التي أفرزتها تكنولوجيا المعلومات فإن القارئ لا يحتاج فقط لتزويده بالمعلومات ولكن يحتاج إلى تصنيف دقيق لهذه المعلومات بهدف استكشاف تداعياتها وانعكاساتها على نفسه ومجتمعه<sup>٢</sup>، لذلك يحاول الباحث من خلال هذه الدراسة التعرف على أهم أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء.

#### الدراسات السابقة:

رأى الباحث أنه من أجل الوصول إلى مزيد من التحديد للمشكلة البحثية التي يعنى بها هذا البحث وبلورتها ومعرفة المتغيرات التي سيتم التركيز عليها، وتم حصر هذه الدراسات وترتيبها ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم مقسمة على ثلاثة محاور:

#### المحور الأول: دراسات متعلقة بالكتابة والتحرير في المواقع الإلكترونية.

هدفت دراسة خلود العصيمي (٢٠١٩م)<sup>٣</sup> معرفة أدوات التحرير الصحفي في الصحف

الإلكترونية السعودية ومدى ثراء المضمون للقارئ من وجهة نظر القائم بالاتصال، حيث تناولت الدراسة استخدام القائم بالاتصال لهذه الأدوات والمتمثلة في الروابط والإحالات والوسائط المتعددة وتفعيل ساحات الحوار وقياس رجع الصدى واستخدام الأرشفة واستدعاء المعلومات وإمكانية إعادة إنتاج المادة الإعلامية وتصحيحها بالإضافة إلى معرفة مدى ثراء تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية، وتوصلت الباحثة إلى ثلاثة نتائج عامة وهي: أن عدد القراء يؤثر في عملية اختيار موضوعات المواد الإعلامية الإلكترونية من قبل المحرر الإلكتروني، وأن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، إلى جانب عدم توفر أنظمة الأرشفة الإلكترونية في الصحيفة الإلكترونية السعودية التي يعمل بها بعض المحررين الإلكترونيين والمشمولين في الدراسة.

استهدفت دراسة انتصار أبو جهل (٢٠١٧) التعرف على استخدامات الصحفيين الفلسطينيين العاملين في المواقع الإلكترونية في محافظات غزة للأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: ان الخبر الصحفي القصير كان من أكثر الفنون الإخبارية استخداماً وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى أن الخبر الصحفي عموماً يتقدم الفنون الإخبارية في تغطية الأحداث الجارية، وأن السياسة التحريرية كانت من أهم العوامل المؤثرة على استخدام الصياغات التعبيرية في تحرير الأخبار الإلكترونية، كما أظهرت النتائج أن أول أسباب استخدام الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية كانت التقليد الأعمى والمحاكاة بنسبة (٧٣،٨٪) وتعزو ذلك الباحثة إلى أن وسائل الاتصال الحديثة أتاحت للمحررين الاطلاع أكثر على أعمال زملائهم في الصحف الأخرى. وهدفت دراسة Konstantinos Vsaltzis (٢٠١٦م) إلى اكتشاف تأثير التطور التكنولوجي على الصحافة واستخدامه في الناحية الإدارية أو الناحية الفنية التحريرية، وأجريت دراسة تجريبية وأجريت مقابلات مع كبير الصحفيين ورؤساء التحرير في خمسة مؤسسات صحفية وهم: BBC news,sky, news,financial times,The guardian ,Aptn الجانب الإداري والتحريري وتأثير التكنولوجيا على ممارسات كل جانب منهما، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن التقارب في مستويات الإنتاج والتوزيع له تأثير عميق في تنوع الأخبار كمنتج يرتبط في كل وسيلة مع الاختلافات في الثقافة والممارسات ودورة الإنتاج وحتى قيم الخبر في بعض الأحيان، والآن أصبح لدي المؤسسات الإعلامية من الإمكانيات ما يؤهلها للتعامل مع أي حدث بآنية وبسرعة لم تكن موجودة سابقاً كما هو الحال في

مؤسستي SKY, BBC وبشكل أقل مع صحيفتي Financial, Guardian، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود استخدام كبير للوسائط المتعددة Multimedia news في المؤسسات والصحف الإعلامية الإلكترونية والذي تحقق نتيجة اتباع إستراتيجيتين تكامل غرف وصلات الأخبار، وأيضاً التوسع وانتشار الاستخدام والوصول لعدد ضخم من الجماهير، بالإضافة إلى التكامل مع غرفة الأخبار وإنتاج الوسائط المتعددة يعني تعدد أكثر للمهام الصحفية، ونتيجة لاستخدام الصحف الوسائط المتعددة الإخبارية التي تقوم على توظيف الصوت والصورة الذي قد يصاحبه بعض العوائق اللوجيستية Logistical Constraints لكن نتيجة لاستخدام التكنولوجيا الرقمية قد ساهمت في إزالة تلك العوائق وساعدت في تيسير عمل الصحفيين بسهولة ومرونة، كما هدفت دراسة مروة عطيه محمد (٢٠١٣م) الكشف عن جودة وقيمة المعلومات التي يحصل عليها الفرد وتمكنه من فهم واقعه المحيط بالتطور التكنولوجي الذي أتاح نشر المعرفة والمعلومات دون قيد أو شرط مما فتح المجال للجميع لكي يكونوا متلقين للمعلومة بل إن الأمر اتسع ليصبح الجميع مرسل ومتلقي في نفس الوقت، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات شبة التجريبية وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين التجريبيتين (مجموعة البناء المتشابك والبناء الانتقائي) في القدرة على تذكر المعلومات الظاهرة وهذه الدلالة لصالح مجموعة البناء المتشابك، مما يؤكد ويدل ذلك بوضوح على أهمية وثبات الهيكل المعلوماتي للمضمون الإخباري المنشور على شبكة الإنترنت.
٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع ونمط البناء الفني والتحريري للخبر المنشور على شبكة الإنترنت ومستوى تحقيق الرضا المعرفي لدى المبحوثين الذين تعرضوا للخبر في حالة البناء المتشابك عن المبحوثين الذين تعرضوا للخبر في حالة الانتقائي.

#### المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بمؤسسات الهيئة العامة للاستعلامات.

سعت دراسة محمد أبو العلاء (٢٠١٨م) إلى التعرف علي طبيعة الأنشطة الاتصالية للهيئة العامة للاستعلامات ومعرفة دورها في الرد علي الادعاءات والاكاذيب التي تبثها وسائل الإعلام الخارجية وذلك من أجل تحسين صورة مصر في الخارج واستعان الباحث بالمنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة ورصد الباحث مجموعة من النتائج أهمها: عدم وجود سياسة تكاملية فعلية بين الهيئة ووسائل الإعلام المصرية إلا في

نطاق ضيق جداً ما عدا وزارة الخارجية، غلق العديد من مكاتب الإعلام أثر على الصورة الذهنية لمصر لاختفاء المشهد المصري من العديد من الدول، للهيئة دور هام جداً في مواجهة الحملات التي تشنها وسائل الإعلام الأجنبية وأن الهيئة تكذب هذه الحملات من خلال الأرقام والبيانات الصحيحة، كما أن الهيئة تراعي مسئوليتها الاجتماعية كجهاز علاقات عامة يمثل مصر في الداخل الخارج

هدفت دراسة خالد عبد الجواد، وفاء عبد الرحمن(٢٠١٦)<sup>١</sup> إلى التعرف على دور الهيئة العامة للاستعلامات في نشر ثقافة السلام من خلال تحليل الموقع الإلكتروني للهيئة والكيفية التي تعرض بها الهيئة الموضوعات المتعلقة بنشر الإسلام، وتوصيف الأساليب التي يعتمد عليها الموقع لنشر ثقافة الإسلام بين جماهير الهيئة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١. استطاعت الهيئة العامة للاستعلامات تبنى رؤية القيادات السياسية في مصر في نشر ثقافة السلام من خلال الدور الذي قامت به في التعامل مع الجمهور الخارجي، وفق الأنشطة الاتصالية المختلفة والذي أكده الموقع الإلكتروني بتوظيفه لكافة الإمكانيات.

٢. يمثل الموقع الإلكتروني للهيئة نموذجاً مميّزاً في التواصل والنشر مع الجمهور الخارجي وخاصة باللغات الأكثر انتشاراً مثل الإنجليزية والفرنسية والإسبانية، وموظفًا إمكانيات الإنترنت من وسائط متعددة وغيرها في التواصل مع الجمهور المستهدف.

٣. استخدم الموقع اللغة العربية إلى جانب بعض اللغات الأخرى في عرض الموضوعات المتعلقة بدور الهيئة ووظيفتها الأساسية للإعلام الخارجي.

٤. تابع الموقع من خلال الكتابة أو الصور أو الفيديوهات المشاركات المهمة للمؤسسات المصرية في المؤتمرات التي تدعو لمكافحة الإرهاب.

٥. مارست الهيئة وقدمت نموذجاً للإعلام الخارجي سواء على المستوى الإقليمي أو الدولي بإصدار دوريات ورقية وأخرى الكترونية تؤكد الحرص الشديد من جانب الحكومة والشعب المصري على أهمية نشر ثقافة السلام بين دول العالم.

وسعت دراسة عماد الدين مصطفى(٢٠١٠م)<sup>٢</sup> إلى تحديد مفهوم رأس المال الفكري في المنظمات وعناصره الأساسية وأبرز المعوقات التي تواجه هذا القياس ودراسة عدد من التجارب والنماذج الناجحة في قياس رأس المال الفكري في المنظمات الخاصة

وكيفية تطبيقها على المنظمات العامة والتوصل إلى عدد من المؤشرات المناسبة التي يمكن من خلالها قياس رأس المال الفكري للمنظمات في محاولة للتوصل إلى كيفية يمكن من خلالها الاستفادة من رأس المال الفكري في تحسين وتطوير أداء المنظمات العامة، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة وقد أجرى دراسته من خلال استبيان على عينة من العاملين بالهيئة العامة للاستعلامات بلغ حجمها ٢٢٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- من حيث رأس المال البشري للهيئة العامة للاستعلامات فإنها تتميز بارتفاع مستوى العاملين بها علمياً إذا ما قورنت بغيرها من المنظمات العامة.
- هناك اهتمام وتدريب وتنمية مهارات العاملين بالهيئة بلغ عدد المتدربين في عام ٢٠٠٨/٢٠٠٩ (١١١٩ متدرباً) بنسبة ٢٩,٤٪.
- من حيث رأس مال العملاء أو ضحت الدراسة صعوبة حصر عدد العملاء المستفيدين من الخدمات التي تقدمها هيئة الاستعلامات بدقة وذلك لامتداد أنشطتها وخدماتها لتمثل مختلف فئات المجتمع في مصر.

#### المحور الثالث: دراسات تناولت تفضيلات القراء والعوامل المؤثرة فيها.

هدفت دراسة (2017) SARA B.(ETZLE)<sup>10</sup> إلى الكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين تفضيلات الجمهور والصحفيين نحو متابعة مواضيع وقضايا معينه واستشهاداً بالعديد من الدراسات والبحوث السابقة التي تقترح أن الصحفيين مختلفون جداً عن الجمهور فيما يتعلق باختلاف تفضيلهم لنوعية الموضوعات، وحتى إن كان هناك وجود اتفاق فيما يتعلق بالمواضيع والقضايا المشتركة فيمكن تفسيره في إطار نظرية الهوية الاجتماعية Social Identity Theory وعن طريق نظرية البعد الاجتماعي Social Distance Corollary التي تفسر توافق تفضيلات الصحفيين والجمهور بأنهم كجزء داخلي من الصحفيين يفكرون بتفكيرهم ويهتمون بشأنهم وليس على أساس أنهم كيان مستقل، ولتطبيق هذه الدراسة تم إجراء مسح Survey عن طريق وضع قائمة بالجامعات الأمريكية التي يدرس فيها طلابها الصحافة والإعلام في الولايات المتحدة والذين يستخدمون موقع NewsDirectory.com وعن طريق العينة العشوائية تم اختيار ٤٣٣ طالب وفي المقابل تم إجراء استقصاء عن طريق البريد الإلكتروني لـ ٦٧٩ طالب لمقارنة الاختلاف والتوافق بين طلاب قسم الصحافة وطلاب الكليات الأخرى فيما يتعلق بمواضيع وقضايا معينة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود

اختلاف فيما يتعلق بتفضيلات القراء (الكليات الأخرى) والصحفيين (طلاب قسم الصحافة) نحو متابعة موضوعات وقضايا معينة، حيث أشارت الدراسة إلى اهتمام طلاب قسم الصحافة بتغطية الأخبار الأكثر تعقيداً كالقضايا السياسية والأخبار الدولية في حين يهتم طلاب الكليات الأخرى بالأخبار الاجتماعية والأخبار الخفيفة ، لكن هذا لا يعني وجود توافق تفضيلي في بعض القضايا والموضوعات كالأخبار الرياضية وهو ما يمكن تفسيره في وجود نظرية Social Identity Theory ونظرية Social Distance Corollary باعتبار الجانبين جزء متكامل، أما عند الاختلاف التفضيلي فيمكن تفسيره بأن الجمهور قد تحول من جماعه داخلية In- Group إلى جماعه خارجية Out-Group أي أن كل جانب له تفضيلاته واهتماماته التي قد تختلف مع الجانب الآخر.

واستهدفت دراسة الطيب أحمد الصادق (٢٠١٧م)<sup>١١</sup> التحليلية التي تم تطبيقها على مواقع مجلات « الأهرام الرياضي وأخبار الحوادث وأموال الغد» رصد العناصر البنائية المختلفة المكونة لواجهة المجلات الإلكترونية المتخصصة، للتعرف على سماتها وخصائصها وأدوارها الوظيفية ومحاولة تقييم استخدامها على الدراسات والبحوث في هذا المجال وتحليلاً لعناصر البنائية التقليدية في المجلات الإلكترونية المتخصصة، ورصد توظيف المجلات الإلكترونية المتخصصة للعناصر البنائية غير التقليدية وتحديد كيفية استفادة المجلات الإلكترونية المتخصصة من تكنولوجيا النشر الحديثة وتوظيف أدواتها المختلفة، كما استهدفت الدراسة الميدانية الكشف عن تفضيلات الجمهور للعناصر البنائية لمواقع المجلات الإلكترونية المتخصصة ومعرفة العوقات التي تواجه مستخدمي المجلات الإلكترونية المتخصصة ورصد تأثير المتغيرات الديموجرافية للمستخدمين على تفضيلهم للمجلات الإلكترونية المتخصصة ومدى تحقيق يسر القراءة وسهولة استخدامهم لمواقعها، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة أهمها: أن هذه الدراسة عكست التباين في الاستفادة من توظيف المجلات الإلكترونية للعناصر البنائية المختلفة على الإنترنت، حيث نجحت هذه المجلات عينة الدراسة في توظيف بعض العناصر، مثل موقع اللافتة والقوائم المنسدلة والعناصر التقليدية والتكنولوجية بينما أخفقت في البعض الآخر، مثل القصص في استخدام وسائل التواصل مع الجمهور وغياب العناصر الخاصة بخيارات العرض والمشاهدة، واقترح الباحث إجراء دراسة على القائم بالاتصال في المجلات الإلكترونية المتخصصة، والتعرف أهم سماته وخصائصه ومدى تأثير ذلك على إخراج هذه المجلات وقراءتها، وإمكانياته الفنية والعلمية في التعامل مع

التحديثات المتسارعة لوسائل التكنولوجيا الحديثة وإجراء دراسة على صحافة الفيديو واتجاه مواقع الصحف الإلكترونية إلى استخدامها، وعلاقتها بتفضيلات القراء.

