مصداقية المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت

دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإخبارية المصرية

بحث مقدم للنشر كمتطلب من متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه من
قسم الصحافة- كلية الإعلام

إعداد

أ.د. سليمان صالح

أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام

د. محرز غالي

الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام

مهيتاب ماهر محمود كامل الرافعي

طالبة دكتوراه

مُـــــقدمة:

سادت بين الباحثين والأكاديميين في مجال دراسات الويب وتكنولوجيا الإقناع *persuasion Technology* حالة من النقاش والجدال حول نوعية أدوات تقييم المحتوى الإلكتروني والحكم على مصداقيته على الإنترنت بما تشتمل عليه من مواقع إخبارية وإعلامية واجتماعية ومتعددة، بيد أن بيئة هذا الوسيط الشبكي تحتضن من الأدوات والآليات التي تميزه عن الوسيط التقليدي في عرض المعلومات والأخبار، وبالتالي ينسحب ذلك على أدوات قياس وتقييم مصداقية المحتوى المنشورة عليه.

وفي هذا السياق، فإن إخضاع مجموعة من المواقع الإلكترونية لفئات التحليل الكمي أو الكيفي، لا يعني الخروج بنتائج يمكن تعميمها على غيرها، وإنما يمكن الخروج بمجموعة من المؤشرات أو الملاحظات الكيفية التي تكشف عن مدى مراعات تلك المواقع لمعايير وأبعاد المصداقية في أطروحتها الإعلامية التي تناولت أداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية ٢٠١٣، وتجيب عن التساؤلات التي يطرحها موضوع البحث. وعليه، تحاول هذه الدراسة استعراض نتائج تحليل تغطية عينة من المواقع التي تشتمل على "بوابة الأهرام الإلكترونية، بوابة الوفد الإلكترونية، بوابة مصراوي، موقع حركة شباب ٦ أبريل، بوابة اشتراكي وشبكة رصد الإخبارية" لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية ٢٠١٣، وقد روعي في اختيارها التباين في اتجاهاتها وانتماءاتها الفكرية والسياسية، بما يحقق تمثيل مختلف التوجهات والانتماءات السياسية والإعلامية في خريطة الإعلام المصري.

أولاً: مشكلة الدراسة:

أصبحت شبكة الإنترنت وسيلة اتصال مهمة، قادرة على استيعاب أشكال متعددة من الاتصال، وإمكانية الحصول على رجع صدى فوري على الرسالة،

بالإضافة إلى استخدام اللغة المألوفة بين البشر وفهم الأبعاد الشخصية للطرف الآخر فى العملية الاتصالية، وقدمت شبكة الإنترنت ساحة ومجال إعلامى Public Sphere جديد للحوار والنقاش والتعبير الحر وتبادل الأراء والخبرات والمشاركة الديمقراطية بين جمع أطراف العملية الاتصالية بمختلف فئاتها الاجتماعية، حيث اتجهت العديد من الفئات داخل المجتمع للمشاركة فى هذا المجال الشبكي العام الجديد لممارسة حقها فى التعبير والمشاركة السياسية والديمقراطية والتفاعل مع الأطراف الأخرى.

وفي ضوء ذلك...

تحددت مشكلة الدراسة وفقاً للمعايير العلمية الآتية:

بناء على نتائج المسح الذي أجراته الباحثة للدراسات السابقة، بالإضافة إلى الدراسة الاستطلاعية تم التوصل من خلالهما إلى صياغة رؤية علمية أسهمت في تحديد مشكلة الدراسة في ضوء المؤشرات التالية(*):

- تتجه الدراسات الأجنبية المعاصرة إلى قياس استخدامات النخبة لشبكة الإنترنت، وتقيمهم لمصداقية المضمون المنشورة عليها، بالإضافة إلى رصد أبعاد مصداقية المضمون الإلكتروني والعوامل المؤثرة فيه على الوسيط الشبكي بالقياس للعوامل التقليدية المؤثرة على مصداقية وسائل الإعلام التقليدية.
- يلاحظ افتقاد الدراسات العربية لدراسات علمية تقيس الأبعاد الرئيسية للمصداقية التي تراعيها المواقع الإخبارية العربية، وهو ما تحاول الدراسة الحالية بحثة وقياسه.

- عُنيت الدراسات العربية والأجنبية برصد وتتبع استخدامات مختلف الشرائح العمرية لشبكة الإنترنت ودوافعها نحو الاستخدام، والمواقع المفضلة لديهم، إلى جانب تحديد معدلات الاستخدام وأماكنه والوقت الذي يقضيه المستخدم على الإنترنت، وأهم هذه الدراسات التي تناولت مصداقية شبكة الإنترنت(١).

وبناء على المؤشرات السابقة فقد تحددت مشكلة الدراسة في **التعرف على مصداقية المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، وذلك بالتطبيق على عينة من المواقع الإخبارية المصرية.**

ثانيًا: أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الإنترنت كمصدر لا ينضب من المعلومات في عصر المعرفة وتكنولوجيا الاتصال، ودورها في تدعيم قيم الحرية والعدالة والديمقراطية في المجتمعات الديمقراطية الناشئة، وتبرز تلك الأهمية مع ازدياد قوة المعلومات في عصر الإعلام الإلكتروني ودورها في التغيير السياسي والاجتماعي، بيدّ أن الحراك الشعبي الإلكتروني والثراء المعلوماتي عليها أحد أهم ملامح شبكة الإنترنت، وتتضح ملامح أهمية هذه الدراسة من خلال اتجاهها نحو دراسة مدى تمتع شبكة الإنترنت بالمصداقية فيما تطرحه من مضامين وأطروحات إعلامية، **وتتفرع من هذه الأهمية عدة عوامل مرتبطة بها على النحو التالي:** .

١. ما أتاحته شبكة الإنترنت من قدرات وإمكانيات ساعدت الأفراد داخل المجتمع على استخدام هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة لتبادل المعلومات والآراء ووجهات النظر والنقاش والجدل حول كافة القضايا التى تشغل اهتمام الرأى العام.

٢. حظيت شبكة الإنترنت باهتمام واستخدام فئات عديدة لها فى المجتمع، وأبرزها فئة النخبة السياسية والإعلامية لمراقبة البيئة المحيطة بهم، ومتابعة كافة التطورات حول الأحداث الساخنة.

٣. وتتضح أهمية أخرى لهذه الدراسة من واقع ما كشف عنه تحليل الأدبيات العلمية من أن الإنترنت ووسائل الإعلام عليها أتاحت للفرد العادي فرصة أن يصبح صحفيًا وكاتبًا ومنتجًا وناشرًا للمعلومات لا مستهلكًا لها فحسب، وتمكينه من إسماع صوته إلى الآخرين متجاوزًا كل قيود وعوائق استخدام وسائل الإعلام التقليدية.

ثالثًا: أهداف الدراسة:

وفقًا للمشكلة البحثية السابق تحديدها: تسعى هذه الدراسة نحو "الكشف عن مصداقية تناول المواقع الإخبارية المصرية على شبكة الإنترنت لأداء الاقتصاد المصري بعد أحداث ٣٠ يونيه ٢٠١٣م، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية، وذلك على النحو التالي:

- الحصول على مؤشرات كمية ونوعية بشأن الفنون الإعلامية التي استخدمتها المواقع الإخبارية محل الدراسة في تغطيتها لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية.
- تحديد المصادر البشرية والرقمية التي اعتمدت عليها المواقع عينة الدراسة في تغطيتها لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية.
- التعرف على معايير التصميم السليمة التي التزمت بها المواقع محل الدراسة.
- تحديد مدى توافر أبعاد المصداقية الأربعة – الوسائط المتعددة، التفاعلية مع المستخدم، اسناد الخبر إلى مصدر وعناصر التغطية الإخبارية- في المواقع الإخبارية محل الدراسة.
- الحصول على مؤشرات كمية ونوعية بشأن انتهاكات المواقع الإخبارية محل الدراسة في تغطيتها لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية.

رابعًا: أدبيات الدراسة:

تعرض الباحثة عددًا من الدراسات السابقة ذات الصلة بالمشكلة البحثية وفق محورين أساسيين، يعقبها تعليق عام، **وهي:**

- **المحور الأول:** الدراسات التي اهتمت بقياس مصداقية الإنترنت مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية السائدة.
- **المحور الثاني:** الدراسات التي تناولت مصداقية الإنترنت من حيث (تصميم الموقع، والمعلومات).

أولاً: المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بقياس مصداقية الإنترنت مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية السائدة:

يعد مجال قياس مصداقية الإنترنت من المجالات البحثية التي تم التركيز عليها من قبل الباحثين خلال السنوات القليلة الماضية، وفي هذا المجال البحثي نجد بعض الدراسات التي اهتمت بقياس المصداقية في كل من وسائل الإعلام التقليدية المتمثلة في (الصحف، التلفزيون) ووسائل الإعلام الحديثة المتمثلة في شبكة الإنترنت. وهنا تباينت نتائج الدراسات التي أجريت في هذا الإطار فيما يتعلق بمدي مصداقية الإنترنت لدي الجمهور مقارنة بمصداقية كل من الصحف والتلفزيون، كوسائل إعلام تقليدية. فبينما أشارت بعضها إلي أن مصداقية الإنترنت أعلى من مصداقية كل من الصحف والتلفزيون، نجد بعض الدراسات الأخرى تؤكد أن وسائل الإعلام التقليدية هي الأكثر مصداقية من الإنترنت.

ومن هذه الدراسات دراسة(Rasha A.Abdulla 2002)[٢]، والتي اهتمت بالتعرف علي عناصر مصداقية الأخبار في كل من الصحف والتليفزيون والإنترنت، من خلال دراسة أجريت علي عينة مكونة من (٥٣٦) مبحوثا في ولاية فلوريدا الأمريكية، وكولومبيا، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن المبحوثين يقيمون شبكة الإنترنت كأكثر مصداقية من الصحف والتليفزيون ، وأشارت النتائج كذلك إلي وجود اختلافا في كيفية إدراك المبحوثين للمصداقية في كل من الصحف والتليفزيون والإنترنت، حيث تمثلت عناصر المصداقية في الصحف لدي المبحوثين في: الأمانة والتوازن، وفي التلفزيون تمثلت في: الحالية والإنصاف، أما في الإنترنت، فتمثلت عناصر المصداقية في الأمانة، المناسبة، وعدم التحيز. بينما تناولت دراسة (Johnson & Kaye (2004 [٣] إدراك مستخدمي المدونات والمترددين عليها لمصداقيتها بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية بالإضافة إلى

المصادر الإلكترونية الأخرى، فضلاً عن تحديد درجة الاعتماد على المدونات الإلكترونية كمصدر للمعلومات، وتمثلت عينة الدراسة فى ١٣١ مدونة تمثل كافة الاتجاهات والايديولوجيات السياسية، وكشفت نتائج الدراسة أن ٥٧% من المبحوثين أن المدونات الإلكترونية مصدر يتمتع بالمصداقية بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فى حين أن ٣,٥% رأوا أنها لا تتمتع بالمصداقية، كما أنشأ ٥٢,٢% من المبحوثين مدونات لزيادة المعرفة والمشاركة السياسية، وأصبح ٨٧,٣% لديهم معرفة ومعلومات أكثر بالقضايا السياسة.

في هذا السياق، سعت إحدى الدراسات (Sarah Pedersen 2007)[٤] إلى مقارنة ممارسة المدونين للتدوين فى الولايات المتحدة وبريطانيا، من خلال رصد أوجه الاختلاف والشبة بين تكنولوجيات التدوين فى الولايات المتحدة وبريطانيا خلال ٢٠٠٧، من خلال إجراء مسح على ٦٠ مدونًا فى الولايات المتحدة، و٦٠ مدونًا فى بريطانيا، وقد تم جمع البيانات من مدوناتهم بطريقة مباشرة، وتم اختيار عينة الدراسة من دليل المدونات Britblog، Globe Of Blogs، وقد تم التركيز على المدونين الذين تتراوح أعمارهم عن ١٨ سنة، وخلصت النتائج إلى وجود دوافع مادية وراء تطور ظاهرة التدوين فى الولايات المتحدة الأمريكية، الأمر الذى لم يسبق تحديده، وهو مؤشر مهم على الطريقة التى من خلالها تتطور المدونات الإلكترونية ويزداد عددها فى الفضاء التدوينى، كما جاء عدد المدونون الذين تبلغ أعمارهم تحت ٣٠ عام فى بريطانيا ٤٠%، مقارنتاً بـ ٢٩% فى الولايات المتحدة الأمريكية، وجاء ٤% فقط فى بريطانيا فوق ٥٦ عام، بالمقارنة بـ ١٨% فى الولايات المتحدة. وتطرقت دراسة أجرتها (Deva Woodly 2008)[٥] إلى البحث في تأثير المدونات الإلكترونية على بنية الاتصال السياسى، كأداة اتصالية بدأت فى استخدامها وسائل الإعلام التقليدية، والأفراد المهتمين بالشأن السياسي،

حيث ساعدت المدونات فى عملية تغيير وضع الأجندة، وتشكيل رأى النخب السياسية، ووضع الاستراتيجيات للتعبئة السياسية.

