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 عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون 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 فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير: د/ إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الرابع والخمسون - الجزء السابع- ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبدالحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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).

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **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 .... وتحتفظ 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.**

محتويات العدد

- تأثير اتصالات التعلم التنظيمي على مستوى تمكين العاملين وعلاقة ذلك بالتميز التنظيمي: دراسة ميدانية على عينة من المنظمات العاملة في مصر — أ.م.د. ريم أحمد عادل طه محمد — ٤٣٤٧
- العوامل المؤثرة في تجنب المستهلك السعودي لإعلانات «فيسبوك» وعلاقتها بالسمات الشخصية — د. حسام حامد إبراهيم عبد الجليل — ٤٤٣٧
- ملامح البطل الياباني في عصر الانفتاح «ميجي» كما تعكسها الأفلام اليابانية (دراسة تحليلة) — د. رباب حسين محمود عبد الله العجماوي — ٤٥٠٥
- التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب السياسي وانعكاسه على المشاركة السياسية لدى الشباب المصري — د. هبة الله صالح السيد صالح — ٤٥٦١
- أطر تقديم مواقع الصحف المصرية لقضايا تطوير التعليم ما قبل الجامعي في الفترة من ١ يونيو٢٠١٨ إلى ١ يوليو٢٠١٩- دراسة تحليلية مقارنة — د. ريم نجيب زناتي — ٤٦١٩
- واقع ومستقبل التأهيل الأكاديمي للمحرر المتكامل في برامج الإعلام في مصر — د. سارة طلعت، د. نفيسة السعيد — ٤٦٨٥
- إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسئولية الاجتماعية المقدم في برامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته بمشاركتها السياسية — د. منال عبده محمد منصور — ٤٧٨٩

- اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطور أساليب التحرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية (دراسة ميدانية) د . وفاء جمال درويش عبد الغفار ٤٨٣٧

- استخدام الأشكال الإذاعية والتليفزيونية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى أدائها «دراسة تحليلية وميدانية» جميل عادل جميل موسى زين ٤٩٢٧

- دور البرامج الحوارية في تشكيل ادراك الشباب لخطط التنمية القومية محمد رفاعي شوقي ابراهيم عمار ٤٩٦٣

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يوليو 2020)	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	7	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-8721	2314-873X
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	5	2636-9393	
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2356-9891	
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى	3.5	3.5	2536-9237	
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	6.5	2357-0407	
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	6.5	2356-9131	
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	6.5	2356-914X	
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	6.5	2356-9158	
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	6.5	1110-5836	
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.5	1110-5844	

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التى نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يوليو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التى ستنشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حى صدور تقييم جديد في يوليو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا علي كل الأبحاث التي ستنشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يوليو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يوليو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

حقوق الملكية الفكرية © 2020 محفوظة لوحده نظم المعلومات الادارية ودعم اتخاذ القرار بمركز الخدمات الالكترونية والمعرفية -المجلس الأعلى للجامعات

اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطور أساليب التحرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية (دراسة ميدانية)

Attitudes of Egyptian journalists towards the development of journalistic editing methods in Egyptian electronic news websites (field study)

د . وفاء جمال درويش عبد الغفار

مدرس بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق

wafaadarwesh23@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في تحرير كافة فنون التحرير الصحفي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:

1 – أن الصحفيين المصريين لم يصلوا لدرجة الاحترافية في استخدام الأساليب الحديثة للتحرير الصحفي.

2 – أظهرت النتائج أن السياسة التحريرية للموقع الإخباري تعد من أهم المحددات التي تحكم العمل الصحفي، وتعتبر ضمن العوامل المؤثرة على استخدام القالب الفني للتحرير الصحفي الإلكتروني.

3 – أكدت نتائج الدراسة على أن حراس البوابة يتحكمون في اتخاذ القرارات وطريقة وأسلوب نشر المواد الإخبارية.

4 – تشير نتائج الدراسة إلى اهتمام المبحوثين بسرعة صياغة المادة الإخبارية من أجل السبق الصحفي؛ لجذب أكبر عدد من الجمهور والمستخدمين، وهذا يظهر جليًا في أوقات الحروب والأزمات.

وتوصي الدراسة بضرورة تنوع الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية في المواقع الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: الأساليب الحديثة للتحرير الصحفي الإلكتروني، المواقع الإلكترونية، الصحفيون المصريون.

Abstract

The study aimed to find out the extent to which Egyptian journalists working in electronic news sites in Egypt used modern methods in editing all the art of journalistic editing, and the study adopted the media survey method and the questionnaire tool for collecting information, and the study reached a number of results, the most important of which are:

1- Egyptian journalists have not reached the level of professionalism in using modern methods of journalistic editing.

2- The results show that the editorial policy of the news site is one of the most important Factors that govern the work of journalism, and is considered one of the factors influencing the use of the technical template for electronic press editing.

3- The results of the study confirmed that the gatekeepers control the decision-making and the method and method of publishing news materials.

4- The results of the study indicate the respondents 'interest in quickly formulating news material in order to get the scoop to attract the largest number of audience and users, and this is evident in times of wars and crises.

The study recommends the necessity of diversifying modern methods of editing journalistic arts on websites.

Keywords: Modern methods of electronic journalistic editing, websites, Egyptian journalists.

مقدمة:

أسهم التطور التكنولوجي للمؤسسات الصحفية في استخدام عناصر عدة مثل الصوت والصورة والألوان والفيديو والإنفوجراف؛ لتقديم مضمون صحفي متميز يجذب انتباه الجمهور لهذا المضمون بعيدًا عن الأشكال التقليدية التي سادت لعقود، واتجهت كثير من غرف الأخبار بالصحف ومواقع الأخبار الإلكترونية إلى استحداث أقسام خاصة بالوسائط المتعددة أو الـ "Multimedia"، وتبنّت بعضها نماذج واستراتيجيات حديثة في تقديم المضمون الصحفي.

وساعدت رقمنة أنظمة إنتاج المحتوى في النشر الإعلامي متعدد الوسائط، وما استتبعه من تغيرات في سير العمل في المؤسسات الإعلامية، حيث يتم إنتاج المضامين الإعلامية ونشرها في أشكال مختلفة من قنوات النشر، وبالتالي تمكنت هذه المؤسسات من تغطية احتياجات الجمهور من خلال عرض المحتوى عبر قنوات إعلامية تكمل بعضها البعض، إذ إنه في ظل الاهتمام بصناعة الإعلام على المستوى العالمي أصبح من الضروري أن تغيّر المؤسسات طريقة عملها من الإنتاج لوسيط واحد فقط إلى نهج الوسائط المتعددة في تقديم المحتوى لجمهور المستخدمين، وذلك لضمان النجاح على المدى الطويل مع الجمهور في المستقبل[1].

والصحافة كغيرها من المجالات الأخرى تتابع النمو المضطرد للعالم وتتماشى معه، وتنسجم مع ما تفرزه التكنولوجيا الحديثة وتواكبه، وتتكيف مع خصائصها وسماتها، وفق أسس علمية وموضوعية، لذا كان لابد مع ظهور الإنترنت واستخدامه كوسيله إعلامية، وانتشار المواقع الإلكترونية الإخبارية، وإدخال تعديلات على مضمون وشكل القوالب الفنية التقليدية للفنون الصحفية بشكل مختلف عن الذي كانت تخرج فيه في الصحافة المطبوعة، وذلك بما يتلائم مع خصائص الجمهور الجديد، خاصة في ظل المنافسة والتحدي والتطورات الفكرية والفنية والإخراجية بينهم.

وتُعد كافة فنون التحرير الصحفي من أهم الأشكال الصحفية التي تستحوذ على مساحة كبيرة في وسائل الاتصال الجماهيري، لما لها من أهمية في نقل الأحداث والوقائع الآنية بطريقة سلسة تجذب اهتمام قطاعات عريضة من الجمهور.

ومن المعلوم أن الشكل التحريري للفن الصحفي لا ينفصل عن مضمونه بحال من الأحوال، فالمحرر الصحفي يحدد خلال عملية تحريره الأدلة التي سيعتمدها أو سيستبعدها، كما يحدد نوعية الاستمالات التي سوف يستخدمها ومدى قوتها، وذلك لأن الفنون الصحفية كرسالة إعلامية، إنما هي نتاج عدة قرارات بالنسبة للشكل والمضمون على السواء[2].

حيث شهد النصف الثاني من القرن العشرين، ظهور أنماط جديدة من أساليب تحرير وكتابة الفنون الصحفية، وتغيرت النظرة إلى فنون التحرير الصحفي تعريفًا ومفهومًا، وأصبحت عملية إعدادها صناعة متقنة، تجاوزت سرد الأحداث وعرضها ووصفها بالشكل المعتاد عليه، إذ أصبحت عملية دقيقة لها وسائلها وأساليبها وفلسفتها الخاصة، حيث عُدت اللغة الإعلامية أول مستجيب لعصر الثورة التكنولوجية.

وأهم ما يميز الفن الصحفي الإلكتروني هو سرعة تناوله وبثه، مع إمكانية إضافة صور أو لقطات فيديو معبرة عنه، نظرًا لإمكانية الاطلاع على الفن الصحفي في أي وقت، فضلًا عن إمكانية تعديل الفن الصحفي وتصحيحه في حالة وجود أخطاء، أو أي تطور جديد على الحدث، كما بدأ توظيف الأسلوب الروائي والقصصي في صياغة الفنون الصحفية، وإدخال اللمسات الإنسانية التي تشد قارئ الإنترنت، الذي يبتعد عن الرتابة والروتين في اختياره للمواد الصحفية التي يقرأها.

وتحتاج عملية تحرير الفنون الصحفية في الصحافة الإلكترونية إلى الكثير من العناصر المميزة فضلًا عن الإيجاز المطلوب في تحريرها، يتدرب المحرر على معالجة الأحداث وفق أفضل الصياغات الصحفية، واضعًا أمامه مميزات وسيلته الإعلامية وخصائصها واختلافها عن الوسائل الأخرى، إذ أدى التطور في مفهوم صناعة وتحرير الفنون الصحفية إلى تغيير نظرة المحررين لها، حيث باتوا يرونها عبارة عن رسائل موجهة إلى القراء وليست مجرد موضوعات، وهذا ما أدى إلى الاهتمام بالجمهور أكثر من السابق[3].

وتنبع أهمية استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية في أن هدف الصحافة بشكل عام هو إيصال المادة الصحفية للجمهور والتأثير فيه بشكل أو بآخر؛ وفق سياساتها التحريرية وطريقة عرضها للمعلومات، لذا كان لابد من الاهتمام

بطريقة صياغاتها بطريقة متوازنة ومختصرة ومبسطة، مع مراعاة ذكر التفاصيل المهمة، وإضافة الروابط والإحالات للموضوعات ذات الصلة، وتنوع وتعدد مصادر المعلومات في المادة، لما يحدثه ذلك في زيادة التأثير على الجمهور، وتبسيط المادة له، وعرضها من كل الجوانب، ما يدفعه لمتابعة الموقع باستمرار وجعله في مفضلته.

الدراسات السابقة :

تحتم قواعد البحث العلمي وأصوله مراجعة التراث العلمي المتمثل في الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بموضوع البحث، وتعد الأمانة والشفافية من أهم أدبيات البحث العلمي التي ينبغي أن يلتزم بها الباحث عند البحث في الدراسات السابقة التي سبقت في مجال بحثه ومراجعتها؛ حتى يتسنى له البداية المنهجية المؤطرة والسليمة، إذ تعد مرحلة مراجعة الدراسات والبحوث السابقة آلية أساسية ومرجعية علمية يعتمد عليها الباحث في وضع الخطة العامة للدراسة منذ بلورة المشكلة البحثية لدراسته وحتى مناقشة النتائج التي يتوصل إليها ميدانيًا.

وبعد البحث في قواعد البيانات العربية والأجنبية وأبحاث الدوريات المتخصصة داخل النطاق العربي وخارجه، توصلت الباحثة إلى مجموعة من الدراسات العلمية ذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة الراهنة، نعرضها على النحو التالي:

أولاً: دراسات اهتمت بدراسة التحرير الصحفي بالمواقع الإلكترونية:

1- دراسة حسين ربيع (2018)[4]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية المصرية باستخدام تقنيات الوسائط المتعددة في الارتقاء بمستوى الأداء، ومدى توظيفها بصورة إيجابية في الممارسة الصحفية عبر كافة مراحل إنتاج المادة الصحفية منذ الفكرة وحتى تقديمها للمتلقين بأسلوب يضمن تفاعل هؤلاء المتلقين معها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- يشير اندماج غرف الأخبار إلى تواجد كافة الصحفيين العاملين في وسائل مختلفة سواءً كانت مطبوعة أو إلكترونية في نطاق مكاني واحد، بما يشجع التعاون بين تلك المنصات المختلفة.

ب- وعي القيادات التحريرية بغرفة الأخبار بأهمية مسايرة النماذج العالمية في غرف الأخبار المدمجة، والاهتمام بفكرة الصحفي الشامل أو الصحفي متعدد المهارات.

ج- الاهتمام بمسايرة الاتجاهات الحديثة في تقديم المحتوى الصحفي.

2- **دراسة سماح الشهاوي** (2017)[5]:

قامت الباحثة فيها بإجراء دراسة تجريبية باستخدام ثلاث مجموعات تتكون من 90 طالبًا وطالبة من طلاب الفرقة الثانية بكلية الإعلام جامعة القاهرة، بهدف التعرف على تأثير الإنفوجراف التفاعلي على درجة تذكر وإدراك المستخدمين للمحتوى، ومقارنته بكل من الإنفوجراف الثابت والنص فقط الذي لا يحتوي على أية رسوم، وأكدت النتائج التأثير الإيجابى للإنفوجراف التفاعلي على العمليات المعرفية المتمثلة في التذكر الدقيق والإدراك؛ حيث تفوقت المجموعة التي تعرضت للإنفوجراف التفاعلي على المجموعتين الأخريين اللتين لم يتعرض أعضاؤهما للإنفوجراف التفاعلي.

3- **دراسة صفاء محمد خليل** (2016)[6]:

مثلت قراءة متعمقة لواقع العمل الصحفي وفقًا لمعطيات الاتصال التفاعلي والاندماج الاتصالي عبر الوسائط المتعددة، واستكشاف مدى توظيفها في الارتقاء به وتطويره، وذلك من خلال رصد اتجاهات الصحفيين السودانيين نحو استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة ومدى الإفادة منها في المجال الصحفي، وأهم إشكاليات ومعوقات تكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الورقية، واعتمدت الباحثة على أداة الاستبانة لجمع بيانات الدراسة من العينة، ورصدت نتائجها مجموعة من التحديات التي واجهت الصحفيين في الصحافة الورقية دفعتهم إلى الاتجاه نحو تبني الأساليب التكنولوجية الحديثة في العمل الصحفي، منها منافسة وسائل الإعلام المختلفة وتدفق المعلومات من مصادر متعددة وبأشكال مختلفة، كما رصدت ثلاثة أنماط من المعوقات التي تواجه كفاءة العمل الصحفي عبر تكنولوجيا الوسائط المتعددة تمثلت في: معوقات متطلبات التكنولوجيا، ومعوقات تتعلق بقواعد تنظيم العمل وهيكلته والتدريب، ومعوقات تتعلق بالمفاهيم التقليدية السائدة في العمل الصحفي؛ حيث يتمسك بعض الصحفيين بالأساليب التقليدية للحصول على المعلومات.

4- **دراسة نشوى اللواتي** (2016)[7]:

هدفت الدراسة إلى اختبار طبيعة العلاقة بين الشكل والمضمون باستخدام الوسائط المتعددة وبين مستوى معرفة وإدراك محتوى الأخبار، والدور الذي تمارسه طرق عرض الوسائط المتعددة في اكتساب مستخدمي الوسيط للمعلومات المقدمة ومدى إدراكهم وتذكرهم لها، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي بالتطبيق على عينة قوامها 147 مفردة من طلاب قسم الصحافة بالفرقتين الأولى والثانية بأكاديمية أخبار اليوم، وخلصت نتائجها إلى أن الاهتمام باستخدام الوسائط المتعددة يسهل مهمة إدراك وتذكر

المستخدمين للمضمون المنشور على الإنترنت ويعزز من قدرته على ذلك، وتزداد ضرورة الاهتمام في حالة القضايا غير المثارة لتحقيق جذب المستخدم للمضمون، حتى لو كانت القضية غير مثارة بالنسبة له ولا يهتم بها، بالإضافة إلى أن الاهتمام بالوسائط المتعددة في تقديم المضمون الخاص بالقضايا يعزز من العمليات الإدراكية للمضمون المقدم.

5- **دراسة Hai L. Tran (2015)**[8]:

استخدمت الأطر النظرية من طريقة البحث وأثر التأثيرات الحيوية بالإضافة إلى أدبيات التطابق/ التنافر، في محاولة لإضفاء مزيد من التبصر على تأثيرات تحسينات الوسائط المتعددة على استجابات المستخدمين، وانطلقت الدراسة من افتراض أنه على الرغم من الاتجاه المتزايد لاستخدام الوسائط المتعددة لتعزيز الأخبار عبر الإنترنت ومشاركة الجمهور، لايُعرف سوى القليل عن الفائدة الفعلية لمثل هذه الممارسة، حيث كانت الأدلة التجريبية المتعلقة بتأثيرات الوسائط المتعددة على تقييمات المستخدمين للمواقع الإخبارية مختلطة وغير واضحة، أجريت دراسة تجريبية باستخدام الوسائط المتعددة؛ لقياس التوافق مع الوسائط المتعددة تم قياس تصورات المستخدم من خلال المواقف والنوايا السلوكية تجاه المواقع الإخبارية على الإنترنت، وكشفت النتائج أن عناصر الوسائط المتعددة تعمل على جذب مستهلكي الأخبار، وخلصت إلى أن الصحفيين عبر الإنترنت يحتاجون إلى النظر في قيود دمج الوسائط المتعددة مع النص، بما في ذلك تأثير الآثار الجانبية المحتملة للوسائط المتعددة غير المتجانسة على معالجة الأخبار.

6- **دراسة وسام محمد حسن (2013)**[9]:

هدفت إلى تحليل الوسائط المتعددة المستخدمة ببعض الصحف الإلكترونية العربية على شبكة الإنترنت، ومعرفة مدى إفادة هذه المواقع من توظيفها، ودراسة ما إذا كان استخدام هذه المواقع للوسائط المتعددة يُعد عاملًا في إقبال المستخدمين على زيارة هذه المواقع أم لا؟ اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالتطبيق على موقعي صحيفتي اليوم السابع والوطن المصريتين وصحيفة سبق الإلكترونية السعودية، إضافة إلى عينة متاحة من مستخدمي الصحف الإلكترونية، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن المضمون وحده لم يعد كافيًا لتقديم الرسالة الاتصالية، فشكل هذا التقديم له أهمية كبيرة أيضًا، حيث يؤدي التمييز البصري بين العناصر دورًا كبيرًا في تسهيل مهمة القارئ تجاه المادة المقدمة، وأن الصحف الإلكترونية المصرية والعربية ما زالت بحاجة إلى المزيد من البحث عن سبل أفضل لتوظيف الوسائط المتعددة من منطلق شمولية العناصر وإتاحتها في مكان واحد.

7- دراسة Hai Tran (2012)[10]:

ترى الدراسة أنه على الرغم من أن الرسوم التوضيحية استخدمت لفترة طويلة بجانب النص لإيضاحه ولتعزيز المحتوى الإخباري، إلاّ أن التحول الأخير في الصحافة الإلكترونية مكّن من خلق أشكال أحدث لعرض الأخبار من شأنها أن تجذب الجمهور، هذه الأشكال المتمثلة في الوسائط المتعددة تعكس قدرة الإنترنت على تقديم المحتوى عبر تعدد الأشكال، بما يقدم للمؤسسات الإخبارية مزيدًا من الحرية لدمج هذه التحسينات مع النص في صياغة التقارير الإخبارية، فأصبحت الرسوم والصوت والفيديو والتفاعلية جزءًا لا يتجزأ من العناصر البصرية التقليدية مثل الصور الفوتوغرافية، وفي هذا الإطار اهتمت الدراسة بمعرفة أثر تحسينات الوسائط المتعددة، وخلصت النتائج إلى أن إضافة الوسائط المتعددة مثل الصور والرسوم والفيديو والصوت في المواقع الإخبارية يعتبر توظيفًا للوسائط المتعددة التي تجذب اهتمام مستخدمي الإنترنت، حيث تكون بمثابة العامل الذي يجذب انتباههم نحو تفاصيل أكبر، ومن خلال النص يتلقى المستخدم معلومة ما، ومن خلال العناصر الأخرى التي ترافقه قد يتغير مفهومه أو اتجاهه نحو الخبر وفقًا لهذه الصورة بغض النظر عن تقديم محتوى نصي متوازن.

8- دراسة Michael Karlsson & Chister Clerwall (2012)[11]:

سعت إلى اختبار فرضية أن استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإخبارية على الإنترنت في تزايد مستمر، حيث ترى الدراسة أن من المهم تحقيق المهنية بالبعد عن سياق وسائل الإعلام التقليدية، ومن ثم يجب التوسع في استخدام الوسائط المتعددة الرقمية، كما سعت إلى معرفة نسبة النمو في استخدام الوسائط المتعددة في كل من صحف التابلويد والصحف ذات الحجم الكبير، أُجريت الدراسة من خلال تحليل المحتوى على بعض الصحف السويدية على الإنترنت، بالتركيز على الصور المتحركة والصوت والخرائط التفاعلية والحركة وعروض شرائح الصور، وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الوسائط المتعددة في ازدياد، وأن مواقع الصحف ذات الحجم الكبير كانت أكثر حرصًا على تبني محتوى الوسائط المتعددة من الصحف التابلويد، وخلصت الدراسة إلى أن تطور الأخبار على الإنترنت هو عملية مستمرة؛ حيث خصائص الوسائط الرقمية التي تتميز بالتطور والتجديد.

9- **دراسة مزمل أبو القاسم** (2012)[12]:

تناولت استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة السودانية والتعرف على مدى إفادة الصحف السودانية من التقنيات الحديثة بالتطبيق على صحيفتي الصدى والمشاهد

الرياضيتين، وذلك في الفترة من 1 يناير 2009 إلى 31 ديسمبر 2009، استخدم الباحث فيها المنهج الوصفي بشقيه المسحي ودراسة الحالة، وأظهرت نتائجها أن إدخال الوسائط المتعددة في العمل الصحفي أضاف الكثير على طرق تطوير العمل الصحفي بالصحافة الرياضية في السودان، كما خلصت إلى أن قلة الكوادر المدربة والمؤهلة تسهم في عدم الإفادة المثلى من تقنيات الوسائط المتعددة في مجال تطوير الممارسة الصحفية.

10- **دراسة** Igor Vobic (2011)[13]:

سعت إلى معرفة كيف اعتمدت وسائل الإعلام المطبوعة التي لها موقع على الإنترنت على استخدام الوسائط المتعددة في تقديم الأخبار، ومعرفة تنسيقات أخبار الوسائط المتعددة التي استخدمت في هذه المواقع، أجريت الدراسة على موقعين إلكترونيين لصحيفتين تصدران في سلوفينيا هما: ديلو Delo ، وزورنال Zurnal، وأظهرت النتائج وجود تطور وإنتاج استخدام الوسائط المتعددة، حيث استخدمت صحيفتا الدراسة النص والصور والصوت والفيديو بشكل متكامل في تحليل القصص الصحفية بعد أن كانتا تعتمدان على النص والصورة فقط، كما أوضحت الدراسة أنه أصبح هناك غرف إخبارية خاصة بإنتاج الوسائط المتعددة وفريق عمل مستقل بالصحيفتين، إلاَّ أن تجميع العمل النهائي عادة ما يتم مع الصحفيين القائمين على العمل في النسخ المطبوعة ليضيفوا الصوت أو الصور أو الرسوم التي أنشئت من قِبل فريق عمل الرسوم، كما أظهرت أن بعض الصحفيين بصحيفتي الدراسة يقومون بمهام تصوير الفيديو بأنفسهم.

11- **دراسة** John Russial (2009)[14]:

أجريت هذه الدراسة لمعرفة ما إذا كان لدى الصحف فريق عمل أو قسم مستقل يعمل للإصدار الإلكتروني فقط، ومعرفة كيفية إنتاج الصحف للصوت والفيديو وعروض الشرائح، كما سعت إلى معرفة عدد القصص الإخبارية التي كُتبت للنشر على الإنترنت فقط، ومن هو المسئول في المقام الأول عن جمع وتحرير محتوى الوسائط المتعددة، وقد أجريت الدراسة على عينة من الصحف الأمريكية، وكشفت نتائجها أن الصحف لديها إدارات لإصدارات النسخ الإلكترونية على الإنترنت لإنتاج الأخبار، ومع ذلك فإن متوسط إنتاج الفيديو للنشر في اليوم الواحد لا يزال قليلًا نسبيًا، وكذلك عروض الشرائح الصوتية، وأظهرت النتائج أن المصورين هم في الأغلب من يقوم بتصوير الفيديو وبعضها يقوم به المحررون بأنفسهم.

12- **دراسة محمد الأمين موسى** (2005)[15]:

سعت إلى استكشاف مدى توظيف الوسائط المتعددة في تقديم الرسائل التواصلية في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام العربى، ومعرفة ما إذا كان هناك وعي داخل هذه الوسائل بالمفهوم الحديث للوسائط المتعددة ومن ثم إدراك أهميتها في التواصل الفعال، وأُجريت الدراسة على عينة قوامها تسعة مواقع إلكترونية، وتوصلت النتائج إلى أن الصور الثابتة كانت هي المدخل الرئيس لتبيان مدى الاهتمام بتلبية الحد الأدنى من متطلبات مفهوم الوسائط المتعددة، وخلصت إلى أن وسائل الإعلام العربي تفتقر إلى استخدام الوسائط المتعددة بمفهومها الحديث الذي يقوم على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات وتخاطب أكثر من عضو حسّي واحد، أو أن هذه الرسائل تقدم للمتلقي عدة خيارات للتعرض للمضمون.