وهدفت دراسة Andreas Graefe & Others (٢٠١٦) م<sup>١٢</sup> إلى معرفة العلاقة بين خصائص وسمات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية وبين التأثير على مستوى التفضيل لدى القراء وبالتالي التأثير على سلوكهم وإدراكهم فيما يتعلق بالتعامل مع مواقع الصحف الإلكترونية، وبتطبيق تحليل المضمون على محتوى عينة من الصحف الإلكترونية والأسلوب المسحي على عينة قوامها ١٦٩ مفردة بحثية، أشارت نتائج الدراسة أنه عند تعرض المبحوثين للكثير من الوسائل التفاعلية زاد مستوى إدراك وتفاعلية وتفضيل القراء للصحيفة الإلكترونية، أي كلما زادت أليات التفاعل زاد مستوى التفضيل، كما وجدت الدراسة أيضاً تأثير لسمات وخصائص الصحف الإلكترونية واتجاه القراء نحو تلك الصحف والسلوك الذي يتخذه القارئ في التعامل مع الصحف الإلكترونية ودرجة تفضيله لها، كما أن الاختلاف في درجة إتاحة تلك الوسائل التفاعلية التي تقدمها الصحف الإلكترونية تؤدي إلى اختلاف في رؤية القارئ لدى فاعلية الصحيفة وبالتالي درجة تفضيله لها، كما استهدفت الدراسة قياس قارئيه الأخبار الإلكترونية التي ينتجها الكمبيوتر دون تدخل بشري computer - generated news لدي القراء مقارنة بالأخبار التي يكتبها البشر، عن طريق استخدام المنهج التجريبي على عينة من قراء الأخبار الإلكترونية، حيث قدم الباحثون لهم مجموعة من الأخبار في (الرياضة والاقتصاد) نصفهم مكتوب عن طريق كمبيوتر ونصفهم مكتوب بواسطة إنسان، وطلب منهم تحديد الأخبار الأكثر تفضيلاً ومصداقية بالنسبة لهم، وكشفت نتائج الدراسة أن الأخبار التي تم كتابتها بواسطة الإنسان هي الأكثر تفضيلاً وقارئية لدي المبحوثين، بينما قيم المبحوثون الأخبار المنتجة عن طريق الكمبيوتر بأنها أكثر مصداقية وتمتعاً بالخبرة الصحفية عن الأخبار البشرية.

واستهدفت دراسة: Torbjorn von Krogh & Ulrika Andersson (٢٠١٥) م<sup>١٣</sup> مقارنة أنماط القراءة بين قراء الجريدة الورقية ونسختها الإلكترونية، عن طريق مقارنة بيانات تم جمعها بواسطة دراسة قارئية سابقة على جريدة VLT السويدية المحلية، وبيانات قارئية نسختها الإلكترونية التي تجمعها بواسطة برنامج إلكتروني، مع توحيد العينة الزمنية لمدة أسبوعين.

وأسفرت الدراسة عن وجود اختلافات واضحة بين نمطي القراءة، حيث يركز قارئ النسخة الإلكترونية على الصفحة الأولى، بينما يهتم قارئ النسخة المطبوعة بالأبواب

التحريرية داخل الجريدة، في الوقت ذاته، يتصفح قارئ النسخة الإلكترونية عدد محدد من الموضوعات، عكس قارئ المطبوع الذي يقرأ موضوعات متنوعة ومختلفة، ولكن عند الاحتكام إلى العامل الزمني، وهو الوقت الذي يقضيه القارئ في عملية القراءة، نجد تقارب بين النمطين.

#### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أسهمت الدراسات السابقة في تحديد الباحث لمشكلة الدراسة والمنهج الذي سيتم تطبيقه، وكذلك تحديد حجم العينة بناءً على حجم العينات في تلك الدراسات، وأدوات جمع البيانات.
- ساعدت الدراسات الباحث في صياغة أهداف وتساؤلات الدراسة، ووضع الفروض الخاصة بالدراسة.

#### مشكلة الدراسة

في ضوء أهمية موقع الهيئة العامة للاستعلامات ودوره في التثقيف السياسي والتوعية الاجتماعية للمواطنين وشرح السياسات الوطنية لهم والمساهمة في التوعية بالقضايا والمشكلات الوطنية في أنحاء مصر من خلال مراكز النيل للإعلام ومراكز الإعلام الداخلي وبناءً على الدراسات السابقة تتبلور مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على أهم أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء.

#### أهمية الدراسة:

- تم اختيار هذا الموضوع نظراً لأهميته التي تتمثل في الآتي:
- أهمية موقع الهيئة العامة للاستعلامات لما له من دور كبير في مجال التثقيف السياسي والتوعية الاجتماعية للمواطنين.
- أهمية دراسة ومعرفة أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات، وعلاقة ذلك بما يفضله قراء هذا الموقع لتحقيق التميز وجذب القراء لهذا الموقع دون غيرها.
- وجود رغبة لدى الباحث في معالجة موضوع يمس مجال تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات وإلقاء الضوء على الفنون والقوالب المستخدمة في الكتابة لمواقعها وعلاقة ذلك بما يفضله القراء.

**أهداف الدراسة:** يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في:

التعرف على أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقته بتفضيلات القراء، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية تتعلق بالدراسة التحليلية والدراسة الميدانية وهي:

**أولاً: أهداف الدراسة التحليلية:**

١. التعرف على أهم أساليب تحرير المواد الإخبارية أو البناء التحريري للأخبار المنشورة بموقع الهيئة.
٢. الكشف عن أهم القوالب الفنية المستخدمة في تحرير المواد الإخبارية وعلاقتها بتفضيلات القراء.
٣. رصد أهم أنواع العناوين الرئيسية ومحور الخبر المنشور على الموقع.
٤. التعرف على أهم الوسائط المتعددة المستخدمة في موقع الهيئة العامة للاستعلامات.
٥. معرفة مدى تحقق التفاعلية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

**ثانياً: أهداف الدراسة الميدانية:**

١. التعرف على قراء ومتابعي موقع الهيئة العامة للاستعلامات.
٢. رصد العوامل التي تؤثر في قراءة الأخبار المنشورة على الموقع.
٣. الكشف عن الوسيلة التي يقرأ من خلالها أفراد العينة موقع الهيئة العامة للاستعلامات ومكان قراءتها.
٤. رصد أسباب تفضيل أفراد العينة لأخبار معينة في موقع الهيئة العامة للاستعلامات.
٥. التعرف على مقترحات أفراد العينة لزيادة سهولة قراءة الأخبار في موقع الهيئة.

**تساؤلات الدراسة:****أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:**

١. ما أساليب تحرير المواد الإخبارية أو البناء التحريري للأخبار المنشورة على موقع الهيئة العامة للاستعلامات في تحديد مستويات تدفق المعلومات داخل الأخبار المنشورة على ذلك الموقع؟
٢. ما القوالب الفنية المستخدمة في تحرير المادة الصحفية الخبرية وعلاقتها بتفضيلات القراء؟

٣. ما العناوين الرئيسية ومحور الأخبار المنشورة والمصاحبة للمادة الخبرية على الموقع؟
٤. ما القيم الخبرية ومستوى التغطية الخاصة بالخبر؟
٥. ما الوسائط المتعددة المستخدمة في موقع الهيئة العامة للاستعلامات؟
٦. ما مدى تحقق التفاعلية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات؟

#### ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

١. ما معدل تعرض المبحوثين لموقع الهيئة؟
٢. ما الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات؟
٣. ما الوسيلة التي يقرأ من خلالها الجمهور موقع الهيئة العامة للاستعلامات؟
٤. لماذا يفضل المبحوثين قراءة الأخبار على موقع الهيئة العامة للاستعلامات؟
٥. ما المشكلات التي تواجه المبحوثين أثناء قراءة الأخبار على موقع الهيئة؟
٦. ما أشكال المواد الإخبارية التي تفضل عينة الدراسة قراءتها في موقع الهيئة؟
٧. ما الأسباب التي تجعل المبحوثين تفضل مادة خبرية على أخرى من بين أخبار موقع الهيئة؟
٨. ما مقترحات المبحوثين لزيادة سهولة قراءة الأخبار المنشورة في موقع؟

#### فروض الدراسة

١. توجد علاقة ارتباطية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية على موقع الهيئة وتفضيلات القراء.
٢. توجد علاقة ارتباطية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية وسهولة قراءتها على موقع الهيئة.
٣. توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الوسائط المتعددة في عرض المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وتفضيلات القراء لموقع الهيئة.
٤. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات وبين كلاً من:-
  - أ. الاتجاه نحو أساليب تحرير المادة الإخبارية

ب. تفاعلية الجمهور مع المواد الإخبارية على موقع الهيئة.

٥. توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية القراء على موقع الهيئة وبين مستوى تفضيلاتهم له.

### نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Research descriptive التي تستهدف التعرف على أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات.

### منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي (survey) بشقية الوصفي والتحليلي الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، وسوف يستخدم الباحث هذا المنهج من أجل الوصول إلى أوصاف الظاهرة وهي هنا أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء، بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات المطلوبة حول هذه الظاهرة، ولا يتأتى هذا إلا من خلال عمل مسح لموقع الهيئة العامة للاستعلامات.

### مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: بالنسبة للدارسة التحليلية:

يتمثل مجتمع الدراسة في موقع الهيئة العامة للاستعلامات نموذجاً لتطبيق الدراسة التحليلية عليه.

أداة جمع البيانات في الدراسة التحليلية:

تعتمد هذه الدراسة على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وتشتمل هذه الصحيفة على مجموعة من الفئات التي تخدم موضوع الدراسة وتجب على تساؤلاتها.

ثانياً: بالنسبة للدراسة الميدانية

مجتمع الدراسة الميدانية هو الجمهور المصري وقد اختار الباحث 400 مفردة من مستخدمي موقع الهيئة العامة للاستعلامات، استخدم الباحث عينة كرة الثلج الشبكية snowball sample والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين

لاتساع المساحة، واعتمد الباحث على مواقع التواصل الاجتماعي وإحالة الاستبيان إلى المواقع والمنتديات المشاركة فيها وحث من يصل إليه الاستبيان بإحالاته ومشاركته وهو جوهر عينة كرة الثلج<sup>14</sup>، وتم استخدام استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من الجمهور عينة الدراسة.

وكشفت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية على الجمهور مجموعة من السمات والخصائص الديموجرافية التي اتسمت بها فئات الجمهور المصري عينة الدراسة، التي يوضحها الجدول التالي:

#### خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرارات	المفرادات	الخصائص
٧٨,٣	٣١٣	ذكر	النوع
٢١,٨	٨٧	انثى	
١٠٠	٤٠٠	المجموع	
٢١,٥	٨٦	أقل من ٢٥ عامًا	العمر
٤٣,٥	١٧٤	من ٢٥ _ أقل من ٣٥ عامًا	
٣٠,٠	١٢٠	من ٣٥ - أقل من ٤٥ عامًا	
٤,٠	١٦	من ٤٥ - أقل من ٥٥ عامًا	
١,٠	٤	من ٥٥ عامًا فأكثر	
١٠٠	٤٠٠	المجموع	
٨,٥	٣٤	متوسط	المؤهل
٦٧,٠	٢٦٨	جامعي	
٢٤,٥	٩٨	دراسات عليا	
١٠٠	٤٠٠	المجموع	
١٣,٧٥	٥٥	مرتفع	المستوي الاقتصادي والاجتماعي
٦٤,٠٥	٢٥٨	متوسط	
٢١,٧٥	٨٧	منخفض	
١٠٠,٠	٤٠٠	المجموع	

## الإطار الزمني للدراسة:

١. الإطار الزمني للدراسة التحليلية.

تم تطبيق وإجراء الدراسة التحليلية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات في الفترة من ١/٣/٢٠١٨م إلى ٣٠/٩/٢٠١٨م أي مدة ٦ شهور، وتم تحديد هذه الفترة وذلك لأنها الفترة التي تلت الانتخابات الرئاسية في مصر. وكذلك لانتشار الشائعات بشكل كبير خلال هذه الفترة، ولذلك كانت اتجاهات الجمهور إلى مصدر يتحدث بلسان الدولة ومصدر موثوق لمعرفة الأخبار الصحيحة وهو موقع الإلكتروني المتحدث الرسمي باسم الدولة.

٢. الإطار الزمني لتطبيق الدراسة الميدانية على الجمهور.

تم تطبيق وإجراء الدراسة الميدانية على الجمهور في الفترة من ١/٦/٢٠١٨م حتى ٣٠/٨/٢٠١٨م مدة شهرين، وتم تحديد هذه الفترة لأنها هي الفترة التي بعد الانتخابات الرئاسية المصرية مباشرة، وكان الجمهور المصري مهتم بمتابعة الأخبار السياسية على الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات، فكانت هي الفترة الأنسب لتطبيق الاستمارة الميدانية على الجمهور المصري العام.

## اختبار الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الصدق (Validity).

قام الباحث بعرض استمارتي الدراسة التحليلية والميدانية على مجموعة من المحكمين<sup>١٥</sup> لمعرفة مدى ملاءمة أدوات الدراسة ومدى كفاية بنود المقاييس الواردة بهما لقياس أهداف الدراساتين، وتم تعديل الاستمارات بناءً على التعديلات المقترحة من قبل السادة المحكمين بما يتوافق مع أهداف الدراسة التحليلية والميدانية ومتطلباتهما.

ثانياً: اختبار الثبات (Reliability).

يشير مفهوم الثبات إلى اتساق أداة القياس أو إمكانية الاعتماد عليها وتكرار استخدامها في القياس<sup>١٦</sup>.

## إجراءات الثبات الخاصة بالدراسة التحليلية:-

- للتأكد من ثبات واتساق الأداة طبق الباحث اختبار اتساق استمارة تحليل المضمون من خلال تطبيق معادلة هولستي التالية:- معامل الاتساق =
- حيث أن  $(N)$  = عدد الاتفاق بين الباحثين.

- $(N_1)$  = عدد الفئات التي رمزها الباحث رقم (١).
- $(N_2)$  = عدد الفئات التي رمزها الباحث رقم (٢).
- حيث أنه تم إجراء تحليل نسبة من عينة الدراسة تبلغ (١٠%) من العينة الكلية، وقد تم حساب المعادلة السابقة بلغت قيمة الثبات (٩١%) وهى نسب عالية بما يدل على إتساق المقياس.

#### اختبار الثبات للدراسة الميدانية.

تم إجراء الثبات على استمارة الجمهور بعمل دراسة استطلاعية بأسلوب إعادة الاختبار على عينة قوامها ٤٠ مفردة بواقع ١٠% من العينة، وتمت إعادة الاختبار عليهم مرة أخرى بعد مرور فترة زمنية بلغت ثلاثة أسابيع، وبمقارنة إجابات كل مبحوث في المرتين الأولى والثانية، تم حساب معامل الثبات بطريقة التباين باستخدام معادلة ألفا كرونباخ وهي تعتمد على تباينات أسئلة الاختبار، وتشرط أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، ولذلك قام الباحث بحساب معامل الثبات لكل بعد على انفراد، ثم بحساب معامل ثبات المقياس ككل، وبالرغم من استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، فإن صيغة معادلة ألفا كرونباخ لقياس ثبات المقاييس وكانت نتيجة معامل الثبات ٠,٩٥ وهو معامل ثبات مرتفع ودال إحصائيًا؛ لأنه أكبر من ٠,٧، وهي نسبة تشير إلى ثبات الاستمارة وقابليتها للتطبيق، وبعد ذلك تم إعداد الاستمارة في صورتها النهائية وتطبيقها على المبحوثين.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية؛ وذلك باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية» (Statistical Package for Social Science) نسخة ٢٠١٥م. وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات.

#### مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ ٠,٠٥، لاعتبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

## مصطلحات الدراسة:

- أساليب تحرير المواد الإخبارية: هي الأشكال والطرق التي يتم بها الكتابة في الصحف ووسائل النشر والمواقع الإلكترونية وتشمل الخبر الصحفي والتقارير الصحفي والتحقيق الصحفي والحديث الصحفي والمقال الصحفي وغيرها، وهي مستوى من التعبير يتميز عن كل من الأسلوبين العملي والأدبي ويقوم على نظرة الصحفي إلى الأشياء من منطلق المنفعة العامة التي تعود إلى المجتمع والتعبير عنها بلغة الحياة اليومية بكل ما فيها من بساطة ووضوح وحيوية.
- الموقع الإلكتروني: هي مجموعة من الصفحات الإلكترونية المرتبطة ببعضها البعض ومخزنة على نفس الخادم بحيث تمثل links وHyperlinks فبمجرد الضغط أو النقر على هذه الوصلات تفتح الصفحات الرسمية لموقع الهيئة العامة للاستعلامات الإلكتروني.
- الهيئة العامة للاستعلامات: هي هيئة حكومية تتبع رئاسة الجمهورية بموجب القرار الجمهوري الصادر في ٢٠١٢/٩/٦ وتضطلع بدورها « كجهاز الإعلام الرسمي والعلاقات العامة للدولة » إلى شرح سياسة الدولة في المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية على الصعيدين الداخلي والخارجي ومواقفها إزاء مختلف القضايا، وتنمية وعي المواطن ومشاركته الفعالة في بناء مجتمعه في الداخل ولتعميق أواصر الصداقة والعلاقات الوثيقة بين مصر والعالم الخارجي، وبالإضافة إلى كونها جهاز العلاقات العامة للدولة، فهي مركز للدراسات السياسية والإعلامية، وبنك للمعلومات، ودار نشر كبرى للثقافة والفكر، ويمكن تعريف موقع الهيئة العامة للاستعلامات: بأنه: مجموعة من الصفحات المتصلة على الشبكة العالمية تملكه مؤسسة الهيئة العامة للاستعلامات بغرض توفير معلومات عن الأحداث الجارية.
- تفضيلات القراء: ما يهتم به أو يفضله القراء أو الجمهور المستهدف من موضوعات إخبارية معينة عن غيرها في مواقع الكترونية عن غيرها ويرجع ذلك لمجموعة من الدوافع التي يتطلبها اشباع حاجات القراء وتحقيق رغباتهم.

النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة:

نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية: "Media Richness Theory"

تُعد نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية إحدى النظريات البارزة للمساعدة على تفسير

العلاقة بين وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء<sup>١٧</sup>، فهي من أكثر النظريات تداولاً عند تناول العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية، حيث تركز على المبادرة الإعلامية بدلاً من الرسالة الإعلامية كنقطة بداية لها وعلى الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة<sup>١٨</sup>.

يستكشف الجمهور السلوك الاتصالي من خلال تجربته المباشرة بوسائل الإعلام<sup>١٩</sup>، وقد تم تطوير النظرية واختبارها باستخدام وسائل تقليدية ثم التوسع فيما بعد ليشمل مقارنات لأنواع أخرى من التكنولوجيات الحديثة مع الوسائل التقليدية للاتصال، ومؤخرًا ظهرت أشكال عديدة من وسائل الاتصال شجعت الباحثين على مقارنة أشكال عديدة من وسائل الاتصال الحديثة<sup>٢٠</sup>.

هذا وتستخدم النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي وتوضح النظرية أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة<sup>٢١</sup>.

وتفترض النظرية فرضين أساسيين هما<sup>٢٢</sup>:

الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

**الإطار المعرفي للدراسة:**

**سمات التحرير الإلكتروني:**

يقصد بتحرير الصحف الإلكترونية طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي من خلالها تحويل الواقع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات، عن طريق الأدوات الإلكترونية إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي، وتبدوا عملية التحرير الصحفي الإلكتروني أكثر تعقيداً من الكتابة لأي وسيلة إعلامية أخرى، وهناك أربع سمات رئيسية للكتابة الإلكترونية وهي<sup>٢٣</sup>:

١. السرعة والسعة الكبيرة، وإمكانية استخدام مختلف أنواع الإشارات سواء (الكتابة،

- الأصوات، الصور المتحركة، المشاهد الحية من مواقع الأحداث).
  ٢. تعتبر أداة التنظيم المعلوماتي في مجال فضائي، خاصة وأن هذا المجال يحمل من المعلومات ما لا حصر له.
  ٣. أصبح الصحفي بإمكانه التعامل مع الصوت والرسوم المتحركة والمشاهد المصورة من خلال جهاز الكمبيوتر.
  ٤. وفرت تكنولوجيا الاتصال السرعة والتفاعل مع الأحداث، من خلال شبكة الإنترنت، وأدى ذلك إلى الاختصار في الزمن والمسافات.
  ٥. الاعتبار التي تحكم عملية التحرير الإلكتروني على المواقع الإخبارية:
  ٦. تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم النص الفائق:
  ٧. تحرير المادة الصحفية طبقاً لمفهوم الوسائط الفائقة:
  ٨. تحرير المادة الصحفية طبقاً لاحتياجات القارئ:
- القواعد الأساسية للتحرير الصحفي الإلكتروني.**

يصف بعض الخبراء عملية التحرير الإلكتروني بأنها أكثر تعقيداً أو إثارةً من الكتابة لأي وسيلة إعلامية أخرى، حيث يجب على المحرر الإلكتروني أن يأخذ في الاعتبار مستويات متعددة، يتعامل معها كلها في آن واحد، وتشمل العناصر المتضمنة في الموضوع، ومنها: تطبيقات الوسائط المتعددة، وهيكل الموضوع، وملامح التفاعلية فيها، إلى جانب مراعاة بعض القيم<sup>٢٤</sup>.

وقد وضع المختصون في التحرير الصحفي الإلكتروني ثلاث قواعد أساسية علي المحرر الإلكتروني الالتزام بها وهي<sup>٢٥</sup>:

١- الاختصار Keep it short:

٢- التبسيط Make it simple:

وعلي المحرر الإلكتروني مراعاة ما يلي لتحقيق التبسيط:

- إعداد قائمة منشطة بالأفكار الأساسية في الموضوع تميزها عن طريق وضع خطوط أسفل كل منها أو علامات خاصة يستطيع المستخدم أن يضغط على ما يرغب في قراءته منها.
- اقتصاد كل فقرة من فقرات الموضوع على فكرة واحدة فقط.
- تلوين بعض الكلمات المفتاحية أو العبارات وربطها بمعلومات تفصيلية منشورة

بصفحات أخرى داخل أو خارج الموقع.

- استخدام عناوين فرعية داخل النص الصحفي.

٣- الربط Link it:

ويتوفر للمحرر ثلاثة خيارات للربط هي:

- ربط النص الصحفي بنصوص أخرى داخل الموقع (ربط العناوين والمقدمات بالتفاصيل، وربط القصص الصحفية بخلفياتها، وربط الموضوعات المتشابهة، وربط الموضوع بأرشفيف الصحيفة).

- ربط النص الصحفي بنصوص أخرى خارج الموقع (ربط المعلومات المنشورة بمواقع المصادر والجهات المتصلة بها، وربط المعلومات بقواعد البيانات والمعلومات الأخرى).

- ربط النصوص المنشورة على الموقع بوسائل أخرى على الموقع مثل: لقطات الفيديو، والمقاطع الصوتية وأرشفيف الصور، والرسوم الجرافيكية.

### الفنون التحريرية في المواقع الإلكترونية:

تأخذ عملية التحرير الصحفي أو الصياغة الصحفية أكثر من شكل أو قالب أو نمط صحفي تسمى أشكال التحرير الصحفي أو الأنماط أو القوالب الصحفية، وهذه الأشكال أو الأدوات يتم من خلالها التعبير عن الفكرة أو الحدث الصحفي أو تجسيده في شكله الصحفي المكتوب، وتتطلق من رؤية خاصة تعتمد على الجوانب الخاصة بعملية التخطيط والتفكير والتحرك الصحفي في تغطية الموضوع الصحفي وجمع مادته ومعلوماته من مصادرها المختلفة وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى خلاصات منها<sup>٣٦</sup>.

وتتعدد فنون أو قوالب التحرير الصحفي إلا أن كل هذه القوالب تهدف إلى تقديم وصف وتحليل وتفسير للأحداث والظواهر والتطورات في مختلف مجالات الحياة بأسلوب متفاوت في عمقه وشموليته، والهدف في النهاية هو إيصال رسالة إلى القارئ، بقصد إمداده بالمعرفة، والمساهمة في تكوين أفكاره، وتوجيه سلوكه نحو الأفضل. وتتنوع هذه الفنون التحريرية ومن أهمها الأشكال الصحفية التي تعرض المادة الإخبارية وهي الأخبار السريعة والقصص الإخبارية والتقارير الإخبارية...

## القوالب الفنية المستخدمة فى صياغة الأشكال الإخبارية الإلكترونية<sup>٢٧</sup>:

يمكن تقسيم القوالب الصحفية في الوقت الحاضر إلى القوالب التقليدية والقوالب الجديدة، حيث ظلت القوالب التقليدية في الصحافة المعاصرة أسيرة لفترة طويلة في التحرير الصحفي، مثل قالب الهرم المقلوب وقالب الهرم المعتدل ومشتقاتها، ولكن بعد التغير الهائل في وسائل الاتصال ممثلة في شبكة الإنترنت، ظهرت أنماط أو قوالب جديدة في التحرير الصحفي، حيث كانت بدايتها من المواقع الشخصية علي شبكة الإنترنت، ثم انتقلت إلى الصحف والمجلات الإلكترونية، ومن أهم هذه القوالب: قالب الهرم المقلوب Inverted Pyramid، قالب السرد المتسلسل: Serial Narrative Models، قالب الكتل النصية بحجم الشاشة Screen- Size Chunk Models، قالب النص الطويل: Scrolling Stories، قالب لوحة التصميم: Story Board، نمط وول ستريت جورنال، قالب الدائرة، قالب المقاطع قالب القائمة، قالب الساعة الرملية، قالب النص الطولي (الصفحات الطويلة)، قالب غير الخطي Non - Linear، قالب فورك، قالب الماسة.

### نتائج الدراسة التحليلية:

#### ١. لغة الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات:

يعتمد الموقع على الصوت والصورة والفيديو ويقدم خدماته مجانية للصحفيين، يستخدم الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات خمس لغات وهي: العربية، الإنجليزية، الفرنسية، الإسبانية، والصينية، حيث تهدف الهيئة العامة للاستعلامات من خلال الموقع الإلكتروني الخاص بها توفير التسهيلات للصحفيين والمراسلين الأجانب في مصر لأداء عملهم على أفضل مستوى ممكن لنقل صورة حقيقية عما يجري في مصر إلى العالم، كما تهدف إلى تقديم صورة مصر إلى الرأي العام العالمي ونقل الحقائق عنها إلى وسائل الإعلام في مختلف أنحاء العالم وذلك عبر مكاتب الإعلام الملحقة بالسفارات المصرية في العديد من العواصم والمدن الكبرى.

#### ٢. دورية تحديث الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات:

يتم تحديث الموقع أكثر من مرة في الساعة، حيث يقوم الموقع بمتابعة أخبار الشأن المصري أولاً بأول، والأخبار المتعلقة بعلاقات مصر والدول الأخرى، وتغطية أخبار المؤتمرات والزيارات الرئاسية، والانتصارات الرياضية للأبطال القوميين.

#### ٣. بناء الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات:

هو بناء بسيط، حتى يسهل تصفحه، فالهيئة العامة للاستعلامات تقدم صورة مصر إلى الرأي العام العالمي، كما تقوم بدور مهم في التثقيف السياسي والتوعية الاجتماعية للمواطنين وشرح السياسات الوطنية لهم والمساهمة في التوعية بالقضايا والمشكلات الوطنية (مثل قضية زيادة السكان وقضايا البيئة) وكذلك بالقضايا المحلية والبيئية في المناطق الريفية والنائية في أنحاء مصر من خلال مراكز النيل للإعلام ومراكز الإعلام الداخلي.

٤. إجمالي المواد الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات خلال فترة التحليل:

المادة الإخبارية	ك	%
أخبار قصيرة	١٢٨٧	٦٢,٧
تقارير	٤٨٢	٢٣,٥
قصة إخبارية	٢٨٣	١٣,٨
المجموع	٢٠٥٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول إلى عدة نتائج من أهمها: أن إجمالي المواد الإخبارية التي نشرت على موقع الهيئة العامة للاستعلامات أثناء فترة التحليل بلغت ٢٠٥٢، وقد احتلت فئة «الأخبار القصيرة» المركز الأول بنسبة ٦٢,٧٪، ويحمل مضمون الأخبار القصيرة أهم ما في الحدث، وهي تقارير آنية سريعة، عن الأحداث المفاجئة، تحتوي على العناصر الأساسية للحدث، في تركيز واقتضاب، ولا تقدم الإجابة الشافية، عن كل الجوانب، وهذا ما يتناسب مع الموقع الإخباري الذي ينقل الأخبار في التو واللحظة، يليها فئة «التقارير» في المركز الثاني بنسبة ٢٣,٥٪، وهذا يتوافق مع طبيعة التقارير التي تعرض مجموعة من المعلومات حول واقعة أو واقعة حديثة، فيفصلها ويبين خط سيرها ويشرح أحداثها بطريقة ديناميكية وحيوية، ولا يهتم التقرير بالمواضع الجوهرية أو الرئيسية فحسب في القضية التي يتحدث عنها كما هو الحال مع الخبر الصحفي، إنما يتوجه باهتمامه أيضًا إلى وصف المكان والزمان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث، مثل التقارير المتعلقة بتغطية فعاليات المؤتمرات، والزيارات الرسمية التي يستقبل من خلالها رئيس الجمهورية أحد نظرائه من رؤساء أو ملوك وحكام الدول الأخرى، أو الزيارات المتبادلة بين وزير الخارجية ووزير خارجية دولة أخرى، أو التقارير المتعلقة بالأوضاع الاقتصادية والسياحية والأمنية، مثل: التقارير المتعلقة

بتفاصيل العملية الشاملة سيناء، والتقارير المتعلقة بعلاقات مصر مع الدول الخارجية، وفي المركز الثالث والأخير تأتي فئة «قصة إخبارية» بنسبة ١٣,٨٪، وهي التي تتناول أحداث من جميع جوانبها حيث أن الأخبار القصيرة، لا تجيب عنها، حيث يتوافر لها وقت، أطول نسبياً، من وقت تغطية الأخبار الصغيرة السريعة، واتفقت هذه النتيجة جزئياً مع دراسة: سعد كاظم حسن (٢٠١٤م)<sup>٢٨</sup> التي توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها جاء الخبر الصحفي بالمرتبة الأولى من بين مجموع فنون التحرير الصحفي التي عالجت قضايا الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي من بين عينة الدراسة بنسبة ٥٥,١٤٪ تم التقرير الصحفي بنسبة ١٦,٤٧٪.

٥. أنواع العناوين الرئيسية للمادة الخبرية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات خلال فترة التحليل.

العناوين الرئيسية	ك	٪
إخباري	١٢٥٣	٦١,١
تقريري	٤٢٧	٢٠,٨
مقتبس	٣٧٢	١٨,١
المجموع	٢٠٥٢	١٠٠٪

يهدف العنوان بشكل عام إلى جذب انتباه القارئ، إعلام القارئ، تصوير وتحديد طبيعة الخبر أو الموضوع، مساعدة القارئ على تصنيف محتويات الموقع، تلخيص أو تحليل الموضوع، العمل على استقرار طابع الموقع الإلكتروني وشخصيته، وتوفير المقومات الأساسية للصفحات بما فيه الشكل وعناصر الجمال، حيث كشفت النتائج عن أن فئة «العنوان الإخباري» احتلت المركز الأول بنسبة ٦١,١٪، وهو عنوان يقدم معلومات جديدة تخص الحدث بهدف إعلام القارئ بأهم شيء تضمنه الحدث، يليها فئة «العنوان التقريري» في المركز الثاني بنسبة ٢٠,٨٪، ثم فئة «العنوان المقتبس» في المركز الثالث والأخير بنسبة ١٨,١٪، وهو عبارة عن اقتباس تصريح لإحدى الشخصيات الفاعلة في الحدث.

## ٦. محور الأخبار المنشورة على موقع الهيئة العامة للاستعلامات:

محور المواد الإخبارية	ك	%
أحداث	٨٥٢	٤١,٥
معلومات وأحداث	٥٠٨	٢٤,٨
معلومات	٣٧٩	١٨,٥
تصريحات	٣١٣	١٥,٣
المجموع	٢٠٥٢	%١٠٠

تشير بيانات الجدول إلى محور الأخبار المنشورة على موقع الهيئة العامة للاستعلامات، حيث أسفرت النتائج عن أن فئة «أحداث» حصلت على المركز الأول بنسبة ٤١,٥%، وتتضمن تلك الفئة الإشارة إلى الأحداث التي تحدث بكافة أنواعها السياسية والاقتصادية والأمنية والسياحية والرياضية، وكذا الأحداث المتعلقة بالعلاقات المشتركة بين مصر والدول الأخرى، ومنها علاقة مصر وأفريقيا ومصر والعالم العربي، ومصر وأوروبا وأمريكا وغيرها، يليها فئة «معلومات وأحداث» في المركز الثاني بنسبة ٢٤,٨%، وتشمل نشر تفاصيل الأحداث وملابساتها وذلك فيما يخص القضايا التي تستحوذ على اهتمام المواطنين المصريين، وكذا التي تهتم بها وكالات الأنباء العالمية، ثم في المركز الثالث تأتي فئة «معلومات» فقط بنسبة ١٨,٥%، وأخيراً في المركز الرابع تأتي فئة «تصريحات» بنسبة ١٥,٣%، حيث تهدف الهيئة العامة للاستعلامات توفير مصدر للمعلومات الدقيقة والصحيحة والحديثة عن مصر في مختلف المجالات كالتاريخ والحقائق الأساسية والنظام السياسي والسياسة الخارجية والثقافية والمجتمع والفنون والاقتصاد والسياحة وغيرها، وذلك عبر موقع الهيئة على شبكة الإنترنت بأكثر من لغة وهي: العربية والإنجليزية والفرنسية والإسبانية والصينية، لتكون متاحة لكل من يحتاج إليها في كل مكان من العالم، كما يتم إصدار مطبوعات عن هذه الموضوعات باللغات المختلفة.