وفي الدراسة التي أجرتها الباحثة (حنان سليم ، ٢٠٠٨)[٦]علي عينة من الجمهور الألماني، حول مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام، والتي هدفت للتعرف علي مدي تقييم الجمهور الألماني لعناصر مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وهي دراسة كمية واعتمدت علي أداة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات، وتم ترجمة الاستمارة الي اللغة الالمانية ليتمكن من فهمها والإجابة علي تساؤلاتها، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن الجمهور الألماني يقيم الصحف والتليفزيون كأكثر مصداقية من الإنترنت، كما أوضحت النتائج وجود ارتباط إيجابي بين كثافة التعرض للمضمون الإخباري بوسائل الاعلام التقليدية والحديثة، وإدراك المبحوثين لعناصر المصداقية في كل منهما كمصادر الأخبار.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت مصداقية الإنترنت:

وفي هذا الاتجاة نجد الدراسات تهتم بدراسة مصداقية الإنترنت بشكل عام لدي الجمهور، أي من حيث مدي الثقة في شبكة الإنترنت وما تقدمة بشكل عام، دون أن يتم الربط بين قياس المصداقية في شبكة الإنترنت فيما يتعلق بمصداقية المواقع الإخبارية أو مصداقية الصحف الإلكترونية أو المدونات، وفي هذا الإطار ندرت الدراسات العربية التي تتناول قياس مصداقية الإنترنت بشكل عام، فلم يتم رصد أي دراسة عربية في هذا الصدد.

ومن الدراسات في هذا المجال، الدراسة التي أجراها الباحثان Thomas Johnson &Barbara Keye (٢٠٠٤)[٧] والتي سعت لقياس مصداقية شبكة الانترنت لدي المستخدمين ذوي الاهتمامات السياسية، واعتمدت الدراسة علي

نظرية الاستخدامات والإشباعات، واستخدمت أداة الاستقصاء في جمع البيانات، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية قوية بين درجة اعتماد المبحوثين علي شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات، ودرجة إدراكهم لمصداقيتها.

وفي دراسة للباحثين Carmen ,S.Sundar,S. (٢٠٠٨) [٨]، والتي هدفت للتعرف علي العلاقة بين استخدام الأفراد لشبكة الإنترنت، ودرجة مصداقيتها لديهم، واعتمدت الدراسة كذلك علي نظرية الاستخدامات والإشباعات في إطارها النظري، وأجريت الدراسة علي عينة مكونة من (١٠٨٩) مبحوثا من مستخدمي شبكة الانترنت، وتو جمع البيانات عن طريق أداة الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت النتائج إلي وجود علاقة ارتباطيه إيجابية بين كثافة تعرض المبحوثين لشبكة الإنترنت، وتقييمهم لمصداقيتها.

التعليق على الأدبيات السابقة وحدود الاستفادة منها:

استفادت الدراسة الحالية من مسح التراث العلمي المتاح حول ظاهرة مصداقية الإنترنت في تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة، وتحديد المتغيرات التي ينبغي إخضاعها للتحليل. ويمكن رصد جملة الملاحظات ونقاط الاستفادة من الأدبيات السابقة على النحو التالي:

١- لم تتوصل الدراسات التي تناولت المصداقية في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، سواء الدراسات العربية أو الأجنبية، إلي وضع مقياس موحد لقياس مصداقية وسائل الإعلام، وتمثلت إحدي إشكاليات دراسة مصداقية وسائل الإعلام في تعدد الأبعاد والمتغيرات التي وضعها الباحثون لقياس مصداقية وسائل الاعلام التقليدية والحديثة، مما أدي إلي تباين نتائج وأبعاد دراسات المصداقية في وسائل الإعلام.

٢- تمثلت أهم الإشكاليات في دراسات مصداقية الإنترنت في اختلاف المتغيرات والعناصر التي يمكن من خلالها قياس مصداقية الإنترنت عن المتغيرات

والعناصر الأخرى التي تقيس المصداقية في كل من الصحف والتلفزيون، ولذلك اعتمدت تلك الدراسات علي مقاييس مختلفة لرصد أبعاد المصداقية، في وسائل الإعلام التقليدية، مقارنة بأبعاد المصداقية في شبكة الانترنت.

٣- كشفت الأدبيات السابقة عن دور شبكة الإنترنت كفضاءٍ رحب لعملية التسويق السياسيّ للأحزاب والجماعات السياسية والنشطاء السياسيين، وتعزيز وتقوية حرية الرأي والتعبير بدون قيود، وتأثيره على أجندة وسائل الإعلام التقليدية، بيدّ تقديمه أجندة بديلة تعبر عن موضوعات تعني باهتمامات وتطلعات جمهورها، فضلاً عن دورها في دعم مفاهيم الصحافة بالمشاركة ودمقرطة المعلومات، وامتداد تأثيره إلى أجندة النخبة السياسية وخلق ساحة مشتركة بينها وبين الجمهور.

٤- اهتمت الدراسات الأجنبية بدراسة العلاقة بين الإنترنت ووسائل الإعلام التقليدية، ولم نجد إلا دراستين عربيتين (**) تطرقتا إلى هذا الموضوع. وارتكز اهتمامها على فقدان الإعلام التقليدي لحرية الرأي والتعبير بالقياس إلى الإعلام البديل المتمثل في المدونات الإلكترونية، وكذلك رؤية القائمين بالاتصال في الصحف المطبوعة لطبيعة العلاقة بين الصحافة المطبوعة والتدوين.

خامسًا: الدراسة الاستطلاعية:

تُعد الدراسة الاستطلاعية المرتكز الأساسي الذي يرشد الباحث إلى العديد من الاحتياجات والمتطلبات اللازمة لتنفيذ البحث بجميع خطواته **فعلى مستوى المواقع الإلكترونية للصحف المطبوعة**، فقد استهدفت الدراسة الاستطلاعية رصد وتتبع تغطية المواقع الإلكترونية لبوابة الأهرام وبوابة الوفد وبوابة مصراوي وموقع حركة شباب ٦ أبريل وبوابة اشتراكي وشبكة رصد الإخبارية- لأداء الاقتصاد

المصري خلال الفترة الزمنية الممتدة من ١٤ إلى ٢٤ أغسطس ٢٠١٣، **وكشفت نتائج الدراسة الاستطلاعية ما يلي :**

١. توظف المواقع محل الدراسة جملة من آليات التفاعل مع الجمهور، تمثلت في إتاحة آلية التعليق على المواد الإعلامية المنشورة عليها، وإحالة القراء إلى ساحات تتيح لهم نشر مقالاتهم عليها، كما تحرص تلك المواقع على نشر موادها الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر، وموادها المصورة على موقع يوتيوب، بالإضافة إلى الروابط التعقبية للنصوص الصحفية وشريط الأخبار والنشرة البريدية (RSS) والبريد الإلكتروني لموافاة القراء بمستجدات الأحداث أولاً بأول. فضلاً عن تباين التوجهات الإعلامية والسياسية للمواقع، فقد كشفت الدراسة الاستطلاعية عن وجود مؤشرات تباين أولي فيما بين المواقع في تناولها لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية ٢٠١٣.

٢. أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية للمواقع الإلكترونية تنوع اتجاهات الكتاب والصحفيين الذين يكتبون لها، وبالتالي اختلاف اتجاهات مضامين ما يكتبون من أفكار وآراء تجاه أداء الاقتصاد المصري. وأوضحت نتائج الدراسة الاستطلاعية ما تتمتع به هذه المواقع من مصداقية كبيرة لدى جمهور قراء موقعها، إلى جانب الحضور المكثف لتغطية الإخبارية للاقتصادي المصري.

٣. أوضحت نتائج الدراسة الاستطلاعية ما تتمتع به هذه المواقع من مصداقية كبيرة لدى جمهور قراء موقعها، إلى جانب الحضور المكثف لتغطية القضايا الاقتصادية.

سادسًا: تساؤلات الدراسة:

ترمي الدراسة إلى الإجابة عن **تساؤل** رئيس مفاده، **ما مصداقية المواقع الإخبارية محل الدراسة في تغطيتها لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية،**

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات **الفرعية**، على النحو الأتي:

- ما الفنون الإعلامية التي استخدمتها المواقع الإخبارية محل الدراسة في تغطيتها لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية؟
- ما المصادر البشرية والرقمية التي اعتمدت عليها المواقع عينة الدراسة في تغطيتها لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية؟
- ما نوعية معايير التصميم السليمة التي التزمت بها المواقع محل الدراسة؟
- ما مدى توافر أبعاد المصداقية الأربعة – الوسائط المتعددة، التفاعلية مع المستخدم، اسناد الخبر إلى مصدر وعناصر التغطية الإخبارية- في المواقع الإخبارية محل الدراسة؟
- ما نوعية انتهاكات المواقع الإخبارية محل الدراسة في تغطيتها لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية؟

سابعًا: الأطر النظرية المفسرة لمصداقية شبكة الإنترنت:

- نظرية ثراء الوسيلة Media Richness:

تعد نظرية ثراء الوسيلة إحدى نظريات القرن العشرين المهمة فى مجال اختيار الفروض المتعلقة بأسباب نجاح الاتصال الانسانى تأسيساً على الاختيار المناسب للوسيلة الاتصالية وهى كذلك إحدى أبرز النظريات التى يتم فى ضوئها مناقشة العلاقة بين اطراف العملية الاتصالية التى تكون الحاسبات وسيطاً فيها سواء بنقل الصوت أو بعرض صورة أو من خلال تبادل الحوار المكتوب أو غير ذلك، وبالرغم من التأكيد الغالب لمعظم نتائج الأبحاث على فرضيات النظرية الأساسية إلا أن هناك بعض الدراسات توصلت إلى نتائج لا تدعم الطروحة المركزية للنظرية(٩).

وفى عام ١٩٨٤قدم (Daft & Lengel) نظريتهما حول ثراء الوسيلة الاتصالية حيث افترضا الآتى:

١- أن لوسائل الاتصال قدرات استيعابية مختلفة لاستجلاء الغموض وتسهيل الفاعل بين الأطراف الاتصالية.

٢- أن الناس دائماً يرغبون فى التغلب على الغموض والالتباس المحيط بالعمليات الاتصالية فيما بينهم ولذلك فهم يستخدمون أدوات اتصالية معينة يعتبرونها أفضل من غيرها فى اداء مهمات محددة[١٠].

٣- أن هناك أربعة مستويات لقياس ثراء الوسيلة تبدأ بالأعلى (والتى توصف عندها الوسيلة بقوة الثراء) وتنتهى بالأقل (والتى توصف ندها الوسيلة بالضعف أو الأقل ثراءاً) وهذه المستويات الأربعة هى: إمكانية الحصول على رجع صدى فورى على الرسالة، قدرة الوسيلة على استيعاب أشكال متعددة لأنواع الاتصال ونقلها بحيويتها كالصوت والصورة والحركة، القدرة على استخدام اللغة المألوفة بين البشر، وقدرة الوسيلة على فهم الأبعاد الشخصية للطرف الآخر فى العملية الاتصالية.