ثانيًا: دراسات تناولت القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية:

1- **دراسة** Mary Lynn Young (2018)[16]:

هدفت الدراسة إلى وصف وتحليل العلاقة بين بيئة العمل والتأثير في عمل القائمين بالاتصال في مواقع وكالات الأنباء الإلكترونية، بالإضافة إلى رصد القيود التي قد تفرضها بيئة العمل على القائمين بالاتصال، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:

أ- تصدرت العوامل الداخلية، العوامل التي تؤثر في عمل القائم بالاتصال، يليها بيئة العمل داخل المؤسسة.

ب- شارك 54٪ من المبحوثين في صنع القرارات التحريرية داخل الوكالة.

ج- أكد 21٪ من المبحوثين أن تدخلهم في مضمون المادة قبل النشر جوهري، بينما 46.8٪ أكدوا أن تدخلهم متوسط.

2- **دراسة** Andreas Veglis & Charalampos Bratsas (2017)[17]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير العوامل الداخلية في الصحيفة الإلكترونية على المحرر الصحفي أثناء أدائه الرسالة الإعلامية، التي تتمثل في بيئة العمل الصحفي والسياسة التحريرية للصحيفة ورئيس التحرير والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي، وكذلك معرفة تأثير العوامل الخارجية التي تُسببها جهات خارج المؤسسة، من خلال التعرف على العوامل الاجتماعية المؤثرة في أداء المحررين في الصحف الإلكترونية، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:

أ- القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية يتأثر بشكل كبير بالقضايا الاجتماعية، من خلال تركيزه على القضايا التى تهم المجتمع.

ب- جاءت العادات والتقاليد والأعراف من أقوى العوامل الاجتماعية المؤثرة على القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المدروسة؛ لأنها تؤثر على طريقة تعاطي الرأي العام مع القضايا الإعلامية.

ج- ضعف المعرفة بالقوانين المنظمة للعمل الإعلامي في العمل المهني لدى القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية، وذلك بسبب أن الصحفي يلجأ دائمًا لتوجيهات رئيس التحرير ويتلقى التعليمات منه.

3- **دراسة** An Nguyen, Jairo Lugo-Ocando (2016)[18].

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية في بناء أجندة قضايا المواطن، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:

أ- احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الأولى بنسبة 48.9٪، تليها الموضوعات الأمنية بنسبة 16.92٪.

ب- أكد القائمون بالاتصال التزامهم بالسياسة التحريرية للموقع الإخباري الذي يعملون به، كما أكدوا جميعهم بأن هناك توافقًا بين التوجهات الفكرية الخاصة بهم وبين السياسة التحريرية للمواقع التي يعملون بها.

ج- رأى 62.96٪ من المبحوثين أن الواقع السياسي يؤثر دائمًا في تناول قضايا المواطنة.

4- **دراسة** Constance Tabary (2016)[19]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والاشباعات المتحققة، وكذلك التعرف على مدى اعتماد الصحفيين في جمع قصصهم الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة ونوعية القضايا التي تقدمها تلك المواقع، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:

أ- غالبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مرتفعة مقدارها (97.2٪).

ب- جاء تحقيق السبق والانفراد الصحفي والأرباح السريعة وزيادة المبيعات لمواجهة المنافسة الشديدة في مقدمة أهداف الممارسة الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي.

ج- جاءت القضايا السياسية في مقدمة القضايا التي يتابعها الصحفيون على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث حصلت على أعلى التكرارات بنسبة حوالي 88.4٪.

5- دراسة Rebekah E.D. McBride (2016)[20]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام التكنولوجيا على مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وكذلك التعرف على معايير الأداء المهني للقائمين بالاتصال فيها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- أكثر العوامل التي تؤثر على نشر المضامين الإعلامية هي الالتزام بسياسة الموقع وذلك بنسبة (43.4٪)، ثم جاء في المرتبة الثانية الالتزام بالضوابط القانونية والأخلاقية.

ب- أشارت النتائج أن أكثر الأشخاص الذين يضعون السياسة الإعلامية للمواقع الإلكترونية الإخبارية هم المسئولون عن التحرير، وذلك بنسبة 55.20٪ من إجمالي عينة المبحوثين.

ج- بينت النتائج أن القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية يعتمدون على الإنتاج الحصري للموقع، بالاعتماد على المراسلين والمتعاونين في الكتابة للموقع كمصدر رئيس للمعلومات وذلك بنسبة 44.7٪.

6- دراسة Sergio Splendore (2016)[21]:

هدفت الدراسة إلى وصف طبيعة المشهد الاتصالي في ظل تزايد الإعتماد على منتجات الإعلام الجديد، كذلك تحديد أبعاد النقص الملحوظ في اللوائح الأخلاقية التي تُنظم وترشد الإعلام الجديد بمنصاته المختلفة، والاطلاع على آراء العاملين في منصات الإعلام الجديد بشأن رؤيتهم لوجود لوائح أخلاقية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- غالبية محرري المواقع الإلكترونية ترى ضرورة الالتزام بدليل إرشادي أخلاقي لمنتجي الإعلام الجديد.

ب- اقتناع عينة الدراسة بأن وجود لائحة أخلاقية للإعلام الجديد سيعزز صورتها لدى القراء وسيساعدها في منافسة وسائل الإعلام التقليدي من صحف مطبوعة وإذاعات وفضائيات.

ج- ظهر أن هناك خشية لدى المبحوثين بأن تكون مثل هذه اللوائح الأخلاقية بوابة تتسلل من خلالها السلطات لفرض قوانين وتشريعات تمنع أو تحدُّ من حرية الإعلام الجديد.

7- دراسة Megan Knight (2015)[22]:

هدفت الدراسة إلى وصف الإمكانات التفاعلية المتاحة من قبل حارس البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- ارتفاع نسبة اهتمام المواقع الإخبارية بنشر المواد السياسية والاجتماعية مقابل انخفاض نشر هذه المواقع للمواد الاقتصادية والتسلية والترفيه.

ب- أن خاصية إبداء الرأي من قبل زوار المواقع تخضع لرقابة عالية من قبل حارس البوابة.

ج- اهتمت المواقع بشكل كبير بتحديث المادة الخبرية المنشورة فيها، واهتمت أيضًا بتوفير آلية بحث وقاعدة بيانات لزوارها.

8- دراسة Evan Hamilton (2015)[23]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على أداء صحافة الإنترنت من وجهة نظر محرريها، وكذلك التعرف على سمات المحررين الديموغرافية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- أن نسبة 70٪ من صحافة الإنترنت تنتمي إلى الدول العربية الآسيوية، مقابل 15٪ لدول العربية الأفريقية، فيما بلغت حصة أوروبا 7٪.

ب- أن 57.1٪ من الصحافة على الإنترنت تتعامل باللغة العربية فقط، بينما مثلت الصحافة التي تتعامل باللغة الإنجليزية إلى جانب العربية 14.3٪، أمَّا التي تتعامل بأكثر من لغتين أجنبيتين فقد مثلت 25٪ من أفراد العينة.

ج- أن حوالي 93٪ من الصحافة يديرها أكثر من مدير واحد، وإن حوالي 86٪ منها يوظف أكثر من خمسة عاملين مهنيين بين محررين وصحفيين وفنيين، وإن نسبة الإناث للذكور هي نسبة الثلث إلى الثلثين.

9- دراسة Tom Felle (2015)[24]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مهارات القائم بالاتصال والأدوار والمسئوليات المنوطة به في إطار ممارساته المهنية، إلى جانب الاستبصار بطبيعة الظروف التي يعمل في إطارها، والضغوط التي يواجهها، ومدى انعكاس ذلك على أدائه المهني،وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- تعدد وتنوع الأساليب التحريرية التي يمارسها المبحوثون في معالجاتهم الصحفية، ومنها الاعتماد على الأسلوب اللاخطي في الكتابة، وتزويد الموضوع بوصلات تؤدي بالمتلقي إلى معلومات إضافية، وتقسيم المعلومات إلى مقاطع مستقلة.

ب- أن الصعوبات التي تتعلق بتحرير المضمون الصحفي الإلكتروني تمثلت في: صعوبة الوصول إلى المعلومات في بعض المواقع، صعوبة سرعة إنجاز عملية التحرير لتحقيق السرعة والآنية.

ج- أن الصعوبات فنية وتمثلت في عدم القدرة على استخدام الوسائط المتعددة وملاحقة التطورات في أنظمة التحرير عبر الكمبيوتر.

10- **دراسة** Gunnar Nygren & Ester Appelgren (2014)[25]:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية بشتى أنواعها المحلية والعربية والغربية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- قلة استخدام الصحفيين للإنترنت في العمل الصحفي إيمانًا منهم بضرورة امتلاك كل صحفي لجهاز حاسب آلي موصول بالإنترنت؛ لتسهيل استخدام هذه الأخيرة، حيث يتحررون من عاملَي الوقت والجهد الكبير المبذول لدى مستخدمي الإنترنت خارج المنزل.

ب- بروز علاقة تكاملية بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة، تشير إلى سيرهما بشكل متوازٍ مع تزايد في الاتجاه لإفادة الصحافة الورقية من الإنترنت.

ج- غالبية المبحوثين يفضلون الصحافة الورقية على الإلكترونية ويعتبرونها أكثر جاذبية للقراء.

11- **دراسة** Eric Dagiral & Sylvain Parasie (2013)[26].

هدفت الدراسة إلى التعرف على معايير جودة الأخبار على الإنترنت، كالمصداقية والمنفعة، واستعراض المحاولات العلمية لتحديد الجودة الصحفية على الإنترنت، وتحديد السمات والمعايير الموضوعية والذاتية للمحررين العاملين في المواقع الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- أن المصداقية جاءت في المرتبة الأولى من معايير جودة المحتوى على الإنترنت.

ب- لا يزال ارتكاز المحررين على الإنترنت ينصب على الوظيفة التقليدية لتوفير الأخبار، وبدرجة أقل على المناقشة التفاعلية للقضايا والأحداث.

ج- جاء تصميم المواقع وتنظيم المواد الإخبارية فيها في مقدمة معايير نجاح ونقل ونشر المحتوى بين الجمهور من وجهة نظر المبحوثين.

12- **دراسة وفاء درويش (2013)[27]:**

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية، وتحديد طبيعة تأثير تلك العوامل على تصميم وتحرير المواقع، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أ- قلة عدد المحررين داخل المواقع عينة الدراسة، وبالتالي زيادة الأعباء والمهام الموكلة إلى المحررين، ما جعلهم يشتكون من الضغط أثناء العمل.

ب- يتفوق عدد المحررين الذكور على المحررات الإناث في العدد الكلي للمبحوثين، إذ بلغت نسبة الذكور 60٪ من نسبة العينة.

ج- أهم المشاكل التي يعانيها المحررون في العمل بمواقعهم هي قلة المردود المادي بنسبة 88٪، يليها كثرة ساعات العمل بنسبة 65٪، وتعدد المهام الموكلة إليهم بنسبة 24٪.

التعقيب على الدراسات السابقة وأوجه الإفادة منها:

1- من خلال استعراض الدراسات السابقة تكشّفت أبعاد طبيعة التأثيرات والعلاقات بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والممارسات الصحفية، حيث تعددت الجوانب التي ركزت عليها هذه الدراسات مثل: توظيف تقنيات الوسائط المتعددة في تطوير العمل الصحفي بكامله، وظهور اتجاهات حديثة في إنتاج المحتوى الصحفي وتقديمه، إضافة إلى تعدد الأدوات المستخدمة في هذا الإنتاج.

2- استخدمت الدراسات السابقة مجموعة من الأدوات للحصول على المعلومات المطلوبة، وكان اعتماد أغلبها على أداة الاستبانة الميدانية على الصحفيين، وأداة تحليل المضمون، كما استخدم بعضها المقابلات المقننة مع المسئولين المباشرين عن المواقع الإلكترونية.

3- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الطريقة التي تناولت فيها فنون التحرير الصحفي بشكل عام، حيث ركزت هذه الدراسات على تتبع مراحل تطور الخبر، وفنون القصة الصحفية، والقيم الإخبارية، والتقرير الصحفي، وآليات تشكيل الأخبار والمصادر، والنصوص الإخبارية، والأساليب الإقناعية، في حين ركزت هذه الدراسة على الأساليب الحديثة في تحرير كافة الفنون الصحفية في المواقع الإخبارية الإلكترونية.

4- تأمل الباحثة في أن تكون هذه الدراسة امتدادًا لما سبقها من دراسات وبحوث، واستكمالًا لبعض الجزئيات والمحاور التي لم تتطرق إليها هذه الدراسات أو تغطها.

5- أفاد اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية للدراسة الراهنة وبلورتها وتحديد أبعادها بدقة ، وفي اختيار المنهج والأدوات بصورة منهجية

سليمة دون الوقوع في خطأ تكرار بحث سبق وأن تطرق للقضية موضوع الدراسة حتى لا يفقد البحث قيمة الجدة والابتكار.

6- كانت نتائج الدراسات السابقة بمثابة نقطة الضوء التي تبلورت على إثرها مشكلة الدراسة الراهنة، كما اعتمدت عليها الباحثة في تصميم استمارة الاستبانة الخاصة بالدراسة.

7- وفرت الدراسات السابقة للباحثة كمًا من المعلومات النظرية التي تعدّ مصدرًا ثانويًا مهمًا للمعلومات يمكن توظيفها في الإطار الفكري للدراسة الراهنة، بالإضافة إلى الركون إلى مؤشراتها في تفسير النتائج الميدانية للدراسة.

مما سبق يتضح أن الدراسة الحالية جديدة من حيث موضوعها، وهو مدى استخدام الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية للأساليب الحديثة في الكتابة الصحفية، وكذلك العينة التي ستجرى عليها الدراسة وهي الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر، وهذا يتطلب تصميم أداة تتناسب مع الهدف الرئيس للدراسة.

مشكلة الدراسة:

يُعد مجال الإعلام بوسائله المختلفة أحد المجالات التي تأثرت بالتطور التكنولوجي، وتعد الوسائط المتعددة وصحافة البيانات والإنفوجراف وغيرها ثمرة تكنولوجيا الاتصال وامتدادًا طبيعيًا لثورة تكنولوجيا المعلومات، ولعل أقوى بصمات وتأثيرات هذه الأساليب الحديثة في المجتمعات هو التزاوج والاندماج بين وسائل الاتصال؛ مما أتاح نشر وجمع المعلومات بمستوى عالٍ من الدقة والسرعة للمستفيدين منها، بل يمكن القول إن وسائل الإعلام وجدت نفسها مجبرة على التكيف مع طبيعة هذه الوسائط[28].

وعلى مستوى الجمهور، ففي ظل تبعات التطور التكنولوجي المتسارع والذي قاد إلى الاندماج الإعلامي، أصبح الجمهور محور عمليات إنتاج المحتوى نتيجة ظهور مفهوم الجمهور النشط Active user الذي غيَّر كثيرًا في مفاهيم تحكم الصحفيين بالأخبار المنشورة ومنح صيغة جديدة لحراسة البوابة، حيث بات الجمهور قادرًا على منح درجات من الظهور لأخبار دون غيرها، عن طريق مشاركاتهم الفعالة على موضوعات دون أخرى، فإذا كان بمقدور الصحفي نشر موضوع ما، فيمكن للجمهور أن يتجاهلوه ويحرموه فرص الوصول للعشرات، في ظل بيئة إخبارية جديدة تعتمد فيها الترشيحات على معدل تفاعل المستخدمين مع المحتوى[29].

وتحت وطأة هذا التطور الملحوظ والتغير الواضح في كل من الأساليب الحديثة في التحرير الصحفي التي أصبحت سمة غالبة في كل المواقع الإخبارية الإلكترونية الخارجية خلال السنوات الأخيرة، وطبيعة الجمهور وتطور عادات التلقي لديه والتفاعل مع المضمون الصحفي، لجأت المواقع الإخبارية الإلكترونية المحلية– مضطرة حتى لا تعيش بمعزل عن التطورات العالمية– إلى استخدام طرق وأساليب جديدة مستوحاة من تجارب المواقع العالمية، سواءً على مستوى إنتاج المحتوى الصحفي أو طريقة عرضه وتقديمه للجمهور، وكانت مواقع (المصري اليوم، واليوم السابع، ومصراوي) إحدى المواقع الإخبارية التي حاولت مسايرة الاتجاهات العالمية في هذا الشأن؛ من خلال اهتمامهم بأساليب التحرير الصحفي الحديثة، بل يُعدون أصحاب السبق في هذا المجال على مستوى المؤسسات الصحفية المصرية.

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة الراهنة، والتي تتحدد في (التعرف على الأساليب الحديثة التي يستخدمها الصحفيون المصريون في تحرير كافة الفنون الصحفية في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر، ومدى معرفتهم بها ودوافع استخدامها، والمستويات التحريرية التي تخضع لها المادة قبل نشرها، وأكثر الفنون الصحفية استخدامًا لها، والصياغات التعبيرية المستخدمة معها، ومدى وعيهم بأهميتها، وعلاقة الأسلوب المستخدم بطبيعة المادة الصحفية والجمهور المستهدف، والكشف عن أهم المشاكل التي تواجههم عند استخدام الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، وأهم المقترحات التي تشجع على استخدامها).

أهمية الدراسة:

بالنسبة للأهمية النظرية: لقد شهد مجال البحث والكتابة في الاتجاهات الحديثة في إنتاج المحتوى الصحفي وطرق عرضه تعددًا وغزارة في المكتبة الأجنبية على مستوى البحث والممارسة، فعلى مستوى البحث الأكاديمي، فقد تبيّن للباحثة من خلال مسح الدراسات السابقة غزارة الدراسات التي اهتمت بصحافة البيانات وتوظيف الوسائط المتعددة في تقديم المحتوى الصحفي، كما تعددت الدوريات العلمية التي تخصصت في دراسات الإعلام الإلكتروني والملتيميديا، وعلى مستوى الممارسة نجد اهتمام المراكز الدولية المتخصصة التي شجعت على انتشار الممارسات الجديدة في مجال العمل الصحفي، من خلال استحداث مسابقات عالمية لتشجيع الصحفيين من أهمها جوائز صحافة البيانات التي تقدمها الشبكة العالمية للمحررين.

لذلك فإن الدراسة الراهنة تعد ذات أهمية لسد النقص في الدراسات العربية الخاصة ببحث اهتمام المؤسسات الصحفية المحلية بالظواهر المستجدة في الممارسة الصحفية، ومدى توظيفها للأساليب الحديثة في إنتاج المحتوى الصحفي وتقديمه، وتتزايد أهميتها في ضوء زيادة الاهتمام العالمي بهذا النوع من الممارسات الصحفية وتخصيص جوائز لمنتجيه، وهو ما جعل هناك حاجة إلى الدراسة النظرية لهذه التوجهات الحديثة في غرف الأخبار المحلية؛ للكشف عن واقع هذه الممارسة وطبيعة توظيفها للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني من أجل تقديم المحتوى بشكل أكثر فاعلية، وتعد هذه الدراسة هي الأولى من نوعها في المكتبة الأكاديمية، حيث تسلط الضوء على استخدامات الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني.

أمَّا الأهمية التطبيقية: فهذه الدراسة تمثل أهمية بالنسبة لبيئة العمل الصحفي الإلكتروني في مصر، نظرًا لحداثة التجربة والحاجة إلى رصدها والتعرف على واقعها وإشكالياتها، وتسعى الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى أن تكون باكورة الدراسات العلمية التي تسلط الضوء على الاتجاهات الحديثة فيما يتعلق بالتحرير الصحفي الإلكتروني وتناولها لكافة فنون التحرير الصحفي الهامة في المكتبة العلمية المصرية، ويتضح ذلك فيما يلي:

1- حاجة المكتبة الإعلامية للمزيد من الدراسات على القائم بالاتصال في مجال التحرير الصحفي الإلكتروني، وذلك لقلة عدد الدراسات في هذا المجال.

2- أهمية فن التحرير الصحفي، فهو بمثابة الركيزة الأساسية للمواقع الإلكترونية، إذ يعد محور جذب القراء إلى الموقع، وبدونه لا يمكن للرسالة الإعلامية أن تصل للجمهور.

3- يعد التحرير الصحفي من أهم جوانب العمل في المواقع الإلكترونية، فهو يمثل صلب المواد الصحفية التي تنشرها المواقع الإلكترونية، وهذا يتطلب الكشف عن الأساليب المستخدمة في الكتابة والتحرير.

4- تحديد أكثر أساليب التحرير الصحفي استخدامًا من قبل الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية والأسباب التي تدفعهم لاستخدامها.

5- تحديد مدى حاجة الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية لدورات تدريبية في الأساليب الحديثة لتحرير الفنون الصحفية، من خلال معرفة مستوى أدائهم.

6- معرفة العوامل المؤثرة على استخدام الصحفيين العاملين بالمواقع الإلكترونية للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي.

7- تحديد مستويات التحرير الصحفي المستخدمة من قبل الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية.

أهداف الدراسة:

الهدف العام للدراسة الراهنة هو معرفة مدى استخدام الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر، للأساليب الحديثة في تحرير كافة فنون التحرير الصحفي.

ويتفرع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية، يمكن تفصيلها على النحو التالي:

1- التعرف على أهم الفنون الصحفية التي يستخدمها الصحفيون المصريون العاملون في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر، ومستويات التحرير الصحفي فيها.

2- الكشف عن مدى معرفة الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر بالأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني، وأهم القوالب الفنية التي يستخدمونها معها.

3- معرفة مدى وعي الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر بأهمية تنوع الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية، وفقًا لمحتوى المادة الصحفية، وخصائص الجمهور المستهدف.

4- الوصول إلى متطلبات الصياغة الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني من وجهه نظر الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر والصياغات التعبيرية التي يستخدمونها.

5- الكشف عن أسباب استخدام الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصفحي الإلكتروني، وأسباب عدم استخدامهم لها.

6- إلقاء الضوء على أهم العوامل المؤثرة في استخدام الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي في المواقع الإلكترونية.

7- التعرف على المشاكل التي تواجه الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر عند استخدامهم للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني، وأهم مقترحات التغلب عليها من وجهة نظرهم.

تساؤلات الدراسة:

انطلاقًا من نتائج الدراسات السابقة التي تم استعراضها، وسعيًا إلى تحقيق أهداف الدراسة الراهنة، فإن الباحثة وضعت مجموعة من التساؤلات تؤدي الإجابة عنها في النهاية إلى تحقيق هذه الأهداف، نوجزها فيما يلي:

1- ما مدى استخدام الصحفيين المصريين في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر، للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي؟

2- ما الفنون الصحفية التي يستخدمها الصحفيون المصريون العاملون في المواقع الإلكترونية في مصر؟

3- ما المستويات التحريرية التي تمر بها الفنون الصحفية في المواقع الإلكترونية في تغطية كافة الفنون الصحفية؟

4- ما مدى معرفة الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر بالأساليب الحديثة في التحرير الصحفى الإلكتروني؟

5- ما أهم القوالب الفنية التي يستخدمها الصحفيون المصريون العاملون في المواقع الإلكترونية في مصر مع الأساليب الحديثة في التحرير الصحفي؟

6- ما مدى وعي الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر بأهمية تنوع الأساليب التحريرية المستخدمة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمحتوى المادة الصحفية؟

7- ما مدى مراعاة الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر لرغبات الجمهور في اختيار الأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني؟

8- ما متطلبات الصياغة الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني من وجهه نظر الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر؟

9- ما أهم الصياغات التعبيرية التي يستخدمها الصحفيون المصريون العاملون في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية؟

10- ما أنواع الأساليب التحريرية الحديثة التي يعتمد عليها الصحفيون المصريون العاملون في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر في التحرير الصحفي في المواقع الإلكترونية؟

11- ما الأسباب التي تدفع الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر لاستخدام الأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكترونى؟ وما أسباب عدم استخدامها إن وجدت؟

12- ما المشاكل التي تواجه الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر في استخدام الأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني؟

13- ما أهم المقترحات التي يمكن أن تزيد من استخدام الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني من وجهة نظرهم؟

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومحتوى المادة الصحفية.

2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفى الإلكتروني ومدى الوصول إلى الجمهور المستهدف.

3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ونوع الفنون الصحفية المستخدمة.

4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى استخدامهم للصياغات التعبيرية.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا للمتغيرات الديموغرافية لديهم (النوع، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية).

الإطار النظرى للدراسة:

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري وفي بناء فروضها وتساؤلاتها على نظرية القائم بالاتصال، وتعد النظرية من النظريات الهامة في مجال الدراسات الإعلامية الحديثة، وقد اقترحت من قبل طرف "دافيد مانينج وايت" في دراسة له حول انتقاء الأخبار[30]، ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل أمريكي الجنسية "كرت لوين" في تطوير نظرية حارس البوابة الإعلامية[31]، ويشير هذا المصطلح إلى أن القائم على الأخبار أو الرسائل الإخبارية هو قائم بذاته على فتح أو إغلاق بوابة الخبر، سامحًا

بذلك للخبر أن يندفع إلى الأمام، أو يشاع ليكون حاجزًا ضد عناصر أخرى حسب خليط من الاختبارات المهنية الشخصية[32].

ويقصد بالقائم بالاتصال "الشخص المخول أو صاحب الامتياز والمتمتع بصلاحيات أو نفوذ يسمح له بالتحكم في الرسالة الإعلامية، ويصبح هنا هو صاحب القرار في تمريرها للمتلقي من عدمه، وكذلك تعديلها أو حذف بعض مضامينها وحتى حذفها تمامًا"[33]، ويؤدي القائم بالاتصال دورًا مهمًا ومؤثرًا في عملية انسياب المعلومات إلى الجمهور ويتحكم فيها من ناحيتين[34] :

1- تتحكم الاعتبارات الشخصية للقائم بالاتصال في صنع ما يشاء أو إدخال ما يشاء من مواد، وقد تكون تلك الاعتبارات سياسية وإعلامية مقصودة، يراد من خلالها إحداث تغيير ثقافي أو اجتماعي في الجمهور المستهدف.

2- من خلال ما يحجبه القائم بالاتصال عن الجمهور فإذا كان قد سمح بمرور وسائل إعلام معينة، فإنه قد حرمهم من الأخرى، ويؤكد هذا المفهوم على أن الأكثر أهمية ليس الذي يتم عرضه على الجمهور، بل الذي لم يتم عرضه.