## ٧. أنواع المقدمات الإخبارية الواردة في المواد المنشورة على موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

أنواع المقدمات	ك	%
مقدمة التلخيص	١٠٦٦	٥١,٩
مقدمة الاقتباس	٣٤٢	١٦,٧
مقدمة الحدث	٢١٨	١٠,٦
مقدمة الوصف	١٧٥	٨,٥
مقدمة الحوار	١٣٧	٦,٧
مقدمة الإشارة	١١٤	٥,٦
المجموع	٢٠٥٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول إلى أنواع المقدمات الإخبارية الواردة في المواد المنشورة على موقع الهيئة العامة للاستعلامات، ويجب أن تتراوح مفردات المقدمة الناجحة ما بين ٢٠-٣٠ كلمة ويجب أن تكون هذه المفردات: موجزة وواضحة ودقيقة، والمطلوب من هذه المفردات العشرين أو الثلاثين أن تؤدي الوظائف التالية لتكون مقدمة جيدة: تعرض ملخصاً للموضوع، تكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة، تبرز الطابع المميز للخبر، تعطي آخر التفاصيل عن الحدث، وتثير اهتمام القارئ لمتابعة قراءة الخبر.

حيث أسفرت النتائج عن أن فئة «مقدمة التلخيص» احتلت المركز الأول بنسبة ٥١,٩%، وهي تقوم على تلخيص أهم المعلومات بالقصة الخبرية، حيث تصدر أهم معلومة في الخبر المقدمة، يليها في المركز الثاني فئة «مقدمة الاقتباس» بنسبة ١٦,٧%، وفيها يقوم المحرر الصحفي باقتباس فقرة، أو جملة من تصريح مسئول مصدر الخبر لتكون هذه الفقرة هي المقدمة للخبر، وفي المركز الثالث تأتي فئة «مقدمة الحدث» بنسبة ١٠,٦%، ويليهما فئة «مقدمة الوصف» في المركز الرابع بنسبة ٨,٥%، وهي تركز على وصف الوقائع والأحداث، ويليهما فئة «مقدمة الحوار» بنسبة ٦,٧%، وتقوم على صيغ الحوار بين طرفين، وشبيهه بالسؤال والجواب، وفي المركز الأخير تأتي فئة «مقدمة الإشارة» بنسبة ٥,٦%.

## ٨. أساليب عرض المادة الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات.

أسلوب عرض المادة الإخبارية	ك	%
الهرم المقلوب	٧٦٦	٣٧,٣
الهرم المقلوب المتدرج	٣١٤	١٥,٣
الماسة	١٩٣	٩,٤
الأهرام المتعاقبة	٨١	٣,٩
الهرم المعتدل	٥٤	٢,٦
الساعة الرملية	٤٧	٢,٣
وول ستريت جورنال	٣٢	١,٦
إنفوجرافيك	٢٥٧	١٢,٥
القوائم	١٤٦	٧,١
الكتل النصية بحجم الشاشة	٩٣	٤,٥
لوحة التصميم	٦٩	٣,٤

تشير بيانات الجدول إلى أساليب عرض المادة الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات، حيث أسفرت النتائج عن أن فئة «الهرم المقلوب» احتلت المركز الأول بنسبة ٣٧,٣٪، حيث لا يزال من أفضل القوالب لكتابة الأخبار البسيطة على الإطلاق، حيث يمكن جمع الأخبار بسرعة، ووضعها مرارًا وبسهولة في مقدمات جديدة، وأحيانًا يفسح هذا القالب للمحرر قدرًا كبيرًا من الحرية والابتكار، وهو أنسب الأشكال لبناء المادة الإلكترونية، ويمكن الاستعانة بالمقدمة الموجزة والانتقال منها بعد ذلك لقائمة العناوين أو المحاور الرئيسية داخل الموضوع وكل منها مكتوب بشكل مستقل مع وجود علاقة تربط كل هذه المحاور مع بعضها البعض<sup>٢٩</sup>.

يليه في المركز الثاني فئة «الهرم المقلوب المتدرج» بنسبة ١٥,٣٪، حيث أن هذا القالب يرتبط في الغالب بالتصريحات والبلاغات والخطب والبيانات، أو بمعنى آخر، كل ما يتعلق بفعل الكلام، وهذا القالب مزيج بين القالبين (الهرم المعتدل والهرم المقلوب)، حيث يأخذ التسلسل الزمني من الهرم المعتدل وأهمية الحدث من الهرم المقلوب، وفي المركز الثالث تأتي فئة «إنفوجرافيك» بنسبة ١٢,٥٪، ثم فئة (قالب الماسة) بنسبة ٩,٤٪، وينبني هذا القالب على أساس تضمين المقال الخبري مقدمة سردية، غالبًا ما تكون نادرة، تؤدي إلى فقرة جوهرية، وهي الفقرة التي تبرز عندها الأساسية

في الموضوع، يليها الفقرة المهمة التي تضع النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام، والفقرتان الجوهرية والمهمة تؤديان إلى شكل هرم مقلوب يناقش القضايا ذات الصلة وخلفية الموضوع بتسلسل وفقاً لعنصر الأهمية، وينتشر استخدام هذا القالب بين الكتاب والإعلاميين المعروفين بأساليبهم المشوقة في العرض، وسعة اطلاعهم وقدرتهم على استخدام النواذر في نسج الأخبار، ويليها فئة «القوائم» بنسبة ١, ٧٪، ويكون هذا القالب مفيداً في الأخبار عندما يكون لدى الصحفي عدة نقاط مهمة يجب تأكيدها، ويقوم علي وضع معلومات الخبر في شكل قوائم كعلبة معلومات داخل الخبر أو في الخاتمة، ويمكن استخدامه في الأخبار التي تتعلق بدراسات ونتائج البحوث والبرامج الحكومية والتقارير الاقتصادية، ويليها في المركز الخامس فئة «الكتل النصية بحجم الشاشة» بنسبة ٥, ٤٪، ثم فئة «الأهرام المتعاقبة» بنسبة ٩, ٣٪، يليها فئة «لوحة التصميم» بنسبة ٤, ٣٪، ويليها الهرم المعتدل بنسبة ٦, ٢٪، وهو قالب فني يعتمد على خاصية السرد حسب التسلسل الزمني لوقائع الحدث، بغض النظر عن أهميتها، وهذا القالب أقرب في عرضه إلى الأسلوب القصصي، ولذلك يصطلح عليه البعض بالقصة الإخبارية، ويستخدم هذا القالب عادة في عرض بعض الأحداث الفرعية لحدث رئيسي، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة: أميمة عمران (٢٠٠٩م) بعنوان: الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية حيث بينت نتائج هذه الدراسة تعدد وتنوع الأساليب المستحدثة التي يمارسها القائمون بالاتصال في معالجتهم الصحفية مستغلين في ذلك الإمكانيات التي توفرها شبكة الإنترنت فأصبحوا أكثر اعتماداً على الأسلوب اللاخطي في الكتابة للصحافة وأكثر استخداماً لقالب الهرم المقلوب إلى جانب استخدام وصلات الروابط المتعددة التي تسمح بالشرح والتفسير وتقديم معالجة صحفية أكثر عمقاً.

٩. الوسائط الفائقة المستخدمة في المادة الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

الوسائط الفائقة	ك	%	
روابط وإحالات	٢٠٥٢	١٠٠,٠	
نصوص فائقة	١٤٧١	٧١,٧	
خرائط الجغرافية	٢٥٤	١٢,٤	
جداول بيانات	٢٣١	١١,٣	
الألوان الجذابة	٢٠٥٢	١٠٠,٠	
توافر البياض بين السطور بدرجة مريحة بصريًا	٢٠٥٢	١٠٠,٠	
ملفات الصوت	١١٧	٥,٧	
ملفات الفيديو	٣١٤	١٥,٣	
رسوم ثابتة	١٢٩	٦,٣	الرسوم
رسوم متحركة	١٠٧	٥,٢	
صور شخصية	٦٢٢	٣٠,٣	الصور
صور موضوعية	٩١٦	٤٤,٦	
الاثنين معًا	٣٧٨	١٨,٤	

تشير بيانات الجدول إلى الوسائط المتعددة المستخدمة في عرض المادة الإخبارية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات، حيث أسفرت النتائج عن استخدام الروابط والإحالات، والألوان الجذابة، وتوافر البياض بين السطور بدرجة مريحة بصريًا في كافة المواد الإخبارية المتاحة على الموقع، كما يوفر الموقع استخدام الصور، حيث تم استخدام الصور الموضوعية بنسبة ٤٤,٦٪، وهي الصور التي تجسد موضوعًا ويعبر عنه في وقت حدوثه أو بعده توقف القارئ أو تعلمه بوقوع الحدث أو الموضوع، وتتنافس الموضوعات التي تعبر عنها الصور من حيث تشمل موضوعات الصور الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتبرز أهمية الصور الموضوعية في الأزمات مثل حدوث الكوارث الطبيعية إذ ينشد القارئ أن يخبره الموقع الإلكتروني بآثار ما خلفته هذه الكوارث، ومن هنا فإن الصورة الموضوعية تعد أكثر الصور أهمية في الصحيفة

لما تبرزه من تفاصيل عديدة حول الموضوعات التي تصاحبها وأحياناً ما تمثل الصورة وكلامها موضوعاً مستقلاً عنها، يرصدان بتفصيلاتهما حدثاً مهماً، وفي هذه الحالة غالباً ما تشمل الصورة والسطور القليلة المصاحبة لها قصة خبرية متكاملة الجوانب لما قد تكون الصور الموضوعية المصاحبة لموضوع ما توضح زاوية مهمة أو تؤكد على حدث معين فإنها قد تكون جمالية أو تعبيرية تركز على التكوينات الجمالية والإبداعات الفنية للمصورين.

يليهما الصور الشخصية بنسبة ٣٠،٣٪، وهي التي تستخدم الأخبار التي تستهدف تصريحاً لأحد المسؤولين أو الخبراء، وينبغي أن تتمتع الصورة الشخصية بالحيوية والحركة فإن تصوير شخصية ما يتطلب أن تسعى إلى التقاط هذه الصورة أثناء قيام هذه الشخصية بحركة أو انفعال.

واستخدام الصور الشخصية والموضوعية معاً بنسبة ١٨،٤٪ وذلك خلال تحليل مضمون الموقع في الفترة الزمنية عينة الدراسة، فالنص الخبري أصبح من الضروري مصاحبه بصور صحفية تعبر عنه وتقل تفاصيل الحدث للقارئ وتجعله يشعر كأنه يعيش في الحدث، وأصبحت الصورة سيدة العصر بلا منازع والجميع يلهث ورائها، بحيث وصلت إلى درجة أن أطلق المتخصصون اسم عصر الصورة على الوقت الحاضر لانتشارها الكثيف في حياتنا اليومية، ولكون الصورة أثبتت مصداقيتها في نقل الحقيقة من موقع الحدث وميل القارئ والمشاهد إلى اختصار الخبر ومعرفة تفاصيله بنظرة واحدة للصورة المرافقة للخبر، دون قراءة الأسطر المكتوبة واختصاراً للوقت، كما تم استخدام النصوص الفائقة بنسبة ٧١،٧٪، حيث يتم الاستفادة من ربط المعلومات التي تقدم للقارئ بالمعلومات الأخرى سواء أكان داخل الموقع أم على الشبكة كلها، ومن أهم وأبرز خصائص الشبكة ما يعرف باسم «النص الفائق» الذي يصف النص الذي يحتوي على روابط أخرى، إذ تولد عن هذه الخاصية ما يعرف باسم الوسائل الفائقة، في إشارة إلى جمع أكثر من وسيلة في الموقع الإلكتروني مثل: (النصوص، والفيديو، والصوت، والرسوم)، وحصلت الخرائط الجغرافية على بنسبة ١٢،٤٪، وجداول البيانات بنسبة ١١،٣٪، كما تم استخدام ملفات الفيديو بنسبة ١٥،٣٪، حيث لاشك في أن لقطات الفيديو الحية المصحوبة بالصوت هي أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية، إذ تحتوي على كل العناصر من النص والصورة والصوت فضلاً عن الحركة، ونستطيع دمج لقطات الفيديو سواء كانت فيديو مباشر أو فيديو رقمي لعرض مهام عمل ما وجعله أكثر جاذبية، وللفيديو الرقمي مزايا، منها

أنه يمكن نسخه دون أن تفقد النسخة الأصلية أو المنقولة جودتها واستخدامه لفترة طويلة لا يقلل من جودة النسخة، ثم تأتي الرسوم الثابتة بنسبة ٢, ٦٪، والرسوم المتحركة بنسبة ٢, ٥٪. فالرسوم المتحركة هي سلسلة صور ثابتة يتم عرضها في تعاقب زمني يؤدي إلى وهم الحركة، ويتم إنتاج صور متحركة باستخدام سلسلة إطارات مرسومة يمثل كل إطار منها لقطة، أما ملفات الصوت فحصلت على نسبة ٧, ٥٪ فالصوت من عناصر الوسائط المتعددة المهمة، فالصوت يؤثر بشدة في العملية التفاعلية، والصوت يشد الانتباه ويسهل الحفظ ويعزز الصورة، والصوت يمكن أن يكون تماثليًا مثل الذي نسمعه من الراديو أو من شريط الكاسيت وهو ناتج عن موجات متصلة، أو أن يكون صوتًا رقميًا Digital وهو الذي يستخدم في الوسائط المتعددة، واتفقت هذه النتيجة جزئيًا مع دراسة: (Konstantinos V Saltzis ٢٠١٦) «تأثير استخدام التكنولوجيا الحديثة في المنظمات الإخبارية»، حيث توصلت هذه الدراسة إلا أنه أصبح لدى المؤسسات الإعلامية من الإمكانيات ما يؤهلها للتعامل مع أي حدث بآنية وبسرعة لم تكن موجودة من قبل كما هو الحال في مؤسستي BBC, SKY، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود استخدام أكبر للوسائط المتعددة في المؤسسات والصحف الإعلامية الإلكترونية والذي تحقق نتيجة إتباع استراتيجية تكامل غرف وصلات الأخبار، وأيضًا التوسع وانتشار الاستخدام والوصول لعدد ضخم من الجماهير بالإضافة إلى التكامل مع غرفة الأخبار وإنتاج الوسائط المتعددة يعني تعدد أكثر للمهام الصحفية ونتيجة لاستخدام الصوت والصورة الذي قد يصاحبه العوائق اللوجستية ولكن استخدام التكنولوجيا الرقمية ساهم في إزالة تلك العوائق.