ثامناً: المنهج وأدوات جمع البيانات:

الإطار المنهجي للدراسة:

١- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تتجاوز وصف المحتوي الظاهر إلي الكشف عن المعاني الكامنة للوصول إلي نتائج تحليلية دقيقة ومفيدة في مجال إثراء الدراسات البحثية المقدمة، وتتضمن شقين، **الأول:** تحليلي يستهدف توصيف مصداقية تغطية عينة من المواقع الإخبارية لأداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية ٢٠١٣، بما يعكس اتجاهات وتصورات تلك الوسائل إزاء القضايا

الاقتصادية المثارة في هذه الفترة، بالإضافة إلى التحقق من مدى التزام المواقع محل الدراسة بأبعاد المصداقية للمحتوى المنشور عليها.

٢- مناهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على **منهج المسح الإعلامي:**

يُعد منهج المسح الإعلامي من أكثر المناهج المستخدمة في مجال البحوث الوصفية لكونه جهدًا علميًا منظمًا يهدف إلى الحصول على المعلومات والبيانات والأوصاف الخاصة بظاهرة إعلامية محددة، بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات عن هذه الظاهرة، وقامت الباحثة بتوظيف **منهج المسح بالعينة** في اختيار عينة من المواقع الإخبارية تمثل بوابات اثنان من الصحف المطبوعة هما بوابة الأهرام والوفد، وموقع مصراوي وحركة شباب ٦ أبريل وبوابة اشتراكي وشبكة رصد الإخبارية وفق المعايير التي وضعتها الباحثة عند اختيارها لعينة الدراسة التحليلية لرصد أطروحات تلك الوسائل وتصوراتها بشأن أداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية ٢٠١٣.

٣- أداة الدراسة:

- **تحليل المضمون:** استعانت الدراسة بأداة تحليل المضمون للوقوف على السمات الشكلية المرتبطة بالفنون الإعلامية، والمصادر الإخبارية، والمعايير السليمة لتصميم المواقع الإخبارية محل الدراسة، وكذلك الجوانب الموضوعية المرتبطة مدى مراعاة أبعاد مصداقية- بعد الوسائط المتعددة، التفاعلية مع المستخدم، اسناد المعلومة لمصدر، وعناصر التغطية الإخبارية- في المواقع الإخبارية، وكذلك القضايا الاقتصادية المطروحة، والأسانيد والأساليب الوجدانية والمنطقية المستخدمة لتناول الملف الاقتصادي، فضلا عن الأطر الإعلامية، وانتهاكات الموقع بشأن تغطية أداء الاقتصاد المصري بعد ٣٠ يونية ٢٠١٣.

تاسعًا: الإطار الإجرائي:

- **مجتمع وعينة الدراسة:**

يضم مجتمع الدراسة مواقع البوابات الإلكترونية للصحف المصرية، والمواقع الإخبارية الخاصة، ومواقع الإخبارية لحركات السياسية المختلفة، ونظرًا لما تفترضه طبيعة الدراسة من رصد مجمل توجهات ومسارات عينة الدراسة من المواقع الإلكترونية لبوابات الصحف المطبوعة والمواقع الإخبارية، فقد تم تحديد عينة الدراسة التحليلية في عينة عمدية من المواقع الإلكترونية لبوابات الصحف المطبوعة قوامها موقعين لبوابات صحف الأهرام والوفد، وعينة من المواقع الإخبارية التي لا يتوافر لها شكل مطبوع قوامها أربعة مواقع تتمثل في بوابة مصراوي وموقع حركة شباب ٦ أبريل وبوابة اشتراكي وموقع شبكة رصد الإخبارية، وقد عنيت كل تلك الوسائل بأداء الاقتصاد المصري بعد أحداث ٣٠ يونية ٢٠١٣، فضلا عن أنها تعبر عن تيارات سياسية مختلفة. **وقد تم اختيار عينة الدراسة التحليلية وفق جملة من المعايير والاعتبارات الموضوعية، أهمها:**

١- المعالجة المكثفة لمواقع الدراسة لتأثيرات الصراع السياسي على أداء الاقتصاد المصري بعد ثورة ٣٠ يونية وعزل الرئيس محمد مرسي وإعلان خريطة الطريق، وتباين معالجات تلك المواقع لتطورات أداء الاقتصاد بما اشتملت عليه من تعليقات متباينة الاتجاهات والانتماءات.

٢- التمثيل الموضوعي للمواقع الإخبارية المصرية، بحيث تمثل مختلف التصورات السياسية لأداء الاقتصاد المصري ما بين مؤيد لسياسات الحكومة ونظام ما بعد ٣٠ يونية، وما بين منتقد لسياستهما ومُظهر للإخفاقات التي ألمت بالاقتصاد المصري نتيجة هذه الأحداث.

٣- حرص المواقع عينة الدراسة على التحديث المستمر لأخبارها المعنية بالأداء الاقتصادي، وتوظيف مختلف أنواع الأدوات والآليات التفاعلية والوسائط

المتعددة للتواصل مع جمهور من القراء المترددين على مواقعها.

٤- بالإضافة إلى النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الاستطلاعية لمجتمع الدراسة(*)، وكذلك شعبية هذه المواقع وفق تصنيق موقع ألسكا Alexa، حيث جاءت غالبية مواقع الدراسة في مرتبة متقدمة في تصنيف موقع ألسكا Alexa (**) لتصنيف المواقع الإلكترونية المصرية.

- **الفترة الزمنية للدراسة:**

تم تحليل مضمون هذه المواقع في الفترة من ٣٠ يونية وحتى ١٤ يناير ٢٠١٤، وذلك بأسلوب المسح الشامل للمادة الإعلامية المنشورة بالمواقع محل الدراسة، وقد تم اختيار تلك الفترة بناءً على عدد من المؤشرات أهمها ما شهدت هذه الفترة أحداث سياسية مهمة كان لها كبير الأثر على أداء الاقتصاد المصري، الأمر الذي ارتأت فيه مواقع الدراسة فيه مادة ثرية للتناول من مختلف الجوانب ووفق رؤيتها وسياستها التحريرية.

٢. اختبار الصدق الظاهري Validity والثبات Reliability لأداة الدراسة التحليلية:

٣. أولًا: اختبار الصدق Validity:

يعد اختبار الصدق الظاهري Validity Face أداة تقيس إذا ما كانت الاستمارة تقيس فعلًا ما يراد قياسه، ويرتبط الصدق بالإجراءات المتخذة في التحليل، كاختيار العينة، ووضع الفئات وتحديدها تحديدًا واضحًا ودقيقًا، بالإضافة إلى درجة الثبات في التحليل(١١).

ولتحقيق عنصر الصدق في هذه الدراسة قامت الباحثة بالآتي:

١- تصميم استمارة تحليل مضمون لقياس قضية الدراسة، وتحديد فئاتها الشكلية والموضوعية بدقة ووضوح، بما يضمن عدم وجود أي تداخل فيما بينها.

٢- إجراء اختبار أولى للاستمارة بتحليل عينة محددة من المواد المنشورة المواقع

الإخبارية، لمعرفة مدى دقتها وصلاحيتها للقياس، ثم على ضوء الملاحظات التي تم رصدها تم إجراء تعديلات في بعض فئات الاستمارة.

٣- عرض الاستمارات على مجموعة من المحكمين(*) ذوى التخصصات العلمية المختلفة في مجالات الإعلام ومناهج البحث، لفحص فئات تحليل الاستمارة والحكم على صلاحيتها لتحقيق الغرض منها، وفي ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون تم تعديل الاستمارة بحيث تتفق معها وتتناسب مع أهداف وتساؤلات الدراسة.

ثانياً: اختبار الثبات Reliability:

يشير الثبات إلى الاتفاق الكامل في النتائج بين باحثين مختلفين، يقومون بتحليل نفس المضمون باستخدام نفس أداة التحليل، أي أنه في حالة إعادة تحليل نفس المادة الإعلامية مرة ثانية، باستخدام نفس الأداة المطبقة في المرة الأولى، فإنه يتم الحصول على النتائج نفسها(١٢).

وتأتى عملية التأكد من الثبات إما عن طريق اختيار باحث، لإعادة تحليل مضمون عينة فرعية من عينة الدراسة، وبعد تفريغ النتائج يتم حساب درجة معامل الثبات بين المحللين، أو أن تقوم الباحثة نفسها بإعادة تحليل عينة من مضمون عينة الدراسة في فترة زمنية لاحقة، وتقيس مدى ثبات تحليلها في الفترتين، أو أن تقوم باستخدام الطريقتين معاً(١٣).

ولحساب درجة الثبات في هذه الدراسة، فقد تم الاستعانة بباحث (*) لإعادة تحليل مضمون عينة من المواد الإعلامية لمدة ثمانية عشر يومًا بنسبة ١٠% تقريباً من إجمالي عينة الدراسة (١٩٤ يومًا) على النحو الآتي (بوابة الأهرام ١٨ يومًا، بوابة الوفد ١٨ يومًا، بوابة مصراوي ١٨ يومًا، موقع حركة شباب ٦ أبريل ١٨ يومًا، بوابة اشتراكي ١٨ يومًا، ، وشبكة رصد الإخبارية ١٨ يومًا). وقد بلغ متوسط معامل الثبات في التحليل للمواقع الإخبارية (٠,٩٤%) أى أن نسبة الاتفاق

بين المرمزين (٩٤%) وهى نسبة مقبولة في البحوث الإعلامية.

كما قامت الباحثة بإجراء التحليل وإعادته بنفسها على عينة من المواد الإعلامية لمدة (٩ أيام) بنسبة ٥% من إجمالي أعداد العينة (١٩٤ يومًا مدة التحليل) وذلك بعد مضي ثلاثة أسابيع، وبلغ معامل الثبات في هذه الحالة ٩٠%، وهى نسبة ثبّات عالية تؤكد على وضوح المقياس وصلاحية تطبيقه للتحليل. وكذلك تم وضع بعض الأسئلة التأكيدية داخل استمارة الاستبيان لتقيس الشيء نفسه وللتأكد من صدق المبحوث.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- **التعريف الإجرائى للمصداقية في الدراسة الحالية:** تقييم النخبة المصرية لمصداقية المواقع الإلكترونية من خلال الاعتماد على عدد من آليات التقييم التي تتلائم مع الطبيعة الخاصة للمواقع.

عاشرًا: المعالجات الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية بعد تطبيق استمارة محكمة تضمنت ٣٢ سؤالاً مغلقًا وسؤال مفتوح حول استخدامات النخبة للإنترنت واتقيماتهم لمصداقيتها، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية *Statistical Package for the Social Science (Spss)*. نسخة (١٩)، وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية المناسبة في تحليل بيانات الدراسة.

- **حادي عشر: نتائج الدراسة:**

تشمل النتائج على مبحثين، يقدم المبحث الأول توصيف لعينة الدراسة وأسباب اختيارها والمعايير الموضوعية لهذا الاختيار، فيما يتناول الثاني الشق التحليلي للمواقع الإخبارية عينة الدراسة وفق الفئات التحليلية لاستمارة تحليل المضمون، للخروج بمؤشرات علمية تحقق أهداف وتساؤلات الدراسة.

المبحث الأول: توصيف عينة الدراسة التحليلية:

يقدم هذا المبحث توصيف لعينة الدراسة التحليلية التي تتضمن ستة مواقع إلكترونية تشمل "بوابة الأهرام الإلكترونية، بوابة الوفد الإلكترونية، بوابة مصراوي، موقع حركة شباب ٦ أبريل، بوابة اشتراكي وشبكة رصد الإخبارية"، وتم اختيار هذه العينة بناءً على الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على مجتمع الدراسة، بالإضافة إلى مراعاة عدد من المعايير والاعتبارات الموضوعية في اختيارها، وفيما يلي قائمة بالمواقع الخاضعة للتحليل وتوصيفها وعنوان موقعها الإلكتروني. وقد روعي في اختيار عينة البوابات والمواقع الإخبارية محل الدراسة عدد من المعايير على النحو التالي(*):

١- تشتمل على المواقع الإخبارية الأوسع انتشارًا وتأثيرًا في بيئة الإعلام الإلكتروني المصري، وهو ما تبين للباحثة من خلال النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الاستطلاعية لمجتمع الدراسة.

٢- منتظمة التحديث والتطوير في فترة الدراسة، بما يتيح أكبر قدر من المادة الإعلامية الخاضعة للتحليل.