وتُعد هذه النظرية فاعلة ومؤثرة جدًا، إذا كان القائم بالاتصال على قدر من المسئولية، ويدرك أهمية فلترة المضمون الإعلامي ليتوافق مع هوية الجمهور، وينسجم مع قيمه وثقافته، وهي في المقابل خطيرة جدًا إذا استغل هذا الحارس وظيفته في تمرير أهوائه، أو تحقيق مصالحه، أو تطويع البوابة لتتسلل من خلالها الأفكار الرديئة[35].

العوامل التى تؤثر على القائم بالاتصال:

هناك أربعة عوامل تؤثر على عمل القائم بالاتصال، وهي كالتالي[36]:

1- **معايير المجتمع وقيمه وتقاليده:** أي نظام ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بالتنشئة الاجتماعية أو التطبع، فقد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة لأحداث تقع من حوله بسبب تلك المعايير وإحساسه بالمسئولية الاجتماعية.

2- **المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** تؤثر الخصائص والمسلمات الشخصية للقائم بالاتصال في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية، مثل النوع والعمر والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم والانتماءات الفكرية، أو العقائد والإحساس بالذات.

3- **المعايير المهنية للقائم بالاتصال:** يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي

إليها، وتتضمن تلك المعايير كلًا من سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.

4- **معايير الجمهور:** يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، ويؤثر تصور القائم بالاتصال على نوعية الأخبار التي يقدمها.

وهناك العديد من الاتجاهات الخاصة بدراسة القائم بالاتصال التي يمكن من خلالها الكشف عن القوى أو العلاقات التي يتأثر بها القائم بالاتصال، أثناء ممارسته لمهامه في المؤسسات الإعلامية، وتتمثل هذه القوى أو العلاقات في الأمور التالية[37]:

1- خصائص القائم بالاتصال والإحساس بالذات.
2- الانتماءات والجماعات المرجعية.
3- الضغوط المهنية وعلاقات العمل.
4- العلاقات بمصادر الأنباء والمعلومات.
5- تأثير السياسات الخارجية والداخلية.
6- التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين.

وسعت الباحثة إلى توظيف هذه النظرية للتعرف على مدى تأثير المعايير الذاتية والمهنية للقائم بالاتصال على اختيار أسلوب التحرير الصحفي الملائم للمادة الصحفية، وكذلك مدى تأثير معيار الجمهور على القائم بالاتصال عند اختيار الأسلوب التحريري الصحفي تبعًا لتوجهات القارئ ورغباته في قراءة الفن الصحفي بأسلوب معين.

نوع الدراسة: تنتمي الدراسة الراهنة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك، ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات[38]، أو ذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول بأسبابها أو التحكم فيها وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض سببية محددة مسبقًا، كما تستهدف تقدير عدد مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر[39].

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الراهنة على كل من:

(أ) المنهج المسحي:

يُعد جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث[40]، وفي إطاره استخدمت الباحثة أسلوب "**مسح**

أساليب الممارسة الإعلامية"، وهو يعني جمع البيانات والمعلومات من القائمين بالاتصال في نوعيات وسائل الإعلام، ووصف خصائصهم وسلوكهم في إطار النظام الكامل للمؤسسة الإعلامية والمجتمع، وتسجيل هذه البيانات وتبويبها، وتكوين قاعدة معرفية وصفية عن خصائص القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية[41]، ومن خلاله تم التعرف على مدى استخدام الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية المصرية لأساليب تحرير الفنون الصحفية.

(ب) منهج دراسة العلاقات المتبادلة:

سعى هذا المنهج إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة[42]، وفي إطار هذا المنهج استخدمت الباحثة "**أسلوب الدراسات الارتباطية**" للتعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة[43]، واستخدمته الباحثة للوقوف على طبيعة العلاقة الارتباطية بين بعض السمات العامة للقائمين بالاتصال وإجاباتهم على التساؤلات في الدراسة الميدانية.

مجتمع الدراسة والعينة:

تمثل مجتمع الدراسة الراهنة في جميع الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية، والتي تصدر على شبكة الإنترنت، وتم سحب عينة متاحة قوامها (100) مفردة من الصحفيين، موزعة على مواقع صحف (المصري اليوم واليوم السابع ومصراوي) الإلكترونية؛ بهدف معرفة اتجاهات الصحفيين نحو تطور أساليب التحرير الصحفي بهذه المواقع، وتشمل عينة الدراسة الأفراد العاملين تحت المسميات التالية (مدير الموقع، المنتج، المصمم الفني، مصمم الجوانب التفاعلية، مصمم البيانات، المسئول الفني عن النواحي التقنية، محرر الفيديو أو الصحفي المصور)، وتم توزيعها على المواقع الإخبارية عينة الدراسة بناء على أعداد القائمين بالاتصال في كل موقع إخباري.

أسباب اختيار العينة:

تُعد هذه المواقع هي الأكثر ذيوعًا وانتشارًا بين مواقع الصحف الإخبارية الإلكترونية، ولأن قيمة الجريدة في انفرائيتها فهي منذ بداية صدورها وهي تقوم على أنها مواقع تتناول مختلف الموضوعات الاجتماعية، الثقافية، الفنية، الاقتصادية، من خلال فنون التحرير الصحفية المختلفة، بالإضافة إلى أن هذه المواقع تتمتع برصيد كبير من التواجد الصحفي في مصر، علاوة على إمكاناتها المالية والتقنية المتميزة، فتاريخها الصحفي الطويل يفترض فيه تواجد خبرة عالية في التعامل مع الشكل والمضمون على حد سواء تنعكس

على تواجدها الإلكتروني، وتُعد هذه المواقع ذات انقرائية عالية؛ فهناك آلاف المستخدمين يوميًا لمعرفة الأخبار في وقت حدوثها، حيث تقوم هذه المواقع بتغطية الأحداث أولًا بأول، كما تعد هذه المواقع في مقدمة المواقع الإلكترونية للصحف التي تم تصفحها في مصر خلال الفترة من منتصف أكتوبر 2018 حتى منتصف أكتوبر 2019.

أداة جمع البيانات:

استخدمت الباحثة أداة صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع المعلومات من عينة الدراسة، وذلك للتعرف على آراء الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية حول استخدامهم لأساليب التحرير الصحفي فيها.

اجراءات الصدق والثبات للأداة:

أ- الصدق:

عُرضت الاستمارة على السادة المحكمين(*) وجاءت نسبة الاتفاق عليها (85٪)، وأفادت الباحثة من إجراء الصدق في إلغاء بعض الأسئلة، وإعادة صياغة البعض الآخر بما يتلائم وأهداف الدراسة وفي ضوء توجيهات السادة المحكمين.

ب- الثبات:

تم حساب معامل الثبات وذلك باستخدام إعادة الاختبار Test-Reset، حيث تم تطبيق الاستبانة على عينة عشوائية قوامها (30 فردًا) من غير أفراد العينة، ثم قامت الباحثة بعد ذلك بإعادة التطبيق بعد خمسة عشر يومًا من التطبيق الأول على نفس العينة، وتم حساب ثبات الاستبانة باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات التطبيقين الأول والثاني، وقد تراوحت قيم معامل الثبات ما بين 0.82 و 0.92 عند مستوى 0.01، كما بلغت قيمة معامل الثبات للدرجة الكلية للاستبانة 0.85 عند مسنوى 0.01.

المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم تفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي "Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)"، ثم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1- التكرارات (ك)، النسبة المئوية (٪).
2- المتوسط الحسابي.
3- الإنحراف المعياري.
4- معامل الارتباط البسيط (بيرسون).
5- حساب قيمة كا2.

6- تحليل التباين أحادي الاتجاه.

7- أقل فرق معنوي (L.S.D).

التعريفات الإجرائية للدراسة:

الأساليب الحديثة للتحرير الصحفي الإلكتروني : هي "الأساليب التحريرية التي تم استحداثها في إطار القوالب الفنية التقليدية، ولكن دون التقيد بأنماطها وأسس كتابتها من خلال تحديث وإضافة عناصر تحاكي متطلبات ورغبات القارئ الإلكتروني وخصائص وسمات المواقع الإلكترونية، بحيث يتم كتابة الفن الصحفي بطريقة صحفية تجذب انتباهه وتجعله منهمكًا في قراءة المزيد من المعلومات"، وتتمثل هذه الأساليب في الأسلوب التشويقي، الأسلوب التجميعي، أسلوب الماسة، أسلوب الخبر المبني على تفاعلات الجمهور، أسلوب الدورق، أسلوب التتابع الزمني، أسلوب السرد المباشر، أخبار الرسوم المتحركة، أسلوب الكتل النصية، أسلوب النص الطويل، أسلوب غير خطي، أسلوب المقاطع، أسلوب الساعة الرملية، أسلوب القوائم، الأنفوجراف، صحافة البيانات.

الصحفيون المصريون: هم "الممارسون للعمل الصحفي في المواقع الإلكترونية والمكاتب المرخصة وقيد الترخيص في مصر".

المواقع الإلكترونية: هي المواقع الإلكترونية والمكاتب الفرعية المرخصة، وقيد الترخيص في مصر، التي تتسم بمعايير وخصائص الصحافة الإلكترونية من حيث التحديث الدوري للمواد والصور والرسوم، وتعرض كافة أشكال العمل الصحفي، ولها هيئة تحرير وشبكة مراسلين، وسياسة إعلامية واضحة.

نتائج الدراسة:

البيانات الأولية للعينة قيد الدراسة:

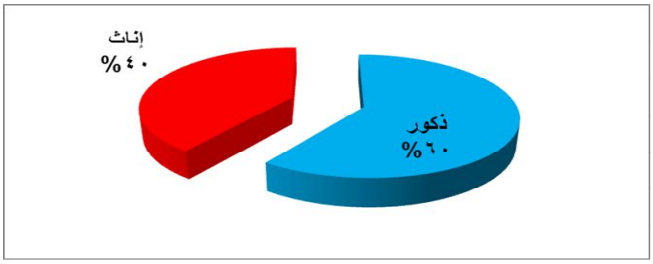
جدول (1)

توزيع مجتمع الدراسة وفقاً لمتغير النوع

م	النوع	العدد	٪
1	ذكر	60	٪60
2	أنثى	40	٪40
الإجمالي		100	٪100

يتضح من جدول (1) أن توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لمتغير النوع، والذي يبلغ (100) فرد بواقع (60) من الذكور، (40) من الإناث، وهو ما يوضحه الشكل رقم (1).

تدل هذه النسبة على تفوق عدد الذكور على الإناث في العدد الكلي للصحفيين المصريين في المواقع الإخبارية عينة الدراسة.



شكل (1) توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لمتغير النوع

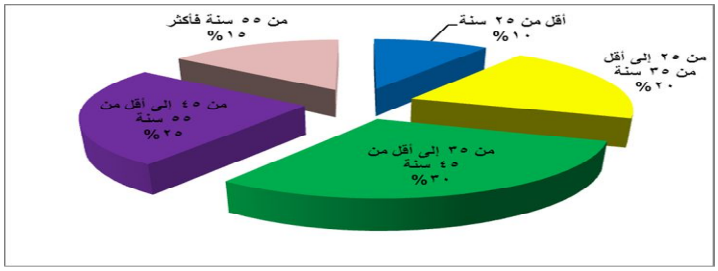
جدول (2)

توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لمتغير السن

م	السن	العدد	٪
1	أقل من 25 سنة	10	٪10
2	من 25 إلى أقل من 35 سنة	20	٪20
3	من 35 إلى أقل من 45 سنة	30	٪30
4	من 45 إلى أقل من 55 سنة	25	٪25
5	من 55 سنة فأكثر	15	٪15
الإجمالي		100	٪100

يتضح من جدول (2) أن توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لمتغير السن كانت بواقع (10) أفراد (أقل من 25 سنة) ، (20) فردًا (من 25– أقل من 35 سنة)، (30) فردًا (من 35– أقل من 45 سنة)، (25) فردًا (من 45– أقل من 55 سنة)، (15) فردًا (من 55 سنة فأكثر)، وهو ما يوضحه الشكل رقم (2).

هناك اعتماد بنسبة كبيرة داخل المواقع الإخبارية عينة الدراسة على المحررين من فئات الشباب.



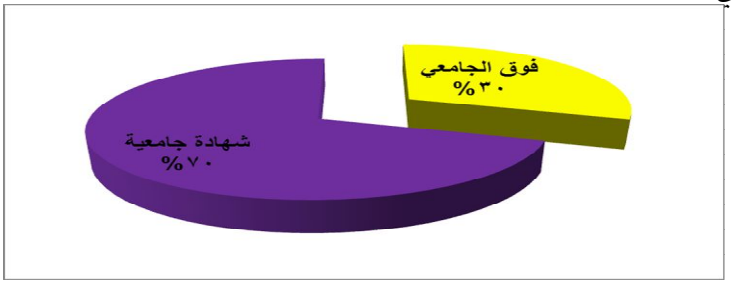
شكل (2) توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لمتغير السن

جدول (3)
توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لمتغير الدرجة العلمية

م	الدرجة العلمية	العدد	٪
1	فوق الجامعي	30	٪30
2	شهادة جامعية	70	٪70
الإجمالي		100	٪100

يتضح من جدول (3) أن توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لمتغير الدرجة العلمية، والذي يبلغ (100) فرد بواقع (30) فردًا من ذوي الدرجة العلمية فوق الجامعية، (70) فردًا من ذوي الشهادة الجامعية، وهو ما يوضحه شكل (3).

هناك اعتماد بنسبة كبيرة داخل المواقع الإخبارية عينة الدراسة على المحررين ذوي المؤهل العالي.



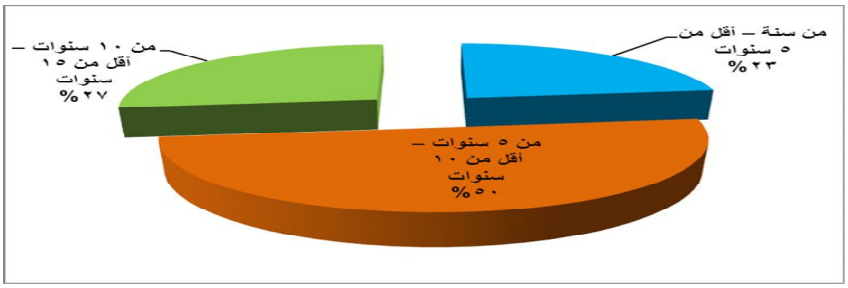
شكل (3) توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لمتغير الدرجة العلمية

جدول (4)
توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لعدد سنوات الخبرة بالمواقع الإخبارية

م	سنوات الخبرة	العدد	٪
1	من سنة – أقل من 5 سنوات	23	٪23
2	من 5 سنوات – أقل من 10 سنوات	50	٪50
3	من 10 سنوات – أقل من 15 سنوات	27	٪27
الإجمالي		100	٪100

يتضح من جدول (4) أن توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لعدد سنوات الخبرة بالمواقع الإخبارية، كانت بواقع (23) فردًا (من سنة– أقل من 5 سنوات)، (50) فردًا (من 5 سنوات– أقل من 10 سنوات)، (27) فردًا (من 10 سنوات– أقل من 15 سنوات)، وهو ما يوضحه الشكل رقم (4).

هناك اعتماد بنسبة كبيرة داخل المواقع الإخبارية عينة الدراسة على المحررين ذوي الخبرات السابقة في العمل، كما ترحب أيضًا بالخريجين من الشباب.



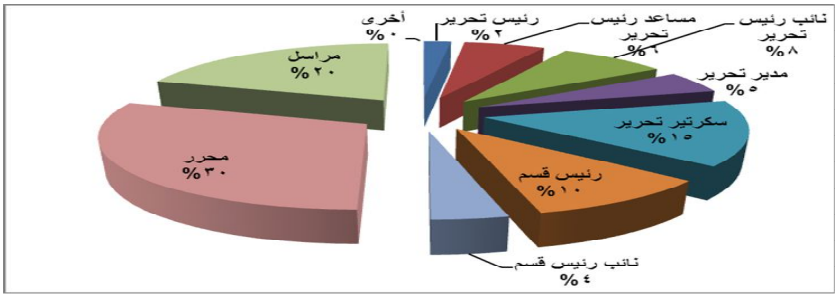
شكل (4) توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لعدد سنوات الخبرة بالمواقع الإخبارية

جدول (5)
توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لطبيعة العمل (الوظيفة الحالية في الصحيفة)

م	طبيعة العمل	العدد	٪
1	رئيس تحرير	2	٪2
2	مساعد رئيس تحرير	6	٪6
3	نائب رئيس تحرير	8	٪8
4	مدير تحرير	5	٪5
5	سكرتير تحرير	15	٪15
6	رئيس قسم	10	٪10
7	نائب رئيس قسم	4	٪4
8	محرر	30	٪30
9	مراسل	20	٪20
10	أخرى	-	٪0
الإجمالي		100	٪100

يوضح جدول (5) توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لطبيعة العمل أو الوظيفة الحالية في الصحيفة، كانت بواقع (2) من أفراد العينة (رؤساء تحرير)، (6) من أفراد العينة (مساعد رئيس تحرير)، (8) من أفراد العينة (نائب رئيس تحرير)، (5) من أفراد العينة (مدير تحرير)، (15) من أفراد العينة (سكرتير تحرير)، (10) من أفرد العينة (رؤساء أقسام)، (4) من أفراد العينة (نائب رئيس قسم)، (30) فردًا (محررًا)، (20) فردًا (مراسلًا) وهو ما يوضحه الشكل رقم (5).

هناك اعتماد بنسبة كبيرة داخل المواقع الإخبارية عينة الدراسة على المحررين والمراسلين.



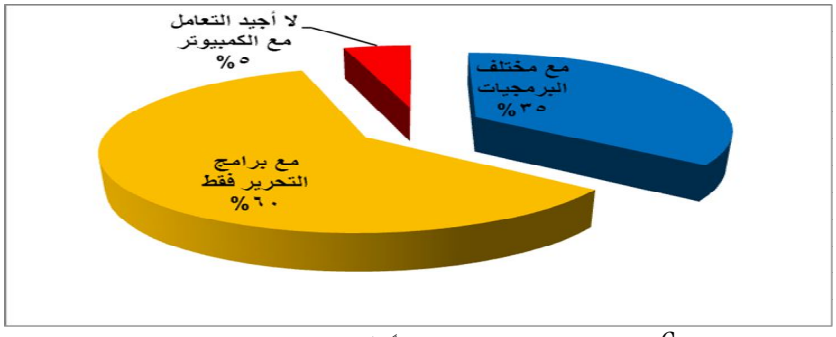
شكل (5) توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لطبيعة العمل أو الوظيفة الحالية في الصحيفة

جدول (6)
توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لإجادة التعامل مع الكمبيوتر

م	إجادة التعامل مع الكمبيوتر	العدد	٪
1	مع مختلف البرمجيات	35	٪35
2	مع برامج التحرير فقط	60	٪60
3	لا أجيد التعامل مع الكمبيوتر	5	٪5
	الإجمالي	100	٪100

يتضح من جدول (6) أن توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لإجادة التعامل مع الكمبيوتر كانت بواقع (35) فردًا يجيد التعامل (مع مختلف البرمجيات)، (60) فردًا يجيد التعامل (مع برامج التحرير فقط)، (5) أفراد (لا يجيدون التعامل مع الكمبيوتر)، وهو ما يوضحه الشكل رقم (6).

يحرص أغلب المحررين في المواقع الإخبارية عينة الدراسة على إجادة التعامل مع الكمبيوتر، وهذا يدل على حرص الصحفيين على تنمية مهاراتهم ومعارفهم وفقًا لإجادة التعامل مع الكمبيوتر، وتطوير هذه المهارات بما يتناسب مع التغييرات المتعاقبة التي تشهدها ساحة الإعلام.



شكل (6) توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لإجادة التعامل مع الكمبيوتر

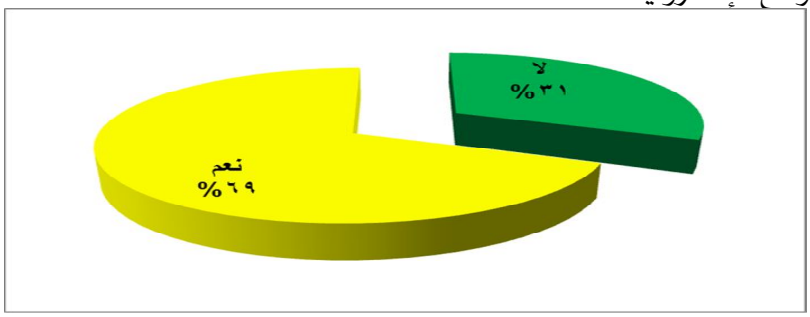
جدول (7)

توزيع مجتمع الدراسة حول الحصول على دورات تدريبية في مجال التحرير الصحفي الإلكتروني

م	الحصول على دورات تدريبية	العدد	٪
1	نعم	69	٪31
2	لا	31	٪69
الإجمالي		100	٪100

يتضح من جدول (7) أن توزيع مجتمع الدراسة وفقًا للحصول على دورات تدريبية في مجال التحرير الصحفي الإلكتروني، بواقع (69) فردًا حصلوا على دورات تدريبية، (31) فردًا لم يحصلوا على دورات تدريبية، وهو ما يوضحه شكل (7).

يحرص أكثر من نصف المحررين في المواقع عينة الدراسة على التدريب وتنمية مهاراتهم ومعارفهم في مجال التحرير الصحفي الإلكتروني، حيث تصل نسبتهم إلى 69٪، وهي نسبة كبيرة تدل على حرص القائم بالاتصال على تطوير مهاراته في مجال عمله بالمواقع الإلكترونية.



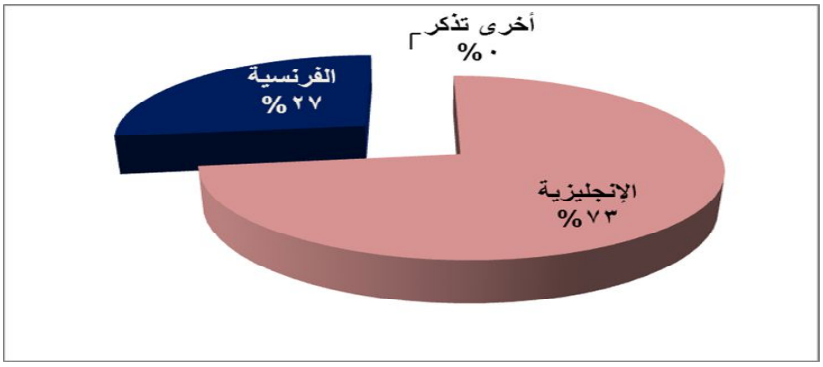
شكل (7) توزيع مجتمع الدراسة حول الحصول على دورات تدريبية في مجال التحرير الصحفي الالكتروني

جدول (8)

توزيع مجتمع الدراسة حول إجادة اللغات غير العربية

م	اللغة التى يجيدها	العدد	٪
1	الإنجليزية	73	٪73
2	الفرنسية	27	٪27
3	أخرى تذكر	-	٪0
الإجمالي		100	٪100

يتضح من جدول (8) أن توزيع مجتمع الدراسة وفقًا لإجادة اللغات (غير العربية)، كانت بواقع (73) فردًا يجيد اللغة الإنجليزية، (27) فردًا يجيد اللغة الفرنسية، وهو ما يوضحه الشكل رقم (8).



شكل (8) توزيع مجتمع الدراسة حول إجادة اللغات غير العربية

تساؤلات المحور الأول: تقييم الصحفيين المصريين للمواقع الإخبارية ومستوى أدائها المهني

جدول (9)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأهم المحددات أو العوامل التي تحكم العمل الصحفي

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	السبق الصحفى	18	٪18	2
2	توجهات المعلنين ومصالحهم	12	٪12	4
3	سياسة التحرير	47	٪47	1
4	سعة انتشار الموقع	15	٪15	3
5	مراعاة الأسلوب لطبيعة الجمهور المستهدف	8	٪8	5
	الإجمالى	100	٪100	-

يتضح من جدول (9) أنه فيما يتعلق بأهم المحددات أو العوامل التي تحكم العمل الصحفي، حقق عامل (سياسة التحرير) المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (47٪)، يليه (السبق الصحفي) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (18٪)، وجاء في المرتبة الثالثة (سعة انتشار الموقع) بنسبة مئوية تبلغ (15٪).

أظهرت النتائج أن السياسة التحريرية للموقع تعد من أهم المحددات أو العوامل التي تحكم العمل الصحفي وتعتبر ضمن العوامل المؤثرة على استخدام القالب الفني للتحرير الصحفي الإلكتروني، إذ بلغت نسبتها (47٪)، وهذا يبين مدى التزام المبحوثين بالسياسة التحريرية، لما لها من أهمية في إظهار المادة الإخبارية بالأسلوب أو الطريقة التي يرغب القائمون على المواقع في إظهارها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، 2007)[44] التي دلت نتائجها على أن السياسة التحريرية في

خصائص النظام الصحفي السائد هي أولى العوامل المؤثرة على فنون الكتابة الصحفية والتحرير الصحفي في عينة دراستها.

كما تتفق مع دراسة (Henry Jenkins,2011)[45] التي أكدت على أن حراس البوابة يتحكمون في اتخاذ القرارات وطريقة وأسلوب نشر المواد الإخبارية.

وبينت النتائج أن السرعة والسبق الصحفي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (18٪)، وهذا يدلل على اهتمام المبحوثين بسرعة صياغة المادة الإخبارية من أجل السبق الصحفي؛ لجذب أكبر عدد من الجمهور أو المستخدمين، وهذا يظهر جليًّا في أوقات الحروب والأزمات، إذ يظهر شكل الخبر بالطريقة التقليدية، ولكن يتم تحديثه كل فترة بإضافة المستجدات، وقد أشارت الدراسات إلى أن الزخم الإعلامي في كيفية التغطية الفورية في الصحافة الإلكترونية شغل القارئ عن التمعن في الأحداث وفهمها، وأدى إلى الانحياز للعارض على حساب الدائم، والانشغال بمشاهد الكوارث عن التمعن في أسباب وقوعها، وآثارها المتوقعة.