١٠. القيم الخبرية المتضمنة في المادة الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

القيم الإخبارية	ك	٪
الجدة	٤٨٤	٢٣,٦
الحدثة	٤٨٤	٢٣,٦
الأهمية	٣٦٦	١٧,٨
القرب المكاني	٢٥٩	١٢,٦
الاهتمامات الإنسانية	٢٥٥	١٢,٤
الشهرة	١١٣	٥,٥
الصراع	٩١	٤,٤
المجموع	٢٠٥٢	١٠٠٪

تشير بيانات الجدول إلى القيم الخبرية المتضمنة في المادة الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات، وأسفرت النتائج عن أن فئتي «الجدة» و«الحداثة» احتلتا المركز الأول على حد سواء بنسبة ٦, ٢٣٪، وهذا يوضح مدى اهتمام موقع الهيئة العامة للاستعلامات بهذه القيمة الخبرية حيث أن عنصر الجدة أساسي للغاية في الأخبار، فالأخبار تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة، وتمثل الجدة في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقي، ويتعلق عنصر الجدة وحداثة الأخبار أيضاً ويتأثر بتطور أدوات الإنتاج والتوزيع التي شهد تنظيراً كبيراً حيث ظهرت تقنيات جديدة في مجالات الجمع الإلكتروني والطباعة والتصوير والإنتاج التلفزيوني أدت إلى اختصار الوقت وزيادة الجاذبية والإبهار، يليها في المركز الثاني فئة «الأهمية» بنسبة ٨, ١٧٪، والمقصود بالأهمية أن يحتوي الخبر على ما يمثل أهمية بالنسبة للمتلقي، وهذه الأهمية لا تقتصر على الفائدة الذاتية أو المصلحة العامة فقط، وإنما تشمل الجوانب السلبية أيضاً، ثم في المركز الثالث تأتي فئة «القرب المكاني» بنسبة ٦, ١٢٪، ويرتبط هذا العنصر ارتباطاً كبيراً بعنصر الأهمية بمعنى أن مكان وقوع الحدث قد يضاعف من أهميته بالنسبة للمتلقي في بعض الحالات، وليس معنى ذلك أن الأخبار الهامة هي الأخبار المحلية أو الداخلية فقط، وإنما المقصود أنه إذا تساوت قيمة الأخبار وحجمها ومضمونها فإن عنصر المحلية أو المكان هو الذي يحدد أهمية الخبر ويفرضها، وهذا يشير إلى اهتمام موقع الهيئة العامة للاستعلامات بنشر الأخبار المحلية والتي تهتم أكبر عدد من الأفراد، ثم فئة «الاهتمامات الإنسانية» في المركز الرابع بنسبة ٤, ١٢٪، ومن بينها الأخبار الاقتصادية التي تتعلق بمستوى معيشة الفرد ومستوى دخله، والأخبار السياسية والأمنية، وفي المركز الخامس تأتي فئة «الشهرة» بنسبة ٥, ٥٪، وقد كانت أهم الشخصيات محور الأخبار على الموقع الشخصية محور الخبر والتي تتعلق برئيس الجمهورية أو أحد الوزراء، أو أحد أبطال الرياضة (مثل: محمد صلاح)، أو بعض الفنانين، وفي المركز السادس تأتي فئة «الصراع» بنسبة ٤, ٤٪، حيث تتميز الأخبار التي تتضمن قيمة الصراع بجذب انتباه المحرر والقارئ معاً ومثال ذلك: الأخبار المنشورة على موقع الهيئة العامة للاستعلامات المتعلقة بالعملية الشاملة سيناء لتطهير سيناء من الجماعات والتنظيمات الإرهابية.

## ١١ . مستوى تغطية الأخبار في موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

مستوى التغطية	ك	%
مفسرة	١٣٢٦	٦٤,٦
مجردة	٧٢٦	٣٥,٤
المجموع	٢٠٥٢	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى مستوى تغطية الأخبار في موقع الهيئة العامة للاستعلامات، حيث أسفرت النتائج عن حصول فئة «التغطية المفسرة» على المركز الأول بنسبة ٦٤,٦٪، وفي هذه التغطية يقوم المحرر بجمع الحقائق الأساسية للقصة الخبرية بهدف تفسير الخبر وشرحه، وتقدم هذه التغطية كافة التفاصيل و الجو المحيط بالحدث ووصف المكان أو الأشخاص وذكر بعض المعلومات الجغرافية أو التاريخية أو الاقتصادية أو السياسية عن البلد التي وقع فيها الحد، وهذا يتناسب مع الأخبار على المواقع الإلكترونية التي تتحرر من قيود المساحة وتطلب تقديم تفاصيل أكثر عن الأحداث المنشورة عليها، يليها في المركز الثاني فئة «التغطية المجردة» بنسبة ٣٥,٤٪.

## ١٢ . مدى إتاحة فرص التفاعلية على الموقع.

من خلال تحليل مدى إتاحة فرص التفاعلية على الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات، تبين إتاحة الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات لأيقونات وروابط مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها على الموقع الإلكتروني وهي فيس بوك، تويتر، البريد الإلكتروني، إنستجرام، +Google، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي هي وسيلة التواصل الأولى للمواطنين وأصبح كل منهم لديه حساباته الخاصة عليها، كما يمكنه الوصول إليها بسهولة ويسر من خلال الهاتف المحمول، أو التابلت، أو الحاسوب، ومن هنا تظهر أهمية أن يكون للهيئة العامة للاستعلامات حساباتها الخاصة على تلك المواقع لتصل بأخبارها أولاً بأول إلى الجمهور، ولتمكنها من إيقاف أي إشاعة يمكنها أن تؤثر على صورة مصر.

كما تتيح أيضًا أرقام الهواتف، وذلك من خلال الأيقونة الرئيسية (للاتصال بنا)، كما يوفر الموقع استطلاعات الرأي، ولكنها لا تتيح إمكانية التعليق على الموقع.

## ١٣ . مؤشر سهولة استخدام موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

من خلال تحليل الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات، تبين إتاحة الموقع عدد من المزايا توفر سهولة استخدام موقع الهيئة العامة للاستعلامات، مثل القائمة الرئيسية، وفئة الأكثر مشاهدة على الموقع، وخانة البحث بالموقع حيث يمكن البحث بالكلمات، ومن خلالها يتم الانتقال إلى بحث أكثر تقدمًا يتيح الاختيار من بين (عنوان الخبر)، (العنوان والاختصار)، أو (العنوان والاختصار والخبر)، كما يوفر إمكانية تحديد تاريخ البحث باليوم والشهر والسنة، حيث تضمن سهولة استخدام الموقع جذب أكثر عدد ممكن من الزوار لتصفح الموقع وقراءة ما يحتويه من أخبار والتعرف على ما توفره المكتبة من خدمات، كما يساعد قصر زمن تحميل الصفحة الرئيسية على تكرار التصفح لأكثر من مرة من قبل الزوار.

كما يوفر الموقع فئة «خريطة محتوى الموقع»، والأرشيف الإلكتروني، ويوفر عدد من الخدمات للمواطنين مثل: حالة الطقس، وأسعار العملات ومواقيت الصلاة، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة: محمد البخيت (٢٠١٦م) بعنوان: فاعلية المواقع الإلكترونية في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على موقع التأمين الصحي ولاية الخرطوم ٢٠١٣-٢٠١٥م، ومن أهم نتائجها، إن المواقع الإلكترونية تمتاز بسهولة الاستخدام والتعامل معها، إن التصميم الجيد لهذه المواقع الإلكترونية عززت من الصورة الذهنية الإيجابية لهذه المؤسسات.

#### ١٤. فئات التحكم في موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

من خلال تحليل الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات تبين وجود عدد من الفئات التي تتيح التحكم في الموقع مثل: فئة «التحكم في الخط وحجم الصفحة»، وفئة «التحكم في عدد ونوع الأخبار بالصفحة»، وفئة «النشرات البريدية»، وفئة «خدمة إرسال الأخبار في رسائل نصية على الهاتف»، وفئة «عدد الزوار»، مما يتيح للموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات تقديم الأخبار والتقارير بشكل يتسم بالمرونة وطبيعة الموقع والحدث وأيضا القارئ، مما يساعد على نشر عدد كبير من الأخبار وانتشاره بين القراء وارتفاع معدل قراءته، لزيادة ضمان وصول الأخبار لأكبر عدد ممكن من القراء والمتابعين سواء من داخل مصر أو خارجها؛ حيث أن الهيئة العامة للاستعلامات تهدف إلى إحداث التثقيف السياسي والتوعية الاجتماعية للمواطنين وشرح السياسات الوطنية لهم والمساهمة في التوعية بالقضايا والمشكلات الوطنية (مثل قضية زيادة السكان وقضايا البيئة) وكذلك بالقضايا المحلية والبيئية في المناطق الريفية والنائية في أنحاء مصر من خلال مراكز النيل للإعلام ومراكز الإعلام الداخلي.

## نتائج الدراسة الميدانية:

١. معدل تعرض الباحثين عينة الدراسة لموقع الهيئة العامة للاستعلامات:

مستوي الدلالة	مستوي المعنوية	درجة الحرية	قيمة كا <sup>٢</sup>	%	ك	التوزيع
دالة	٠,٠٠١	٢	٦٠,٣٦	٢٢,٢٥	٨٩	معدل التعرض دائماً
				٥١,٥	٢٠٦	أحياناً
				٢٦,٢٥	١٠٥	نادراً
				٤٠٠		المجموع

تشير بيانات الجدول إلى أن معظم الباحثين عينة الدراسة يتعرضون لموقع الهيئة العامة للاستعلامات بنسبة بلغت ٧٣,٧٥%. توزعت هذه النسبة بين من يتعرضون للمواقع أحياناً بنسبة بلغت ٥١,٥%، ومن يتعرضون للمواقع دائماً بنسبة ٢٢,٢٥%. بينما جاء من يتعرضون نادراً لموقع الهيئة العامة للاستعلامات في المرتبة الأخيرة دائماً بنسبة ٢٦,٢٥%.

٢. الأسباب التي تدفع الباحثين لمتابعة الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات؟

الدلالة	الانحراف المعياري	%	ك	التوزيع	الأسباب
دالة	٠,٤٩٦	١٨,٨	١٧٣	لانفرادها ببعض الأخبار	
دالة	٠,٤٨٦	١٦,٥	١٥٢	مواكبتها للأحداث الجارية	
دالة	٠,٤٨١	١٥,٦	١٤٤	لأنها الناطق الرسمي باسم الدولة	
دالة	٠,٤٥٧	١٢,٨	١١٨	تمثل مصدراً موثوقاً للمعلومات	
دالة	٠,٤٤٢	١١,٥	١٠٦	لأنها بديلاً عن الصحف الإلكترونية	
دالة	٠,٣٩٧	٨,٤	٧٨	تتيح لي المشاركة وابداء الرأي	
دالة	٠,٣٢٥	٥,٢	٤٨	لارتفاع كفاءة العاملين بها	
دالة	٠,٢٩٧	٤,٢	٣٩	أخبارها واضحة وبسيطة ومختصرة	
دالة	٠,٢٩٤	٤,١	٣٨	للتسلية فقط	
دالة	٠,٢٠٢	١,٨	١٧	مجال عملي قريب الشأن بنشاط وعمل هذا الموقع	
دالة	٠,١٠٠	٠,٤٣	٤	أخرى	
دالة	٠,٠٨٦	٠,٣	٣	التطرق إلى موضوعات لا تستطيع وسائل الإعلام الأخرى التطرق إليها	
ن=٤٠٠					

تشير بيانات الجدول إلى عدة نتائج من أهمها:-

تعدد الأسباب التي تدفع الباحثين عينة الدراسة لمتابعة موقع الهيئة العامة للاستعلامات، حيث كان السبب الأول لمتابعة الموقع هو لانفراده ببعض الأخبار بنسبة ١٨,٨٪، وفي المرتبة الثانية مواكبته للأحداث الجارية بنسبة ١٦,٥٪، وفي المرتبة الثالثة لأنه الناطق الرسمي باسم الدولة بنسبة ١٥,٦٪، وفي المرتبة الرابعة يمثل مصدرًا موثوقًا للمعلومات بنسبة ١٢,٨٪، وفي المرتبة الخامسة لأنه بديلًا عن الصحف الالكترونية بنسبة ١١,٥٪، وفي المرتبة السادسة يتيح للقارئ المشاركة وإبداء الرأي بنسبة ٨,٤٪، وفي المرتبة السابعة لارتفاع كفاءة العاملين به بنسبة ٥,٢٪، وفي المرتبة الثامنة أخباره واضحة وبسيطة ومختصرة بنسبة ٤,٢٪، وفي المرتبة التاسعة للتسلية فقط بنسبة ٤,١٪، وفي المرتبة العاشرة مجال عملي قريب الشأن بنشاط وعمل هذا الموقع بنسبة ١,٨٪، وفي المرتبة الحادية عشر أسباب آخر بنسبة ٠,٤٣٪، وفي المرتبة الثانية عشر التطرق إلى موضوعات لا تستطيع وسائل الإعلام الأخرى التطرق إليها بنسبة ٠,٣٪، وبحساب قيمة الانحراف المعياري لجميع البدائل بالنسبة لأسباب متابعة الباحثين لموقع الهيئة العامة للاستعلامات وتبين أنها دالة وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

٣. عدد مرات تعرض الباحثين لموقع الهيئة العامة للاستعلامات.

مستوي الدلالة	مستوي المعنوية	درجة الحرية	قيمة كا <sup>٢</sup>	%	ك	التوزيع تكرار التعرض
دالة	٠,٠٠١	٥	١٤١,٠٥	٣٤,٠	١٣٦	بشكل يومي
				٢٤,٠	٩٦	مرة أسبوعيا
				١٨,٠	٧٣	أكثر من مرة في الأسبوع
				٧,٠	٢٨	مرة في الشهر
				٨,٥	٣٤	في حالة وجود أحداث مهمة
				٨,٣	٣٣	غير منتظم
				٤٠٠		المجموع

يشير الجدول عدد مرات تعرض الباحثين عينة الدراسة لموقع الهيئة العامة للاستعلامات جاء في المقدمة بشكل يومي بعدد تكرارات ١٣٦ بنسبة ٣٤٪ فيما جاء مرة أسبوعيا بعدد ٩٦ تكرار بنسبة ٢٤٪، فيما جاء في المرتبة الثالثة أكثر من مرة في

الأسبوع بعد ٧٣ تكرار بنسبة ١٨,٣٪، وفي المرتبة الرابعة في حالة وجود إحداث مهمة بعدد تكرارات ٣٤ ثم غير منتظم بعدد تكرارات ٣٣ وأخيراً مرة في الشهر بعدد ٢٨ تكرار.

٤. عدد ساعات تعرض الباحثين عينة الدراسة للإخبار في موقع الهيئة العامة للاستعلامات:

العدد	التوزيع	ك	%	قيمة كا <sup>٢</sup>	درجة الحرية	مستوي المعنوية	مستوي الدلالة
أقل من ساعة	١٨٤	٤٦,٠		١٧٠,١	٣	٠,٠٠١	دالة
من ساعة إلى أقل من ساعتين	١٣٦	٣٤,٠					
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٦٧	١٦,٨					
ثلاث ساعات فأكثر	-	-					
يوميًا	١٣	٣,٣					
المجموع	٤٠٠						

يوضح الجدول عدد ساعات تعرض الباحثين عينة الدراسة لموقع الهيئة العامة للاستعلامات جاء في المقدمة أقل من ساعة بنسبة ٤٦,٠٪ فيما جاء من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة ٣٤,٠٪، فيما جاء في المرتبة الثالثة من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة ١٦,٨٪، وفي المرتبة الأخيرة يوميًا بنسبة ٣,٣٪.

٥. الوسيلة التي يقرأ من خلالها الباحثين عينة الدراسة أخبار موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

الوسيلة	التوزيع	ك	%	الانحراف المعياري	الدلالة
عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك- تويتر- إنستجرام)	٢٠٠	٣١,٢	٠,٥٠١	دالة	
عن طريق تطبيقات الهاتف الذكي (التابلت- الأيباد)	١٥٨	٢٤,٦	٠,٤٨٩	دالة	
عن طريق الدخول إلى موقعها الإلكتروني مباشرة من خلال الكمبيوتر أو الهاتف المحمول	٢٨٣	٤٤,١	٠,٤٥٥	دالة	
ن	٤٠٠				

يوضح الجدول الوسيلة التي تقرأ عينة الدراسة من خلالها أخبار موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء في المرتبة الأولى «عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك- تويتر- انستجرام)» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٥٠١، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثانية «عن طريق تطبيقات الهاتف الذكي (التابلت- الايباد)» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٨٩، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثالثة «عن طريق الدخول إلى موقعها الإلكتروني مباشرة من خلال الكمبيوتر أو الهاتف المحمول» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٥٥، وهى دالة إحصائيًا.

٦. ترتيب فنون التحرير الصحفي من وجهة نظر المبحوثين حسب أهميتها على موقع الهيئة:

الترتيب	%	ك	التوزيع الوسيلة
١	١٩	٣٨٤	الأخبار
٢	١٨,٥	٣٧٤	التقارير
٣	١٦,٣٣	٣٣٠	الحوارات
٤	١٦,١٨	٣٢٧	التحقيقات
٥	١٦,١٨	٣٢٧	المقالات
٦	١٣,٨٠	٢٧٩	الكاريكاتير
٤٠٠			ن

تشير نتائج الجدول إلى ترتيب فنون الصحفية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات بالنسبة للمبحوثين عينة الدراسة حيث جاء الترتيب كالتالي: أولاً: الأخبار بنسبة ١٩٪، وفى المرتبة الثانية التقارير بنسبة ١٨,٥٪، وثالثاً: الحوارات بنسبة ١٦,٣٣٪، رابعاً: التحقيقات بنسبة ١٦,١٨٪، خامساً: المقالات بنسبة ١٦,١٨٪، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة ١٣,٨٠٪.