٣- ذات اهتمام بالقضايا الاقتصادية، ويكون هذا الاهتمام قد تم التعبير عنه من خلال معالجات مكثفة ومتنوعة، تفسح المجال للنقاش والتحليل والتفسير وتقديم الحلول للمشكلات الاقتصادية من مختلف التوجهات الفكرية والسياسية والاقتصادية. ما يثري التحليل ويمكّن الباحثة من الاطلاع على حالة النقاش العام المثارة على مواقع الدراسة حول قضايا الملف الاقتصادي.

٤- مهتمة بتوظيف آليات الإعلام الإلكتروني التفاعلي وفنونه التحريرية وأساليب التصميم المرنة والجذابة. فضلًا عن ذلك، أظهرت المؤشرات أن أغلبية المواقع الإخبارية الخاضعة للتحليل حققت مرتبة متقدمة وفق نتائج تصنيف موقع ألسكا(*) للمواقع الإلكترونية الأكثر شعبية في مصر لشهر أغسطس ٢٠١٣.

المبحث الثاني: نتائج تحليل مضمون المواقع وابوابات الإخبارية عينة الدراسة:

٤. الفنون الإعلامية:

جدول رقم (١)

توزيع الفنون الإعلامية على المواقع محل الدراسة

الوسيلة / الفنون الإعلامية	بوابة الأهرام		بوابة الوفد		بوابة مصراوي		٦ أبريل		بوابة اشتراكي		شبكة رصد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	١٢٩٤	٣٩,٦	٨٧٥	٢٥,٥	٥٤١	١٩,٦	١٢٩	١٧,١	١٧٨	٢٧,٩	٧٨٤	٢٢,١	٣٨٠١	٢٦,٤
تقرير	١٧٩	٥,٥	١٢٢	٣,٦	١٢٦	٤,٦	٣٢	٤,٢	١٢	١,٩	٢٣٥	٦,٦	٧٠٦	٤,٩
تحقيق	١٤	٠,٤	١٠	٠,٣	٦	٠,٢	٢	٠,٣	٣	٠,٥	٥٦	١,٦	٩١	٠,٦
حديث	١٦	٠,٥	٢٤	٠,٧	٢٣	٠,٨	٠	٠	٠	٠	٣٦	١,٠	٩٩	٠,٧
مقال	٢٤	٠,٧	٢٠٣	٥,٩	٢٠٣	٧,٤	٤٣	٥,٧	٢٢	٣,٤	١٣٩	٣,٩	٦٣٤	٤,٤
قصة	٧	٠,٢	٦	٠,٢	٦	٠,٢	٠	٠	٠	٠	٧	٠,٢	٢٦	٠,٢
تغطية خاصة	٥	٠,٢	٨	٠,٢	٢٣	٠,٨	١٥	٢,٠	٣٧	٥,٨	٤٦	١,٣	١٣٤	٠,٩
عناوين للأخبار العاجلة	١٢	٠,٤	٤٥١	١٣,١	٦٥٤	٢٣,٧	٢١١	٢٧,٩	٢٦	٤,١	٧٨٣	٢٢,١	٢١٣٧	١٤,٨
كاريكاتير	٤	٠,١	٤٢	١,٢	٣٤	١,٢	١	٠,١	٣٨	٥,٩	١٤	٠,٤	١٣٣	٠,٩
وسائط متعددة	١٨٨	٥,٧	٢٥٧	٧,٥	٢٥٧	٩,٣	٧٨	١٠,٣	٧٨	١٢,٢	٤٥٨	١٢,٩	١٣١٦	٩,١
الصورة الصحفية	١٥٢٠	٤٦,٥	١٤٣٢	٤١,٧	٨٧٥	٣١,٧	٢٤٥	٣٢,٤	٢٤٥	٣٨,٣	٩٨٢	٢٧,٧	٥٢٩٩	٣٦,٨
تحليل إخباري	٧	٠,٢	٥	٠,١	٩	٠,٣	٠	٠	٠	٠	١	٠,٠	٢٢	٠,٢
الإجمالي	٣٢٧٠	١٠٠,٠	٣٤٣٥	١٠٠,٠	٢٧٥٧	١٠٠,٠	٧٥٦	١٠٠,٠	٦٣٩	١٠٠,٠	٣٥٤١	١٠٠,٠	١٤٣٩٨	١٠٠,٠

من خلال نتائج الجدول رقم (١)، نستخلص جملة من المؤشرات والدلالات المهمة كالآتي:

استحوذت الصورة الصحفية الفوتوغرافية على النسبة الأعلى بين الفنون الإعلامية في المواقع محل الدراسة بنسبة ٣٦,٨%من إجمالي الفنون، وهو ما قد

يعزى إلى كون الصورة الصحفية أحد الدعائم الرئيسية لتدعيم النص الصحفي، وزيادة مصداقيته لدى القارئ، إذ عمدت المواقع بعرض عديد من ملفات الصور لمختلف الموضوعات دون النص الصحفي، إلى جانب أكثر من صورة للموضوع الواحد، وهو ما يدعم مقول الصورة بألف كلمة، ويعزز من فكرة العمل الصحفي المصور الذي يحظى بأهمية كبير لدى القارئ. وفي هذا السياق، تخصص المواقع عينة الدراسة عديد من الأبواب لعرض الصور فقط منها "الأحداث في صور" و "رصد فوتوغرافي" لشبكة رصد.

بينما جاء الخبر الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦,٤% من إجمالي الفنون الإعلامية، بيد أنه الأساس الذي تبنى عليه أية صحيفة في بيئة صناعة الصحف، والعمود الفقري لمعالجتها اليومية للأحداث المختلفة، والفن الخبري هو الأكثر ملائمة للمواقع الإخبارية التي تعمل تحت ضغوط الوقت والمنافسة مع المواقع الأخرى. وعلى صعيد عناوين الأخبار العاجلة، فقد حلت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٤,٨% من إجمالي المواد الإعلامية، بعدما أضحت أهم سمات المواقع الإخبارية المحترفة التي تسعى لمواكبة التدفق الإخباري الكبير للأحداث على مدار ساعات اليوم، بطريقة صياغة مضمون الخبر في شكل عنوان يلخص محتواه ونشره بسرعة تحقق للموقع السبق والتفرد عن المواقع الأخرى، ويحرص على هذا الشكل مواقع بوابة الأهرام والوفد ومصراوي ورصد.

ويأتي اهتمام المواقع الإخبارية بالوسائط المتعددة ليحتل المرتبة الرابعة بنسبة ٩,١%، ويعزز ذلك من رؤية المواقع لأهمية الوسائط المتعددة في تدعيم المحتوى الإلكتروني، وإضفاء قدر كبير من التفاعلية التي تسمح للمتردد على الموقع بالإبحار والتجول داخل الموقع أو خارجه عبر النصوص الفائقة والروابط التعقيبية أو الصور والفيديوهات الفائقة، وتخصص المواقع أقسام لنشر فيديوهاتها

على الموقع مثل "مالتيميديا" للأهرام، "فيديو" للوفد، "فيديو..عدسة رصد" لرصد، و"فيديوهات" لمصراوي، و"تليفزيون اشتراكي" لبوابة اشتراكي.

وبالنسبة للتقارير الإخبارية فقد حلت في المرتبة الخامسة بنسبة ٤,٩% من إجمالي المواد، ونلحظ اهتمام المواقع بالتقارير الإخبارية للملف الاقتصادي التي تستعرض مختلف الشواهد والرؤى للجهات الرسمية والحزبية والمدنية وتقارير المراكز البحثية والمؤسسات الدولية المالية ومعالجات وسائل الإعلام للمؤشرات الايجابية والسلبية للاقتصاد المصري من أجل الوقوف على أهم الحلول المطروحة من الطرح الإعلامي المقدم للقراء. وجاءت مقالات الرأي في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٤,٤% من إجمالي المواد، ومن اللافت اهتمام مواقع الدراسة بكتابة ونشر المقالات المعنية بتناول الوضع الاقتصادي خلال فترة الدراسة، باستثناء بوابة الأهرام التي ندرت فيها المقالات التي تناولت الشأن الاقتصادي بشكل كبير بنسبة بلغت ٠,٧% من إجمالي المواد الإعلامية، الأمر الذي قد يرجع.على اهتمام المؤسسة بنشر مقالات الكتاب في الموقع الإلكتروني لجريدة الأهرام المطبوعة.

وأخيرًا حلت بقية الفنون الإعلامية الأخرى بنسب صغيرة ومتفاوت، ففي الوقت الذي جاءت فيه التغطية الخاصة والكاريكاتير في مرتبة متساوية بنسبة ٠,٩%، جاء التحقيق الصحفي بنسبة ٠,٧%، والحديث الصحفي بنسبة ٠,٧%، الأمر الذي يرجع لغلبة الطابع الخبري المتجدد على مدار الساعة على عمل المواقع الإخبارية محل الدراسة، وحلت القصة الخبرية والتحليل الاخباري الاقتصادي في المرتبة الأخيرة بنسبة ٠,٢%.

مصادر المعلومات البشرية:

فيما يتعلق بتوزيع مصادر المعلومات البشرية على المواقع محل الدراسة فجأت كالآتي:

استحوذ محررو المواقع الإخبارية على النسبة الأعلى بين مصادر المعلومات البشرية على المواقع محل الدراسة بنسبة ٣٨,٢%، ومثل ذلك محررو وكتاب الصفحات الاقتصادية في المواقع، ويؤشر ذلك إلى اهتمام المواقع الإخبارية محل الدراسة بالاعتماد على مصادرها الذاتية في تغطية الأخبار وتحليلها سواء النصية أو المصورة، ويعود ذلك بالأساس إلى القدرات البشرية التي يمتلكها كل موقع من مواقع الدراسة.

وجاء المصادر التنفيذية الحكومية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣١% من إجمالي المصادر، ويعزى ذلك إلى امتلاك الجهات الرسمية والتنفيذية للمعلومات، واعتماد المواقع على تصريحات وبيانات المسئولين في الشأن الاقتصادي، بينما تعتمد عليها مواقع الحركات السياسية لنقد أدائها الاقتصادي وإظهار سلبيات السياسات الحكومية المتبعة، أو المقارنة بين مؤشرات نمو الاقتصاد خلال فترة الدراسة والفترة السابقة لها إبان حكم الرئيس محمد مرسي كما هو الحال في تناول شبكة رصد الإخبارية للقضية.

ومن اللافت للنظر اعتماد المواقع على الخبراء والمتخصصين في المجال الاقتصادي كمصدر مهم للتحليل والتفسير والتعليق بنسبة ١١,١%، إذ لا تقف المواقع عند نقل الخبر، بل تهتم بتقديم تحليلات وتفسيرات الخبراء لمؤشرات أداء الاقتصاد أو البورصة، وسرد الحجج والدلائل على صحة ما تنشره أو عدم صحة ما تنشره واقع أخرى أو تصرح بها جهات رسمية أو غير رسمية. وجاءت المصادر الحزبية لتحل في المرتبة الرابعة بنسبة ٦,٨%، إذ ارتأت العديد من المواقع محل الدراسة الاستعانة بالمصادر الحزبية للتعرف على رؤية الأحزاب

للقضايا الاقتصادية ودورها في الملف الاقتصادي.

مصادر المعلومات الرقمية:

وبالنسبة لتوزيع مصادر المعلومات الرقمية على المواقع محل الدراسة فجأت كالآتي:

احتلت وكالات الأنباء صدارة قائمة مصادر المعلومات الرقمية التي تعتمد عليها المواقع الإخبارية بأعلى نسبة بلغت ٣٢,٩%، الأمر الذي يرجع لأهمية وكالات الأنباء كمصدر أساسي لاستقاء المعلومات المحلية والدولية على السوء، وهو ما يزيد من درجة الاعتماد عليها لما تتمتع به من مصداقية عالية بين مصادر المعلومات الأخرى. وعلى صعيد الصحف الإلكترونية فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة ٢٧% من إجمالي المصادر الرقمية، بيد أن العديد من الصحف الإلكترونية استطاعت في الآونة الأخيرة بفضل الإمكانات التكنولوجية توفير مادة إعلامية متفردة أصبح من الصعوبة تغاضي المواقع الإخبارية عنها، وهو الأمر الذي يدفعهم إلى النقل عنها من مواقع إخبارية كثيرة.