كما بينت النتائج أن سعة انتشار الموقع وتوجهات المعلنين ومصالحهم، يعدان ضمن القيم المهنية والإخبارية التي تحكم العمل الصحفي، كما تتحكمان في القالب الفني المستخدم؛ إذ بلغت نسبة الأولى (15٪)، والثانية (12٪)، ورغم أن الجانبين مرتبطان ببعضهم البعض، إلا أن نسبتهما جاءت متفاوتة، ولعل ذلك يرجع إلى أن بعض المواقع الإخبارية تضطر أحيانًا إلى نقل بعض التصريحات عن مواقع أخرى، في حال لم تتوفر لها المصادر، ويتم صياغتها وفق القالب الذي يتفق مع طبيعة المادة الإخبارية، إذ بينت نتائج دراسة Kevin)[46] (Moloney,2014 أن (58.5٪) من الصحفيين يواجهون صعوبات خارجية من أهمها سعة انتشار الموقع، وتوجهات المعلنين ومصالحهم.

جدول (10)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأي مدى تتسم المواقع الإخبارية المصرية بالتنافسية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	كبير جدًا	44	٪44	1
2	كبير	40	٪40	2
3	قليل جدًا	صفر	٪0	5
4	قليل	5	٪5	4
5	متوسط	11	٪11	3
	الإجمالى	100	٪100	-

يتضح من جدول (10) أنه فيما يتعلق بأي مدى تتسم المواقع الإخبارية المصرية بالتنافسية، جاءت تتسم المواقع الإخبارية المصرية بالتنافسية بدرجة (كبيرة جدًا) في

المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (44٪)، يليها بدرجة (كبيرة) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (40٪)، وجاء في المرتبة الثالثة بدرجة (متوسطة) بنسبة مئوية تبلغ (11٪).

جدول (11)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأن سياسات المواقع الإخبارية تعكس توجهات متباينة أم تعكس رؤية واحدة؟

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	نعم	59	٪59	1
2	لا	13	٪13	3
3	إلى حد ما	28	٪28	2
	الإجمالى	100	٪100	-

يتضح من جدول (11) أنه فيما يتعلق بما تعكسه سياسات المواقع الإخبارية من توجهات، كانت في اتجاه (نعم) بنسبة (59٪)، بمعنى أن آراء المبحوثين تتجه نحو أن سياسات المواقع الإخبارية تعكس توجهات متباينة بدرجة أكبر.

جدول (12)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بوجود اختلافات بين المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	نعم	56	٪56	1
2	لا	17	٪17	3
3	إلى حد ما	27	٪27	2
	الإجمالى	100	٪100	-

يتضح من جدول (12) أنه فيما يتعلق بوجود اختلافات بين المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، كانت في اتجاه (نعم) بنسبة (56٪)، بمعنى أن آراء المبحوثين تشير إلى وجود اختلافات بين المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية.

جدول (13)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأهم الاختلافات التي تميز بين المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	السياسة التحريرية	19	٪19	1
2	يغلب عليها طابع السطحية والسرعة في المعالجة	17	٪17	2
3	الاعتماد على مداخل جديدة لإثارة وجذب الجمهور	16	٪16	3
4	طبيعة المادة الصحفية	7	٪7	7
5	الجمهور المستهدف	5	٪5	8
6	النصوص طويلة للغاية	14	٪14	4
7	تغيير تصميم الموقع	11	٪11	5 م
8	كثرة الروابط التشعبية داخل الموضوع	11	٪11	5
9	أخرى تذكر	-	٪0	9
	الإجمالى	100	٪100	-

يتضح من جدول (13) أنه فيما يتعلق بأهم الاختلافات بين المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، جاءت "السياسة التحريرية للمواقع" في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (19٪)، يليها في المرتبة الثانية "يغلب عليها طابع السطحية والسرعة في المعالجة" بنسبة مئوية تبلغ(17٪)، وجاء الاعتماد على مداخل جديدة لإثارة وجذب الجمهور في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (16٪).

بمعنى عدم وجود اختلافات في آراء أفراد العينة حول وجود اختلافات تميز بين المواقع الإخبارية في العمل الصحفي الإلكتروني.

جدول (14) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بدرجة الاهتمام بشكل تقديم الفنون الصحفية في المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	أهتم بشدة	47	٪47	1
2	أهتم إلى حد ما	39	٪39	2
3	لا أهتم مطلقًا	14	٪14	3
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (14) أنه فيما يتعلق بدرجة الاهتمام بشكل تقديم الفنون الصحفية في المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، كانت في اتجاه (أهتم بشدة) بنسبة (47٪)، بمعنى أن هناك اهتمامًا شديدًا لدى المبحوثين بشكل تقديم الفنون الصحفية في المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية.

جدول (15) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأكثر أشكال تقديم الفنون الصحفية التي تلفت الانتباه أثناء تصفح المواقع الإخبارية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	النَّص	19	٪19	3
2	الصورة	13	٪13	4
3	الفيديو	23	٪23	2
4	الصوت	11	٪11	5
5	أكثر من شكل	34	٪34	1
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (15) أنه فيما يتعلق بأكثر أشكال تقديم الفنون الصحفية التي تلفت الانتباه أثناء تصفح المواقع الإخبارية، جاءت العبارة (أكثر من شكل) في المرتبة

الأولى بنسبة مئوية تبلغ (34٪)، يليها (الفيديو) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (23٪)، وجاء في المرتبة الثالثة (النص) بنسبة مئوية تبلغ (19٪).

جدول (16)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمميزات النص بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	وضوح الخط	15	٪15	4
2	إمكانية تكبير النص (من خلال تكبير الشاشة)	32	٪32	1
3	تمييز النص بوضع خط تحته	13	٪13	5
4	استخدام الخطوط الملونة للعناوين	20	٪20	2
5	إمكانية البحث داخل النصوص	20	٪20	2 م
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (16) أنه فيما يتعلق بمميزات النص بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، جاءت ميزة (إمكانية تكبير النَّص "من خلال تكبير الشاشة") في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (32٪)، يليها كل من (استخدام الخطوط الملونة للعناوين)، (إمكانية البحث داخل النصوص) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (20٪) .

جدول (17)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بعيوب النَّص بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	صعوبة القراءة على شاشة الكمبيوتر	41	٪41	1
2	عدم وجود العناوين الفرعية	18	٪18	3
3	نوع الخط غير مريح في بعض الأحيان	23	٪23	2
4	صغر حجم الخط	9	٪9	4
5	طول النص	9	٪9	4 م
6	أخرى تذكر	-	٪0	6
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (17) أنه فيما يتعلق بعيوب النَّص بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، جاء العيب (صعوبة القراءة على شاشة الكمبيوتر) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (41٪)، يليه (نوع الخط غير مريح في بعض الأحيان) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (23٪)، ثم (عدم وجود العناوين الفرعية) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (18٪).

تساؤلات المحور الثاني: اتجاهات الصحفيين المصريين حول الأشكال التحريرية في المواقع الإخبارية الإلكترونية:

جدول (18)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأكثر الفنون الصحفية التي يحررها

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	الخبر الإلكتروني	35	٪35	1
2	القصة الصحفية	9	٪9	4
3	التحقيق الصحفي	7	٪7	5
4	المقال الصحفي	25	٪25	2
5	الحديث الصحفي	5	٪5	6
6	التقرير الصحفي	19	٪19	3
7	أخرى تذكر	-	٪0	7
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (18) أنه فيما يتعلق بأكثر الفنون الصحفية التي يحررونها، جاء (الخبر الإلكتروني) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (35٪)، يليه (المقال الصحفي) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (25٪)، وجاء في المرتبة الثالثة (التقرير الصحفي) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (19٪).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الخبر الصحفي عمومًا يتقدم الفنون الإخبارية في تغطية الأحداث الجارية، علاوة على أن الصحفي الإلكتروني يحرر المواد الإخبارية وفق متطلبات وخصائص الصحافة الإلكترونية التي تتسم بالسرعة، كما أن الجمهور يتذكر الأخبار السريعة أكثر من باقي الفنون، وهذا يتفق مع نتائج دراسة (Behice Ece Ilhan,2018)[47] التي أشارت إلى ارتفاع نسبة استخدام فن الخبر الصحفي في مواقع الصحف الإلكترونية، حيث تستخدمه بنسبة (77.5٪)، كما تتفق مع دراسة (Kevin T. Moloney,2018)[48]والتي بينت أن الخبر الصحفي يحتل المرتبة الأولى في تذكر الجمهور مقارنة بباقي الفنون الصحفية، وهذا يتفق أيضًا مع دراسة(Kevin Moloney,2014)[49] التي أكدت أن ظهور الإعلام الإلكتروني أسهم في زيادة استخدام وانتشار الخبر الصحفي، إذ يتم كتابة بعض الأخبار بشكل قصصي، وبدأت هذه القصص شيئًا فشيئًا تستعير ملامح فن القصة القصيرة في كتابتها.

كما بينت النتائج أن الحديث الصحفي هو أقل الفنون الصحفية استخدامًا، وهذا يرجع إلى أن معظم المواد الإخبارية الإلكترونية تكون مرتبطة بأحداث وليدة اللحظة، ولا مجال لأخذ حديث صحفي مع الشخصية المعنية بالحدث بشكل خاص، وهذا يتفق مع دراسة(Ivar John Erdal,2017)[50] التي بينت غياب استخدام المواقع عينة الدراسة

لفن الحديث الصحفي في عرض قضايا الدراسة، بفعل وجود فنون أخرى، لها التأثير نفسه، مثل: تصريحات الشخصيات المهمة وغيرها، التي تنشر في سياق التقارير الإخبارية أو الأخبار.

جدول (19)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالاعتبارات التي تراعى عند تحرير مادة الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	ضرورة موافقة الإسلوب التحريري مع طبيعة المادة الإخبارية	20	٪20	2
2	أنسنة المادة الإخبارية	2	٪2	13
3	الربط بين الأزمنة الخاصة بالمادة الإخبارية	3	٪3	11
4	مراعاة الإسلوب لطبيعة الجمهور المستهدف	6	٪6	5
5	عدم كتابة الأحداث المشابهة بنفس الأسلوب التحريري	5	٪5	7
6	تبسيط المفردات داخل المادة الإخبارية	2	٪2	13 م
7	الإفادة من الإمكانات التقنية التي تتيحها الشبكة العنكبوتية	7	٪7	4
8	الاختصار والتركيز داخل المادة الإخبارية	5	٪5	7 م
9	الاعتماد على مداخل جديدة لإثارة وجذب الجمهور	4	٪4	9
10	الربط بين الفقرات داخل المادة الإخبارية	3	٪3	11 م
11	السياسة التحريرية	25	٪25	1
12	سعة انتشار الموقع	6	٪6	5 م
13	توفر المعلومات المطلوبة حول المادة الإخبارية	4	٪4	9 م
14	الوقت اللازم لنشر المادة الإخبارية	8	٪8	3
15	أخرى تذكر	-	٪0	15
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (19) أنه فيما يتعلق بالاعتبارات التى تراعى عند تحرير مادة الفنون الصحفية الإلكترونية، جاءت (السياسة التحريرية) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (25٪)، يليها (ضرورة موافقة الأسلوب التحريري مع طبيعة المادة الإخبارية) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (20٪)، وجاء في المرتبة الثالثة (الوقت اللازم لنشر المادة الإخبارية) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (8٪).

وهذا يتفق مع نتائج فرضيات الدراسة الحالية، التي أكدت على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الإلكتروني ومحتوى المادة الصحفية، وتعزو الباحثة

هذه النتيجة إلى وعي الصحفيين وخبراتهم في استخدام الأسلوب التحريري الملائم للمادة الصحفية، وذلك لجذب انتباه القراء، وجعل المادة الإخبارية أكثر وضوحًا وشمولية، وهذا يتفق أيضًا مع فرضيات الدراسة الحالية التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الإلكتروني وطبيعة الجمهور المستهدف، كما تتفق هذه النتيجة مع النموذج الحرَفي في تحرير الأخبار الذي يُعد نموذجًا حديثًا نسبيًا، ويقوم على أن صناعة الأخبار ما هي إلا محاولة يقوم بها محررون ماهرون، حيث يقومون بتوليف الأخبار التي يتم اختيارها حسب أهميتها ومدى اجتذابها لجمهور وسائل الإعلام، ولأسباب اقتصادية فإن التوجه نحو الجمهور أصبح الاعتبار الأول للقائمين على وسائل الإعلام، وهو يجعله الفيصل في الموضوعات التي تحظى بالنشر، وتراجعت أنسنة المادة الإخبارية إلى المرتبة الثالثة عشر بنسبة (2٪) وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Anticipating,2016)[51] التي بينت أن المواد الإخبارية في عينة الدراسة اتسمت بمراعاة أنسنة المادة الإخبارية بدرجة كبيرة، وتم مراعاة السرد القصصي، بما يشمل إعطاء تفسيرات مفصلة، ونقل المعاني الغامضة- التي عادة لا يتم الاهتمام بها في الأخبار- بطريقة مبسطة تستدعي تعاطف القراء.

جدول (20) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالمستويات التحريرية التي تخضع لها الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	تنشر المادة الإخبارية كما وصلت من المصدر	17	٪17	2
2	محرر يعيد كتابة المادة الإخبارية (محرر أول)	53	٪53	1
3	محرر ثاني	15	٪15	3
4	المحرر الذواق	15	٪15	3م
5	أخرى تذكر	-	٪0	5
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (20) أنه فيما يتعلق بالمستويات التحريرية التي تخضع لها الفنون الصحفية الإلكترونية، جاء (محرر يعيد كتابة المادة الإخبارية "محرر أول") في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (53٪)، يليه (تنشر المادة الإخبارية كما وصلت من المصدر) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (17٪)، وجاء في المرتبة الثالثة كل من (محرر ثاني)، (المحرر الذواق) بنسبة مئوية تبلغ (15٪).

وهذا يدلل على حجم اهتمام المواقع الإخبارية بإعادة قراءة وكتابة المادة بعد وصولها إليها، للتأكد من ملائمتها وصلاحيتها للنشر.

وجاء نشر المادة الإخبارية كما وصلت من المصدر بالمرتبة الثانية بنسبة (17٪) وهي نسبة كبيرة، وترجع الباحثة السبب إلى أن بعض القائمين على المواقع الإلكترونية، خاصة محدودة الانتشار يهتمون عادة بنشر المواد الإخبارية، دون مراعاة للقواعد الفنية والصحفية والأساليب التحريرية أو السلامة اللغوية، ويهتمون فقط بالكَمِّ لا بالكيف، ونجد تلك المواقع أحيانًا تندرج تحت مواقع الصحافة الصفراء.

أمَّا المحرر الذواق فقد بلغت نسبته (15٪)، وهذا يبين عدم إيمان المواقع الإخبارية بأهميته وبقدرته على صياغة المادة، وفق أسلوب وقالب فني إخباري جذاب، علاوة على أن مهمة هذا المحرر محصورة في مراجعة الأخبار، ليحذف أو يستبدل الكلمات والتعابير غير اللائقة أو التي تمس المشاعر العامة والذوق العام، وهذه المهمة عادة توكل في المواقع إلى المحرر الأول توفيرًا للوقت والمال.

وهذه النتيجة تتفق مع (Andreas Veglis,2012)[52] التي بينت نتائجها أن الفنون الصحفية المنشورة على الإنترنت لا تخضع دائمًا لمحرر النسخ، وهذا خلاف الفنون الصحفية المنشورة في الصحف المطبوعة التي تخضع فيها جميع الفنون إلى عدة محررين يقومون بمراجعتها.

جدول (21)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأكثر قالب فني يتم استخدامه عند تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	قالب الهرم المقلوب	25	٪25	1
2	قالب الهرم المقلوب المتدرج	15	٪15	2
3	قالب الهرم المعتدل	13	٪13	3
4	لا يوجد قالب محدد	12	٪12	4
5	أسلوب الكتل النصية	3	٪3	9
6	أسلوب السرد المباشر	9	٪9	6
أ	أسلوب التتابع الزمني	10	٪10	5
8	أسلوب الدورق	5	٪5	8
9	الأسلوب الماسي	8	٪8	7
10	أخرى تذكر	-	٪0	10
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (21) أنه فيما يتعلق بأكثر قالب فني يتم استخدامه عند تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، جاء (قالب الهرم المقلوب) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية

تبلغ (25٪)، يليه (قالب الهرم المقلوب المتدرج) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (15٪)، وجاء في المرتبة الثالثة (قالب الهرم المعتدل) بنسبة مئوية تبلغ (13٪).

وتُرجع الباحثة ذلك إلى استخدام المبحوثين الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية، والتي تقوم بالأساس على قالب الهرم المقلوب، كما أنها توائم خصائص الصحافة الإلكترونية بشكل كبير، وتعمل على جذب انتباه القراء، وتضع المادة الإخبارية وفق الأسلوب الملائم لها.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Hai Tran,2018)[53] التي بينت أن مواقع دراسته تلتزم إلى حد ما بقالب الهرم المقلوب في كتابة تقاريرها الإخبارية، ولكنها تختلف بشكل عام في درجة الاهتمام بالبناء الفني لهذا القالب، حيث بلغت نسبة عدم استخدام قالب محدد (12٪)، ويدلل هذا على رغبة المبحوثين في الخروج عن النمطية في تحرير الفنون الصحفية.

جدول (22) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في استخدام القالب الفنيعند تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	السياسة التحريرية للموقع	30	٪30	1
2	الاعتياد على استخدام القالب ذاته	15	٪15	3
3	الظروف المحيطة ببيئة العمل	1	٪1	9
4	المعلومات الخلفية عن المادة الصحفية	4	٪4	7
5	طبيعة المادة الصحفية	2	٪2	8
6	الجمهور المستهدف	10	٪10	4
7	حصيلتك الثقافية واللغوية	صفر	٪0	10
8	الخبرة الصحفية	6	٪6	6
9	السرعة والسبق الصحفى	25	٪25	2
10	قدرتك في الوصول إلى المصادر المتعلقة بالمادة الصحفية	7	٪7	5
11	أخرى تذكر	-	٪0	11
	الإجمالى	100	٪100	-

يتضح من جدول (22) أنه فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في استخدام القالب الفني عند تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، جاءت (السياسة التحريرية للموقع) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (30٪)، يليها (السرعة والسبق الصحفي) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (25٪)، وجاء في المرتبة الثالثة (الاعتياد على استخدام القالب ذاته) بنسبة مئوية تبلغ (15٪).

جدول (23) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بكيفية الخروج عن البناء الفني التقليدي للقوالب الفنية لصياغة الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	من خلال استخدام التعبيرات والوصف	10	٪10	5
2	عدم الالتزام بالأجزاء الرئيسة للقالب	15	٪15	3
3	دمج أكثر من قالب في المادة الإخبارية	20	٪20	2
4	محاكاة أسلوب الرواية في عرض المادة الإخبارية	12	٪12	4
5	وضع عناوين للفقرات	8	٪8	6
6	استخدام جمل قصيرة وبسيطة	30	٪30	1
7	عدم الإجابة على الأسئلة الستة في المقدمة	5	٪5	7
8	أخرى تذكر	-	٪0	8
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (23) أنه فيما يتعلق بكيفية الخروج عن البناء الفني التقليدي للقوالب الفنية لصياغة الفنون الصحفية الإلكترونية، جاء (استخدام جمل قصيرة وبسيطة) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (30٪)، يليه (دمج أكثر من قالب في المادة الإخبارية) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (20٪)، وجاء في المرتبة الثالثة (عدم الالتزام بالأجزاء الرئيسة للقالب) بنسبة مئوية تبلغ (15٪).

وهذا يدلل على مدى اهتمام المبحوثين بالإبداع والابتكار في صياغة الفنون الصحفية، كما تؤكد وجهة نظر (Hai tran,2018)(54) بأن الأساليب التحريرية الحديثة لم تنسف القوالب القديمة مرة واحدة؛ بل أضافت لها طرائق مستحدثة تناسب اهتمام القارئ المعاصر، كذلك أبقى هذا التجديد على القوالب التي ما زال هناك حاجة لاستخدامها مثل قالب الهرم المقلوب، إلا أن مجالات استخدام هذه القوالب أصبحت أكثر تحديدًا، ولم تعد بذات الشكل المألوف لها.

وهذه النتيجة تؤكد ما تتجه إليه الصحافة الإلكترونية في محاولة عرض المواد الإخبارية بالأسلوب القصصي المبسط؛ لجذب انتباه الجمهور، وزيادة عدد القراء والمتابعين للموقع، إذ أثبتت الدراسات أهمية هذا الأسلوب في متابعة الجمهور لقراءة المادة الإخبارية، فقد تبين أنه كلما اقتربت الموضوعات الصحفية بكلماتها وجملها ومصطلحاتها من الإنسان واهتماماته، كلما زادت من نسبة قراءتها عند الجمهور؛: لأن الاهتمام الإنساني مسألة بالغة الأهمية للناس، وهو ما تحاول القصة الصحفية أن تؤديه، ويضرب أحد الصحفيين مثالًا على ذلك، إذ يقول: "إذا كان شخص ما يرتدى ثوبًا بنيًّا

غامقًا، فقل إنه بلون الشوكولاتة، ليس فقط من باب الشرح والتصوير؛ بل لأنه يجعل القصة الصحفية تتضمن شيئًا ما عن الطعام فتضيف قيمة اهتمام وإثارة إليها"(55).

كما بلغت نسبة استخدام التعبيرات والوصف في صياغة الفنون الصحفية (10٪) وهي نسبة قليلة نسبيًا، وتُرجع الباحثة ذلك إلى عدم اهتمام المبحوثين في استخدام الصيغ التعبيرية والوصفية في المواد الإخبارية بالدرجة المطلوبة، وذلك ربما لعدم اعتيادهم عليها، أو لضعف لغتهم الأدبية والبلاغية، ولضيق الوقت أحيانًا أخرى.

جدول (24) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمميزات الخبر الإلكتروني في المواقع الإخبارية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	تعدد الوسائط المستخدمة في عرضه	8	٪8	4
2	تعدد المصادر وتنوعها	25	٪25	2
3	التحديث المباشر على مدار الساعة	20	٪20	3
4	سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال خريطة الموقع	35	٪35	1
5	ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المتشابهة	5	٪5	6
6	إمكانية وصول الأخبار إلى بريد المستخدم فورًا	7	٪7	5
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (24) أنه فيما يتعلق بمميزات الخبر الإلكتروني في المواقع الإخبارية الإلكترونية، جاءت الميزة (سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال خريطة الموقع) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (35٪)، يليها (تعدد المصادر وتنوعها) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (25٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة الميزة (التحديث المباشر على مدار الساعة) بنسبة مئوية تبلغ (20٪).

جدول (25) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأي من الوسائط التالية يتم استخدامها في الحديث الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	لقطات الفيديو	30	٪30	2
2	النص والصور	70	٪70	1
3	لا تستخدم مطلقًا	صفر	٪0	3
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (25) أنه فيما يتعلق بأي من الوسائط يتم استخدامها في الحديث الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية، جاء (النص والصور) في المرتبة الأولى بنسبة

مئوية تبلغ (70٪)، يليه (لقطات الفيديو) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (30٪)، ثم (لا تستخدم مطلقًا) في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة مئوية تبلغ (صفر٪).

جدول (26) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأي من الوسائط التالية يتم استخدامها في التحقيق الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	الصور	45	٪45	1
2	لقطات الفيديو الحية	20	٪20	3
3	الدمج بين أكثر من عنصر من عناصر الوسائط المتعددة	35	٪35	2
4	لا تستخدم مطلقًا	صفر	٪0	4
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (26) أنه فيما يتعلق بأي من الوسائط يتم استخدامها في التحقيق الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية، جاءت (الصور) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (45٪)، يليها (الدمج بين أكثر من عنصر من عناصر الوسائط المتعددة) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (35٪)، ثم (لقطات الفيديو الحية) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (20٪).

جدول (27) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأي من عناصر الوسائط المتعددة التالية يتم ستخدامها في المقال الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	الصور الفوتوغرافية	80	٪80	1
2	الرسوم اليدوية والتوضيحية والتعبيرية	20	٪20	2
3	لا تستخدم مطلقًا	صفر	٪0	3
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (27) أنه فيما يتعلق بأي من عناصر الوسائط المتعددة يتم استخدامها في المقال الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية، جاءت (الصور الفوتوغرافية) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (80٪)، يليها (الرسوم اليدوية والتوضيحية والتعبيرية) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (20٪)، ثم (لا تستخدم مطلقًا) في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة مئوية تبلغ (صفر٪).

جدول (28)
توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأي من العناصر التالية يتم إستخدامها في القصة الصحفية الإلكترونية في المواقع الإخبارية الإلكترونية
ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	النص والصور	60	٪60	1
2	الفيديو	30	٪30	2
3	الوصلات الإضافية	10	٪10	3
4	لا تستخدم مطلقًا	صفر	٪0	4
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (28) أنه فيما يتعلق بأي من العناصر يتم استخدامها في القصة الصحفية الإلكترونية في المواقع الإخبارية الإلكترونية، جاء (النص والصور) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (60٪)، يليه (الفيديو) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (30٪)، ثم (الوصلات الإضافية) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (10٪).

جدول (29) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأكثر الأشكال التي تحظى بالاهتمام أثناء تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية
ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	البريد الإلكتروني	13	٪13	4
2	استطلاع الرأي	30	٪30	2
3	توفر مجال التعليق	40	٪40	1
4	سجلات الزائرين	17	٪17	3
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (29) أنه فيما يتعلق بأكثر الأشكال التي تحظى بالاهتمام أثناء تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية، جاء (توفر مجال التعليق) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (40٪)، يليه (استطلاع الرأي) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (30٪)، ثم (سجلات الزائرين) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (17٪).

تساؤلات المحور الثالث: الأساليب التحريرية الحديثة المستخدمة في تحرير المواقع الإخبارية:

جدول (30) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بكيفية التعرف على الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	أثناء الدراسة الجامعية	5	٪5	7
2	الدورات التدريبية	7	٪7	6
3	الكتب الصحفية	8	٪8	5
4	الخبرة	10	٪10	4
5	الاطلاع على المواقع الأخرى	30	٪30	1
6	الاحتكاك مع الزملاء الآخرين	25	٪25	2
7	الإنترنت	15	٪15	3
8	أخرى تذكر	-	٪0	8
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (30) أنه فيما يتعلق بكيفية التعرف على الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، جاء (الاطلاع على المواقع الأخرى) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (30٪)، يليه (الاحتكاك مع الزملاء الآخرين) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (25٪)، ثم (الإنترنت) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (15٪).