٧. التقنيات الحديثة المستخدمة في فنون التحرير الصحفي بموقع الهيئة العامة للاستعلامات:

الدالة	الانحراف المعياري	%	ك	التوزيع الأسباب
دالة	٠,٥٠١	٢٥,٥	١٩٧	الكتابة بأسلوب سهل وبسيط
دالة	٠,٤٧٥	١٧,٧	١٣٧	تقديم صور وفيديو للحدث وتطورات
دالة	٠,٤٣١	١٢,٦	٩٨	استخدام المقدمات القصيرة بشكل جيد
دالة	٠,٤٢٩	١٢,٥	٩٧	استخدام الفقرات القصيرة وقوائم التوجيه بدلاً من وحدات النص الطويلة
دالة	٠,٣٨	٩	٧٠	تقسيم المعلومات إلى مقاطع مستقلة
دالة	٠,٣٨	٩	٧٠	الكتابة باختصار ووضوح
دالة	٠,٣٦٩	٨,٣٩	٦٥	تزويد المتلقي بمعلومات إضافية
دالة	٠,٢٧٥	٤,٣	٣٣	المتابعة القائمة على التحديث الفوري للأخبار
دالة	٠,١	٠,٥	٤	أخرى
دالة	٠,٠٨٦	٠,٤	٣	توظيف الوصلات بين أجزاء الموضوع وربطها بمواقع أخرى
غير دالة	٠,٠٠٠	٠	٠	استخدام العناوين الفرعية
غير دالة	٠,٠٠٠	٠	٠	الاعتماد على الأرشفة الإلكترونية
٤٠٠				ن

يوضح الجدول التقنيات الحديثة المستخدمة في تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء في المرتبة الأولى « الكتابة بأسلوب سهل وبسيط و كانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٥٠١ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثانية « تقديم صور وفيديو للحدث وتطورات» و كانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٧٥ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثالثة «استخدام المقدمات القصيرة بشكل جيد» و كانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٣١ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الرابعة « استخدام الفقرات القصيرة وقوائم التوجيه بدلاً من وحدات النص الطويلة» و كانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٢٩ وهى دالة بوجود دالة إحصائياً، وفى المرتبة الخامسة « تقسيم المعلومات إلى مقاطع مستقلة» و كانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٨ وهى دالة إحصائياً، وفى

المرتبة السادسة « الكتابة باختصار ووضوح » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٨، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة السابعة « تزويد المتلقي بمعلومات إضافية » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٦٩، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثامنة المتابعة القائمة على التحديث الفوري للإخبار « وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٢٧٥، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة التاسعة « أخرى » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة العاشرة « توظيف الوصلات بين أجزاء الموضوع وربطها بمواقع أخرى » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٠٨٦، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الحادية عشر « استخدام العناوين الفرعية » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٠٠٠، وهى غير دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثانية عشر « الاعتماد على الأرشيف الإلكتروني » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٠٠٠، وهى غير دالة إحصائيًا.

٨. المشكلات التي تواجه الباحثين عينة الدراسة أثناء الاطلاع على موقع الهيئة:

التوزيع التعرض	ك	%	قيمة كا <sup>٢</sup>	درجة الحرية	مستوي المعنوية	مستوي الدلالة
نعم	٢٢٠	٥٥	٤,٠٠	١	٠,٠٤٦	دالة
لا	١٨٠	٤٥				
المجموع	٤٠٠					

يوضح الجدول مدى وجود مشكلات تواجه الباحثين عينة الدراسة أثناء اطلاعهم على موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء في المقدمة نعم بنسبة ٥٥% فيما جاء لا بنسبة ٤٥%.

٩. أهم المشكلات التي تواجه الباحثين عينة الدراسة أثناء اطلاعهم على موقع الهيئة: (ن=٢٢٠)

الدالة	الانحراف المعياري	%	ك	التوزيع الأسباب
دالة	٠,٣٩٩	٢٤	٧٩	نقص الأخبار الأنوية
دالة	٠,٣٨	٢١,٣	٧٠	قلة استخدام الصور الحية الخاصة بالأحداث الإخبارية
دالة	٠,٣٦٧	١٩,٤٥	٦٤	عدم توظيف الإمكانيات التكنولوجية بشكل أمثل
دالة	٠,٣٣٤	١٥,٥	٥١	استخدام الموقع لكلمات صعبة وغير مألوفة
دالة	٠,٣١٩	١٣,٩	٤٦	عدم وضوح الخطوط المستخدمة
دالة	٠,١٦٤	٣,٣	١١	كثرة الأخطاء اللغوية والإملائية
دالة	٠,١٤	٢,٤	٨	صغر حجم الخطوط المستخدمة
			٣٢٩	مجموع الاستجابات *

\* سؤال متعدد وليس على مجموع عينة الدراسة

يوضح الجدول السابق وجود مشكلات تواجه الباحثين عينة الدراسة أثناء قراءة الأخبار على موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء في المرتبة الأولى « نقص الأخبار الأنوية » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٩٩ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثانية « قلة استخدام الصور الحية الخاصة بالأحداث الإخبارية » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٨ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثالثة « عدم توظيف الإمكانيات التكنولوجية بشكل أمثل » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٦٧ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الرابعة « استخدام الموقع لكلمات صعبة وغير مألوفة » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٣٤ وهى دالة بوجود دالة إحصائياً، وفى المرتبة الخامسة « عدم وضوح الخطوط المستخدمة » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣١٩ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة السادسة « كثرة الأخطاء اللغوية والإملائية » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١٦٤ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة السابعة « صغر حجم الخطوط المستخدمة » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١٤ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثامنة « أخرى » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٠٠٠ وهى غير دالة إحصائياً.

١٠. عوامل سهولة قراءة الأخبار المنشورة في موقع الهيئة من وجهة نظر عينة الدراسة:

التوزيع	ك	%	الأسباب
اسلوب الكتابة واضح وسهل	١١٥	٢٨,٧	
مراعاة الطول المناسب للخبر	٩١	٢٢,٨	
تناسق طول العنوان مع المقدمة والمتن	٥٤	١٣,٥	
نوع الخط وحجمه مناسب	٤٦	١١,٥	
تعدد اللغات المستخدمة	٣٧	٩,٣	
استخدام الوسائط المتعددة	٣٦	٩,٠	
تتيح لك المشاركة والتعليق	١٧	٤,٣	
أخرى	٤	١	
المجموع	٤٠٠		

\* سؤال متعدد وليس على مجموع عينة الدراسة

تشير نتائج الجدول إلى عوامل سهولة قراءة الأخبار المنشورة في موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء ترتيب العوامل كالآتي: أولاً اسلوب الكتابة واضح وسهل بعدد ١١٥ وبنسبة ٢٨,٧٪، وفى المرتبة الثانية مراعاة الطول المناسب للخبر بعدد تكرار ٩١ وبنسبة ٢٢,٨٪، وثالثاً تناسق طول العنوان مع المقدمة والمتن بعدد ٥٤ بنسبة ١٣,٥٪، رابعاً نوع الخط وحجمه مناسب بعدد ٤٦ تكرار وبنسبة ١١,٥٪، خامساً تعدد اللغات المستخدمة بعدد ٣٧ تكرار بنسبة ٩,٣٪، سادساً استخدام الوسائط المتعددة بعدد ٣٦ تكرار بنسبة ٩,٠٪، سابعاً تتيح لك المشاركة والتعليق بعدد ١٧ تكرار بنسبة ٤,٣٪، وأخيراً أخرى بعدد ٤ تكرار وبنسبة ١٪.

١١. مدى تفضيل الباحثين عينة الدراسة قراءة الأخبار على موقع الهيئة العامة للاستعلامات:

التعرض	ك	%	قيمة كا <sup>٢</sup>	درجة الحرية	مستوي المعنوية	مستوي الدلالة	التوزيع
دائماً	٢٢٨	٥٧	١٠٥,١٥	٢	٠,٠٠١	دالة	
أحياناً	١٠٣	٢٥,٧٥					
نادراً	٦٩	١٧,٢٥					
المجموع	٤٠٠						

يتضح من الجدول أن الغالبية العظمى من الباحثين يفضلون قراءة الأخبار على الموقع الإلكتروني للهيئة بنسبة ٨٢,٧٥% منهم ٥٧% يفضلون قراءة الأخبار على الموقع بشكل دائم، فيما جاء أحياناً بنسبة ٢٥,٧٥%، وذلك في المقابل ١٧,٢٥% نادرًا من الباحثين ما يفضلون قراءة الأخبار على موقع الهيئة.

١٢. أسباب تفضيل الباحثين عينة الدراسة قراءة الأخبار على موقع الهيئة: (ن=٤٠٠)

التوزيع	ك	%	الانحراف المعياري	الدلالة
التحديث المستمر	١٧٠	١٧,٦	٠,٤٩٥	دالة
التنوع في المحتوى	١٥٤	١٥,٩	٠,٤٨٧	دالة
يعتمد على الوسائط المتعددة بشكل كبير	١٢٣	١٢,٧	٠,٤٦٢	دالة
الألوان المستخدمة مريحة	١١٠	١١,٤	٠,٤٤٧	دالة
سرعة تحميل صفحة الموقع	١٠٣	١٠,٦	٠,٤٣٨	دالة
سهولة تصفح الموقع الإلكتروني	٩٤	٩,٧	٠,٤٢٥	دالة
طريقة عرض الأخبار بها	٧٤	٧,٦	٠,٣٨٩	دالة
تميز أخباره بالسبق الصحفي	٥١	٥,٣	٠,٣٣٤	دالة
الوضوح والبساطة في لغة الأخبار	٤٧	٤,٨	٠,٣٢٢	دالة
وجود روابط تنقلك إلى مصادر أخرى	٣٠	٣,١	٠,٢٦٤	دالة
أخرى	١٢	١,٢	٠,١٧١	دالة
ن	٤٠٠			

يوضح الجدول أسباب تفضيل الباحثين عينة الدراسة قراءة الأخبار على موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء في المرتبة الأولى السبب هو «التحديث المستمر» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٩٥، وهي دالة إحصائياً، وفي المرتبة الثانية «التنوع في المحتوى» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٨٧، وهي دالة إحصائياً، وفي المرتبة الثالثة «التنوع في المحتوى» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٦٢، وهي دالة إحصائياً، وفي المرتبة الرابعة «يعتمد على الوسائط المتعددة بشكل كبير» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٤٧، وهي دالة بوجود دالة إحصائياً، وفي المرتبة الخامسة «سرعة تحميل صفحة الموقع» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٣٨، وهي دالة إحصائياً، وفي المرتبة

السادسة « سهولة تصفح الموقع الإلكتروني » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٢٥، وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة السابعة « طريقة عرض الأخبار بها » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٨٩، وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثامنة « تتميز أخباره بالسبق الصحفي » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٣٤، وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة التاسعة « الوضوح والبساطة في لغة الأخبار » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٢٢، وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة العاشرة « وجود روابط تنقلك إلى مصادر أخرى » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٢٦٤، وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الحادية عشر « أخرى » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١٧١، وهى دالة إحصائياً.

١٣. أهم أشكال المواد الإخبارية التي تفضل قراءتها في موقع الهيئة العامة للاستعلامات :

التوزيع	ك	%
الخبر القصير	٢٤١	٦٠,٢
القصة الخبرية	١٠٧	٢٦,٨
التقرير	٥٢	١٣
المجموع		٤٠٠

تشير نتائج الجدول إلى أهم الأشكال الإخبارية التي تفضل عينة الدراسة قراءتها في موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء ترتيب أهم الأشكال كالاتي: أولاً الخبر القصير بعدد ٢٤١ تكرار وبنسبة ٦٠,٢٪، وفى المرتبة الثانية القصة الخبرية بعدد تكرار ١٠٧ وبنسبة ٢٦,٨٪، وثالثاً التقرير بعدد ٥٢ تكرار بنسبة ١٣٪. وهذا يتفق جزئياً مع الدراسة التحليلية حيث جاءت الاخبار القصيرة في مقدمة المواد الإخبارية المنشورة بموقع الهيئة تلتها التقارير ثم القصة الخبرية.

١٤ . أهم العناصر التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة التركيز عليها أثناء الاطلاع على موقع الهيئة: (ن=٤٠٠)

الدالة	الانحراف المعياري	%	ك	التوزيع الأسباب
دالة	٠,٥	٣١,٩	٢٨٨	أقرأ العناوين والمقدمة
دالة	٠,٤٨٥	٢٩,١	٢٤٩	الأخبار القصيرة
دالة	٠,٤٢١	١٠,٨	٩٢	العناوين مع مشاهدة بعض الصور
دالة	٠,٤٠٦	٩,٧	٨٣	العناوين فقط
دالة	٠,٣٧٨	٨,١	٦٩	القصة الخبرية
دالة	٠,٣٢٨	٥,٧	٤٩	مقدمة الموضوعات
دالة	٠,٣٢٥	٥,٦	٤٨	قراءة الموضوع بالكامل
دالة	٠,٣١٣	٥,١	٤٤	مشاهدة الصور
دالة	٠,٢٠٢	١,٩	١٧	مشاهدة الفيديو فقط
دالة	٠,١٩٦	١,٩	١٦	التعليقات
٤٠٠			ن	

يوضح الجدول أهم عناصر المواد الإخبارية التي يفضلها المبحوثين عينة الدراسة التركيز عليه في قراءة المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة حيث جاء في المرتبة الأولى « أقرأ العناوين والمقدمة » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٥ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة الثانية « الأخبار القصيرة » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٨٥ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة الثالثة « العناوين مع مشاهدة بعض الصور » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٢١ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة الرابعة « العناوين فقط » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٠٦ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة الخامسة « القصة الخبرية » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٧٨ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة السادسة « مقدمة الموضوعات » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٢٨ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة السابعة « قراءة الموضوع بالكامل » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٢٥ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة الثامنة « مشاهدة الصور » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣١٣ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة التاسعة « مشاهدة الفيديو فقط » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٢٠٢ وهي دالة إحصائيًا، وفي المرتبة

العاشرة « التعليقات » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١٩٦، وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الحادية عشر «أخرى» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٠٠٠ وهى غير دالة إحصائياً.

١٥. الأسباب التي تجعلك تفضل مادة خبرية على أخرى من بين أخبار موقع الهيئة:  
(ن=٤٠٠)

الدالة	الانحراف المعياري	%	ك	التوزيع	الأسباب
دالة	٠,٥	٢٠,٥	١٨٩	الإيجاز في التحرير	
دالة	٠,٤٧٤	١٤,٧	١٣٦	جودة الكتابة وحيويتها	
دالة	٠,٤٦٣	١٣,٤	١٢٤	توافق الخبر مع اهتماماتي الشخصية	
دالة	٠,٤٥١	١٢,٢	١١٣	الدقة	
دالة	٠,٤٠٢	٨,٨	٨١	تدعيم الخبر بالفيديو أو مقاطع الصوت	
دالة	٠,٤٠١	٨,٧	٨٠	الصورة والرسوم والأشكال البيانية	
دالة	٠,٣٧٦	٧,٤	٦٨	توافق الخبر مع تخصصي	
دالة	٠,٣٧٤	٧,٢٥	٦٧	العنوان المشوق	
دالة	٠,٣٦	٦,٦	٦١	سهولة المحتوى والخلفية المعرفية	
دالة	٠,١	٠,٤	٤	أخرى	
		٤٠٠		ن	

يوضح الجدول الأسباب التي تجعل عينة الدراسة تفضل مادة خبرية على أخرى من بين أخبار موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء في المرتبة الأولى « الإيجاز في التحرير » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٥ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثانية « جودة الكتابة وحيويتها » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٧٤ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثالثة « توافق الخبر مع اهتماماتي الشخصية » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٦٣ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الرابعة « الدقة » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٥١ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الخامسة « تدعيم الخبر بالفيديو أو مقاطع الصوت » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٠٢ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة السادسة « الصورة والرسوم والأشكال البيانية » وكانت قيمة

الانحراف المعياري ٠,٤٠١، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة السابعة توافق الخبر مع تخصصي“ وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٧٦، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثامنة العنوان المشوق“ وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٧٤، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة التاسعة « سهولة المحتوى والخلفية المعرفية“ وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٦، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة العاشرة «أخرى“ وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١، وهى دالة إحصائيًا.