واستحوذ موقع اليوتيوب على المرتبة الثالثة بنسبة ١٩,١% من إجمالي مصادر المعلومات الرقمية، كمصدر للمعلومات المرئية المتحركة، ويعد بمثابة وكالة أنباء مصورة متاحة لجميع الوسائل الإعلامية، إذ يرفع ويشارك ملايين المترددين على الموقع ملايين الفيديوهات على مدار الساعة.

وقد حظيت القنوات الفضائية بالمرتبة الرابعة بنسبة ١٧,٥%، الأمر الذي يفسر أهمية القنوات الفضائية كمصدر من مصادر المعلومات الرقمية، واعتماد المواقع الإخبارية عليها في نقل أجزاء من حلقات برامجها تكون مصدر لخبر صحفي ينشر عليها، وبالخصوص البرامج الحوارية Talk Shows.

معايير التصميم السليمية للموقع:

جدول رقم (٢)

توزيع معايير التصميم السليمة التي تراعيها المواقع عينة الدراسة

الوسيلة / معايير التصميم	بوابة الأهرام		بوابة الوفد		بوابة مصراوي		٦ أبريل		بوابة الشرقاوي		شبكة رصد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تحديث المادة بشكل مستمر	١٢٥٤	٣٣,٤	١٦٢٣	٤٠,٠	١٤٥٦	٣٣,٤	٢٣	١,٥	١٤	١,٢	١٧٨٩	٢٨,٢	٦٢٦٨	٢٨,٩
تزويد المحتوى بالوسائط المتعددة	١٨٩	٥,٠	٣٤٢	٨,٤	٦٤١	١٤,٧	١٦١	١٠,٨	٤٧	٤,٠	١٢١٣	١٩,٢	٢٦٣٦	١٢,٢
وجود أرشفة للمادة الإعلامية	٦٣٢	١٦,٨	٣٢١	٧,٩	٤٣١	٩,٩	٢١٣	١٤,٣	٣٢١	٢٧,٤	٨٥٣	١٣,٥	٢٨٤٧	١٣,١
وجود الروابط أو الإحالات المناسبة بأنواعها	١٢٦	٣,٤	٧٨	١,٩	٣٢	٠,٧	٤٧	٣,٢	١٧	١,٥	٥٤	٠,٩	٣٦٥	١,٧
وجود قنوات تواصل مع المترددين على الموقع	٢٣١	٦,٢	٤٣١	١٠,٦	٥٤٣	١٢,٤	٥٨	٣,٩	٢٤٥	٢٠,٩	٣٤١	٥,٤	١٩٠٣	٨,٨
التناسق بين القوالب التحريرية والصور سواء من حيث حجمها، لونها أو وضعيتها	٥٤٣	١٤,٥	٣٢١	٧,٩	٢٧٦	٦,٣	٢٥١	١٦,٨	١٥٧	١٣,٤	٧٨١	١٢,٣	٢٣٨٨	١١
سهولة قراءة النص، وذلك من خلال الفقرات القصيرة، العناوين، العناوين الفرعية، وحجم الخرف	٤٢١	١١,٢	٥٦٢	١٣,٨	٦٧٤	١٥,٤	٣٧٨	٢٥,٤	١٨٩	١٦,٢	٨٤٢	١٣,٣	٣١٤٨	١٤,٥
التسلسل المنطقي للمعلومات أو الأقسام في الصفحة	٣٢٨	٨,٧	٣٤١	٨,٤	٢٨٩	٦,٦	٣٤٧	٢٣,٣	١٦٧	١٤,٣	٤٣٢	٦,٨	١٩٦٥	٩,١
أخرى تذكر	٣٢	٠,٩	٤٣	١,١	٢١	٠,٥	١٢	٠,٨	١٣	١,١	٢٨	٠,٤	١٥٣	٠,٧
الإجمالي	٣٧٥٦	١٠٠	٤٠٦٢	١٠٠	٤٣٦٣	١٠٠	١٤٩٠	١٠٠	١١٧٠	١٠٠	٦٣٣٣	١٠٠	٢١٠٦٧٤	١٠٠

أولاً: تحديث المادة بشكل مستمر:

يُعد تحديث المادة بشكل مستمر أحد العناصر الرئيسية لمعيار الفورية والآنية للعم الصحفي الإلكتروني، وقد استحوذ على المرتبة الأولى في قائمة معايير التصميم السليمة التي تراعيها المواقع عينة الدراسة بنسبة بلغت ٢٨,٩% من إجمالي

المعايير، ورغم ذلك يتفاوت معدل تحديث المادة الخبرية من موقع لآخر بدرجة عالية، سواء على صعيد المقارنة بين موقع وآخر، أو داخل الموقع الواحد ما بين فترات زمنية متعاقبة، وهو ما يعزى إلى طبيعتها كوسيلة تعتمد على عدد محدود من الأشخاص القائمين على تغطية الأحداث وتحريرها ورفعها على الموقع كما هو الحال بالنسبة لبوابة اشتراكي وموقع حركة شباب ٦ أبريل، إذ قد ينقطع الموقع عن التحديث لظروف أمنية أو تقنية أو خاصة، وقد يكون هذا مبرر مقبول لبطء معدل تحديث المادة الإخبارية في مواقع الحركات السياسية من قبل الباحثين في مجال الإعلام. وفيما يتعلق بآنية إدراج تعليقات الزوار، نلحظ اهتمام موقع بوابة الأهرام والوفد ومصراوي واشتراكي وشبكة رصد الإخبارية بتوظيف هذه الآلية بشكل مهني، رغم ما تستلزمه هذه الآلية إطلاع المسئول عن الموقع على التعليق قبل إدراجه. وتتيح فورية الإدراج للتعليقات مزيدًا من التفاعل والحيوية والثراء المعلوماتي، وتدمج الزائر في العملية الاتصالية، بحيث يشعر بأنه جزء من إنتاج الرسالة المنشورة، قادر على التعقيب الحر والفوري على ما هو منشور(١٤).

ثانيًا: سهولة قراءة النص: وذلك من خلال مراعاة استخدام الفقرات القصيرة، العناوين، العناوين الفرعية، وحجم الحرف، إذ عمدت مواقع الدراسة إلى جعل النص الصحفي يتناسب مع طبيعة القارئ المتعجل بنسبة ١٤,٥% من إجمالي المعايير، من حيث تبسيط وتوضيح لغة النص، ومناسبته مع المساحة المحددة له كي يروق للقارئ، فضلاً عن إيجاد نوع من التناغم الإسلوبي بين النصوص الصحفية المختلفة التي ينشرها الموقع، الأمر الذي انعكس بالإيجاب على مقروئية المواقع الإخبارية. كما ابتعدت المواقع عن استخدام الكلمات أو الجمل أو الألفاظ التي تتسم بالصعوبة أو ضعف المقروئية، وصياغة العناوين الخاصة بالنصوص الرئيسية والثانوية والفرعية التي تشكل عنصرًا مهمًا لإراحة القارئ بصريًا وفكريًا.

وفي هذا السياق، يدعم معيار سهولة قراءة النص دقة النصوص ودورها في إقبال القراء عليها، حيث إن المعلومات والأخبار الجادة تعتبر أحد الأسباب التي دعت الجماهير لاستخدام الإنترنت، رغم احتواء الإنترنت على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون إلى القارئ في يسر وسهولة إلا أن النص ما زال في المركز الأول في اعتماد المواقع الإخبارية عليه في بنائها الشكلي والدلالي.

ويتسق ذلك مع يسعى إليه المخرج من وراء الإنقرائية في تقديم شكل يريح القارئ بصريًا ونفسيًا لتحقيق التوافق بين الشكل والمضمون وتحديد أروقة الدخول إلى النص من خلال العناوين الأساسية والفرعية والمقدمات لتنقل القارئ في يسر وسهولة بين ثنايا النص أثناء القراء[١٥].

ثالثًا: وجود أرشفة للمادة الإعلامية:

تولي المواقع الإخبارية محل الدراسة اهتمامًا كبيرًا بخدمة الأرشيف الإلكتروني، في ظل المساحة اللامحدودة التي يسمح بمزيد من التغطية كآلية لتوثيق الأحداث وتأريخها بنسبة (١٣,١%) وجاءت في المرتبة الثالثة في قائمة المعايير، بيد أن الأرشيف الإلكتروني يُمكن القارئ من سرعة الوصول إلى المعلومة وفق الفترة الزمنية لوقعها في أي وقت، واختصار الوقت والكلفة، إلى جانب أن القارئ يستطيع أن يبحث في أرشيف الصحيفة الإلكترونية عن المقالات ذات الصلة، وتتفاوت جودة خدمات الأرشيف التي تقدمها المواقع الإخبارية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يرد المتصفح الوصول إليها[١٦].

ويكون البحث في الأرشيف الإلكتروني بطريقتين، هما: البحث المبدئي، والبحث المتقدم، ويكون بعدة طرق، منها: حقل العنوان أو النص، وحقل نوع المادة، وحقل تصنيف الموضوع، وحقل الأبواب والصفحات المتخصصة، وحقل الكاتب، وحقل التاريخ، وحقل النطاق الجغرافي.

رابعًا: تزويد المحتوى بالوسائط المتعددة:

بالنظر إلى الجدول السابق يتضح حرص مواقع الدراسة على تزويد المحتوى بالوسائط المتعددة بأشكالها المختلفة من النص، الصوت، والصورة وجاء في المرتبة الرابعة في قائمة المعايير بنسبة ١٢,٢%، وقد أوجدت هذه الخاصية تحولاً هاماً يتعلق بعمل المحرر الإلكتروني، حيث أصبح بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى النصوص الحرفية والصور الثابتة على التعبير بالصوت والصورة المتحركة، وهذا يشير إلى أنه في ظل وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعي تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كانت تستخدم به في الصحافة المطبوعة، ومن الأهمية أن يلم المحرر الإلكتروني بالإمكانيات التعبيرية للوسائط السمعية والبصرية، وأن يعبر عن كل معلومة داخل المادة الصحفية التي يقوم بإعدادها للقارئ بالوسيط المناسب لها(١٧).

خامسًا: التناسق بين القوالب التحريرية والصور سواء من حيث حجمها، لونها أو وضعيتها:

يعد التناسق بين القوالب التحريرية والصور من أساسيات العمل التحريري على المواقع الإخبارية، باعتبار أن كل منهما يُكمل الآخر، ويدعم دافعية القارئ لقرائته. كما تلعب الصور دورًا مهمًا في نقل الرسالة بأسلوب مختصر وسريع كأحد الفنون الإعلامية التي تعتمد عليها المواقع في تحرير ونقل الأحداث، وهذا يشير إلى أنه في ظل وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كانت تستخدم به في الصحافة المطبوعة.

أبعاد مصداقية المواقع الإلكتروني في تغطية أداء الاقتصاد المصري :

تناقش هذه الجزئية أبعاد مصداقية المواقع الإلكترونية التي تم التطرق لها بالشرح والتوضيح في الفصل الثاني من الدراسة، والمتمثلة في استخدام الوسائط المتعددة، التفاعلية مع المستخدم، مدى استناد المعلومات المقدمة لمصدر، وأخيرًا طبيعة

التغطية الإخبارية، وتستهدف توضيح مواطن هذه الأبعاد في المواقع ودرجة تحققها، والتفاوت فيما بينها في هذا الشأن.