وتعزي الباحثة هذه النتيجة إلى عدم اهتمام المؤسسات الصحفية بعقد دورات تدريبية لموظفيها، حيث بينت النتائج أن الدورات التدريبية كانت في المرتبة السادسة بالنسبة لطرق التعرف على الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية، حيث بلغت نسبتها (6٪) ، وهي نسبة قليلة جدًا، فلابد أن يكون لدى المؤسسات الصحفية رغبة في تحسين قدرات الصحفيين التحريرية وتطوير مهاراتهم الكتابية ومواكبة الحداثة لضمان الحصول على شريحة أوسع من المستخدمين وإن لم تكن بالشكل المطلوب.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (صفاء محمد خليل ، 2016)[56] التي اتفق معظم المحررين على أن الدورات التدريبية كان لها دور رئيس في توفير كل ما يحتاجونه من خلفية تعليمية وتدريبية تؤهلهم مباشرة إلى سوق العمل.

جدول (31) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق باستخدام الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	نعم	70	٪70	1
2	لا	30	٪30	2
	الإجمالى	100	٪100	-

يتضح من جدول (31) أنه فيما يتعلق باستخدام الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، كانت في اتجاه (نعم) بنسبة (70٪)، بمعنى أن غالبية المبحوثين يستخدمون الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية.

تدل هذه النسبة على حجم المهارات والإمكانات لدى الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر، بالرغم من قلة المراجع المتوفرة التي تتحدث عن الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية في المكتبات الجامعية المصرية، وقلة حصول الصحفيين على دورات تدريبية أيضًا تؤهلهم لذلك، نظرًا لحداثة الموضوع، وارتفاع تكلفة الدورات التدريبية.

جدول (32) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأسباب استخدام الأساليب التحريرية الحديثة السابقة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	التقليد والمحاكاة لبعض المحررين	12	٪17.2	2
2	السياسة التحريرية	10	٪14.3	4
3	السرعة في تحرير الخبر	5	٪7.1	5
4	مواكبة التكنولوجيا وتحرير النص وفقًا للوسيلة	11	٪15.7	3
5	الثقافة والثروة اللغوية	2	٪2.9	8
6	طبيعة المادة الصحفية	5	٪7.1	5 م
7	الرغبة في الخروج عن المألوف	3	٪4.3	7
8	إشراك الجمهور في تحرير الخبر	1	٪1.4	10
9	استخدام الوسائط المتعددة	15	٪21.5	1
10	ربط النص الصحفى بالمواد المشابهة له	2	٪2.9	8 م
11	التركيز والاختصار	1	٪1.4	10 م
12	جذب وشد انتباه الجمهور	1	٪1.4	10 م
13	تطبيق ما تعلمته خلال الدراسة الجامعية	1	٪1.4	10 م
14	مراعاة خصائص الصحافة الإلكترونية	1	٪1.4	10 م
15	طبيعة الجمهور	صفر	٪0	15
16	أخرى تذكر	-	٪0	15 م
	الإجمالى	70	٪100	-

يتضح من جدول (32) أنه فيما يتعلق بأسباب استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، جاء (إستخدام الوسائط المتعددة) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (21.5٪)، يليه (التقليد والمحاكاه لبعض المحررين) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (17.2٪)، ثم (مواكبة التكنولوجيا وتحرير النص وفقًا للوسيلة) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (15.7٪).

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن وسائل الاتصال الحديثة أتاحت للمحررين الاطلاع أكثر على أعمال زملائهم في الصحف والمواقع الأخرى، إضافة إلى متابعتهم لبعضهم البعض، ومحاولة محاكاة وتقليد الأفكار والأساليب في ذات الوقت، ويصل الأمر أحيانًا إلى استخدام نفس المرادفات، وعلى الرغم من أن متعة العمل الإعلامي تكمن في التميز والتفرد بالأسلوب وطريقة عرض الحدث، الأمر الذي من شأنه تعزيز مفهوم المهنية ومعاييرها وخلق فضاء للإبداع والابتكار، وعادة ما تكثر السرقة الصحفية في عصر الإعلام الإلكتروني الذي جعل البعض يسترخص ويستسهل العمل الصحفي، ما دفع بالبعض ليس للتقليد وحسب، وإنما لسرقة المنتج الصحفي لزملائهم بما يتميز به من إبداع أو تجديد.

وبالدرجة الرابعة جاءت السياسة التحريرية للموقع إذ بلغت نسبتها (14.3٪) وهذه النتيجة تتفق مع نظرية الدراسة الحالية التي تؤكد على أن القائم بالاتصال يتعرض للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وطريقة عرضه للرسالة الإعلامية، وتؤدي تلك الضغوط في نهاية الأمر إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، وبالتالي نشر الرسالة الإعلامية وفق محدداتها الخاصة، وتتضمن تلك المعايير كلًا من سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.

بينما بلغت نسبة مواكبة التكنولوجيا وتحرير النّص وفقًا للوسيلة (15٪) وهذا يدلل على اهتمام المبحوثين بمواكبة الحداثة وتطوير مهاراتهم تبعًا للوسيلة الإعلامية التي يعملون بها، إذ إن الكتابة للصحافة الإلكترونية تختلف عن الكتابة للصحافة المطبوعة، حيث يلزم النَّص الإلكتروني لنقل المعلومة أو الحدث عدة عناصر، تشمل لقطات فيديو ومواد صوتية وصورًا ورسومًا ساخرة، إلى جانب الكلمات أيضًا، وقد يغير التفاعل بين العناصر السابقة العلاقات والارتباطات داخل هيكل المادة، وبالتالي يتغير السياق أو المعنى النهائي الذي يتلقاه المستخدم في المعنى الظاهري، إذ لا تعتمد المعاني الكامنة في المادة الإلكترونية على محتوى كل وحدة فقط؛ ولكنها تعتمد كذلك على العلاقات والارتباطات بين هذه الوحدات.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Veglis,2015)[57] التي بينت نتائجها غياب الوسائط الفائقة المصاحبة للمادة التحريرية والبديلة عنها، إذ لم تسجل الدراسة وجود ملف صوتي أو فيديو مصاحب للمادة التحريرية بديلًا عنها؛ ليستطيع المستخدم أن يشاهدها دون قراءة المادة التحريرية، إذ كانت نسبة استخدام الوسائط الفائقة في مواقع الدراسة هو (45٪).

كما تختلف مع دراسة (Oksana Kyrylova,2018)[58] التي بينت نتائجها عدم إفادة الصحافة من التقنيات والأساليب الحديثة في التحرير والإخراج.

بينما تأخرت مرتبة تطبيق ما تعلمه خلال الدراسة الجامعية إلى المرتبة العاشرة، وتفسر الباحثة هذا إلى نقص الخبرات والقدرات المؤهلة أكاديميًا لتدريس هذه الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية، كما أن الجامعات لا تعقد دورات تدريبية كافية تمكن الطلبة من امتلاك المهارات الكتابية والتحريرية خلال فترة الدراسة الجامعية.

كما تراجعت نسبة إشراك الجمهور في تحرير الخبر، إذ بلغت (1.4٪) على الرغم من إشراكهم في تحرير الخبر يُعد أسلوبًا مهمًا في بعض الأحداث، وترجع الباحثة ذلك إلى تقدم السرعة في تحرير الخبر التي حظيت بنسبة (7.1٪) ، وكما هو معروف فإن رصد آراء الجمهور وتعقيبهم على الحدث يستغرق وقتًا أطول، وقد لا تهتم إدارة الموقع بمتابعة آرائهم، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Anticipatin,2016)[59] التي بينت نتائجها أن مواقع دراسته لا تستغل الإمكانات الكاملة التي تتيحها الصحافة الإلكترونية، إذ لا تهتم بإقامة اتصال ثنائي الاتجاه بينها وبين المتلقي، وتكتفي بتعاملها مع الجمهور على أنه متلقٍ فقط.

جدول (33) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأكثر الأساليب التحريرية الحديثة المستخدمة عند تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية (*)

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	الأسلوب التشويقى	10	٪14.3	1
2	الأسلوب التجميعى	2	٪2.9	11 م
3	أسلوب المأسة	1	٪1.4	16
4	أسلوب الخبر المبنى على تفاعلات الجمهور	3	٪4.3	9
5	أسلوب الدورق	2	٪2.9	11 م
6	أسلوب التتابع الزمنى	3	٪4.3	9 م
7	أسلوب السرد المباشر	2	٪2.9	11 م
8	أخبار الرسوم المتحركة	7	٪10	4
9	أسلوب الكتل النصية	4	٪5.7	7
10	أسلوب النص الطويل	2	٪2.9	11 م
11	أسلوب غير خطى	5	٪7.1	6
12	أسلوب المقاطع	2	٪2.9	11
13	أسلوب الساعة الرملية	4	٪5.7	7 م
14	أسلوب القوائم	9	٪12.9	2
15	الإنفوجراف	6	٪8.6	5
16	صحافة البيانات	8	٪11.4	3
17	أخرى تذكر	-	٪0	17
	الإجمالى	70	٪100	-

يتضح من جدول (33) أنه فيما يتعلق بأكثر الأساليب التحريرية الحديثة المستخدمة عند تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، جاء (الأسلوب التشويقي) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (14.3٪)، يليه (أسلوب القوائم) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (12.9٪)، ثم (صحافة البيانات) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (11.4٪).

أظهرت النتائج أن الأسلوب التشويقي من أهم الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، إذ بلغت نسبته (14.3٪)، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الأسلوب التشويقي يعد من أسهل الأساليب التحريرية وأكثرها جذبًا للجمهور، إذ يتم سرد الأحداث بطريقة مشوقة وممتعة في ذات الوقت، مما يدفع القارئ إلى مواصلة القراءة، كما أنه يتناسب مع الخبر القصير الذي جاء في مقدمة الفنون الإخبارية المستخدمة مع الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية، أما أسلوب القوائم فقد بلغت نسبته (12.9٪)، وهذا الأسلوب غالبًا ما تستخدمه المواقع

الإلكترونية في حالة التطورات المتتالية للحدث التي تتميز بها الحالة المصرية خاصة والعربية عامة وهذا ما يفسر النتيجة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Source: Andreas Veglis,2016)[60] التي بينت نتائجها اعتماد صحف دراسته على أسلوب القوائم وكذلك الأسلوب الوصفي في كتابة القصة الخبرية. كما حصلت معظم الأساليب التحريرية الأخرى التي تُعد الأكثر حداثة على نسب قليلة جدًا، وتعزو الباحثة ذلك إلى عدم المعرفة الجيدة بها، فضلًا على عدم ملائمتها لتغطية الأحداث الجارية.

جدول (34) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بترتيب الفنون الصحفية وفق استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحريرها

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	الخبر الإلكتروني	25	٪35.7	1
2	القصة الصحفية	4	٪5.7	6
3	التحقيق الصحفي	7	٪10	5
4	التقرير الصحفي	10	٪14.3	3
5	المقال الصحفي	15	٪21.4	2
6	الحديث الصحفي	9	٪12.9	4
	الإجمالي	70	٪100	-

يتضح من جدول (34) أنه فيما يتعلق بترتيب الفنون الصحفية وفق استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحريرها، جاء (الخبر الإلكتروني) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (35.7٪)، يليه (المقال الصحفي) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (21.4٪)، ثم (التقرير الصحفي) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (14.3٪).

جدول (35) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع المحتوى الصحفي الذي يستخدم معه الأساليب التحريرية الحديثة

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	الإنساني	10	٪14.3	3
2	السياسي	20	٪28.6	1
3	التقني	3	٪4.3	7
4	الثقافي	8	٪11.4	4
5	الاجتماعي	7	٪10	5
6	الاقتصادي	15	٪21.4	2
7	الرياضي	5	٪7.1	6
8	الفني	2	٪2.9	8
9	أخرى تذكر	-	٪0	9
	الإجمالي	70	٪100	-

يتضح من جدول (35) أنه فيما يتعلق بنوع المحتوى الصحفي الذي يستخدم معه الأساليب التحريرية الحديثة، جاء المحتوى (السياسي) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (28.6٪)، يليه المحتوى (الاقتصادي) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (21.4٪)، ثم المحتوى (التقني) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (14.3٪).

بينت النتائج أن المحتوى السياسي يتصدر نوع المحتوى الصحفي الذي يستخدم معه المبحوثون الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية بنسبة (28.6٪)، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن المحتوى السياسي غالبًا ما يكون جافًا، لذا يتم استحداث بعض الصياغات والمرادفات وإدخالها عليه، لكي يشد ويجذب انتباه القارئ ويدفع الملل عنه أثناء قراءته للمادة الإخبارية، كما أن معظم الأحداث الرئيسة التي تشهدها المنطقة تكون سياسية.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (John Scanlan,2015)[61] التي جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة المقابلات الصحفية الإلكترونية بنسبة (22٪).

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Rue, J,2017)[62] التي بينت نتائجها تقدم الخبر السياسي على باقي الأخبار الأخرى، وكذلك تقدم الخبر المحلي أيضًا على غيره من الأماكن الجغرافية المستهدفة.

كما بلغت نسبة المحتوى الاقتصادى (21.4٪) وهذه النتيجة تتفق مع التوجهات الحديثة في تغطية الأحداث الاقتصادية بأساليب وطرق حديثة، وجعلها قصصًا تشابه المحتويات الاجتماعية، إذ يربط الصحفي المحتوى الاقتصادي بحياة الناس مباشرة، ليقرب لهم الحدث بصورة أكبر، وتراجعت المحتويات الفنية والثقافية والتقنية، وتعزو الباحثة ذلك إلى قلة تناول هذه الموضوعات من قبل المبحوثين.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (John Scanlan,2015)[63] التي بينت نتائجها ارتفاع نسبة اهتمام المواقع الإخبارية بنشر المواد السياسية والاجتماعية، مقابل انخفاض نشر هذه المواقع للمواد الاقتصادية والتسلية والترفيه.

جدول (36) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالأسباب التي تدفع إلى تنوع الأساليب التحريرية وفقًا لطبيعة المادة الإخبارية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	إثراء المادة الإخبارية	15	٪21.4	2
2	الخروج عن الرتابة التقليدية في المادة الإخبارية	10	٪14.3	3
3	التجديد والابتكار في تحرير المادة الإخبارية	20	٪28.6	1
4	سهولة تحديد أهم أجزاء المادة الإخبارية	6	٪8.6	6
5	زيادة عدد قراء المادة الإخبارية	4	٪5.7	7
6	ربط الحدث بالأسلوب التحريري للمادة الإخبارية	7	٪10	5
7	ربط المادة الإخبارية بالأحداث المشابهة	8	٪11.4	4
8	أخرى تذكر	-	٪0	8
	الإجمالي	70	٪100	-

يتضح من جدول (36) أنه فيما يتعلق بالأسباب التي تدفع إلى تنويع الأساليب التحريرية وفقًا لطبيعة المادة الإخبارية، جاء السبب (التجديد والابتكار في تحرير المادة الإخبارية) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (28.6٪)، يليه السبب (إثراء المادة الإخبارية) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (21.4٪)، ثم السبب (الخروج عن الرتابة التقليدية في المادة الإخبارية) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (14.3٪).

أظهرت النتائج أن الحاجة لتنوع الأساليب التحريرية وفقًا لمحتوى المادة الإخبارية كانت كبيرة من وجهة نظر المبحوثين، كما بينت النتائج أن التجديد والابتكار هو أول الأسباب التي تدفع المبحوثين لتنوع الأساليب التحريرية وفقًا لمحتوى المادة الإخبارية.

وهذا يعزز النتائج السابقة للدراسة الراهنة التي أكدت على أن المبحوثين يحاولون الخروج عن القوالب التقليدية لصياغة الفنون الإخبارية من خلال التجديد والابتكار ودمج أكثر من قالب.

بينما جاء بالمرتبة الثانية إثراء المادة الإخبارية، وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى وعي المبحوثين بإثراء المادة الإخبارية من خلال تنوع الأساليب التحريرية المستخدمة، وبالتالي عرض المادة بطريقة تجذب الجمهور وتتفق مع محتوى المادة الإخبارية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Kevin Moloney, 2017)[64] التي بينت أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة بما فيها من تفاعلية، قدمت للقائمين بالاتصال صورة متكاملة عن خصائص الجمهور واحتياجاتهم ورغباتهم، وبالتالي تعديل الرسالة الإعلامية وإثرائها وفقًا لتلك الخصائص.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Khoi Vinh,2013)[65] التي أظهرت عدم وضوح رؤية القائمين على الصحف الإلكترونية لخصائص الجمهور المستهدف، إذ جاء إدراكهم بالمرتبة الأخيرة بين المتغيرات ذات العلاقة بسياسات الصحف الإلكترونية وأهدافها.

جدول (37) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالأسباب التي تدفع إلى تنوع الأساليب التحريرية وفقًا لطبيعة الجمهور المستهدف

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	تسهيل عملية الفهم والاستيعاب للجمهور	17	٪24.3	2
2	استفادة الجمهور من إمكانات الإنترنت	7	٪10	5
3	زيادة جمهور الموقع	13	٪18.6	3
4	تبسيط المادة للجمهور	10	٪14.3	4
5	تشويق الجمهور	20	٪28.6	1
6	تسهيل تحديد مستوى الكتابة تبعًا للجمهور	3	٪4.3	6
7	أخرى تذكر	-	٪0	7
	الإجمالى	70	٪100	-

يتضح من جدول (37) أنه فيما يتعلق بالأسباب التي تدفع إلى تنويع الأساليب التحريرية وفقًا لطبيعة الجمهور المستهدف، جاء السبب (تشويق الجمهور) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (28.6٪)، يليه السبب (تسهيل عملية الفهم والاستيعاب للجمهور) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (24.3٪)، ثم (زيادة جمهور الموقع) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (18.6٪).

أظهرت النتائج أن الحاجة لتنوع الأساليب التحريرية وفقًا لطبيعة الجمهور المستهدف كانت كبيرة من وجهة نظر المبحوثين، كما بينت النتائج أن تشويق الجمهور جاء في مقدمة الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى تنوع الأساليب التحريرية وفقًا لطبيعة الجمهور المستهدف.

وهذه النتيجة تتفق مع الغاية والهدف من وراء إنشاء أية وسيلة إعلامية، وهو تشويق الجمهور وجذب انتباهه، وتزداد قيمتها مع زيادة جمهورها، لذا دائمًا ما نجد وسائل الإعلام تسعى بشكل دائم إلى تطوير وتحديث محتواها؛ لتجذب وتشوق الجمهور ما يدفعهم إلى متابعتها بشكل دائم ووضعها في قائمته المفضلة.

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Andrew Nachison,2016)[66] التي بينت نتائجها أن رغبات الجمهور تؤثر على طريقة تحليل ونشر الأخبار، ويشتد ذلك التأثير مع أهمية الخبر بالنسبة لهم.

وبالمرتبة الثانية جاء تسهيل عملية الفهم والاستيعاب للجمهور، وكما هو معروف بأن جمهور المواقع الإلكترونية سريع القراءة، ولا يفضل قراءة المضامين المعقدة، أو التي تحتاج إلى تأمل وفهم أعمق، على خلاف قارئ الصحف المطبوعة الذي تترك له الورقة مساحة إلى أن يتأمل في الكلمات، ويعيد قراءتها وتحليلها وتفسيرها.

كما بلغت نسبة تسهيل تحديد مستوى الكتابة تبعًا للجمهور (4.3٪) وهذه النتيجة قليلة نسبيًا؛ ومردها إلى أن المبحوثين لا يهتمون إلى حد ما بوضع خارطة لتحديد مستوى الكتابة تبعًا للجمهور المستهدف، رغم محاولتهم لتبسيط المادة، إلا أنها قد لا تكون بالمستوى المطلوب للقارئ.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Andrew Nachison,2017)[67] التي بينت أن نسبة كبيرة من القراء قد أبدوا مستوى معقولًا من الرضا عن هذه الصحف، في الوقت الذي أشار البعض بأن هناك مشاكل تقنية وفنية تواجه المتصفحين لبعض مواقع دراسته، أو مشكلات عدم الرضا للمحتوى الرسمي لبعض هذه الصحف.

جدول (38)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالأسباب التي تدفع إلى تفضيل أسلوب تحريري على آخر

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	قدرته على التشويق وجذب الانتباه	5	٪7.1	5
2	أصبح استخدامه عادة عندي	1	٪1.4	7
3	تخصص في قضايا محددة	3	٪4.3	6
4	قلة الخبرة بالأساليب التحريرية الأخرى	1	٪1.4	7 م
5	سهولة الأسلوب	1	٪1.4	7 م
6	مراعاة رغبة القراء	13	٪18.6	3
7	زيادة الخبرة بالأسلوب التحريري	20	٪28.6	1
8	مناسبته للوسيلة	15	٪21.4	2
9	ملائمة الأسلوب للمادة الخبرية	1	٪1.4	7 م
10	الخضوع للسياسة التحريرية	10	٪14.3	4
11	أخرى تذكر	-	٪0	11
	الإجمالي	70	٪100	-

يتضح من جدول (38) أنه فيما يتعلق بالأسباب التي تدفع إلى تفضيل أسلوب تحريري على آخر، جاءت (زيادة الخبرة بالأسلوب التحريرى) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (28.6٪)، يليه السبب (مناسبته للوسيلة) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (21.4٪)، ثم (مراعاة رغبة القراء) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (18.6٪).

بينت النتائج أن زيادة الخبرة بالأسلوب التحريري يُعد من أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى تفضيل أسلوب تحريري على آخر.

وهذه النتيجة تدلل على أن زيادة الخبرة في أسلوب تحريري معين تدفع الصحفي أحيانًا لاستخدامه تلقائيًا بغض النظر عن مدى ملائمته لطبيعة الجمهور أو المادة الإخبارية، كونه معتادًا عليه، ما قد يُحدث إشكالية في فهم القراء لبعض المضامين، فضلًا على أن خصوصية الوسيلة تنبع عادة من سياسة التجريب مع اكتساب مهارات عامة، تتراكم طرديًا مع زيادة سنوات الخبرة، خاصة وأن الصحفيين يبدأون عادة بتقليد ومحاكاة أسلوب معين بمبادئه العامة، قبل أن ينضج الفكر الخاص للصحفي؛ ليتخذ من قلمه منبرًا خاصًا له بأسلوبة وطابعه المميز.

بينما بلغت نسبة مناسبة الأسلوب للوسيلة (21.4٪)، وترجع الباحثة هذه النسبة إلى مدى اهتمام الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر إلى جذب انتباه الجمهور وتشويقه من خلال استخدام أسلوب تحريري مناسب للوسيلة، ومن خلال الأسلوب التحريري يتم زيادة عدد المتابعين للموقع.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Khoi Vinh,2013)[68] التي دللت نتائجها على أن الواقع المهني والتقني الجديد الذي فرضته الصحافة الإلكترونية في بيئة العمل الصحفي، يتطلب من المحررين والصحفيين المعاصرين اتساع مهامهم في صياغة المادة التحريرية بشكل مختلف عن الورقية، حيث يتطلب عملهم امتلاك القدرات والمهارات الفنية والتقنية في عرض المادة الإخبارية وإخراجها بشكل جذاب؛ لجذب الجمهور وتشويقه.

وبلغت نسبة مراعاة رغبة القراء في اختيار الأسلوب (18.6٪)، وهذه النتيجة مرجعها إلى أن المواقع تقوم بشكل غير دوري باستطلاع رأي القراء، لمعرفة رأيهم في الموقع من ناحية التصميم والمضمون، وقد يتم تغيير بعض السياسات وفقًا لنتيجة الاستطلاع، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Deuze, Mark,2013)[69] التي دلت نتائجها على حرص مواقع الدراسة على استخدام الاستفتاءات على مواقعها بنسبة (50٪).

جدول (39) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأسباب عدم استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	عدم الرغبة في تغيير الأسلوب التحريري المعتاد عليه	10	٪33.3	1
2	ضعف إتقانها	5	٪16.7	2
3	السياسة التحريرية	1	٪3.3	7
4	قلة الإمكانات التقنية المتاحة في الموقع	3	٪10	4
5	عدم الاكتراث بالجمهور المتابع	1	٪3.3	7 م
6	قلة الخبرة بمهنة التحرير	2	٪6.7	5
7	ضيق الوقت	2	٪6.7	5 م
8	سهولة القوالب الفنية التقليدية	4	٪13.3	3
9	عدم إدراك أهميتها	1	٪3.3	7 م
10	عدم المعرفة الجيدة لها	1	٪3.3	7 م
11	أخرى تذكر	-	٪0	11
	الإجمالى	30	٪100	-

يتضح من جدول (39) أنه فيما يتعلق بأسباب عدم استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، جاء السبب (عدم الرغبة فى تغيير الأسلوب التحريري المعتاد عليه) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (33.3٪)، يليه السبب (ضعف إتقانها) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (16.7٪)، ثم (سهولة القوالب الفنية التقليدية) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (13.3٪).

بينت النتائج أن العادة والتمسك بالقديم جاء في مقدمة أسباب عدم استخدام المبحوثين للأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، وتعزو الباحثة ذلك لعدم وجود حوافز ودورات تدريبية من شأنها دعم قدرات الصحفي وتوضيح أهمية التنوع والتجديد في استقطاب عدد أكبر من القراء.

كما تتفق مع دراسة (Andreas Veglis,2016)[70] التي أكدت نتائجها على أن انتباه المحررين على الإنترنت لا يزال ينصب على الوظيفة التقليدية لتوفير الأخبار ونشرها.

وترى الباحثة أن بعض المواقع لا تشغل عددًا كبيرًا من الصحفيين، إذ يقع على كاهل صحفي أو اثنين تحرير الأخبار الإلكترونية كافة، ما يحد من استخدام الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية، التي قد تتطلب وقتًا أطول في الصياغة، نظرًا لجدتها وعدم استخدامها سابقًا، مما يجعلها تحتاج إلى جهد أكبر ووقت أطول.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (وفاء درويش ، 2013)[71] التي بينت أن قلة عدد المحررين داخل المواقع عينة الدراسة يزيد من حجم الأعباء والمهام الموكلة إلى المحررين؛ ما يجعلهم يشتكون من الضغط أثناء العمل.