١٦. الأسباب التي تجعل الباحثين لا تستكمل قراءة المادة الإخبارية على الموقع: (ن=٤٠٠)

الدلالة	الانحراف المعياري	%	ك	التوزيع الأسباب
دالة	٠,٥٠١	٢٢,٦	١٩٦	الخط غير مريح
دالة	٠,٥	٢٢,١	١٩٢	طول الخبر
دالة	٠,٤٦٨	١٤,٩	١٢٩	الألوان مرهقة للعين
دالة	٠,٤٠١	٩,٢	٨٠	استخدام مصطلحات غير مألوفة
دالة	٠,٣٧٨	٧,٩	٦٩	الافتقار إلى التشويق في أسلوب الكتابة
دالة	٠,٣١٦	٥,٢	٤٥	إشكاليات التحرير والصيغة
دالة	٠,٣١٣	٥,١	٤٤	مزدحم بالوسائط المتعددة
دالة	٠,٣١٣	٥,١	٤٤	عدم توظيف الإمكانيات التكنولوجية للإنترنت
دالة	٠,٢٦٨	٣,٦	٣١	يخلو من الوسائط المتعددة
دالة	٠,٢٥٥	٣,٢	٢٨	القراءة من الشاشة صعبة
دالة	٠,١٢٢	٠,٧	٦	نقص الأخبار الآنية
دالة	٠,١	٠,٥	٤	أخرى
٤٠٠				ن

يوضح الجدول الأسباب التي تجعل عينة الدراسة لا تستكمل قراءة الخبر في موقع الهيئة حيث جاء في المرتبة الأولى « الخط غير مريح » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٥٠١ وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثانية « طول الخبر » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٥ وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثالثة «الألوان مرهقة للعين» وكانت

قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٦٨، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الرابعة « استخدام مصطلحات غير مألوفة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٠١ وهى دالة بوجود دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الخامسة «الافتقار إلى التشويق في أسلوب الكتابة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٧٨ وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة السادسة « إشكاليات التحرير والصيغة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣١٦ وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة السابعة « مزدحم بالوسائط المتعددة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣١٣ وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثامنة « عدم توظيف الإمكانيات التكنولوجية للإنترنت » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣١٣ وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة التاسعة « يخلو من الوسائط المتعددة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٢٦٨ وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة العاشرة « القراءة من الشاشة صعبة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٢٥٥ وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الحادية عشر « نقص الأخبار الآنية» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١٢٢ وهى غير دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثانية عشر «أخرى» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١ وهى غير دالة إحصائيًا.

١٧. رأي الباحثين عينة الدراسة في عناوين المواد الإخبارية بموقع الهيئة:

التوزيع	ك	%
الأسباب		
مناسبة	١٨٣	٤٥,٨
متوسطة	١٧١	٤٢,٨
قصيرة	٢٣	٥,٨
طويلة	١٥	٣,٨
غير مناسبة	٤	١
أخرى تذكر	٤	١
المجموع	٤٠٠	

تشير نتائج الجدول إلى رأي الباحثين عينة الدراسة في عناوين المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء ترتيب آراء العينة كالآتي: أولاً مناسبة بنسبة ٤٥,٨%، وفى المرتبة الثانية متوسطة بنسبة ٤٢,٨%، وثالثًا قصيرة بعدد ٢٣ تكرار بنسبة ٥,٨%، رابعًا طويلة بنسبة ٣,٨%، وأخيرًا غير مناسبة وأخرى بنسبة ١%.

١٨. رأى الباحثين عينة الدراسة في مدى سهولة قراءة المواد الإخبارية بموقع الهيئة:

التوزيع	ك	%	قيمة كا <sup>٢</sup>	درجة الحرية	مستوي المعنوية	مستوي الدلالة
سهلة جدًا	١٦٨	٤٢	١٣٠,٨	٣	٠,٠٠١	دالة
سهلة	١٢٦	٣١,٥				
متوسطة	٩٤	٢٣,٥				
صعبة	١٢	٣				
صعبة جدًا	-	-				
المجموع	٤٠٠					

يوضح الجدول رأى الباحثين عينة الدراسة في طريقة صياغة المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات جاء في المقدمة سهلة جدًا بنسبة ٤٢% فيما جاء سهلة بنسبة ٣١,٥%، فيما جاء في المرتبة الثالثة متوسطة بنسبة ٢٣,٥%، وفي المرتبة الأخيرة صعبة بنسبة ٣%، كذلك يتضح وجود دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفق المستوي الاقتصادي من حيث رأى عينة الدراسة في طريقة صياغة المواد الإخبارية بموقع الهيئة، وكانت لصالح أفراد الدراسة أصحاب الدخل المتوسط حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ١٣٠,٨ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

١٩. مدى تفضيل استخدام مقاطع صوت أو فيديو مع النصوص من وجهة نظر الباحثين لعرض المادة الإخبارية على موقع الهيئة:

التوزيع	ك	%	قيمة كا <sup>٢</sup>	درجة الحرية	مستوي المعنوية	مستوي الدلالة
دائمًا	٢٦٢	٦٥,٥	٢٤٢,٠٦	٢	٠,٠٠١	دالة
أحيانًا	١٣٠	٣٢,٥				
نادرًا	٨	٢				
المجموع	٤٠٠					

يوضح الجدول مدى تفضيل عينة الدراسة استخدام مقاطع صوت أو فيديو لعرض المادة الإخبارية على موقع الهيئة حيث جاء في المقدمة دائمًا بنسبة ٦٥,٥% فيما جاء أحيانًا بنسبة ٣٢,٥%، فيما جاء في المرتبة الأخيرة نادرًا بنسبة ٢%.

٢٠. أكثر أدوات التحرير الصحفي الإلكتروني المستخدمة فى تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة: (ن=٤٠٠)

الدالة	الانحراف المعياري	%	ك	التوزيع الأسباب
دالة	٠,٤٨٦	٢٠,٣	١٥٢	الأرشفة
دالة	٠,٤٧٢	١٧,٨	١٣٣	الصوت والصورة
دالة	٠,٤٦٩	١٧,٤	١٣٠	الروابط
دالة	٠,٤٥٩	١٦	١٢٠	ساحات الحوار
دالة	٠,٤٣٨	١٣,٨	١٠٣	التنوع فى أشكال العرض
دالة	٠,٤٢٨	١٢,٨	٩٦	إمكانية التعديل
دالة	٠,١٤	١	٨	أخرى
دالة	٠,١٣١	١	٧	قياس رجع الصدى
٤٠٠				ن

يوضح الجدول أكثر أدوات التحرير الصحفي المستخدمة فى تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء فى المرتبة الأولى « الأرشفة » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٨٦ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثانية « الصوت والصورة » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٧٢ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثالثة « الروابط » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٦٩ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الرابعة « ساحات الحوار » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٥٩ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الخامسة « التنوع فى أشكال العرض » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٣٨ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة السادسة « إمكانية التعديل » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٢٨ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة السابعة « أخرى » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١٤ وهى دالة إحصائياً، وفى المرتبة الثامنة « قياس رجع الصدى » وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١٣١ وهى دالة إحصائياً.

## ٢١. رأي المبحوثين بمجموعة من العبارات عن تحرير الأخبار بموقع الهيئة:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق	أوافق إلى حد ما	أوافق	ك	العبارة
٠,٦٢٠	٢,٦١	٢٩	١٠٠	٢٧١	ك	نوع الخط وحجمه مناسب
		٧,٢	٢٥,٠	٦٧,٨	%	
٠,٥٥٧	٢,٥٠	١٢	١٧٨	٢١٠	ك	تتميز بقلّة الأخطاء اللغوية والإملائية
		٣,٠	٤٤,٥	٥٢,٥	%	
٠,٥٤٥	٢,٣٨	١٢	٢٢٣	١٦٥	ك	تناسق طول العنوان مع المقدمة والمتن
		٣,٠	٥٥,٨	٤١,٣	%	
٠,٥٤١	٢,٧٠	١٦	٩٠	٢٩٤	ك	سرعة تحميل صفحة الخبر
		٤,٠	٢٢,٥	٧٣,٥	%	
٠,٥٣٩	٢,٤٩	٨	١٨٩	٢٠٣	ك	تستخدم ملفات الصوت والصورة والفيديو بشكل متوازن
		٢,٠	٤٧,٣	٥٠,٧	%	
٠,٥٣٤	٢,٤٩	٧	١٩١	٢٠٢	ك	تتيح المشاركة والتعليق على الخبر
		١,٨	٤٧,٨	٥٠,٥	%	
٠,٥٣٢	٢,٤٥	٧	٢٠٥	١٨٨	ك	أسلوب الكتابة واضح وسهل
		١,٨	٥١,٢	٤٧,٠	%	
٠,٥٢٠	٢,٤٨	٤	١٩٩	١٩٧	ك	كتابة الأرقام والإحصائيات بالحروف
		١,٠	٤٩,٨	٤٩,٣	%	
٠,٤٦٩	٢,٧٣	٤	١٠٢	٢٩٤	ك	تراعي الطول المناسب للخبر
		١,٠	٢٥,٥	٧٣,٥	%	
٠,٤٥٩	٢,٧٤	٣	١٠٠	٢٩٧	ك	تستخدم مسافات مناسبة بين السطور في أخبارها
		٨,٠	٢٥,٠	٧٤,٣	%	
٠,٤٥٣	٢,٧٦	٤	٩٠	٣٠٦	ك	يسهل فهم الموضوع واستيعابه
		١	٢٢,٥	٧٦,٥	%	
٠,٥٢	٢,٥٨	المتوسط العام				

تشير نتائج الجدول إلى عدة نتائج أهمها:

أن « نوع الخط وحجمه مناسب » جاءت في المرتبة الأولى بانحراف معياري ٠,٦٢٠، بينما في المرتبة الثانية جاءت « تتميز بقلّة الأخطاء اللغوية والإملائية بانحراف معياري ٠,٥٥٧، ثم في المرتبة الثالثة « تناسق طول العنوان مع المقدمة والمتن » بانحراف

معياري ٠,٥٤٥، ويليهما في المرتبة الرابعة «سرعة تحميل صفحة الخبر بانحراف معياري ٠,٥٤١، ثم في المرتبة الخامسة «تستخدم ملفات الصوت والصورة والفيديو بشكل متوازن» بانحراف معياري ٠,٥٣٩، وفي المرتبة السادسة «تتيح المشاركة والتعليق على الخبر» بانحراف معياري ٠,٥٣٤، وتلاها في المرتبة السابعة «أسلوب الكتابة واضح وسهل» بانحراف معياري ٠,٥٣٢، وجاءت «كتابة الأرقام والإحصائيات بالحروف» بانحراف معياري ٠,٥٢٠، وفي المرتبة الثامنة، بينما في المرتبة التاسعة «تراعي الطول المناسب للخبر» بانحراف معياري ٠,٤٦٩، وفي المرتبة العاشرة «تستخدم مسافات مناسبة بين السطور في أخبارها بانحراف معياري ٠,٤٥٩، وفي المرتبة الحادية عشر «يسهل فهم الموضوع واستيعابه» بانحراف معياري ٠,٤٥٣.

٢٢. مقترحات المبحوثين لزيادة سهولة قراءة الأخبار المنشورة في موقع الهيئة: (ن=٤٠٠)

الدالة	الانحراف المعياري	%	ك	التوزيع الأسباب
دالة	٠,٤٨٦	١٩,٩	١٥٢	استخدام مصطلحات سهلة تناسب القراء
دالة	٠,٤٨٤	٣٢,٩	٢٥١	الاهتمام بمضمون الأخبار واللغة
دالة	٠,٤٧٧	١٨,٣	١٣٩	تطوير أسلوب تحرير المادة الإخبارية على موقع الهيئة
دالة	٠,٤١٥	١١,٦	٨٨	تجنب الأخطاء اللغوية والإملائية في الأخبار
دالة	٠,٣٦٩	٨,٥	٦٥	تغيير الخطوط المستخدمة
دالة	٠,٣٦٢	٨,١	٦٢	زيادة حجم الخطوط المستخدمة
دالة	٠,١	٠,٥	٤	أخرى
٧٦١				مجموع الاستجابات*

يوضح الجدول مقترحات عينة الدراسة لزيادة سهولة قراءة الأخبار المنشورة في موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء في المرتبة الأولى «استخدام مصطلحات سهلة تناسب القراء» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٨٦، وهي دالة إحصائياً، وفي المرتبة الثانية «الاهتمام بمضمون الأخبار واللغة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٨٤، وهي دالة إحصائياً، وفي المرتبة الثالثة «تطوير أسلوب تحرير المادة الإخبارية على موقع الهيئة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٧٧، وهي دالة إحصائياً، وفي المرتبة

الرابعة «تجنب الأخطاء اللغوية والإملائية في الأخبار» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤١٥، وهى دالة إحصائية، وفى المرتبة الخامسة «تغيير الخطوط المستخدمة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٦٩، وهى دالة إحصائية، وفى المرتبة السادسة «زيادة حجم الخطوط المستخدمة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٣٦٢، وهى دالة إحصائية، وفى المرتبة السابعة «أخرى وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١ وهى دالة إحصائية.

### نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطيه بين أساليب تحرير المواد الإخبارية المنشورة على موقع الهيئة وتفضيلات القراء.

تفضيلات القراء				المتغيرات
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
دالة*٣	متوسط	طردي	٠,٢٧١	أساليب تحرير المواد الإخبارية على موقع الهيئة

تشير بيانات الجدول إلى عدة نتائج من أهمها:- وجود علاقة ارتباط دال إحصائياً بين أساليب تحرير المواد الإخبارية المنشورة على موقع الهيئة وتفضيلات القراء، حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٧١، وهي قيمة داله إحصائياً عند مستوي ٠,٠٠١ وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية المنشورة على موقع الهيئة وتفضيلات القراء.

٢. توجد علاقة ارتباطيه بين أساليب تحرير المواد الإخبارية وسهولة قراءتها على موقع الهيئة.

سهولة قراءة الأخبار				المتغيرات
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
دالة*٤	متوسط	طردي	٠,٢٩٦	أساليب تحرير المواد الإخبارية

\* يكون مستوى الدلالة دال إحصائياً عند مستوي ٠,٠٠١

تشير بيانات الجدول إلى عدة نتائج من أهمها:- وجود علاقة ارتباط دالة

إحصائيًا بين أساليب تحرير المواد الإخبارية وسهولة قراءة الأخبار المنشورة في موقع الهيئة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٩٦، وهي قيمة داله إحصائيًا عندي مستوي (٠,٠٠١) .

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صياغة المواد الإخبارية وسهولة قراءة الأخبار المنشورة في موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

٣. توجد علاقة إرتباطية بين استخدام الوسائط المتعددة في عرض المواد الإخبارية بموقع الهيئة وتفضيلات القراء المعرفية.

تفضيلات الجمهور				المتغيرات
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
دالة	متوسط	طردي	٠,٣٥٣	استخدام الوسائط المتعددة

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلي وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين استخدام الوسائط المتعددة على (موقع الهيئة العامة للاستعلامات) وتفضيلات الجمهور، حيث كانت قيمة معامل بيرسون ٠,٣٥٣، وهي قيمة داله إحصائيًا عندي مستوي (٠,٠٠١) ، وهذا يتفق مع نظرية ثراء الوسيلة حيث يتيح الموقع الوسائط المتعددة التي تسهل عملية القراءة ويفضلها القراء.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الوسائط المتعددة (موقع الهيئة العامة للاستعلامات) التي تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات وتفضيلات الجمهور لموقع الهيئة.

٤. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة وبين كلاً من:-

- الاتجاه نحو أساليب تحرير المواد الإخبارية
- تفاعلية الجمهور مع المواد الإخبارية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات.