البعد الأول: الاعتماد على الوسائط المتعددة:

جدول رقم (٣)

توزيع استخدام الوسائط المتعددة في المادة الإعلامية الخاضعة للتحليل في كل موقع من مواقع الدراسة

الوسيلة / الوسائط المتعددة	بوابة الأهرام		بوابة الوفد		بوابة مصراوي		٦ أبريل		بوابة اشتراكي		شبكة رصد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نصوص	٨٢	٤٤,٣	١٢٦	٤٩,٢	١٤٠	٥٤,٥	٤٧	٦١,٨	٣٦	٤٦,٢	١٣٧	٢٩,٩	٥٦٨	٤٣,٢
روابط فائقة	٤	٢,٢	٢٨	١٠,٩	٥	١,٧	١	١,٣	٢	٢,٦	١٣٢	٢٨,٨	١٧٢	١٣,١
صور	٧	٣,٨	٣٣	١٢,٩	٢٣	٩	٢	٢,٦	١٨	٢٣,١	٧٣	١٥,٩	١٥٦	١١,٩
فيديوهات	٧٩	٤٢,٧	٥٩	٢٣,١	٧٦	٢٩,٦	٢٦	٣٤,٢	١٦	٢٠,٥	٨٨	١٩,٢	٣٤٤	٢٦,٣
جرافيك ورسوم المتحركة	١٣	٧	٦	٢,٣	٣	١,٢	٠	٠	٥	٦,٤	٢٣	٥	٥٠	٣,٨
مقاطع صوتية	٠	٠	٠	٠	٦	٢,٣	٠	٠	١	١,٣	٢	٠,٤	٩	٠,٧
ملفات تفاعلية	٣	١,٦	٤	١,٦	٤	١,٦	٠	٠	٠	٠	٣	٠,٧	١٤	١,١
الإجمالي	١٨٥	١٠٠	٢٥٦	١٠٠	٢٥٧	١٠٠	٧٦	١٠٠	٧٨	١٠٠	٤٥٨	١٠٠	١٣١٠	١٠٠

وبالنظر إلى الجدول السابق، **يمكن استنباط الملاحظات التالية:**

استخدمت المواقع النص في كل المواد الإعلامية التي نشرتها خلال فترة الدراسة بنسبة ٣٤,٣%، وهو ما يرجع إلى اعتماد المواقع على الشكل النصي كدعامة رئيسية للموقع الإخباري، ويشمل ذلك على النص الفائق المرتبط بمجموعة أخرى من النصوص المرتبطة به من خلال إشارات معينة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافياً داخل النص الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال المحرك فإنها تفتح

على نصوص أخرى، قد تكون نصية أو سمعية أو بصرية أو كليهما معاً، سواء متاحة داخل موقع الصحيفة، أو تحيل المستخدم إلى مواقع وعناوين يمكن من خلالها الاستفادة من الموضوعات التي تحظى باهتمامهم، وهذه الكلمات التي لها اتصالات تسمى "كلمات نشطة"(١٨).

وفي حالة اعتماد الموقع على النصوص الفائقة فإن المحرر مطالب بتغذية مواضيعه بأكبر قدر من المعلومات التي تغطي جميع جوانب الموضوع الآنية، والخلفيات المعلوماتية المتعلقة بالأشخاص والأحداث والأماكن والمفاهيم والأفكار التي وردت في الموضوع، بيد أنه يتعامل مـــع نص مفتوح على مجموعة متنوعة من النصوص الأخرى المرتبطة به، والتي قد تعطي تفاصيل معلوماتية إضافية، ولكنها لابد أن تكون موجودة وقائمة (١٩). إن مسئولية المحرر الصحفي في الموقع لا تنتهي بمجرد كتابة الخبر، بل إن مسئوليته الحقيقية تبدأ عند هذا الحد، وتتمثل هذه المسئولية في تحليل الخبر لرصد مجموعة الكلمات التي يمكن أن يتعامل معها ككلمات نشطة، وقد تدل هذه الكلمات على الأماكن التي ترد في المادة الصحفية، أو على الأسماء، أو على الأشخاص، أو على أحداث تاريخية، أو على مفاهيم، أو على اتفاقيات.

ومن الأهمية بمكان أن يلتزم المحرر بمعالجة المعلومات بالشكل الذي يناسب القارئ الذي يتوجه إليه، والطريقة الأفضل والأيسر للاستفادة من المعلومات الموجودة على مواقع هذه الشبكة أن يقوم المحرر بربط القارئ بها مباشر، بحيث تشكل هذه المعلومات امتداداً لما هو موجود على النص الأصلي تماشياً مع فكرة النص الفائق. ويتجه النص الفائق إلى التجاوب مع طريقة الإنسان في التفكير والتعامل مع أي نص يحمل معلومات عندما يسأل عن بعض الجوانب فيه، فيوجه النص الفائق القارئ إلى الدخول في معلومات جديدة وهو ما يتطلب من المحرر الصحفي القيام بعملية تحليل للنص(٢٠) .

بلغت نسبة استخدام مواقع الدراسة للعناصر المصورة من جرافيك ورسوم متحركة وصور وملفات تفاعلية وفيديو ٤٣,١% من إجمالي الوسائط التي تم استخدامها، وهي النسبة التي ترتفع إلى ٧٦% حال حذف النصوص، وتؤشر هذه النسبة إلى إدراك المواقع لأهمية الصورة في توصيل المعلومات للمتلقي. استخدمت المواقع الجرافيك والرسوم (٥٠ عنصرًا) لتوضيح وجهة نظرها تجاه الأحداث المعنية بالاقتصاد المصري، كمواد رأي يستطيع الموقع توصيل الفكرة للقارئ بسرعة، فيما استخدمت الصورة (١٥٦ صورة) في العادة للأغراض الخبرية، للحفاظ على مصداقية الموقع في الأخبار التي ينقلها.

استخدمت المواقع مقاطع الصوت بنسبة ضعيفة (٩ فقط)، تمثلت في أغاني يصنعها الموقع للتعبير عن فكرته، وهو ما يرجع لافتقاد الصوت الكثير من الجاذبية أو المصداقية الخبرية التي تتمتع بها الصور ومقاطع الفيديو.

وقد ظهر من خلال المقابلات التي تم إجراؤها مع عدد من الصحفيين المصريين الحرص على استخدام المواد المصورة، باعتبارها تعطي الشكل الجذاب للموقع الذي يدفع بالزائر إلى أن يهتم بها(*)، حيث إنها تدعم فكرة محتوى الموضوع الصحفي وتدفع القارئ لاستكمال قراءته، كونه قارئًا من النوع السريع وإذا لم تجتذبه السطور الأولى من الخبر فقد يغادر لقراءة أخبار مواقع آخرى.

كما أن استخدام الصور ومقاطع الفيديو يشكل ضرورة عند الحديث عن بعض الموضوعات مثل إضرابات العمال أو غيرها التي تكون المادة المصورة دليلاً على صدق ما ينشره الموقع، فيما يتم استخدام الروابط الفائقة لإحالة القارئ المتردد على الموقع لخبر سابق أو مصدر خارجي يدعم ما جاء في الخبر من معلومات. وهذا يشير إلى أنه في ظل وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعي تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كانت تستخدم به في الصحافة المطبوعة.

البعد الثاني: التفاعلية مع المستخدم:

جدول رقم (٤)

توزيع أدوات التفاعل مع المستخدم على الموقع محل الدراسة

الوسيلة / التفاعلية مع المستخدم	بوابة الأهرام		بوابة الوفد		بوابة مصراوي		٦ أبريل		بوابة اشتراكي		شبكة رصد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
التفاعل مع الزوار "القراء" عبر النص الفائق	٢٣١	٦.٩	١٣٤٥	٢٢.٩	٣٢٤	١٣.٢	٢٦	٢٨.٠	٣١	١٨.٦	١٥٤٣	٢٤.٨	٣٦١٤	١٩.٢
مشاركة القراء في التحرير من خلال التعليقات التي يوفرها	١٥٤٣	٤٥.٩	١٦٥٤	٢٨.١	٩٧٣	٣٩.٨	٩	٩.٧	٣	١.٨	١٦٢٤	٢٦.١	٥٩٥٧	٣١.٧
وجود قنوات تواصل مع المحررين والكتاب بالموقع	١٢٨	٣.٨	١٢٨١	٢١.٨	٤٣٢	١٧.٧	١٠	١٠.٨	٦	٣.٦	٦٧٤	١٠.٨	٢٥٩٩	١٣.٨
وجود وصلات وإحالات داخلية وخارجية لموضوعات	١٣٥١	٤٠.٢	١٤٣٢	٢٤.٣	٥٦٨	٢٣.٢	٤٣	٤٦.٢	١٢١	٧٢.٥	١٧٨٣	٢٨.٦	٥٥٣٣	٢٩.٥
الإحالة إلى ساحات الحوار	٤٣	١.٣	١٠٢	١.٧	٦٥	٢.٧	٣	٣.٢	٥	٣.٠	٥٣٢	٨.٥	٧٧٠	٤.١
استطلاعات للرأي عن الأداء الاقتصادي	٧	٠.٢	٣	٠.١	٦	٠.٢	٢	٢.٢	١	٠.٦	٨	٠.١	٣٠	٠.٢
نشر مقالات للقراء	٥٩	١.٨	٦٧	١.١	٧٨	٣.٢	٠	٠	٠	٠	٦٧	١.١	٢٧٨	١.٥
الإجمالي	٣٣٦٢	١٠٠	٥٨٨٤	١٠٠	٢٤٤٦	١٠٠	٩٣	١٠٠	١٦٧	١٠٠	٦٢٣١	١٠٠	١٨٧٨٣	١٠٠

بالنظر إلى الجدول السابق الخاص بتوزيع أدوات التفاعل مع المستخدم على الموقع محل الدراسة نجد ما يلي:

- جاءت مشاركة القراء في التحرير من خلال التعليقات التي يوفرها الموقع في المرتبة الأولى بنسبة ٣١,٧% من إجمالي الأدوات التفاعلية مع المستخدم، وتأتي أهمية هذه الأداة كونها أداة تفاعلية تعبر عن آراء القراء عن قضايا

الشأن العام في المجال الواقعي، ويدعم مفهوم المحتوى المنتج من قبل المواطن.

- وتبدي المواقع الإخبارية محل الدراسة أهمية كبيرة لوجود وصلات وإحالات داخلية وخارجية لموضوعات ذات علاقة بالاقتصاد المصري في المرتبة الثانية وبنسبة ٢٩,٥%، ومن الملاحظ التقارب النسبي بين أداة التفاعل الأولى والثانية بما يعزز أهمية كلا الفئتين المستخدمة في المواقع محل الدراسة.
- ثم جاء التفاعل مع الزوار "القراء" عبر النص الفائق في المرتبة الثالثة وبنسبة ١٩,٢% وذلك من إجمالي أدوات التفاعل في مواقع عينة الدراسة، وتجلى ذلك بوضوح في موقع حركة شباب ٦ أبريل وبوابة اشتراكي وموقع شبكة رصد الإخبارية، وبالخصوص في التقارير والدراسات الاقتصادية التي تنشرها على موقعها.
- وفيما يتعلق بوجود قنوات تواصل مع المحررين والكتاب بالموقع، اهتمت المواقع بتوفير قنوات تواصل مع المحررين والكتاب بالموقع بنسبة ١٣,٨% في المرتبة الرابعة.

البعد الثالث: مدى استناد المعلومات المقدمة لمصدر:

جدول رقم (٥)

توزيع المعومات المستندة لمصدر معلوم على الموقع محل الدراسة

الوسيلة / استناد المعلومات لمصدر	بوابة الأهرام		بوابة الوفد		بوابة مصراوي		٦ أبريل		بوابة فيتراكي		شبكة رصد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تستند لمصادر موثقة	٣٢٥٤	٩٩,٥	٣٤١٠	٩٩,٣	٢٦٨٨	٩٧,٥	٧٢٧	٩٦,٢	٦٣٢	٩٨,٩	٣٤٧٦	٩٨,٢	14187	98.5
تستند لمصادر مجهلة	١٦	٠,٥	٢٥	٠,٧	٦٩	٢,٥	٢٩	٣,٨	٧	١,١	٦٥	1.8	211	1.5
الإجمالي	٣٢٧٠	١٠٠	٣٤٣٥	١٠٠	٢٧٥٧	١٠٠	٧٥٦	١٠٠	٦٣٩	١٠٠	٣٥٤١	١٠٠	١٤٣٩٨	١٠٠

تناول الجدول السابق توزيع المعلومات المستندة لمصدر معلوم على الموقع محل الدراسة كالآتي:

جاءت استناد المادة الإعلامية المنشورة لمصادر موثقة في المرتبة الأولى بنسبة ٩٨,٥% من إجمالي المواد في المواقع محل الدراسة، ويؤشر ذلك على حرص مواقع الدراسة على توثيق المعلومات المنشورة عليها، وإضفاء قدر كبير من الموثوقية والمصداقية في مادتها الإعلامية لدى جمهور قرائها، فكلما كانت المعلومات موثقة ترك ذلك لدى القارئ قدر كبير من المصداقية لديهم فيما ينشر عليها من معلومات، فيما جاءت نسبة قليلة من المعلومات مجهولة المصدر بنسبة بلغت ١,٥% من إجمالي المواد الإعلامية المنشورة بتلك المواقع.