وكما هو معروف فإن بعض الأساليب التحريرية تحتاج نوعًا معينًا من التصميم والإمكانات التقنية، وبالرغم من ذلك فإن بعض إدارات المواقع لا تزال ملتزمة بالنمط التقليدي في الأخبار، ولا ترغب في الحياد عنه، جهلًا منها بأهمية تنوع الأساليب التحريرية الحديثة في جذب القراء أو عدم معرفتها بها.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Johnson, J. M. & Rowlands, T,2015)[72] التي بينت أن أكثر الأشخاص الذين يضعون السياسة الإعلامية للمواقع الإلكترونية الإخبارية هم المسئولون عن التحرير، وذلك بنسبة (55.20٪) من إجمالي عينة المبحوثين.

بينما بلغت نسبة ضعف إتقانها (16.7٪) وهذا مرجعه عدم اهتمام إدارة الموقع بتطوير مهارات كادرها الصحفي، كذلك يدلل على الخلل في النظام التعليمي في المساقات الجامعية.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Andreas Veglis,2016)[73] التي بينت أن معظم المراسلين بحاجة إلى قدر من التأهيل الأكاديمي والتدريب لتنمية مهاراتهم.

بينما بلغت نسبة قلة الخبرة بمهنة التحرير (6.7٪) وهؤلاء هم حديثوا التخرج الذين تعتمد عليهم المواقع الإلكترونية بشكل كبير، نظرًا لضعف إمكاناتها المادية وعدم قدرتها على توظيف أصحاب الخبرة والكفاءة.

تساؤلات المحور الرابع: المشاكل والاقتراحات:

جدول (40) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالمشكلات التي قد تواجههم في استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
2	تشابه بعض الأساليب مع بعضها	25	٪25	2
3	عدم وجود دورات تدريبية خاصة بالأساليب التحريرية الحديثة	8	٪8	4
4	سياسة الموقع لا تتناسب معها	4	٪4	7
5	عدم الخبرة الكافية في استخدامها	10	٪10	3
6	عدم وجود حوافز مادية ومعنوية	5	٪5	6
7	جهل الصحفيين بها وعدم المعرفة الجيدة لها	42	٪42	1
8	ضعف الإمكانيات التحريرية للصحفيين	6	٪6	5
9	أخرى تذكر	-	٪0	8
	الإجمالي	100	٪100	-

يتضح من جدول (40) أنه فيما يتعلق بالمشكلات التي قد تواجههم عند استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، جاءت المشكلة (جهل الصحفيين بها وعدم المعرفة الجيدة لها) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (35٪)، تليها المشكلة (تشابه بعض الأساليب مع بعضها) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (25٪)، ثم (عدم الخبرة الكافية في استخدامها) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (10٪).

فيما يتعلق بالمشاكل التي تواجه الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر عند استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية؛ فقد جاء جهل الصحفيين بها وعدم المعرفة الجيدة لها في مقدمة الأسباب، وهذا ما يتفق مع النتائج السابقة للدراسة الحالية، التي أكدت عدم المعرفة الكافية بالأساليب الحديثة لدى المبحوثين، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (محمد الأمين موسى، 2005)[74] التي بينت أن المحررين في المواقع عينة الدراسة يجهلون الكثير من الأساليب التحريرية الحديثة، بالإضافة إلى أن المراسلين يواجهون عقبات إدارية عديدة، تتمثل في عدم تقدير الإدارة لهم، ومطالبة الصحيفة للمراسل بالقيام بأكثر من عمل في نفس الوقت.

وجاء عدم وجود دورات تدريبية خاصة بالأساليب ضمن المشكلات التي تواجه المحررين في تحرير الفنون الصحفية، وترجع الباحثة ذلك إلى أن الدورات التحريرية التي تُعقد تكون في إطار ضيق ولعدد محدود من الصحفيين، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (وفاء درويش، 2013)[75] التي بينت أن كثرة ساعات العمل جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (65٪)، وتعدد المهام الموكلة إليهم بنسبة (24٪).

وجاء عدم وجود حوافز مادية ومعنوية ضمن المشكلات التي تواجه المحررين في تحريرهم للفنون الصحفية، ويدل ذلك على مدى حاجة المبحوثين لتحفيز أنفسهم وتطوير مهاراتهم وقدراتهم التحريرية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Thompson, D,2012)[76] التي أظهرت تأخر توفير الإمكانات المهنية المطلوبة للعمل في الصحف الإلكترونية من قبل القائمين عليها إلى المرتبة السادسة، إلى جانب عدم توفير الاستشارات الداخلية والخارجية للعمل المهني بها، إذ جاءت في المرتبة الأخيرة من الاهتمامات.

كما تتفق مع دراسة (وفاء درويش، 2013)[77] التي بينت أن أهم المشاكل التي يعانيها المحررون في العمل بمواقعهم هي قلة المردود المادي بنسبة (88٪)، وتتفق أيضًا

مع دراسة (Julie Posetti,2014)[78] التي بينت نتائجها أن عدم وجود حوافز معنوية ومادية جاء في المرتبة الثانية بعد تدني الرواتب في العوامل المؤسسية المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال.

جدول (41) توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالمقترحات التي يمكن أن تزيد من استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية

ن = 100

م	العبارة	(ك)	(٪)	الترتيب
1	تنفيذ دورات تدريبية من شأنها توعية الصحفيين بكيفية استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية	30	٪30	1
2	تفعيل دور الجامعات في تعليم وتدريب طلبة الصحافة حول الأساليب التحريرية الحديثة	18	٪18	3
3	توعية الصحفيين بأهمية التنوع في الأساليب التحريرية لجذب انتباه الجمهور	13	٪13	4
4	ربط الأساليب التحريرية الحديثة بزيادة عدد جمهور المواقع الإلكترونية الإخبارية	20	٪20	2
5	تنظيم مسابقات صحفية متعلقة بالأساليب التحريرية الحديثة	3	٪3	7
6	تشجيع البحث العلمي في طرق تحرير الأخبار الإلكترونية	7	٪7	6
7	إثراء المكتبات الجامعية بالكتب المتخصصة بالأساليب التحريرية الحديثة	9	٪9	5
8	أخرى تذكر	-	٪0	8
	الإجمالى	100	٪100	-

يتضح من جدول (41) أنه فيما يتعلق بالمقترحات التي يمكن أن تزيد من استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، جاء المقترح (تنفيذ دورات تدريبية من شأنها توعية الصحفيين بكيفية استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (30٪)، يليه (ربط الأساليب التحريرية الحديثة بزيادة عدد جمهور المواقع الإلكترونية الإخبارية) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (20٪)، ثم (تفعيل دور الجامعات في تعليم وتدريب طلبة الصحافة حول الأساليب التحريرية الحديثة) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ (18٪).

جاء تنفيذ دورات تدريبية من شأنها توعية الصحفيين بطريقة استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية في مقدمة المقترحات التي يمكن أن تزيد من استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية من وجهة نظر المبحوثين، وهذه النتيجة تتفق مع النتائج السابقة للدراسة الراهنة، وتؤكد على مدى أهمية الدورات في تطوير مهارات وقدرات الصحفيين.

كما تتفق مع دراسة (Rebekah E.D McBride,2016)[79] التي أكدت أن تراجع اهتمام الوكالة بتطوير قدرات القائمين بالاتصال يؤثر على أدائهم بالمرتبة السادسة.

كما جاء مقترح إثراء المكتبات الجامعية بالكتب المتخصصة بالأساليب التحريرية الحديثة ضمن مقترحات زيادة استخدام الأساليب الحديثة في تحرير كافة الفنون الصحفية، وهذا يدلل على أهمية دور الجامعة في تعليم الطلبة وتخريج صحفيين يمتلكون مهارات وقادرين على تطبيقها عمليًا، ومدى حاجة الجامعات المصرية لتزويد مكتباتها بالكتب الحديثة ومواكبة كل ما ينشر في مجال الصحافة عامة، والإلكترونية خاصة التي تتسم بالتطور المتسارع؛ وذلك بزيادة المساقات العلمية والعملية في الخطط الدراسية للجامعات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Sergio Splendore,2017)[80] التي أكدت نتائجها على ضرورة التركيز على تعلم مهارات الصحافة التقليدية إلى جانب تعلم المهارات التقنية المتعلقة بصحافة الإنترنت والمحمول، وإلغاء فكرة أن المهارات الصحفية الإلكترونية والمطبوعة واحدة.

كما بلغت نسبة توعية الصحفيين بأهمية التنوع في الأساليب الحديثة لجذب انتباه الجمهور (13٪)، وهذا يدل على أهمية مردها إلى الإعلام الذي لا يمكن أن يستمر دون جمهور، بالتالي يجب جذبه ومواكبة احتياجاته ورغباته لتصل الرسالة إليه كما يجب.

فروض الدراسة:

الفرض الأول:

جدول (42) حساب معامل الارتباط بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومحتوى المادة الصحفية

ن = 100

استخدام الصحفيين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني		محتوى المادة الصحفية		معامل الارتباط	مستوى الدلالة
م1	ع1	م2	ع2		
1.700	0.461	4.014	1.945	0.315**	دال عند 0.01

يتضح من جدول (42) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومحتوى المادة الصحفية، وهو ما يحقق صحة الفرض الأول والذي ينص على أنه "**توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين**

المصريين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومحتوى المادة الصحفية".

وترجع الباحثة السبب إلى حرص الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر على مراعاة اختيار الأسلوب التحريري الحديث الملائم لمحتوى المادة الإخبارية، مما يشير إلى وعي الصحفيين بأهمية هذه الأساليب ودورها في إيصال الرسالة الإعلامية واضحة جلية، وبأسلوب سهل وسريع، وجذاب ومشوق للقارئ، يجذبه للموقع بدلًا من التوجه إلى مواقع إلكترونية منافسة يجد فيها القارئ أساليب تحريرية تشبع حاجاته ورغباته، وتحفزه على متابعة القراءة وتصفح المواد الإخبارية في الموقع، فضلًا عن أن لكل موقع نظرة وسياسة خاصة متعلقة بالحدث، إذ يتم صياغته وفق تلك النظرة وتقديم الأحداث بالأسلوب التحريري المتوافق مع سياستها.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Jane B. Singer,2015)[81] التي بينت أن ارتفاع القيم الإخبارية في الفنون الصحفية تسهم في زيادة اهتمام المراسل في طريقة صياغتها وتحريرها.

الفرض الثاني:

جدول (43) حساب معامل الارتباط بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى الوصول إلى الجمهور المستهدف

ن = 100

استخدام الصحفيين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني		طبيعة الجمهور المستهدف		معامل الارتباط	مستوى الدلالة
م1	ع1	م2	ع2		
1.700	0.461	3.257	1.648	0.326**	دال عند 0.01

يتضح من جدول (43) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وطبيعة الجمهور المستهدف، وهو ما يحقق صحة الفرض الثاني والذي ينص على أنه "**توجد علاقة** ارتباطية **ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى الوصول إلى الجمهور المستهدف**".

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى الوصول إلى الجمهور المستهدف.

وتدلُّ هذه النتيجة على اهتمام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر بالجمهور المتابع ومراعاة خصائصه وتنوعه واهتماماته؛ وبالتالي صياغة الحدث وفقًا لتلك الخصائص، إذ ولى عهد الرؤية والأسلوب الواحد للحدث في ظل الثروة المعلوماتية، وإمكانية الحصول على المعلومة من مصادر أخرى، وبالتالي وجب على الصحفيين تحرير الأحداث الجارية وفقًا للجمهور المستهدف، لإحداث التغيير المنشود وإقناعه بوجهة النظر التي يريدون إيصالها له، دون انتقاص أي جزء من الحدث، ولكن من خلال اختيار أسلوب تحريري مناسب، والتركيز على بعض الجزئيات وجعلها في المقدمة، وهذه الطريقة تؤدي إلى زيادة عدد جمهور المتابعين، وتزيد من انتشار الموقع.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Michael Zanchelli, Sandra Crucianelli,2013)[82] التي بينت أن القرارات التحريرية للمحررين تتأثر بمقاييس الجمهور، إذ يحاولون رصد رغبات الجمهور وتلبيتها، حتى لو اضطر إلى تغيير السياق التحريري للمادة، أو إضافة أو حذف بعض العبارات والكلمات بما يتفق مع توجهات الجمهور وحاجتهم للمعرفة؛ وذلك لجذب انتباه الجمهور، كما أن له اعتبارات اقتصادية في جذب المعلنين.

الفرض الثالث:

جدول (44) حساب معامل الارتباط بين إستخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ونوع الفنون الصحفية المستخدمة

ن = 100

استخدام الصحفيين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني		الفنون الصحفية		معامل الارتباط	مستوى الدلالة
م1	ع1	م2	ع2		
1.700	0.461	3.186	1.913	0.292*	دال عند 0.05

يتضح من جدول (44) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني والفنون الإخبارية، وهو ما يحقق صحة الفرض الثالث والذي ينص على أنه "**توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ونوع الفنون الصحفية المستخدمة**".

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ونوع الفنون الصحفية المستخدمة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الأساليب التحريرية الحديثة تتناسب مع الفنون الصحفية كافة، كما تدلُّ هذه النتيجة على مدى وعي الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر بالأساليب التحريرية الحديثة وطرق استخدامها، كما تبين تنوع الفنون الصحفية في عرض الأحداث الجارية.

الفرض الرابع:

جدول (45) حساب معامل الارتباط بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى استخدامهم للصياغات التعبيرية

ن = 100

استخدام الصحفيين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني		الصياغات التعبيرية (*)		معامل الارتباط	مستوى الدلالة
م1	ع1	م2	ع2		
1.700	0.461	4.030	1.861	0.553**	دال عند 0.01

يتضح من جدول (45) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني والصياغات التعبيرية، وهو ما يحقق صحة الفرض الرابع والذي ينص على أنه "**توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى إستخدامهم للصياغات التعبيرية**".

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى استخدامهم للصياغات التعبيرية.

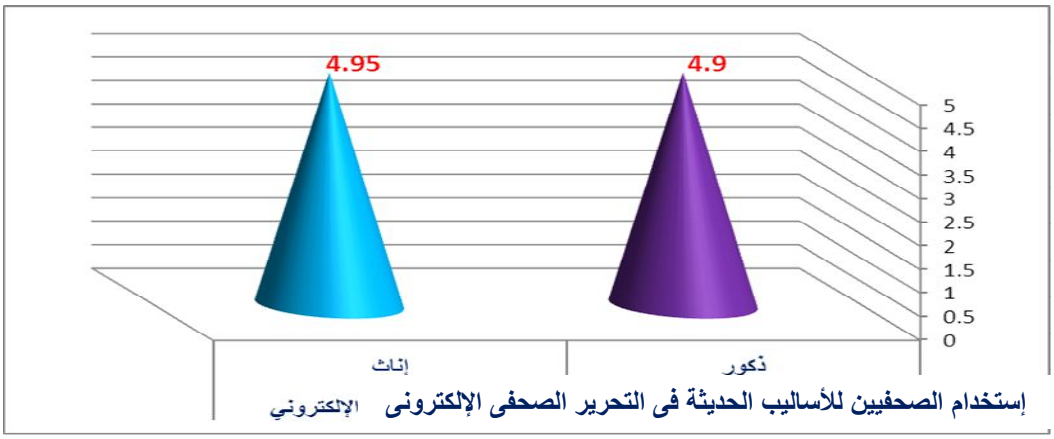
وترى الباحثة أن الصياغات التعبيرية مهمة جدًا في الأساليب التحريرية الحديثة التي تعتمد إلى حد كبير على استخدام الصياغات التعبيرية في كتابة الحدث، وذلك لما لها من أبعاد إنسانية وبلاغية وقدرة على شد انتباه الجمهور والتأثير فيه، على خلاف الصياغات المباشرة التي قد لا تلامس سوى عين الجمهور، ويزول أثرها حين الانتهاء من قراءتها، علاوة على أنها قد تدفعهم إلى الملل وعدم إكمال قراءة المادة الصحفية، والاكتفاء فقط بالاطلاع على المقدمة، ثم الاطلاع على مواد أخرى، وهذه إحدى خصائص جمهور المواقع الإلكترونية الذي يتسم بسرعة القراءة.

الفرض الخامس:

جدول (46) دلالة الفروق بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (النوع)

المتغير	ذكور ن = 60		إناث ن = 40		قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	م1	ع1	م2	ع2		
استخدام الصحفيين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني	4.900	1.411	4.949	1.891	0.147	غير دال

يتضح من جدول (46) وما يحققه شكل (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (النوع).



شكل (9) الفروق بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (النوع)

وترى الباحثة أن تشابة البيئة التي يعيش فيها الصحفيون والصحفيات، وعدم وجود مفاضلة من قبل إدارات المواقع الإلكترونية على أساس النوع في العمل الصحفي، يدفع كلا الجنسين إلى التميز والتفوق في عمله، وإثبات نفسه على الساحة الصحفية، إذ أن النظرة القديمة بأن الصحافة مهنة لا تقوى عليها الإناث بدأت بالتلاشي في ظل عصر الثورة التكنولوجية، والتطور الهائل في مجال الإعلام والاتصالات، حيث استطعن إثبات جدارتهن وقدرتهن على منافسة الذكور بل والتفوق عليهم في بعض الأحيان، لذا يحرص النوعان على متابعة ومواكبة كل حديث ومتطور في عالم الصحافة، لكي يثبت أحقيته بالعمل والقدرة على التميز والإبداع.

جدول (47) دلالة الفروق بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (العمر)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	161.537	4	40.384	35.847**	دال عند 0.01
داخل المجموعات	107.023	95	1.127		
الإجمالي	268.560	96	-		

يتضح من جدول (47) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين متوسطات درجات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمعرفة الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر بالأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (العمر)، ونظرًا لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات كما يتضح في جدول (48).

وترى الباحثة أنه تبين وجود فروق تعزى لمتغير العمر ترجع إلى أن المواقع الإلكترونية حديثة العهد نسبيًا، ويحاول العاملون فيها استخدام أساليب تحريرية حديثة في صياغة مواد الفنون الصحفية لجذب انتباه الجمهور وزيادة عدد المستخدمين، ويلجؤون إلى التقليد والمحاكاة من بعضهم البعض.

جدول (48)

حساب أقل فرق معنوي L.S.D للمقارنة بين المتوسطات وفقًا لمتغير (العمر)

السن	ن	المتوسطات	أقل من 25 سنة	من 25 إلى أقل من 35 سنة	من 35 إلى أقل من 45 سنة	من 45 إلى أقل من 55 سنة	من 55 سنة فأكثر
أقل من 25 سنة	10	6.100					
من 25 إلى أقل من 35 سنة	20	5.850	0.250				
من 35 إلى أقل من 45 سنة	30	5.400	0.700	0.450			
من 45 إلى أقل من 55 سنة	25	2.720	3.380*	3.130*	2.680*		
من 55 سنة فأكثر	15	5.333	0.767	0.517	0.067	2.613*	

يتضح من جدول (48) وما يحققه شكل (10) ما يلي:

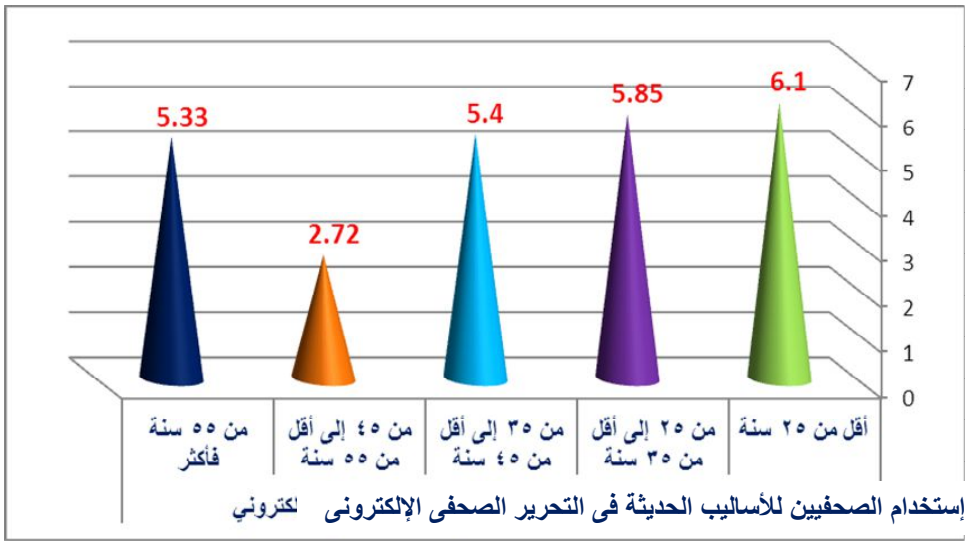
1- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين استجابات الصحفيين المصريين (أقل من 25 سنة) والصحفيين (من 45 إلى أقل من 55 سنة)

في مستوى معرفتهم بالأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني لصالح استجابات الصحفيين (أقل من 25 سنة)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الصحفيين المصريين (أقل من 25 سنة) واستجابات الصحفيين في المراحل العمرية الأخرى.

2- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين استجابات الصحفيين المصريين (من 25 إلى أقل من 35 سنة) والصحفيين (من 45 إلى أقل من 55 سنة) في مستوى معرفتهم بالأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني لصالح استجابات الصحفيين (من 25 إلى أقل من 35 سنة)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الصحفيين المصريين (من 25 إلى أقل من 35 سنة) واستجابات الصحفيين في المراحل العمرية الأخرى.

3- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين استجابات الصحفيين المصريين (من 35 إلى أقل من 45 سنة) والصحفيين (من 45 إلى أقل من 55 سنة) في مستوى معرفتهم بالأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني لصالح استجابات الصحفيين (من 35 إلى أقل من 45 سنة)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات الصحفيين المصريين (من 35 إلى أقل من 45 سنة) واستجابات الصحفيين (من 55 سنة فأكثر).

4- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين استجابات الصحفيين المصريين (من 45 إلى أقل من 55 سنة) والصحفيين (من 55 سنة فأكثر) في مستوى معرفتهم بالأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني لصالح استجابات الصحفيين (من 55 سنة فأكثر).

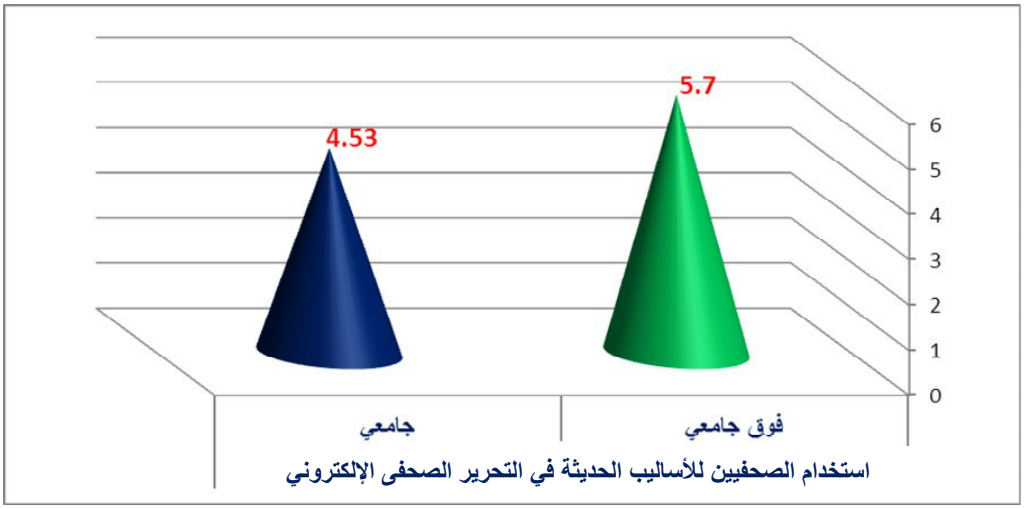


شكل (10) الفروق بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (العمر)

جدول (49) دلالة الفروق بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (الدرجة العلمية)

المتغير	فوق جامعى ن = 30		جامعى ن = 70		قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	م1	ع1	م2	ع2		
استخدام الصحفيين للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني	5.700	1.579	4.529	1.558	3.432	دال عند 0.01

يتضح من جدول (49) وما يحققه شكل (11) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين معرفة الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر بالأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير الدرجة العلمية (فوق جامعي– جامعي) لصالح الصحفيين ذوي المؤهل فوق الجامعي.



شكل (11) الفروق بين إستخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقاً لمتغير (الدرجة العلمية)

إذ تبين أن هناك فروقًا في الاستخدام للأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية بين حملة درجة الدبلوم والبكالوريوس لصالح حملة درجة البكالوريوس، وتبين أن هناك فروقًا في الاستخدام للأساليب الحديثة في التحرير الإخباري بين حملة درجة الدبلوم والدراسات العليا لصالح حملة درجة الدراسات العليا، وتبين عدم وجود فروق في الاستخدام للأساليب الحديثة في التحرير الإخباري بين حملة درجة البكالوريوس والدراسات العليا.

وهذه النتيجة تختلف مع دراسة (Ester Appelgren and Gunnar Nygren,2015)[83] إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) نحو ميزات الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر الصحفيين والإعلاميين تعزى لمتغير المؤهل العلمي في جميع مجالات الأداء ككل.

وترجع الباحثة السبب في ذلك إلى أن المستوى التعليمي والتعمق في دراسة الأساليب التحريرية الحديثة يمكن الصحفيين من استخدامها بالطريقة المثلى، ويزيد من استخدامهم لها؛ إذ أن المعرفة السطحية لها قد تدفع الصحفي إلى التخوف من استخدامها، ولا تمنحه في ذات الوقت الإمكانات والمهارات اللازمة لذلك.

جدول (50)

دلالة الفروق بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (الخبرة المهنية)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	113.262	2	56.631	35.372**	دال عند 0.01
داخل المجموعات	155.298	97	1.601		
الإجمالي	268.560	99	-		

يتضح من جدول (50) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين متوسطات درجات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق باستخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (الخبرة المهنية)، ونظرًا لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، كما يتضح في جدول (51).