٥. جدول يوضح العلاقة الارتباطية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة وبين الاتجاه نحو أساليب تحرير المادة الإخبارية

الاتجاه نحو أساليب تحرير المادة الإخبارية				المتغيرات
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
دالة	ضعيف	طردي	٠,١٩٤	أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلي وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة وبين الاتجاه نحو أساليب تحرير المادة الإخبارية، حيث كانت قيمة معامل بيرسون ٠,١٩٤ وهي قيمة داله إحصائيًا عندي مستوى ٠,٠٠١

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مروة محمود (٢٠١٣) <sup>٣٢</sup> حيث توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع ونمط البناء الفني والتحريري للخبر المنشور على شبكة الإنترنت ومستوى تحقق الرضا المعرفي لدى المبحوثين الذين تعرضوا للخبر في حالة البناء المتشابه عن المبحوثين الذين تعرضوا للخبر في حالة الانتقال.

٦. جدول يوضح العلاقة الارتباطية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة وبين تفاعلية الجمهور مع المواد الإخبارية.

تفاعلية الجمهور مع المواد الإخبارية				المتغيرات
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
دالة	ضعيف	طردي	٠,٠٢١	أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلي وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة وبين تفاعلية الجمهور مع المواد الإخبارية على موقع الهيئة، حيث كانت قيمة معامل بيرسون ٠,٠٢١ وهي قيمة داله إحصائيًا عند مستوي دلالة ٠,٠٠١. وهذا يتفق مع الفرض الثاني لنظرية ثراء الوسيلة حيث يتيح الموقع التفاعلية للقراء من خلال التعليق علي الاخبار المنشورة علي موقع الهيئة.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية في موقع الهيئة العامة للاستعلامات وبين كلاً من:-

- ١- الاتجاه نحو أساليب تحرير المواد الإخبارية
- ٢- تفاعلية الجمهور مع المواد الإخبارية على موقع الهيئة.
٧. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التفاعلية على موقع الهيئة وبين مستوى تفضيلاتهم.

مستوى تفضيلات القراء				المتغيرات
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
دالة	قوى	طردي	٠,٧٦٣	التفاعلية على موقع الهيئة

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلي وجود علاقة ارتباط دالة بين التفاعلية على موقع الهيئة وبين مستوى تفضيلاتهم، حيث كانت قيمة معامل بيرسون ٠,٧٦٣ وهي قيمة داله إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التفاعلية على موقع الهيئة وبين مستوى تفضيلاتهم.

#### أهم نتائج الدراسة:

- أن إجمالي المواد الإخبارية التي نشرت على موقع الهيئة العامة للاستعلامات أثناء فترة التحليل بلغت ٢٠٥٢، وقد احتلت فئة «الأخبار القصيرة» المركز الأول بنسبة ٦٢,٧٪، يليها فئة «التقارير» في المركز الثاني بنسبة ٢٣,٥٪، وفي المركز الثالث والأخير تأتي فئة «قصة إخبارية» بنسبة ١٣,٨٪
- كشفت النتائج عن أن فئة «العنوان الإخباري» احتلت المركز الأول بنسبة ٦١,١٪، وهو عنوان يقدم معلومات جديدة تخص الحدث بهدف إعلام القارئ بأهم شيء تضمنه الحدث، يليها فئة «العنوان التقريري» في المركز الثاني بنسبة ٢٠,٨٪، ثم فئة «العنوان المقتبس» في المركز الثالث والأخير بنسبة ١٨,١٪، وهو عبارة عن اقتباس تصريح لإحدى الشخصيات الفاعلة في الحدث.

- أسفرت النتائج عن أن فئة «الهرم المقلوب» احتلت المركز الأول بنسبة ٣٧,٣٪، يليها في المركز الثاني فئة «الهرم المقلوب المتدرج» بنسبة ١٥,٣٪، وفي المركز الثالث تأتي فئة «إنفوجرافيك» بنسبة ١٢,٥٪، ثم فئة (قالب الماسة) بنسبة ٩,٤٪، ويليهما فئة «القوائم» بنسبة ٧,١٪، ويليهما في المركز الخامس فئة «الكتل النصية بحجم الشاشة» بنسبة ٤,٥٪، ثم فئة «الأهرام المتعاقبة» بنسبة ٣,٩٪، يليها فئة «لوحة التصميم» بنسبة ٣,٤٪، ويليهما الهرم المعتدل بنسبة ٢,٦٪.
- تبين إتاحة الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستعلامات لأيقونات وروابط مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها على الموقع الإلكتروني وهي فيس بوك، تويتر، البريد الإلكتروني، إنستجرام، Google+، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي هي وسيلة التواصل الأولى للمواطنين وأصبح كل منهم لديه حساباته الخاصة عليها، كما يمكنه الوصول إليها بسهولة ويسر من خلال الهاتف المحمول، أو التابلت، أو الحاسوب، ومن هنا تظهر أهمية أن يكون للهيئة العامة للاستعلامات حساباتها الخاصة على تلك المواقع لتصل بأخبارها أولاً بأول إلى الجمهور، ولتمكنها من إيقاف أي إشاعة يمكنها أن تؤثر على صورة مصر، كما تتيح أيضاً أرقام الهواتف، وذلك من خلال الأيقونة الرئيسية (للاتصال بنا)، كما يوفر الموقع استطلاعات الرأي، ولكنها لا تتيح إمكانية التعليق على الموقع.
- جاء تعرض الباحثين عينة الدراسة لموقع الهيئة العامة للاستعلامات بنسبة بلغت ٧٣,٧٥٪، توزعت هذه النسبة بين من يتعرضون للمواقع أحياناً بنسبة بلغت ٥١,٥٪، ومن يتعرضون للمواقع دائماً بنسبة ٢٢,٢٥٪، بينما جاء من يتعرضون نادراً لموقع الهيئة العامة للاستعلامات في المرتبة الأخيرة دائماً بنسبة ٢٦,٢٥٪.
- جاء ترتيب الفنون الصحفية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات بالنسبة للمبجوثين عينة الدراسة حيث جاء الترتيب كالتالي: أولاً: الأخبار بنسبة ١٩٪، وفي المرتبة الثانية التقارير بنسبة ١٨,٥٪، وثالثاً: الحوارات بنسبة ١٦,٣٣٪، رابعاً: التحقيقات بنسبة ١٦,١٨٪، خامساً: المقالات بنسبة ١٦,١٨٪، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة ١٣,٨٠٪.
- جاءت مقترحات عينة الدراسة لزيادة سهولة قراءة الأخبار المنشورة في موقع الهيئة العامة للاستعلامات حيث جاء في المرتبة الأولى «استخدام مصطلحات

سهلة تناسب القراء» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٨٦، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثانية «الاهتمام بمضمون الأخبار واللغة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٨٤، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الثالثة «تطوير أسلوب تحرير المادة الإخبارية على موقع الهيئة» وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,٤٧٧، وهى دالة إحصائيًا، وفى المرتبة الرابعة «تجنب الأخطاء اللغوية والإملائية في الأخبار» وفى المرتبة الخامسة «تغيير الخطوط المستخدمة»، وفى المرتبة السادسة «زيادة حجم الخطوط المستخدمة»، وفى المرتبة السابعة «أخرى وكانت قيمة الانحراف المعياري ٠,١، وهى دالة إحصائيًا.

- أسفرت النتائج عن أن فئة «مقدمة التلخيص» احتلت المركز الأول بنسبة ٩,٥١٪، يليها في المركز الثاني فئة «مقدمة الاقتباس» بنسبة ١٦,٧٪، وفي المركز الثالث تأتي فئة «مقدمة الحدث» بنسبة ١٠,٦٪، ويليهما فئة «مقدمة الوصف» في المركز الرابع بنسبة ٨,٥٪، ويليهما فئة «مقدمة الحوار» بنسبة ٦,٧٪، وفي المركز الأخير تأتي فئة «مقدمة الإشارة» بنسبة ٥,٦٪.

- تشير نتائج ترتيب الفنون الصحفية على موقع الهيئة العامة للاستعلامات بالنسبة للمبجوثين عينة الدراسة حيث جاء الترتيب كآآتي: أولاً: الأخبار بنسبة ١٩٪، وفى المرتبة الثانية التقارير بنسبة ١٨,٥٪، وثالثاً: الحوارات بنسبة ١٦,٣٣٪، رابعاً: التحقيقات بنسبة ١٦,١٨٪، خامساً: المقالات بنسبة ١٦,١٨٪، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة ١٣,٨٠٪.

- توجد علاقة ارتباطية بين أساليب تحرير المواد الإخبارية على موقع وتفضيلات القراء.

- توجد علاقة ارتباطية بين أساليب تحرير المادة الخبيرة وسهولة قراءتها على موقع الهيئة.

- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الوسائط المتعددة في عرض المواد الإخبارية بموقع الهيئة وتفضيلات القراء لموقع الهيئة.

### توصيات الدراسة:

- ضرورة التغلب على المشكلات التي تواجه قراء موقع الهيئة العامة للاستعلامات من نقص الأخبار الآنية وقلة استخدام الصور والفيديو الخاصة بالأحداث الإخبارية وعدم توظيف الإمكانيات التكنولوجية بشكل أمثل وكثرة الأخطاء

- اللغوية وعدم وضوح الخطوط المستخدمة.
- يجب أن يهتم موقع الهيئة العامة للاستعلامات بالحيادية في عرض موضوعاته عن طريق عرض الآراء المؤيدة والمعارضة لعمل الموقع بمصر والرد المنظم والمنطقي على هذه الآراء المعارضة.
- ضرورة الاهتمام بوجود مواقع إلكترونية بجميع مراكز الإعلام التابعة للهيئة العامة للاستعلامات لتزويد الصحفيين بالأخبار المطلوبة.
- ضرورة الاهتمام باستطلاع رأي قراء موقع الهيئة العامة للاستعلامات بشكل دوري لاكتشاف المشكلات التي قد تظهر به قبل تفاقمها.
- الاهتمام باستطلاعات رأي قراء موقع الهيئة العامة للاستعلامات من وقت لآخر لمعرفة آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم حول المواقع.

## المراجع

١. مقابلة شخصية مع رئيس قطاع المعلومات بالهيئة العامة للاستعلامات، دكتورة بسمة حافظ بتاريخ ٨-٨-٢٠١٨م
٢. سليمان صالح، «أخلاقيات الإعلام»، (الإمارات: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص٢٠٢.
٣. خلود العصيمي، «أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية - دراسة مسحية على القائم بالاتصال»، ماجستير غير منشورة، (جامعة الملك سعود: قسم الاعلام، ٢٠١٩م).
٤. انتصار محمد أبو جهل، «استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للأساليب الحديثة في تحرير الأخبار في المواقع الإلكترونية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجامعة الإسلامية: غزة، ٢٠١٧م) ص٢٢\_٣٢.
5. Konstantinos V.Saltizs»(2016). Media Convergence in News Organizations: How Digital Technologies Affects Journalists& the Management of News Production» PhD, University of Leicester,.
٦. مروة عطية محمد، «البناء الفني والتحرير لأخبار الإنترنت وعلاقتها بتعزيز مصداقيتها ووظيفتها في الوفاء بحق الجمهور في المعرفة، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٣).
٧. محمد علي ابوالعلا، «فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الرسمية في مصر، الهيئة العامة للاستعلامات نموذجاً»، (جامعة عين شمس: حوليات آداب عين شمس، مجلد٤٦، العدد مارس ٢٠١٨م)، ص٣٢٤-٣٦٠
٨. خالد أحمد عبد الجواد، وفاء صلاح عبد الرحمن، «دور الهيئة العامة للاستعلامات في نشر ثقافة السلام: دراسة تحليلية لموقع الهيئة الإلكتروني، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد ١٢، سبتمبر ٢٠١٦.
٩. عماد الدين إسماعيل مصطفى نجم، «قياس رأس المال الفكري كمدخل لتطوير الأداء في المنظمات العامة المصرية: مع التطبيق على هيئة العامة للاستعلامات»، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإدارة العامة، ٢٠١٠).
10. Sara B. Etzely (2017).» Tomorrow's Journalists: In-group ,Out-group and News Topic Preference «Journalism & mass Communication, Vol,4.No(1),.
١١. الطيب أحمد الصادق، «العناصر البنائية في المجالات الإلكترونية المتخصصة وعلاقتها بتفضيلات القراء.. دراسة تطبيقية على عينة من المجالات المصرية» رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ٢٠١٧م
12. Graefe, A. Haim. M.Haarmann, B, and Brosius, H. (2016) Readers' perception of computer – generated news: Credibility, expertiisde, and readability. Paper presented at Dubrownik Media Days confence, Dubrovink, Croatia Online<PDF>. Retrieved January 3, 2016, fromhttp://journals.sagepub.com/

doi/ful/10.1177 /14648849.

13. Von Krogh, T & Andersson, U. (2015). Reading Patterns in print and Online Newspapers. Digital Journalism. November 2015. Vol. 4No. 8. Pp 1085 -172. Retrieved January 3.2017from <http://www.tandfonline.com/doi/ful/10.1080/21670811.2015.11111158>
14. Handcock, Mark S., and Krista J. Gile.(2011) Comment: On the concept of snowball sampling. Sociological Methodology 41(1) ,367-371

١٥. أسماء محكمين استمارتي الدراسة:

❖ أ.د/ أم هاني الطيب أستاذ مشارك بقسم الاتصال وتقنية الإعلام جامعة الأمام عبد الرحمن بن فيصل.

❖ أ.د/ أحمد عثمان أستاذ مشارك بقسم الاتصال وتقنية الإعلام جامعة الأمام عبد الرحمن بن فيصل.

❖ د. رمضان إبراهيم رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام- جامعة الأزهر.

١٦. محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص٢٥٣.

17. Kinney, S. T., Watson, R. T. and El-Shinnawy, M. (1998).The effect of media and task on dyadic communication. IEEE Transactions on Professional Communication, 41(2), 140-142.

١٨. رشا فواز الضامن، «استخدام الشباب الكويتي لشبكة الإنترنت وعلاقته بقارئيه الصحف الكويتية المطبوعة»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢)، ص٥٧.

19. Meng Zhao,(2008).Understand the Misunderstanding: A Study Incorporating Uses and Gratifications Theory on Why Chinese Film Audiences See America the Way They Do, Master of Arts in Communication, the Faculty Liberty University, School of Communication Studies.p.19-20.

20. Beverly Wright, Paul H. Schwager ,NaveenDonthu,(2008).Application Of Media Richness Theory To Data Collection, The Journal of Applied Business Research , Volume 24, Number 1 First Quarter,p.1-6

٢١. طه عبد العاطي نجم، أنورين محمد الرواس «العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة السلطان قابوس، العدد الرابع «٢٠١١، ص ٥٧.

٢٢. ( رجع الباحث في هذه الجزئية إلى:

٢٣. - أولجا جوديس بيلي، وآخرون، «فهم الإعلام البديل»، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٩م، ص٧١.

٢٤. - سهير عثمان عبد الحليم، «علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاههم نحو ظاهرة الإرهاب: دراسة تحليلية ميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، ٢٠٠٦)، ص٢٨

٢٥. بسنت العقباوي، «الصحافة الإلكترونية»، ط١، (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م)، ص ١٢٤.
٢٦. عبد الأمير الفيصل، «الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي»، ط١ (عمان: دار الشروق، ٢٠٠٥م) ص ٧٩.
٢٧. حسني نصر، سناء عبد الرحمن، الفن الصحفي في عصر المعلومات، تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية، مرجع سابق، ص ص ٤٦-٥٠.
٢٨. كارول ريتش، «كتابة الأخبار والتقارير الصحفية»، ترجمة عبد الستار جواد، دار الكتاب الجامعي، ط ٢، ٢٠٠٦، ص ٢٨٥.
٢٩. لطفي الزباد، «تقنيات تحرير الخبر الصحفي»، (مكتبة المتنبى، ط١، ٢٠١٨م)، ص ١٥٤-١٦٤.
٣٠. سعد كاظم حسن (٢٠١٤)، مرجع سابق، ص ١٨.
٣١. جون هونبرج، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الصحفي المحترف، القاهرة، الدار الدولية، ١٩٩٥، ص ٢٢٧.
٣٢. أميمه عمران، الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية» بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر للإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، في الفترة من ٧ - ٩ يوليو ٢٠٠٩م). ص ٢١.
33. Konstantinos V.Saltizs»(2016). Media Convergence in News Organizations:How Digital Technologies Affects Journalists& the Management of News Production» PhD, University of Leicester.
٣٤. مروة عطية محمد، البناء الفني والتحرير لأخبار الإنترنت وعلاقتها بتعزيز مصداقيتها ووظيفتها في الوفاء بحق الجمهور في المعرفة، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٣م).