البعد الرابع: عناصر التغطية الإخبارية لأداء الاقتصاد المصري:

جدول رقم (٦)

توزيع عناصر التغطية الخبرية على المواقع الخبرية محل الدراسة

الوسيلة / عناصر التغطية الخبرية	بوابة الأهرام		بوابة الوفد		بوابة مصراوي		٦ أبريل		بوابة الشراكي		شبكة رصد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نشر الأحداث أولا بأول مدعومة بالأدوات التفاعلية والوسائط المتعددة	١٢٥٤	١٠,٩	١٦٢٣	١٤,٤	١٤٥٦	١٤,٣	٢٣	٠,٩	١٤	٠,٥	١٧٨٩	١٤	٦١٥٩	١٢,١
التركيز على توثيق شهادات الخبراء عن الأداء الاقتصادي	١٥٦٨	١٣,٦	١٦٥٤	١٤,٧	١٦٧٩	١٦,٥	٦٥٤	٢٤,٥	٣٤٨	١٢,٩	١٨٩٧	١٤,٩	٧٨٠٠	١٥,٣
الحرص على توثيق شهادات المواطنين عن الحالة الاقتصادية	٥٣	٠,٥	٧٨	٠,٧	٧٦٢	٧,٥	٥٣٨	٢٠,٢	٤٣٨	١٦,٢	١٦٥٧	١٣	٣٥٢٦	٦,٩
عرض مواقف الحكومة من القضايا الاقتصادية والآراء المعارضة لها بشكل	١٨٦٢	١٦,٢	١٦٧٣	١٤,٩	١٣٩٤	١٣,٧	٤٥٦	١٧,١	٤٨٩	١٨,١	١٢٤٥	٩,٧	٧١١٩	١٣,٩
موضوعية ودقة في عرض البيانات والحقائق	١٥٤٣	١٣,٤	١٢٣٦	١١	١٢٣٢	١٢,١	٢٤١	٩	٣٥١	١٣	١٥٧٢	١٢,٣	٦١٧٥	١٢,١
فصل الرأي عن الخبر	١٢٢٢	١٠,٦	١١٧٨	١٠,٥	٤٦٢	٤,٥	١٢	٠,٥	٢٢	٠,٨	٥٤١	٤,٢	٣٤٣٧	٦,٧
الاستناد لمصادر إخبارية واضحة	٢٤٥٦	٢١,٤	٢٦٧٣	٢٣,٧	٢١٠٧	٢٠,٧	٥٣٢	٢٠	٦٠٥	٢٢,٤	٢٦٣٥	٢٠,٦	١١٠٠٨	٢١,٦
اكتمال جوانب الموضوع الصحافي	١٥٤٣	١٣,٤	١١٤٧	١٠,٢	١٠٦٥	١٠,٥	٢٠٨	٧,٨	٤٣٦	١٦,١	١٤٣٥	١١,٢	٥٨٣٤	١١,٤
الإجمالي	١١٥٠١	١٠٠	١١٢٦٢	١٠٠	١٠١٥٧	١٠٠	٢٦٦٤	١٠٠	٢٧٠٣	١٠٠	١٢٧٧١	١٠٠	٥١٠٥٨	١٠٠

تشكل عناصر التغطية الخبرية للمواقع الإلكترونية أحد الأبعاد المؤثرة على مصداقيتها لدى جمهور القراء المتردد عليها، ويستعرض الجدول السابق توزيع تلك العناصر على المواقع الخبرية محل الدراسة، **على النحو الأتي:**

- الاستناد لمصادر إخبارية واضحة كان أحد أهم العناصر والقيم الأساسية للتغطية الخبرية على المواقع الخبرية محل الدراسة بنسبة ٢١,٦% واستحوذ على المرتبة الأولى، وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه النتائج التي أوضحت أن ٩٨,٥% من المادة المنشورة بالمواقع عينة الدراسة تستند لمصادر موثقة، [٦] الأمر الذي قد يعزز من مصداقية تغطية المواقع لأداء الاقتصاد المصري خلال فترة الدراسة.
- كما نلحظ اعتماد مواقع الدراسة على الخبراء والمتخصصين في تحليل وتفسير أداء ومؤشرات الاقتصاد، وهو الأمر الذي يتفق مع تركيزها على توثيق شهادات الخبراء عن الأداء الاقتصادي بنسبة بلغت ١٥,٣% من إجمالي قيم التغطية الخبرية، وتتفق تلك النتائج مع ما خلصت إليه الدراسة من اعتماد المواقع محل الدراسة على الخبراء والمتخصصين كمصدر من المصادر البشرية بنسبة ١١,١% .
- بينما استحوذ عنصر عرض مواقف الحكومة من القضايا الاقتصادية والآراء المعارضة لمواقفها على المرتبة الثالثة في قائمة عناصر التغطية بنسبة بلغت ١٣,٩%، الأمر الذي يشير إلى اهتمام المواقع بعرض مختلف الآراء والتوجهات تحقيقًا لحق الجمهور في المعرفة.
- بينما تساوت عناصر نشر الأحداث أولا بأول مدعومة بالأدوات التفاعلية والوسائط المتعددة وموضوعية ودقة عرض البيانات والحقائق والإحصائيات في المرتبة الرابعة بنسبة ١٢,١%، ويتفق ذلك مع ما خلصت إليه نتائج الدراسة من حرص مواقع الدراسة على تحديث المادة بشكل مستمر كأحد العناصر الرئيسية لمعيار الفورية، وقد استحوذ على المرتبة الأولى في قائمة معايير التصميم السليمة التي تراعيها المواقع عينة الدراسة بنسبة بلغت ٢٦,٢% من إجمالي المعايير.

- وجاء حرص المواقع على اكتمال جوانب الموضوع الصحفي في المرتبة الخامسة بنسبة ١١,٤%، مما يؤشر إلى اهتمام المواقع بالالتزام جميع العناصر والقيم الخبرية للموضوع الصحفي.
- وأخيرًا جاء الحرص علي توثيق شهادات المواطنين عن الحالة الاقتصادية في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٦,٩% من إجمالي العناصر، كأحد المصادر التي يعتمد عليها لتحديد الحالة الاقتصادية والمعيشية للمواطنين وموقفهم من ذلك، ويأتي فصل الرأي عن الخبر في المرتبة الأخيرة بنسبة ٦,٧%، الأمر الذي يؤشر على نقص اهتمام المواقع بفصل الرأي عن الخبر.

انتهاكات الموقع الإلكتروني لمعايير العمل الإعلامي والنشر الإلكتروني:

جدول رقم (٧)

توزيع انتهاكات المواقع محل الدراسة

الوسيلة / انتهاكات الموقع	بوابة الأهرام		بوابة الوفد		بوابة مصراوي		٦ أبريل		بوابة اشتراكي		شبكة رصد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عدم اكتمال جوانب الخبر	٢١	١,٤	٤٣	٢,٣	٥٩	٤,٥	٦٧	٥,٤	٧٨	٦,١	٦٨	٠,٩٠	٣٣٦	٢,٣
تجهيل المصدر	٦	٠,٤	١٤	٠,٨	٢١	١,٦	٢٦	٢,١	٢	٠,٢	٢٣	٠,٣١	٩٢	٠,٦
نشر صور وفيديو مزيفة	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
تسييس المحتوى الصحفي	٤٥٩	٣١,٤	٦٤٧	٣٥,٣	٣٨٥	٢٩,٣	٤٣٥	٣٤,٨	٤٤٩	٣٥,٢	١٧٨٢	٢٣,٦٥	٤١٥٧	٢٨,٣
التحيز لجهة دون أخرى	٧٦٥	٥٢,٤	٨٧٣	٤٧,٧	٦٤٢	٤٨,٩	٥٣٦	٤٢,٩	٦٥٤	٥١,٣	٢٧٨١	٣٦,٩٠	٦٢٥١	٤٢,٦
الاعتماد على الشائعات كمصدر لنقل الأخبار	١٦٧	١١,٤	٢٠١	١١	١٣٤	١٠,٢	١٤٦	١١,٧	٦٧	٥,٣	١٠٢	١,٣٥	٨١٧	٥,٦
التهويل والمبالغة في نشر المعلومات	٤٣	٢,٩	٥٤	٢,٩	٦٨	٥,٢	٣٨	٣	٢١	١,٦	٢٧٤٢	٣٦,٣٩	٢٩٦٦	٢٠,٢
نشر إحصائيات ومعلومات غير دقيقة	٠	٠	٠	٠	٤	٠,٣	٢	٠,٢	٤	٠,٣	٣٨	٠,٥٠	٤٨	٠,٣
الإجمالي	١٤٦١	١٠٠	١٨٣٢	١٠٠	١٣١٣	١٠٠	١٣٥٠	١٠٠	١٢٧٥	١٠٠	٧٥٣٦	١٠٠	١٤٦٦٧	١٠٠

وبإلقاء نظرة على الجدول السابق نجد أن ٧٠,٩% من انتهاكات الموقع محل الدراسة يعزى لتأثير العامل السياسي على توجه تلك المواقع محل الدراسة، حيث جاء التحيز لجهة دون أخرى في المرتبة الأولي بنسبة ٤٢,٦% من إجمالي الانتهاكات، يليه تسييس المحتوى الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨,٣%، الأمر الذي قد يرجع إلى قوة التوجه السياسي لتلك المواقع وتبنيها لمواقف مساندة لسياسات النظام القائم بعد ٣٠ يونية الاقتصادية، أو معارضة لهذه السياسات كما هو الحال في مواقع بوابة اشتراكي وشبكة رصد الإخبارية وحركة شباب ٦ أبريل.

بينما كان لعدم اكتمال جوانب الخبر حيزًا صغيرًا في انتهاكات مواقع الدراسة، حيث استحوذ على ٢,٣% من إجمالي الانتهاكات، ويتسق ذلك مع المرتبة الأخيرة التي حظي بها عنصر اكتمال جوانب الخبر .

وكان لعامل التهويل والمبالغة في نشر المعلومات دورًا كبيرًا في عملية التشويش على القارئ، إذ عمدت المواقع على هذا الأسلوب خاصة المواقع المعارضة لسياسات حكومة الببلاوي الاقتصادية بنسبة بلغت ٢٠,٢%. الأمر الذي يتسق مع نتيجة الاعتماد على الشائعات كمصدر لنقل الأخبار التي حلت بنسبة ٥,٦% من إجمالي الانتهاكات.

كما توضح نتائج الجدول انخفاض نسبة الأخبار المجهلة ٠,٦%، ونشر إحصائيات ومعلومات غير دقيقة ٠,٣%، وانتفاء نشر صور وفيديو مزيفة، الأمر الذي قد يعزى لوعي تلك المواقع بمعايير العمل الإخباري.

نتائج الدراسة:

١- استحوذت الصورة الصحفية الفوتوغرافية على النسبة الأعلى بين الفنون الإعلامية في المواقع محل الدراسة بنسبة ٣٦,٨%من إجمالي الفنون، وهو ما قد يعزى إلى كون الصورة الصحفية أحد الدعائم الرئيسية لتدعيم النص الصحفي، وزيادة مصداقيته لدى القارئ، إذ عمدت المواقع بعرض عديد من ملفات الصور لمختلف الموضوعات دون النص الصحفي، إلى جانب أكثر من صورة للموضوع الواحد، وهو ما يدعم مقول الصورة بألف كلمة، ويعزز من فكرة العمل الصحفي المصور الذي يحظى بأهمية كبير لدى القارئ. وفي هذا السياق، تخصص المواقع عينة الدراسة عديد من الأبواب لعرض الصور فقط منها "الأحداث في صور" و "رصد فوتوغرافي" لشبكة رصد. بينما جاء الخبر الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦,٤% من إجمالي الفنون الإعلامية، بيد أنه الأساس الذي تبنى عليه أية صحيفة في بيئة صناعة الصحف، والعمود الفقري لمعالجتها اليومية للأحداث المختلفة، والفن الخبري هو الأكثر ملائمة للمواقع الإخبارية التي تعمل تحت ضغوط الوقت و المنافسة مع المواقع الأخرى.