جدول (51)

حساب أقل فرق معنوي L.S.D للمقارنة بين المتوسطات وفقًا لمتغير (الخبرة المهنية)

السن	ن	المتوسطات	من سنة – أقل من 5 سنوات	من 5 سنوات – أقل من 10 سنوات	من 10 سنوات – أقل من 15 سنة
من سنة – أقل من 5 سنوات	23	3.174			
من 5 سنوات – أقل من 10 سنوات	50	4.960	1.786*		
من 10 سنوات – أقل من 15 سنة	27	6.185	3.011*	1.225*	

يتضح من جدول (51) وما يحققه شكل (12) ما يلي:

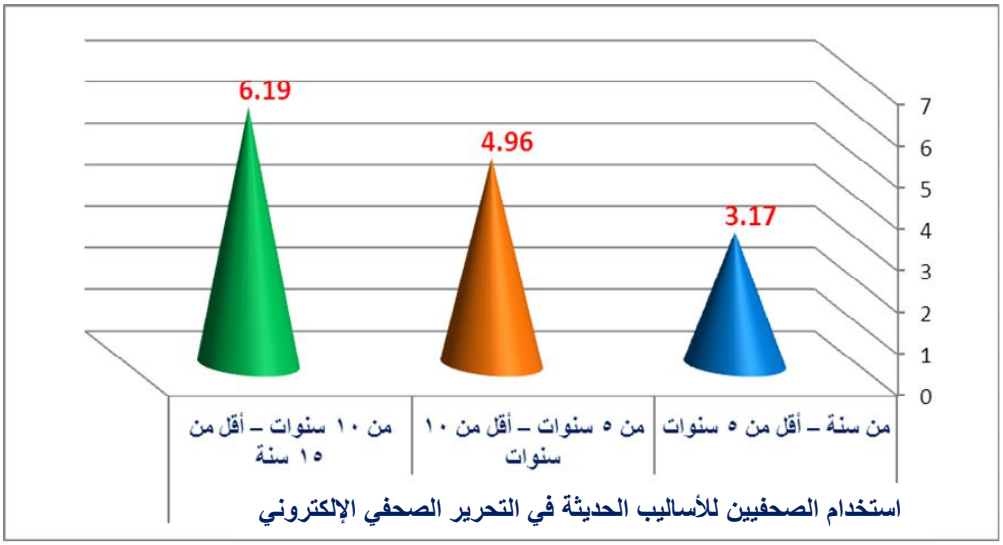
1- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين استجابات الصحفيين المصريين ذوي الخبرة المهنية (من سنة– أقل من 5 سنوات) وكل من الصحفيين ذوي الخبرة المهنية (من 5 سنوات– أقل من 10 سنوات) و (من 10 سنوات– أقل من 15 سنة) في مستوى استخدامهم للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني لصالح استجابات الصحفيين (من 5 سنوات– أقل من 10 سنوات) و (من 10 سنوات– أقل من 15 سنة).

2- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين استجابات الصحفيين المصريين ذوي الخبرة المهنية (من 5 سنوات– أقل من 10 سنوات)

والصحفيين ذوي الخبرة المهنية (من 10 سنوات– أقل من 15 سنة) في مستوى استخدامهم للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني لصالح استجابات الصحفيين ذوي الخبرة (من 10 سنوات– أقل من 15 سنة).

وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى أن الخبرة تسهم بشكل مباشر في التمكن من استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الإخبارية الإلكترونية، إذ كلما زادت عدد سنوات الخبرة كلما زاد استخدام الصحفي للأساليب التحريرية الحديثة، وهذا يرجع إلى أن قدرة الصحفي ومهاراته التحريرية تتطور، كلما زادت ممارسته للعمل الصحفي، فعلى الرغم من أهمية الدراسة الأكاديمية والاطلاع على الكتب في معرفة الأساليب الحديثة، إلا أن الممارسة تبقى الفيصل في زيادة تمكن الصحفي منها.

مما سبق وفي ضوء نتائج الجداول (46– 51) يتحقق صحة الفرض الخامس والذي ينص على أنه "**توجد فروق ذات دلالة** إحصائية **بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا للمتغيرات الديموجرافية لديهم (النوع، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية).**



شكل (12) الفروق بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا لمتغير (الخبرة المهنية)

النتائج العامة الدراسة:

توصلت الدراسة الميدانية التي قامت الباحثة بإجرائها على عينة قوامها (100 مفردة) من الصحفيين باستخدام أداة الاستبانة إلى عدد من النتائج المتعلقة بالإجابة على تساؤلات البحث واختبار فروضه، والتي تسعى جميعها إلى تحقيق أهداف البحث، وفيما يلي أبرز النتائج العامة:

1- أن الصحفيين المصريين لم يصلوا لدرجة الاحترافية في استخدام الأساليب الحديثة للتحرير الصحفي، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Hai Tran,2015) من كون الكثير من الصحفيين لا يصلون إلى درجة الاحترافية في استخدامهم للأساليب التحريرية الحديثة.

2- أظهرت النتائج أن السياسة التحريرية للموقع الإخباري تُعد من أهم المحددات أو العوامل التي تحكم العمل الصحفي، وتعتبر ضمن العوامل المؤثرة على استخدام القالب الفني للتحرير الصحفي الإلكتروني، إذ بلغت نسبتها (47٪)، وهذا يبين مدى التزام المبحوثين بالسياسة التحريرية، لما لها من أهمية في إظهار المادة الإخبارية بالأسلوب أو الطريقة التي يرغب القائمون على المواقع في إظهارها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، 2007) التي دلت نتائجها على أن السياسة التحريرية في خصائص النظام الصحفي السائد هي أولى العوامل المؤثرة على فنون الكتابة الصحفية والتحرير الصحفي في عينة دراستها، كما تتفق مع دراسة (Henry Jenkins,2011) التي أكدت على أن حراس البوابة يتحكمون في اتخاذ القرارات وطريقة وأسلوب نشر المواد الإخبارية.

3- أكدت نتائج الدراسة على أن حراس البوابة يتحكمون في اتخاذ القرارات وطريقة وأسلوب نشر المواد الإخبارية.

4- تشير نتائج الدراسة إلى اهتمام المبحوثين بسرعة صياغة المادة الإخبارية من أجل السبق الصحفي؛ لجذب أكبر عدد من الجمهور والمستخدمين، وهذا يظهر جليًا في أوقات الحروب والأزمات، واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Kevin Moloney,2014) التي أكدت نتائجها على أن (58.5٪) من الصحفيين يواجهون صعوبات خارجية من أهمها سعة انتشار الموقع، وتوجهات المعلنين ومصالحهم.

5- بينت النتائج عدم وجود اختلافات في آراء الصحفيين حول وجود اختلافات تميز بين المواقع الإخبارية الإلكترونية في العمل الصحفي الإلكتروني.

6- هناك اهتمام شديد لدى الصحفيين بشكل تقديم الفنون الصحفية في المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية.

7- تنوعت أشكال تقديم الفنون الصحفية في المواقع الإخبارية ما بين (النص، والصورة، والصوت، والفيديو).

8- جاء الخبر الإلكتروني في المرتبة الأولى بنسبة (35٪) بأنه أكثر الفنون الصحفية التي يحررها الصحفي في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وهذا يتفق مع نتائج دراسة (Behice Ece Ilhan,2018) التي أشارت إلى ارتفاع نسبة استخدام فن الخبر الصحفي في مواقع الصحف الإلكترونية، حيث تستخدمه بنسبة (77.5٪)، كما تتفق مع دراسة (Kevin T. Moloney,2018) والتي بينت أن الخبر الصحفي يحتل المرتبة الأولى في تذكر الجمهور مقارنة بباقي الفنون الصحفية، وهذا يتفق أيضًا مع دراسة (Kevin Moloney,2014) التي أكدت أن ظهور الإعلام الإلكتروني أسهم في زيادة استخدام وانتشار الخبر الصحفي، إذ يتم كتابة بعض الأخبار بشكل قصصي، وبدأت هذه القصص شيئًا فشيئًا تستعير ملامح فن القصة القصيرة في كتابتها.

9- بينت النتائج أن الحديث الصحفي هو أقل الفنون الصحفية استخدامًا بفعل وجود فنون أخرى لها التأثير نفسه، مثل تصريحات الشخصيات الهامة وغيرها والتي تنشر في سياق التقارير الإخبارية أو الأخبار، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Ivar John Erdal,2017) التي أكدت غياب استخدام المواقع عينة الدراسة لفن الحديث الصحفي في عرض قضايا الدراسة بفعل وجود فنون أخرى لها التأثير نفسه.

10- معظم الصحفيين لديهم خبرات في استخدام الأسلوب التحريري الملائم للمادة الصحفية؛ وذلك لجذب انتباه القراء، وجعل المادة الإخبارية أكثر وضوحًا وشمولية.

11- أثبتت الدراسة حجم اهتمام المواقع الإخبارية بإعادة قراءة وكتابة المادة بعد وصولها إليها، للتأكد من ملائمتها وصلاحيتها للنشر؛ حيث يوجد بكل موقع إخباري محرر يعيد كتابة المادة الإخبارية (محرر أول).

12- عدم إيمان المواقع الإخبارية بأهمية المحرر الذواق، فقد بلغت نسبته (15٪)، وهذا خلاف الصحف المطبوعة التي تخضع فيها جميع الفنون الصحفية لعدة محررين يقومون بمراجعتها، وهذه النتيجة تتفق مع (Andreas Veglis,2012) التي بينت نتائجها أن الفنون الصحفية المنشورة على الإنترنت لا تخضع دائمًا لمحرر النسخ، وهذا خلاف الفنون الصحفية المنشورة في الصحف المطبوعة التي تخضع فيها جميع الفنون إلى عدة محررين يقومون بمراجعتها.

13- بينت نتائج الدراسة أن المواقع الإخبارية تلتزم إلى حد ما بقالب الهرم المقلوب في كتابة الفنون الصحفية كافة، ولكنها تختلف بشكل عام في درجة الاهتمام بالبناء الفني لهذا القالب، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Hai Tran,2018) التي بينت أن مواقع دراسته تلتزم إلى حد ما بقالب الهرم المقلوب في كتابة تقاريرها الإخبارية، ولكنها تختلف بشكل عام في درجة الاهتمام بالبناء الفني لهذا القالب، حيث بلغت نسبة عدم استخدام قالب محدد (12٪)، ويدل هذا على رغبة المبحوثين في الخروج عن النمطية في تحرير الفنون الصحفية.

14- اهتمام الصحفيين بالإبداع والابتكار في صياغة الفنون الصحفية.

15- يرى الصحفيون أن الأساليب التحريرية الحديثة لم تنسف القوالب القديمة مرة واحدة؛ بل أضافت لها طرائق مستحدثة تناسب اهتمام القارئ المعاصر، كذلك أبقى هذا التجديد على القوالب التي ما زال هناك حاجة لاستخدامها مثل قالب الهرم المقلوب، إلا أن مجالات استخدام هذه القوالب أصبحت أكثر تحديدًا، ولم تعد بذات الشكل المألوف لها، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Hai tran,2018).

16- أكدت نتائج الدراسة على أهمية الأسلوب القصصي المبسط لجذب انتباه المستخدمين، وزيادة عدد القراء والمتابعين للموقع.

17- بلغت نسبة استخدام التعبيرات والوصف في صياغة الفنون الصحفية (10٪)، وهي نسبة قليلة نسبيًا، وترجع الباحثة ذلك إلى عدم اهتمام الصحفيين باستخدام الصيغ التعبيرية والوصفية في المواد الإخبارية بالدرجة المطلوبة، وذلك لربما لعدم اعتيادهم عليها، أو لضعف لغتهم الأدبية والبلاغية، ولضيق الوقت أحيانًا أخرى.

18- أظهرت نتائج الدراسة عدم اهتمام المؤسسات الصحفية بعقد دورات تدريبية لموظفيها، حيث بينت النتائج أن الدورات التدريبية كانت في المرتبة السادسة بالنسبة لطرق التعرف على الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية، حيث بلغت نسبتها (6٪)، وهي نسبة قليلة جدًا، فلابد أن يكون لدى المؤسسات الصحفية رغبة في تحسين قدرات الصحفيين التحريرية وتطوير مهاراتهم الكتابية ومواكبة الحداثة لضمان الحصول على شريحة أوسع من المستخدمين وإن لم تكن بالشكل المطلوب، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (صفاء محمد خليل، 2016) التي اتفق معظم المحررين على أن الدورات التدريبية كان لها دور رئيس في توفير كل ما يحتاجونه من خلفية تعليمية وتدريبية تؤهلهم مباشرة إلى سوق العمل.

19- بينت نتائج الدراسة قلة المراجع المتوفرة لدى الصحفيين والتي تتحدث عن الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية في المكتبات الجامعية المصرية، وقلة حصول الصحفيين على دورات تدريبية أيضًا تؤهلهم لذلك، نظرًا لحداثة الموضوع وارتفاع تكلفة الدورات التدريبية، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Mary Lynn Young,2018) والتي أشارت إلى أن المؤسسات الصحفية لديها العديد من المشاكل بشأن تدريب الصحفيين.

20- أكدت نتائج الدراسة على أن وسائل الاتصال الحديثة أتاحت للمحررين الاطلاع أكثر على أعمال زملائهم في الصحف والمواقع الأخرى، إضافة إلى متابعتهم لبعضهم البعض، ومحاولة محاكاة وتقليد الأفكار والأساليب في ذات الوقت، ويصل الأمر أحيانًا إلى استخدام نفس المرادفات، وعلى الرغم من أن متعة العمل الإعلامي تكمن في التميز والتفرد بالأسلوب وطريقة عرض الحدث، الأمر الذي من شأنه تعزيز مفهوم المهنية ومعاييرها وخلق فضاء للإبداع والابتكار، وعادة ما تكثر السرقة الصحفية في عصر الإعلام الإلكتروني الذي جعل البعض يسترخص ويستسهل العمل الصحفي، ما دفع بالبعض ليس للتقليد وحسب؛ وإنما لسرقة المنتج الصحفي لزملائهم بما يتميز به من إبداع أو تجديد.

21- أظهرت نتائج الدراسة أن الصحفيين يتعرضون للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر على عملهم وطريقة عرضهم للرسالة الإعلامية، وتؤدي تلك الضغوط في نهاية الأمر إلى توافقهم مع سياسة المؤسسة التي ينتمون إليها، وبالتالي نشر الرسالة الإعلامية وفق محدداتها الخاصة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (وفاء درويش، 2013) التي بينت أن قلة عدد المحررين داخل المواقع عينة الدراسة يزيد من حجم الأعباء والمهام الموكلة إلى المحررين، ما يجعلهم يشتكون من الضغط أثناء العمل.

22- تراجعت نسبة إشراك الجمهور في تحرير الأخبار، إذ بلغت (1.4٪) على الرغم من أن إشراكهم في تحرير الخبر يُعد أسلوبًا هامًا في بعض الأحداث، وترجع الباحثة ذلك إلى تقدم السرعة في تحرير الخبر التي حظيت بنسبة (7.1٪)، وكما هو معروف فإن رصد آراء الجمهور وتعقيبهم على الحدث يستغرق وقتًا أطول، وقد لا تهتم إدراة الموقع بمتابعة آرائهم.

23- أظهرت نتائج الدراسة أن الأسلوب التشويقي يُعد من أهم الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، إذ بلغت نسبته (14.3٪) ، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الأسلوب التشويقي يُعد من أسهل الأساليب التحريرية

وأكثرها جذبًا للمستخدمين، إذ يتم سرد الأحداث بطريقة مشوقة وممتعة في ذات الوقت، مما يدفع القارئ إلى مواصلة القراءة، كما أنه يتناسب مع الخبر القصير الذي جاء في مقدمة الفنون الإخبارية المستخدمة مع الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية، أما أسلوب القوائم فقد بلغت نسبته (12.9٪)، وهذا الأسلوب غالبًا ما تستخدمة المواقع الإلكترونية في حالة التطورات المتتالية للحدث التي تتميز بها الحالة المصرية خاصة والعربية عامة، وهذا ما يفسر النتيجة، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (Source: Andreas Veglis,2016) التي بينت نتائجها اعتماد صحف دراسته على أسلوب القوائم وكذلك الأسلوب الوصفي في كتابة القصة الخبرية. كما حصلت معظم الأساليب التحريرية الأخرى التي تُعد الأكثر حداثة على نسب قليلة جدًا، وتعزو الباحثة ذلك إلى عدم المعرفة الجيدة بها، فضلًا على عدم ملائمتها لتغطية الأحداث الجارية.

24- بينت النتائج أن المحتوى السياسي يتصدر نوع المحتوى الصحفي الذي يستخدم معه الصحفيون الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية لنسبة (28.6٪)، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن المحتوى السياسي غالبًا ما يكون جافًا، لذا يتم استحداث بعض الصياغات والمرادفات وإدخالها عليه، لكي يشد ويجذب انتباه القارئ ويدفع الملل عنه أثناء قراءته للمادة الإخبارية، كما أن معظم الأحداث الرئيسة التي تشهدها المنطقة تكون سياسية، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (John Scanlan,2015) التي جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة المقابلات الصحفية الإلكترونية بنسبة (22٪)، كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Rue, J,2017) التي بينت نتائجها تقدم الخبر السياسي على باقي الأخبار الأخرى، وكذلك تقدم الخبر المحلي أيضًا على غيره من الأماكن الجغرافية المستهدفة.

25- بلغت نسبة المحتوى الاقتصادي (21.4٪) وهذه النتيجة تتفق مع التوجهات الحديثة في تغطية الأحداث الاقتصادية بأساليب وطرق حديثة، وجعلها قصصًا تشابه المحتويات الاجتماعية، إذ يربط الصحفي المحتوى الاقتصادي بحياة الناس مباشرة ليقرب لهم الحدث بصورة أكبر، وتراجعت المحتويات الفنية والثقافية والتقنية، وتعزو الباحثة ذلك إلى قلة تناول هذه الموضوعات من قبل المبحوثين، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (John Scanlan,2015) التي بينت نتائجها ارتفاع نسبة اهتمام المواقع الإخبارية بنشر المواد السياسية والاجتماعية، مقابل انخفاض نشر هذه المواقع للمواد الاقتصادية والتسلية والترفيه.

26- أظهرت النتائج أن الحاجة لتنوع الأساليب التحريرية وفقًا لمحتوى المادة الإخبارية كانت كبيرة من وجهة نظر الصحفيين، كما بينت النتائج أن التجديد والابتكار هو أول الأسباب التي تدفع المبحوثين لتنوع الأساليب التحريرية وفقًا لمحتوى المادة الإخبارية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Veglis,2015) التي بينت نتائجها غياب الوسائط الفائقة المصاحبة للمادة التحريرية والبديلة عنها، إذ لم تسجل الدراسة وجود ملف صوتي أو فيديو مصاحب للمادة التحريرية بديلًا عنها؛ ليستطيع المستخدم أن يشاهدها دون قراءة المادة التحريرية، إذ كانت نسبة استخدام الوسائط الفائقة في مواقع الدراسة هو (45٪)، كما تختلف مع دراسة (Oksana Kyrylova,2018) التي بينت نتائجها عدم إفادة الصحافة من التقنيات والأساليب الحديثة في التحرير والإخراج.

27- أظهرت النتائج أن الحاجة لتنوع الأساليب التحريرية وفقًا لطبيعة الجمهور المستهدف كانت كبيرة من وجهة نظر المبحوثين، كما بينت النتائج أن تشويق الجمهور جاء في مقدمة الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى تنوع الأساليب التحريرية وفقًا لطبيعة الجمهور المستهدف، وبالمرتبة الثانية جاء تسهيل عملية الفهم والاستيعاب للجمهور، وكما هو معروف بأن جمهور المواقع الإلكترونية سريع القراءة ولا يفضل قراءة المضامين المعقدة، أو التي تحتاج إلى تأمل وفهم أعمق، على خلاف قارئ الصحف المطبوعة الذي تترك له الورقة مساحة إلى أن يتأمل في الكلمات، ويعيد قراءتها وتحليلها وتفسيرها، كما بلغت نسبة تسهيل تحديد مستوى الكتابة تبعًا للجمهور (4.3٪)، وهذه النسبة قليلة نسبيًا ومردها إلى أن المبحوثين لا يهتمون إلى حد ما بوضع خارطة لتحديد مستوى الكتابة تبعًا للجمهور المستهدف، رغم محاولتهم لتبسيط المادة، إلا أنها قد لا تكون بالمستوى المطلوب للقارئ، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة (Anticipatin,2016) التي بينت نتائجها أن مواقع دراسته لا تستغل الإمكانات الكاملة التي تتيحها الصحافة الإلكترونية، إذ لا تهتم بإقامة اتصال ثنائي الاتجاه بينها وبين المتلقي، وتكتفي بتعاملها مع الجمهور على أنه متلقٍ فقط.

28- بينت النتائج أن زيادة الخبرة بالأسلوب التحريري يُعد من أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى تفضيل أسلوب تحريري على آخر، وهذه النتيجة تدل على أن زيادة الخبرة في أسلوب تحريري معين تدفع الصحفي أحيانًا لاستخدامه تلقائيًا بغض النظر عن مدى ملائمته لطبيعة الجمهور أو المادة الإخبارية كونه معتادًا عليه، ما قد يُحدث إشكالية في فهم بعض المضامين من قبل القراء، فضلًا عن أن خصوصية الوسيلة تتبع

عادة من سياسة التجريب مع اكتساب مهارات عامة، تتراكم طرديًا مع زيادة سنوات الخبرة، خاصة وأن الصحفيين يبدأون عادة بتقليد ومحاكاة أسلوب معين بمبادئه العامة، قبل أن ينضج الفكر الخاص للصحفي ليتخذ من قلمه منبرًا خاصًا له، بأسلوبة وطابعه المميز، بينما بلغت نسبة مناسبة الأسلوب للوسيلة (21.4٪)، وترجع الباحثة هذه النسبة إلى مدى اهتمام الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر إلى جذب انتباه الجمهور وتشويقه من خلال استخدام أسلوب تحريري مناسب للوسيلة، ومن خلال الأسلوب التحريري يتم زيادة عدد المتابعين للموقع، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Kevin Moloney, 2017) التي بينت أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة بما فيها من تفاعلية، قدمت للقائمين بالاتصال صورة متكاملة عن خصائص الجمهور واحتياجاتهم ورغباتهم؛ وبالتالي تعديل الرسالة الإعلامية وإثرائها وفقًا لتلك الخصائص، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Khoi Vinh,2013) التي أظهرت عدم وضوح رؤية القائمين على الصحف الإلكترونية لخصائص الجمهور المستهدف، إذ جاء إدراكهم بالمرتبة الأخيرة بين المتغيرات ذات العلاقة بسياسات الصحف الإلكترونية وأهدافها.

29- وبلغت نسبة مراعاة رغبة القراء في اختيار الأسلوب (18.6٪)، وهذه النتيجة مرجعها إلى أن المواقع تقوم بشكل غير دوري باستطلاع رأي القراء لمعرفة رأيهم في الموقع من ناحية التصميم والمضمون، وقد يتم تغيير بعض السياسات وفقًا لنتيجة الاستطلاع، كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Andrew Nachison,2016) التي بينت نتائجها أن رغبات الجمهور تؤثر على طريقة تحليل ونشر الأخبار، ويشتد ذلك التأثير مع أهمية الخبر بالنسبة لهم، وهذه النتيجة تتفق أيضًا مع دراسة (Andrew Nachison,2017) التي بينت أن نسبة كبيرة من القراء قد أبدوا مستوى معقولًا من الرضا عن هذه الصحف، في الوقت الذي أشار البعض بأن هناك مشاكل تقنية وفنية تواجه المتصفحين لبعض مواقع دراسته، أو مشكلات عدم الرضا للمحتوى الرسمي لبعض هذه الصحف.

30- بينت النتائج أن العادة والتمسك بالقديم جاء في مقدمة أسباب عدم استخدام المبحوثين للأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، وتعزو الباحثة ذلك لعدم وجود حوافز ودورات تدريبية من شأنها دعم قدرات الصحفي وتوضيح أهمية التنوع والتجديد في استقطاب عدد أكبر من القراء.

31- أظهرت نتائج الدراسة أن بعض المواقع لا تشغل عددًا كبيرًا من الصحفيين، إذ يقع على كاهل صحفي أو اثنين تحرير الأخبار الإلكترونية كافة، ما يحد من استخدام الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية، التي قد تتطلب وقتًا أطول في الصياغة، نظرًا لجدتها وعدم استخدامها سابقًا، مما يجعلها تحتاج إلى جهد أكبر ووقت أطول، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Khoi Vinh,2013) التي دللت نتائجها على أن الواقع المهني والتقني الجديد الذي فرضته الصحافة الإلكترونية في بيئة العمل الصحفي، يتطلب من المحررين والصحفيين المعاصرين اتساع مهامهم في صياغة المادة التحريرية بشكل مختلف عن الورقية، حيث يتطلب عملهم امتلاك القدرات والمهارات الفنية والتقنية في عرض المادة الإخبارية وإخراجها بشكل جذاب، لجذب الجمهور وتشويقه.

32- أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالمشاكل التي تواجه الصحفيين المصريين العاملين في المواقع الإلكترونية في مصر عند استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية جهل الصحفيين بها في مقدمة الأسباب، وهذ ما يتفق مع النتائج السابقة للدراسة الحالية، التي أكدت عدم المعرفة الكافية بالأساليب الحديثة لدى المبحوثين، بالإضافة إلى عدم وجود دورات تدريبية خاصة بالأساليب، وترجع الباحثة ذلك إلى أن الدورات التحريرية التي تعقد تكون في إطار ضيق ولعدد محدود من الصحفيين، وجاء عدم وجود حوافز مادية ومعنوية ضمن المشكلات التي تواجه المحررين في تحريرهم للفنون الصحفية، ويدل ذلك على مدى حاجة المبحوثين لتحفيز أنفسهم وتطوير مهاراتهم وقدراتهم التحريرية، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (محمد الأمين موسى، 2005) التي بينت أن المحررين في المواقع عينة الدراسة يجهلون الكثير من الأساليب التحريرية الحديثة، بالإضافة إلى أن المراسلين يواجهون عقبات إدارية عديدة، تتمثل في عدم تقدير الإدارة لهم، ومطالبة الصحيفة للمراسل بالقيام بأكثر من عمل في نفس الوقت، كما تتفق مع دراسة (وفاء درويش، 2013) التي بينت أن أهم المشاكل التي يعانيها المحررون في العمل بمواقعهم هي قلة المردود المادي بنسبة (88٪)، وتتفق أيضًا مع دراسة (Julie Posetti,2014) التي بينت نتائجها أن عدم وجود حوافز معنوية ومادية جاء في المرتبة الثانية، بعد تدني الرواتب في العوامل المؤسسية المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال.

33- أكدت نتائج الدراسة على أن مقترح تنفيذ دورات تدريبية من شأنها توعية الصحفيين بكيفية استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الأخبار

الإلكترونية جاء في المرتبة الأولى بنسبة (30٪)، ضمن المقترحات التي يمكن أن تزيد من استخدام الأساليب التحريرية الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، وتؤكد هذه النتيجة على أهمية الدورات في تطوير مهارات وقدرات الصحفيين، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Jane B. Singer,2014) والتي اهتمت برصد آراء الصحفيين بشأن المبادئ التوجيهية أو الإرشادات التي تحكم استخدامهم للأساليب التحريرية في المواقع الإلكترونية.

34- كما جاء مقترح إثراء المكتبات الجامعية بالكتب المتخصصة بالأساليب التحريرية الحديثة ضمن مقترحات زيادة استخدام الأساليب الحديثة في تحرير كافة الفنون الصحفية، وهذا يدلل على أهمية دور الجامعة في تعليم الطلبة وتخريج صحفيين يمتلكون مهارات وقادرين على تطبيقها عمليًا، ومدى حاجة الجامعات المصرية لتزويد مكتباتها بالكتب الحديثة، ومواكبة كل ما ينشر في مجال الصحافة عامة، والإلكترونية خاصة والتي تتسم بالتطور المتسارع، وذلك بزيادة المساقات العلمية والعملية في الخطط الدراسية للجامعات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Sergio Splendore,2017) التي أكدت نتائجها على ضرورة التركيز على تعلم مهارات الصحافة التقليدية إلى جانب تعلم المهارات التقنية المتعلقة بصحافة الإنترنت والمحمول، وإلغاء فكرة أن المهارات الصحفية الإلكترونية والمطبوعة واحدة.

35- ثبتت صحة الفرض الأول القائل بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومحتوى المادة الصحفية، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Jane B. Singer,2015) التي بينت أن ارتفاع القيم الإخبارية في الفنون الصحفية تسهم في زيادة اهتمام المراسل في طريقة صياغتها وتحريرها.

36- ثبتت صحة الفرض الثاني القائل بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى الوصول إلى الجمهور المستهدف، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Michael Zanchelli, Sandra Crucianelli,2013) التي بينت أن القرارات التحريرية للمحررين تتأثر بمقاييس الجمهور، إذ يحاولون رصد رغبات الجمهور وتلبيتها، حتى لو اضطر إلى تغيير السياق التحريري للمادة، أو إضافة أو حذف بعض العبارات والكلمات بما يتفق مع توجهات

الجمهور وحاجتهم للمعرفة، وذلك لجذب انتباه الجمهور، كما له اعتبارات اقتصادية في جذب المعلنين.

37- ثبتت صحة الفرض الثالث القائل بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ونوع الفنون الصحفية المستخدمة، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Andreas Veglis,charalampos Dimoulas,2016) التي أكدت على أن الصحفيون يواجهون تحديات متعلقة بفلترة المحتوى الموجود على المواقع الإلكترونية وتقدير الثقة والقيمة الإخبارية لهذا المحتوى.

38- ثبتت صحة الفرض الرابع القائل بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني ومدى استخدامهم للصياغات التعبيرية.

39- ثبتت صحة الفرض الخامس القائل بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين المصريين العاملين بالمواقع الإلكترونية في مصر للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني وفقًا للمتغيرات الديموجرافية لديهم (النوع، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية)، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة (Ester Appelgren and Gunnar Nygren,2015) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) نحو ميزات الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر الصحفيين والإعلاميين تعزى لمتغير المؤهل العلمي في جميع مجالات الأداء ككل.

توصيات الدراسة:

1- ضرورة تنوع الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية في المواقع الإلكترونية، مع مراعاة زيادة استخدام التقارير والأحاديث الإخبارية في المواقع الإلكترونية، تبعًا لطبيعة الأحداث والمحتوى الذي يتلاءم معها، والاعتماد على مداخل جديدة لإثارة وجذب انتباه الجمهور.

2- ينبغي استخدام قوالب فنية متنوعة في تحرير الأخبار الإلكترونية، بعيدًا عن النمط التقليدي لها، إذ يتيح التحرير الإلكتروني الخروج عليها واستخدام أساليب مبتكرة وجديدة، كما ينبغي زيادة الاهتمام بالمستويات التحريرية التي تخضع لها المادة الإخبارية، وتمرير المادة قبل النشر على أكثر من محرر، إذ بينت النتائج أن المادة التحريرية تمر على محرر واحد فقط.

3- الحرص على التنوع في استخدام الصياغات التعبيرية في تحرير الأخبار الإلكترونية، لما لها من قدرة على جذب الجمهور، وتمييز الموقع عن المواقع الأخرى، مع مراعاة التقليل من محاكاة وتقليد المحررين الآخرين، فعلى كل صحفي أن يضع لنفسه أسلوبًا خاصًا به، لذا قيل الأسلوب هو الكاتب.

4- الحرص على توفير طاقم عمل متكامل في المواقع الإلكترونية، وتوزيع وتحديد المهام، لكي لا يتداخل عمل المراسل بعمل المحرر، إذ بينت النتائج أن ضيق الوقت وكثرة الأعباء الموكلة إليه يؤثران على الأسلوب التحريري والشكل النهائي للمادة الإخبارية.

5- ضرورة توعية القائمين على إدارة التحرير بأهمية تمنية مهاراتهم، وتشجيع المراسلين والمندوبين على تلقي الدورات المتخصصة في مجال التحرير الصحفي الإلكتروني، التي من شأنها زيادة قدراتهم ومن ثم تحسين وتطوير موادهم الإخبارية، من خلال استخدامهم للأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية.

6- تقديم حوافز مادية ومعنوية من شأنها تطوير مهارات الصحفي، وزيادة قدرته الإنتاجية، وذلك من خلال المسابقات التنافسية التي تنظمها المواقع الإلكترونية أو نقابة الصحفيين، إذ بينت النتائج أن قلة الحوافز تُعد سببًا هامًا في عدم مواكبة التطورات الجارية في أساليب تحرير الأخبار.

7- مراعاة التنوع في استخدام الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية، وعدم الاعتماد على أسلوب واحد، ومراعاة طبيعة تصميم المواقع بما يتوافق مع تلك الأساليب، إذ أن بعض الأساليب الحديثة تعتمد على مداخل إخراجية وتصميمية معينة.

8- ضرورة تنوع المحتويات الإخبارية التي تستخدم معها الأساليب الحديثة في تحرير الفنون الإخبارية، خاصة في المجالات الثقافية والفنية والرياضية، وتعيين مراسلين متخصصين بهذه المجالات، إذ بينت النتائج تراجع تلك المضامين في المواد الإخبارية المنشورة وتفضيل المضمون السياسي عليها.

9- وجوب الإسراع في إقرار قانون الحق في الحصول على المعلومات، لكي يتمكن الصحفيون المصريون من الوصول إليها بكل سهولة، وبالتالي صياغة المادة الإخبارية بالأسلوب التحريري بشكل متكامل، إذ بينت النتائج أن من أهم المشاكل التي تواجه الصحفيين في صياغة المواد الإخبارية عدم الحصول على المعلومات من قبل المصادر.

10- ينبغي العمل على استقلالية قسم التحرير في المواقع الإلكترونية، بما يهيئ لهذه المواقع إمكانية تقديم مواد تحريرية خاصة تتناسب مع التوجهات المهنية للمواقع،

وتتسق مع متطلبات التحرير الصحفي الإلكتروني، الذي يرتبط بشكل مباشر بطريقة تصميم وإخراج الموقع، ومراعاة عدم نشر المادة الإخبارية كما تأتي من المراسلين لقلة خبرتهم بمهنة التحرير، وزيادة الاعتماد على الأخبار المركبة والمكتملة، وتحديث الخبر بشكل مستمر بدلًا من الاعتماد على الأخبار القصيرة.

11- ضرورة الاعتماد على مداخل جديدة لإثارة وجذب انتباه الجمهور، وتبسيط المفردات داخل المادة، وأنسنة المادة الإخبارية، كونها المدخل الرئيس للتأثير على المستخدمين وفق ما تؤكده الدراسات الحديثة، وعدم تقديم السبق الصحفي ومضمون المادة الإخبارية على طريقة صياغتها وعرضها، إذ أن طريقة عرضها تؤثر بشكل مباشر على زيادة ثقة الجمهور بالموقع.

12- إشراك الجمهور في تحرير الخبر والمواد الصحفية، لما في ذلك من تأثير على زيادة انتشار الموقع واتساع بقعة تغطيته واهتمام الجمهور به، علاوة على أن مشاركته تعد من أهم الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار في المواقع الإلكترونية.

13- ضرورة التنوع في استخدام الأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية، وعدم الاقتصار على أسلوب محدد لسهولته والاعتياد عليه؛ لكي لا يشعر القارئ بالملل والرتابة حين يتصفح الموقع.

14- إتاحة المجال أمام الصحفيين المصريين لزيادة خبراتهم التحريرية عبر الالتقاء بخبراء وصحفيين من دول عربية وأجنبية، وعمل تجمعات صحفية مشتركة لتبادل الخبرات والمعلومات والتجارب الصحفية.

15- يجب تجديد وتطوير وتحديث المناهج الدراسية المتخصصة بالتحرير الإلكتروني في الجامعات المصرية، وزيادة الأجزاء العملية الخاصة بذلك، وإنشاء موقع الكتروني لطلبة تخصص الصحافة الإلكترونية على غرار الصحيفة الجامعية، لتنمية مهاراتهم وقدراتهم، فضلًا عن ضرورة تحديث الكتب في المكتبات الجامعية وتزويدها بالجديد في هذا المجال.

المراجع والمصادر:

1- حسين محمد ربيع، التوجهات الحديثة في تقديم المضمون الصحفي بالمواقع الإلكترونية المصرية: دراسة حالة لاستخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الصحفية المدعومة بالبيانات بمجموعة أونا للصحافة والإعلام، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (57)، 2018، ص ص 607: 665.

2- Yuri Quintana: Design of an object-oriented multimedia database for personalized multimedia news, The Canadian Conference on Electrical and computer Engineering, IEEE press, Canada, 1996, **Retrieved from**:www.isoc.org/proceeding/a7/a7_l .htm.

3- Anticipating Content Technology Needs (ACTeN):Cross-media: E-Content Report 8, Published in a series of E-Content Reports by ACTeN(www.acten.net), August 2004 , **Retrieved from:** https://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/jak-boumans-report.pdf.

4- حسين محمد ربيع، **مرجع سابق**.

5- سماح الشهاوي، تأثير الإنفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (56)، يوليو – سبتمبر 2016، ص ص 171: 233.

6- صفاء محمد خليل، الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من 2012-2015، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، قسم الصحافة والنشر، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2016.

7- نشوى يوسف أمين اللواتي، تأثير طرق عرض الوسائط المتعددة للقضايا المختلفة في العمليات الإدراكية لدى مستخدميها: دراسة شبه تجريبية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد15، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر 2016 ، ص ص 557-621.

8- Hai L. Tran: **More or less? Multimedia Effects on perceptions of News Websites Electronic News**, Vol. 9 lssue 1 , 2015 pp: 51-67.

9- وسام محمد أحمد حسن، تصميم الوسائط المتعددة وتوظيفها في الصحافة الإلكترونية العربية وعلاقتها بجذب المستخدمين، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، 2013.

10- Hai Tran : Exemplification effects of multimedia enhancements, **Media Psychology**, Vol. 15, No. 4, 2012, pp: 396-419.

11- Michael Karlsson & Chister Clerwal: Patterns and origins in the evolution of multimedia on broadsheet and tabloid news sites, **Journalism Studies**, Vol.13 No4, 2012,pp: 551-565.

12- مزمل أبو القاسم الشريف، استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة: دراسة وصفية تحليلية على عينة من الصحف السودانية، يناير 2009 – ديسمبر 2009، **رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، 2012.

13- Igor Vobic: online multimedia news in print media : A lack of vision in Slovenia,**Journalism**, Vol.12, No. 8, 2011, pp: 946-962.

14- John Russial: Growth of multimedia not extensive at newspapers, **Newspaper Research Journal**, Vol. 30, No. 3, 2009, pp: 58-61.

15- محمد الأمين موسى، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكترونى العربي، **بحث منشور في مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي- الواقع والإشكاليات**، كلية الإعلام، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، نوفمبر 2005، ص ص: 93-122.

16- Mary Lynn Young:What makes for Great Data Journalism: A content analysis of Data Journalism awards finalists 2012-2015, **Journalism Practice Journal**, Vol. 12, Issue 1, 2018, pp: 115-135.

17- Andreas Veglis and Charalampos Bratsas: Towards a Taxonomy of Data Journalism, **Journal of Media Critiques**, Vol. 3, No. 11, 2017, pp: 109-121.

18- An Nguyen, Jairo Lugo-Ocando: The state of data and statistics in Journalism and Journalism education: Issues and debates, **Journalism**, Vol. 17(1), 2016, pp: 3-17.

19- Constance Tabary et al: Data Journalism's actors, practices and skills: A case study from Quebec, **Journalism**, Vol. 17, No. 1, 2016, pp: 66-84.

20- Rebekah E.D McBride: The Ethics of Data Journalism, **Professional Projects Form the College of Journalism and Mass Communications**, University of Nebraska-Lincoln,2016,**Retrieved from:** http://digitalcommons.unl.edu/journalismprojects/9.

21- Sergio Splendore et al: Educational strategies in data Journalism: A comparative study of six European countries, **Journalism**, Vol. 17, No. 1, 2016, pp: 138-152.

22- Megan Knight: Data Journalism in the UK: A preliminary analysis of form and content, **Journal of Media Practice**, Vol. 16, No. 1, 2015, pp: 55-72.

23- Evan Hamilton: Open for Reporting: An Exploration of Open Data and Journalism in Canada, **Unpublished Master Thesis**, Faculty of Information, University of Toronto, 2015.

24- Tom Felle: Digital watchdogs? Data reporting and the news media's traditional 'fourth estate' function, **Journalism**, Vol. 17, No. 1, 2015, pp: 85-96.

25- Ester Appelgren and Gunnar Nygren: Data Journalism in Sweden, **Digital Journalism Journal**,Vol. 2, No. 3, 2014, pp: 394-405.

26- Sylvain Parasie and Eric Dagiral: Data-driven Journalism and the public good: Computer-assisted-reporters and "programmer- Journalists in Chicago, **New media & society**, Volume 15, Issue 6, September 2013, pp: 853-871.

27- وفاء جمال درويش، العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، قسم الصحافة، 2013).

28- صفاء محمد خليل، **مرجع سابق**، ص2.

29- Jane B. Singer; User-generated visibility: Secondary gatekeeping in shared media space, **New media & society,** Vol. 16, No. 1, 2014, p:67.

30- John Scanlan: Navigating The New Narrative: A Case Study Of "Snow Fall", **A Master Thesis** presented to the faculty of the Graduate School at the University of Missouri – Columbia, December 2015, p:106.

31- Cresswell, J. W.; **Research design**, 4th ed., Thousand Oaks, CA: Sage, 2014, p:186.

32- Yin, R. K.: Case study research: **Design and methods. Applied social research series**, Vol.5, 1986, Thousand Oaks, CA: Sage, Pp: 22-23.

33- John Scanlan: Navigating The New Narrative. **Op.Cit**., p:107.

34- Johnson, J. M. & Rowlands, T.: The interpersonal dynamics of in-depth interviewing, **In**: J. F. Gubrium & J. A. Holstein (Eds.), Handbook of interview Research: Context and method, Thousand Oaks, CA: Sage, 2001, Pp: 99-114.

35- Natasha Mack, et.al.: **Qualitative Research Methods: A data Collectors Field Guide, North Carolina**, family health international, 2005, P:5.

36-. Tim Harrower: Media Convergence: Inside reporting, July 2012, **Retrieved from**: http://www.timharrower.com/PDFs/convergence.pdf

37- Chris O'Brien, Juan Senor: The Community Newsroom, innovation media consulting, **Retrieved from**: http://innovationmediacosulting.com/files/file/INNOVATIONS%20IN20%NEWSPAPERS%2022009-PDF/2_%20NEWSROOMS%20(eng).pdf

38- محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**، ط1 (القاهرة : عالم الكتب،2007).

39- محمد عبد الحميد، **منظومة التعلم عبر الشبكات**، ط1 (القاهرة : عالم الكتب، 2005).

40- محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2 (القاهرة : عالم الكتب، 2004).

41- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق** ، ص13.

42- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، **مرجع سابق** ، ص26.

43- محمد عبد الحميد، منظومة التعلم عبر الشبكات، **مرجع سابق** ، ص17.

(*) أسماء السادة المحكمين لاستمارة الاستبانة (الترتيب هجائي):

- أ. د/ إبراهيم عبد الله المسلمي: أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام الأسبق – كلية الآداب – جامعة الزقازيق .
- أ. م. د/ حسين محمد ربيع: أستاذ الصحافة المساعد – المعهد الدولى العالى للإعلام – أكاديمية الشروق.
- أ. د/ شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.
- أ. د/ عبد العزيز السيد: أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام – جامعة بنى سويف.
- أ. د/ محرز حسين غالى: أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.
- أ. د/ محمد سعد إبراهيم: أستاذ الصحافة وعميد المعهد الدولي العالي للإعلام – أكاديمية الشروق.
- أ. م. د/ مصطفى صابر النمر: أستاذ الصحافة المساعد – كلية التربية النوعية – جامعة الزقازيق. والمعار حالياً لكلية الإعلام بجامعة الإمام محمد بن مسعود بالمملكة العربية السعودية.
- أ. د/ نجوى كامل: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام الأسبق – جامعة القاهرة.
- أ. د/ همت حسن عبد المجيد: أستاذ الإعلام – كلية التربية النوعية – جامعة الزقازيق.
- أ. م. د/ هيثم جودة محمد مؤيد: أستاذ الصحافة المساعد – كلية التربية النوعية – جامعة الزقازيق . والمعار حالياً لكلية الإعلام بجامعة الإمام محمد بن مسعود بالمملكة العربية السعودية.
- أ. م. د/ ولاء محمد الطاهر: أستاذ الصحافة المساعد – كلية التربية النوعية – جامعة الزقازيق. والمعار حالياً لكلية الإعلام بجامعة الإمام محمد بن مسعود بالمملكة العربية السعودية.

44- فاطمة الزهراء عبدالفتاح، الإندماج الإعلامي وصناعة الأخبار، ط1، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 2016)، ص115.

45-Henry Jenkins: convergence? I Diverge, **Technology Review**, June 2011, **Retrieved from**: http://phase1.nccr-trade.org/images/stories/jenkins_convergence_optional.pdf.

46- Kevin Moloney: Multimedia, Crossmedia, Transmedia .. What's in a name? **Retrieved from**: http://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name.

47- Behice Ece Ilhan: Transmedia Crossmedia, Experiences: Consuming and Co-Creating Interrelated Stories Across media, **Doctor of Philosophy in Business Administration**, The Graduate College of the University of Illinois at Urbana-Champaign, 2018, p26.

48- Kevin T. Moloney: Porting Transmedia Storytelling to Journalism, **A Master Thesis** presented to the Faculty of Social Sciences University of Denver, August 2018, p9.

49- Kevin Moloney: Multimedia, Crossmedia, Transmedia.What's in a name? **Op.Cit**.

50- Ivar John Erdal: Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept, Convergence: **The International Journal of Research into New Media Technologies,** 17 (2), 2017, p:216.

51- Anticipating Content Technology Needs (ACTeN): Cross-media: E-Content Report 8, Published in a series of E-Content Reports by ACTeN (www.acten.net), August 2016, **Retrieved from:** https://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/jak-boumans-report.pdf.

52- Andreas Veglis: Journalism and Cross-media Publishing : The Case of Greece, **In**: Eugenia Siapera and Andreas Veglis (Eds.): The Handbook of Global Online Journalism, John Wiley & Sons, Ltd., Publication, First Edition, 2012, pp: 211-213.

53- Hai Tran : Exemplification effects of multimedia enhancements, **Op. Cit**.

54- Hai Tran : Exemplification effects of multimedia enhancements, **Op. Cit**..

55- Mary Lynn Young: What makes for Great Data Journalism, **Op. Cit.**

56- صفاء محمد خليل، الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية، **مرجع سابق**.

57- Veglis, A.: **Implementation of a computer supported collaborative work system in a newspaper**, WSEAS Transactions on Information Science and Applications, 2, 2015, pp: 891-902.

58- Oksana Kyrylova: The Approaches to the Definition of the Concept "Cross-Media", **Mass Communication in Global and National Dimensions (MCGND), Issue 9, 2018, p:101, Retrieved from**: https://www.researchgate.net/publication/324747690.

59- Anticipating Content Technology Needs (ACTeN): **Op. Cit**.

(*) الأساليب التحريرية الحديثة المستخدمة في تحرير الفنون الصحفية الإلكترونية: هي عبارة عن الأساليب التحريرية التي تم استحداثها في إطار القوالب الفنية التقليدية، من خلال تحديث وإضافة عناصر تحاكي متطلبات ورغبات القارئ الإلكتروني، وخصائص وسمات المواقع الإلكترونية، ومكنت التطورات التكنولوجية المتلاحقة من عرض المحتوى الصحفي وتقديمه بطريقة اندماجية متكاملة، تحقق الجاذبية لهذا المحتوى، وتدفع المستخدمين للإقبال عليه.

60- Source: Andreas Veglis: Journalism and Cross-media Publishing: The Case of Greece**, Op. Cit**, p:223.

61- John Scanlan: Navigating The New Narrative, A Case Study Of "Snow Fall", **A Master Thesis** presented to the faculty of the Graduate School at the University of Missouri **Op. Cit**, p:64.

62- Rue, J.: The "Snow Fall" effect and dissecting the multimedia longform narrative. [Web log] Multimediashooter.com, **Retrieved from**: http://multimediashooter.com/wp/2013/04/21/the-snow-fall-effect-and-dissecting-themultimedia-longfrom-narrative/

63- John Scanlan: Navigating The New Narrative**, Op. Cit**, p: 69.

64- Kevin Moloney: Multimedia, Crossmedia, Transmedia .. What's in a name? **Op. Cit**.

65- Khoi Vinh: The Guardian's "NSA Files Decoded" and Multimedia Journalism, **Retrieved from :** https://www.subtraction.com/2013/11/01/the-guardians-nsa-files-decoded .

66- Andrew Nachison: Why the mega-stories matter: Creative bursts in a sea of sameness, **Retrieved from :** https://medium.com/@anachison/why-the-mega-stories-matter-cb3bd3ae1b8a.

67- Andrew Nachison: Why the mega-stories matter: Creative bursts in a sea of sameness, **Op. Cit**.

68- Khoi Vinh:The Guardian's "NSA Files Decoded" and Multimedia Journalism, **Op. Cit**.

69- Deuze, Mark: The Web and its Journalisms: considering the consequences of different types of news media online, **New Media & Society**, 5(2), 2013, pp: 203-230.

70- Andreas Veglis, Charalampos Dimoulas, and George Kalliris, Towards Intelligent Cross-Media Publishing: Media Practices and Technology Convergence Perspectives, **In**: Lugmayr, Artur, Dal Zotto, Cinzia (Eds.): Media Convergence Handbook, Vol, 1 "Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Covergence", Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2016, pp: 131-150, **Retrieved from**: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-642-54484-2-8.pdf

71- وفاء جمال درويش، العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: **مرجع سابق**.

72- Johnson, J. M. & Rowlands, T.: The interpersonal dynamics of in-depth interviewing, **Op. Cit**.

73- Andreas Veglis, Charalampos Dimoulas, and George Kalliris, Towards Intelligent Cross-Media Publishing: Media Practices and Technology Convergence Perspectives, **Op. Cit**.

74- محمد الأمين موسى، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكترونى العربي، **مرجع سابق**.

75- وفاء جمال درويش، العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**.

76- Thompson, D.: "Snow Fall" isn't the future of journalism, The Atlantic, December 2012, **Retrieved from**: www.thealtlantic.com.

77- وفاء جمال درويش، العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت، **مرجع سابق**.

78- Julie Posetti: The Snowden Effect dominates 2014's Trends in Newsrooms, **Retrieved from**: https://blog.wan-ifra.org/2014/06/10/the-snowden-effect-dominates-2014s-trends-in-newsrooms.

79- Rebekah E.D McBride: The Ethics of Data Journalism, **Op. Cit**.

80- Sergio Splendore et al: Educational strategies in data Journalism: **Op. Cit**.

81- Jane B. Singer; User-generated visibility: Secondary gatekeeping in shared media space**, Op. Cit**.

82- Michael Zanchelli, Sandra Crucianelli: Integrating Data Journalism, into newsrooms, The International Center for journalists, The Knight International Journalism Fellowships, 2013, **Retrieved from**: https://www.icfj.org/sites/default/files/integrating%20data%20journalism-english_0.pdf.

(*) الصياغات التعبيرية: هي عبارة عن دلالات التعابير اللغوية المستخدمة في وسائل الإعلام، حيث تلجأ وسائل الإعلام وخاصة المواقع الإلكترونية إلى التعبير عن الحوادث والظواهر المختلفة بطرق متعددة، وقد يعتبرها البعض محايدة أو موضوعية، ولكنها في حقيقتها تخفي أهدافًا كثيرة، وتؤدي إلى تأثيرات متعددة على الأفراد والجماعات.

83- Ester Appelgren and Gunnar Nygren: Data Journalism in Sweden : **Op. Cit**.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Chairman: Prof.Mohamed Elmahrasawy, President of Al-Azhar University

Editor- in-chief: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, **Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University**

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Issue 54 July 2020 - part 7

Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

International Standard Book Number "Paper Edition"2682- 292X

International Standard Book Number «Electronic Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn›t be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn›t be less than 5000 words and shouldn›t exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn›t exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn›t exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.