٢- استحوذ محررو المواقع الإخبارية على النسبة الأعلى بين مصادر المعلومات البشرية على المواقع محل الدراسة بنسبة ٣٨,٢%، ومثل ذلك محررو وكتاب الصفحات الاقتصادية في المواقع، ويؤشر ذلك إلى اهتمام المواقع الإخبارية محل الدراسة بالاعتماد على مصادرها الذاتية في تغطية الأخبار وتحليلها سواء النصية أو المصورة، ويعود ذلك بالأساس إلى القدرات البشرية التي يمتلكها كل موقع من مواقع الدراسة. واحتلت وكالات الأنباء صدارة قائمة مصادر المعلومات الرقمية التي تعتمد عليها المواقع الإخبارية بأعلى نسبة بلغت ٣٢,٩%، الأمر الذي يرجع لأهمية وكالات الأنباء كمصدر أساسي لاستقاء

المعلومات المحلية والدولية على السوء، وهو ما يزيد من درجة الاعتماد عليها لما تتمتع به من مصداقية عالية بين مصادر المعلومات الأخرى

٣- استحوذ تحديث المادة بشكل مستمر على المرتبة الأولى في قائمة معايير التصميم السليمة التي تراعيها المواقع عينة الدراسة بنسبة بلغت ٢٨,٩% من إجمالي المعايير، ورغم ذلك يتفاوت معدل تحديث المادة الخبرية من موقع لآخر بدرجة عالية، سواء على صعيد المقارنة بين موقع وآخر، أو داخل الموقع الواحد ما بين فترات زمنية متعاقبة، وهو ما يعزى إلى طبيعتها كوسيلة تعتمد على عدد محدود من الأشخاص القائمين على تغطية الأحداث وتحريرها ورفعها على الموقع كما هو الحال بالنسبة لبوابة اشتراكي وموقع حركة شباب ٦ أبريل، إذ قد ينقطع الموقع عن التحديث لظروف أمنية أو تقنية أو خاصة، وقد يكون هذا مبرر مقبول لبطء معدل تحديث المادة الإخبارية في مواقع الحركات السياسية من قبل الباحثين في مجال الإعلام.

٤- استخدمت المواقع النص في كل المواد الإعلامية التي نشرتها خلال فترة الدراسة بنسبة ٣٤,٣%، وهو ما يرجع إلى اعتماد المواقع على الشكل النصي كدعامة رئيسية للموقع الإخباري، ويشمل ذلك على النص الفائق المرتبط بمجموعة أخرى من النصوص المرتبطة به من خلال إشارات معينة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافياً داخل النص الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال المحرك فإنها تفتح على نصوص أخرى، قد تكون نصية أو سمعية أو بصرية أو كليهما معاً، سواء متاحة داخل موقع الصحيفة، أو تحيل المستخدم إلى مواقع وعناوين يمكن من خلالها الاستفادة من الموضوعات التي تحظى باهتمامهم، وهذه الكلمات التي لها اتصالات تسمى "كلمات نشطة".

٥- جاءت مشاركة القراء في التحرير من خلال التعليقات التي يوفرها الموقع في المرتبة الأولى بنسبة ٣١,٧% من إجمالي الأدوات التفاعلية مع المستخدم،

وتأتي أهمية هذه الأداة كونها أداة تفاعلية تعبر عن آراء القراء عن قضايا الشأن العام في المجال الواقعي، ويدعم مفهوم المحتوى المنتج من قبل المواطن.

٦- جاءت استناد المادة الإعلامية المنشورة لمصادر موثقة في المرتبة الأولى بنسبة ٩٨,٥% من إجمالي المواد في المواقع محل الدراسة، ويؤشر ذلك على حرص مواقع الدراسة على توثيق المعلومات المنشورة عليها، وإضفاء قدر كبير من الموثوقية والمصداقية في مادتها الإعلامية لدى جمهور قرائها، فكلما كانت المعلومات موثقة ترك ذلك لدى القارئ قدر كبير من المصداقية لديهم فيما ينشر عليها من معلومات، فيما جاءت نسبة قليلة من المعلومات مجهولة المصدر بنسبة بلغت ١,٥% من إجمالي المواد الإعلامية المنشورة بتلك المواقع.

٧- جاء الاستناد لمصادر إخبارية واضحة أحد أهم العناصر والقيم الأساسية للتغطية الخبرية على المواقع الخبرية محل الدراسة بنسبة ٢١,٦% واستحوذ على المرتبة الأولى، وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه النتائج التي أوضحت أن ٩٨,٥% من المادة المنشورة بالمواقع عينة الدراسة تستند لمصادر موثقة، الأمر الذي قد يعزز من مصداقية تغطية المواقع لأداء الاقتصاد المصري خلال فترة الدراسة.

٨- تبين أن ٧٠,٩% من انتهاكات الموقع محل الدراسة يعزى لتأثير العامل السياسي على توجه تلك المواقع محل الدراسة، حيث جاء التحيز لجهة دون أخرى في المرتبة الأولي بنسبة ٤٢,٦% من إجمالي الانتهاكات، يليه تسييس المحتوى الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨,٣%، الأمر الذي قد يرجع إلى قوة التوجه السياسي لتلك المواقع وتبنيها لمواقف مساندة لسياسات النظام القائم

بعد ٣٠ يونية الاقتصادية، أو معارضة لهذه السياسات كما هو الحال في مواقع بوابة اشتراكي وشبكة رصد الإخبارية وحركة شباب ٦ أبريل.

- **توصيات الدراسة:**

١- ضرورة أن يولي الباحثون في بالوطن العربي المزيد من الاهتمام بدراسات صدقية الإنترنت وآليات قياسها، وذلك بالقياس بآليات قياس مصداقية الوسائل الإعلامية التقليدية، ومحاولة استحداث مناهج جديدة لدراسة الضوابط الحاكمة للعمل الإعلامي، أو بالأحرى النشر الإلكتروني على المواقع المختلفة.

٢- ضرورة مشاركة نقابة الصحفيين والمجلس الأعلى للصحافة والحكومة بالإسراع في سن قانون يحمي ويراقب بيئة العمل الإعلامي الإلكتروني بشكل يحفظ ثوابت المهنة وأخلاقياتها.

٣- ضرورة وجود ميثاق شرف *Code of Ethics* خاص بمستخدمي الإنترنت من الجمهور العام وكذلك النخبة والمدونين ونشطاء الإنترنت، ينظم بيئة العمل الإلكتروني بشكل يضمن الحفاظ على ثوابت المجتمع وقيمه، فضلاً عن الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية خلال ممارسة العمل الإلكتروني، وفي هذا السياق.

٤- التفكير في آليات الحكم على مصداقية المضامين على المواقع الإخبارية، وتطوير صيغ استخدامها ضمن منظومة الإعلام من أجل تجويد المضمون الإعلامي والارتقاء بمستوى المهنة، وضمان أعلى درجات التفاعلية مع الجمهور.

مراجع الدراسة:

---

* تم عرض هذه الدراسات والدراسة الاستطلاعية بعد أهداف الدراسة .

(١) انظر في ذلك:

- Carmen ,S.Sundar,S, If Internet Credibility Is So Iffy, Why the Heavy Use? The Relationship between Medium Use and Credibility, **CyberPsychology & Behavior**, Vol. 11, No (1), February 2008.
- Cassidy, W.P, Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of Newspaper Journalists, Journal of Computer-Mediated Communication, **Vol. 12, Issue 2, January 2007.**

(2) Rasha A. Abdulla, al at, The Credibility OF newspapers, Television News, And Online News, A paper presented to the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communica on, annual conven on, Miami Beach, Fla., August 9, 2002.

(3) Thomas J. Johnson And Barbara K. Kaye, Wag The Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibilty Perceptions Of Weblogs Among Blog Users, **Journalism& Mass Communication Quarterly,** Vol.81.No.3, Autumn, 2004

(4) sarah Pedersen , Acomparison of The Blogging Practices of UK and US Bloggers, **Paper Presented at Conference on Electronic Publishing, vienna** , Austria, June 2007.

(5) Deva Woodly, New Competencies in Democratic Communication? Blogs , Agenda Setting And Political Participation, **Public Choice**, Vol.134, 2008.

(٦) حنان سليم، مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور الألماني، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة "الإعلام بين الحرية والمسئولية، مايو ٢٠٠٨.

(7)Thomas Johnson &Barbara Keye, Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs Among Blog Users, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.81, No.3, Sep2004, PP.622-642.

(8) Carmen ,S.Sundar,S, **Op.cit.**

** هاتان الدراستان هما:

- شريف درويش اللبان، أزمة حرية التعبير: الإعلام التقليدى في مواجهة التدوين، مرجع سابق، ٢٠٠٨.
- شيم عبدالحميد قطب، مرجع سابق، ٢٠٠٩.

(9)Alan R.Dennis & Susan T. Kinney, Testing Media Richness Theory in the New Media, the Effects of Cues, Feedback and Task Equivocality, **Information Systems Research**, Vol.8, issue.3, March 1998, PP.256-274.

(10)Michele H. Jackson, Darren Purcell, Politics and media Richness in World Wide **Web, Geographical Review**, Vol.87, No. 2, Apr.1997, PP.219-239.

(*) تم الإشارة لنتائج الدراسة الاستطلاعية ص .

(**) توضح الباحثة هذه النقطة بشكل من التفصيل في توصيف عينة الدراسة التحليلية بالجزء التحليلي للدراسة.

(1) Roger D. Wimmer, And Joseph R. Dominick, **"Mass Media Research : An Introduction"**, 6 th Edition (California: Wads Worth the publishing campany, 2000) P.154.

(*) السادة المحكمون هم:

- أ.د/ حسين أمين : أستاذ الإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
- أ.د/ عزه عبد العزيز: : أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية.
- أ.د/ صالح أبو أصبع : نائب رئيس جامعة فيلادلفيا وعميد كلية الآداب والفنون، الأردن.
- د/ محمد النواوي : أستاذ الاتصال المساعد بكلية جيمس نايت للاتصال جامعة كويتر بالولايات المتحدة الأمريكية.
- د/ وائل إسماعيل عبد الباري : أستاذا لصحافة المساعد بقسم الإعلام- كلية التربية النوعية- جامعة عين شمس.

(1) Roger D. Wimmer, & Joseph R. Dominick , **Op. Cit.**, P.150.

(١٣) عواطف عبدالرحمن، نادية سالم، ليلى عبدالمجيد، **"تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية"**، (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٣)، ص٢١٢.

(*) تم الاستعانة بالباحثة: مهيتاب ماهر، طالبة دكتوراه بقسم الصحافة – كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

(*) تُعرف البوابة الإلكترونية بصفحة الروابط، وبوابة الوصول إلى عديد من المواقع أو جميع الأقسام الشاملة لجميع ما يحتاجه المتصفح من ترفية أو خدمات، وتعمل البوابة على جمع المعلومات والخدمات وإتاحتها من موقع واحد، وتقدم خدمات تفاعلية بالإضافة إلى ما هو موجود عليها من معلومات. أما الموقع الإلكترونى التقليدى فهو كل الصفحات والملفات والصور التى يمكن عرضها تحت نطاق واحد.

(*) موقع Alexa هو محرك عالمي تابع لموقع أمازون دوت كوم، وقد تأسس عام ١٩٩٦ في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة، وهو يعنى برصد وترتيب أكثر من ٥٠٠ موقع إلكتروني زيارة على مستوى كل دولة أو إقليم. وقد قام بروستر كال وبروس گيات بتأسيس موقع أليكسا سنة ١٩٩٦، وسمي بهذا الاسم تكريما لمكتبة الإسكندرية.

(١٤) فاطمة الزهراء عبدالفتاح، العلاقة بين المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية في مصر، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٠)، ص ٣٠٦.

(١٥)حلمى محمود احمد محسب، **إخراج الصحف الالكترونية على شبكة الإنترنت**، (العراق: دار العلوم للتحقيق والطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٧)، ص ص ٦١-٦٢.

(١٦) شريف اللبان، **الصحافة الإلكترونية دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع**، ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)، ص ٢٩.

(١٧) محمود علم الدين، **مقدمة في الصحافة الإلكترونية**، (القاهرة: دار السحاب، ٢٠٠٨)، ص ٥٧٢.

(١٨) محرز غالي، **صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وتحديات المستقبل**، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨) ص ٩٥.

(١٩) شريف اللبان، **الصحافة الإلكترونية دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع**، ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥) ص ١٣٨.

(٢٠) شريف اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع، ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥) ص ١٣٨.

(*) مقابلة مع الصحفي " محمد حماد " بوابة الأهرام الإلكترونية .