

التوجهات الأيديولوجية لمواقع الصحف اليومية المصرية  
وعلاقتها بتحرير وتصميم صفحاتها الرئيسية  
دراسة تحليلية

الباحث

ماجد ابراهيم حسن المنزلاوى  
دكتوراه الصحافة وتكنولوجيا الاتصال

٢٠٢٠ م

## ملخص البحث

### مدخل الدراسة :

تتلقى مواقع الصحف كمّاً هائلاً من الأخبار اليومية المتدفقة من مختلف أنحاء العالم ، وتقوم بنشر قدر كبير من الأخبار التي تتلقاها إلا أن الأحداث والمعلومات لكي تصبح أخباراً قابلة للنشر تخضع لعدة معايير منها ما هو عالمي يرتبط بالأحداث ومدلولاتها ومنها ما هو خاص يتعلق بأيدولوجية الوسيلة الإعلامية واهتمامات جمهورها ، وبالتالي تختلف معايير انتقاء الأخبار من مجتمع إلى آخر حسب طبيعة النظام الإعلامي ، وحسب الاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة ، وبالتالي تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على الأيدولوجيات والتوجهات التي تتبناها مواقع الصحف اليومية المصرية في معالجتها للأحداث والقضايا السياسية ، والاقتصادية ، ومدى تأثيرها على تحرير وتصميم صفحاتها الرئيسية .

### الإطار المنهجي :

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية المعتمدة على منهج المسح الإعلامي بشقه التحليلي التقييمي للمواقع المصرية ، بالإضافة إلى أسلوب المقارنة المنهجية لمقارنة كل موقع صحفى بغيره من المواقع المدروسة .

### أهم نتائج الدراسة :

- 1- أظهرت النتائج ضعف التغطية ذات الاتجاه المحايد في المواقع المصرية عينة الدراسة ، وجاءت أيضاً التغطية الإيجابية في المرتبة الأولى ، وهو ما يتفق تماماً مع التوجهات الأيدولوجية لتلك المواقع .
- 2- كشفت النتائج عن اهتمام المواقع المصرية باستحسان سياسات معينة في صياغة القصص ، وتقديم الرأي على أن حقيقة لخدمة وجهة نظر معين ، والميل لطرف معين على حساب أطراف أخرى ، وحشد أكبر عدد من المصادر لتأييد وجهة نظر معينة ، وهو ما ظهر بوضوح من خلال تناول المواقع المصرية للموضوعات التي تتعلق بالنظامين القطري والتركي ، وجماعة الإخوان الإرهابية .
- 3- أظهرت النتائج الاهتمام المحدود من جميع المواقع المصرية بتحقيق التوازن في الموضوعات على الصفحة الرئيسية حيث لم يتم عرض وجهات النظر المختلفة في غالبية الموضوعات .

### الكلمات الدالة :

(الأيدولوجية ، مواقع الصحف ، التحرير الإلكتروني ، تصميم المواقع ، الصفحة الرئيسية) .

## مقدمة :

يعد الاهتمام بأيديولوجيا الرسالة الإعلامية وما تحمله من عقائد وأفكار فى صدارة أولويات المواقع الصحفية حيث يلاحظ ذلك بوضوح فى التدفق المعلوماتى من المواقع الإخبارية الغربية إلى المجتمعات النامية ، فلا يزال الإعلام بما يحمله من أيديولوجيا موجهة أداة تأثير كبيرة على الوعى والسلوك ، كما أدى التطور الهائل فى صناعة التقنيات التكنولوجية إلى تطور أساليب تصميم مواقع الصحف على شبكة الإنترنت ، فظهرت أنواع مختلفة لبرامج التصميم مثل برامج الصوت ، وبرامج الصور ، والفيديو ، وبرامج إدخال وإخراج البيانات ، وبرامج الأمن الإلكتروني ، مما أدى إلى التنوع فى تقنيات تصميم المواقع الصحفية ، وفى أنواق المصممين والمستخدمين (1) ، ومما لاشك فيه أن الصفحة الرئيسية لأى موقع صحيفة يومية تتمتع بمكانة خاصة ومتميزة فهى الوجه الذى تطل به الصحيفة على جمهورها ، وتتضمن أبرز السمات التى تعبر عن الصحيفة ذاتها وعن موقع الصحيفة ، وتعطى الانطباع الأول عن شخصية الموقع وخطه التحريرى ، واتجاهاته وأيديولوجياته السياسية .

## أولاً : مشكلة الدراسة وأهدافها :

تحاول الدراسة التعرف على الأيديولوجيات والتوجهات التى تتبناها مواقع الصحف اليومية المصرية فى معالجتها للأحداث والقضايا السياسية ، والاقتصادية ، ومدى تأثيرها على تحرير وتصميم صفحاتها الرئيسية ، وكيف تتم تغطية الموضوعات المنشورة فى الصفحات الرئيسية ، وهل الأيديولوجيا موجودة بالضرورة فى كل معالجة إعلامية لأى حدث فى هذه المواقع ؟ أم هناك قضايا وموضوعات ، وشخصيات ، ودول معينة ، ومنظمات معينة يتم التركيز عليها إيجاباً أو سلباً وفقاً لتوجهات تلك المواقع .

### **وتهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على ما يلي :**

الكشف عن الأيديولوجيات والتوجهات والقواعد والسياسات التى تلتزم بها مواقع الصحف اليومية المصرية فى نشر موضوعاتها السياسية ، الاقتصادية على صفحاتها الرئيسية ، وانعكاس ذلك على تحرير وتصميم تلك الصفحات .

### **وسنستعرض الأهداف التالية لتحقيق هذه الأهداف الرئيسية :**

#### **الأهداف التحليلية :**

1. الكشف عن طرق معالجة المضامين الإخبارية ، وزوايا معالجة الموضوعات السياسية والاقتصادية .
2. التعرف على اتجاه مضمون التغطية الإخبارية وأبعادها ، ومدى تحقيق المعايير المهنية الأساسية فى التغطية الإخبارية .
3. التعرف على مدى تحقق أشكال وآليات التحيز فى الموضوعات السياسية والاقتصادية .
4. التعرف على معايير استخدام المصادر المجهلة على الصفحة الرئيسية .
5. تحديد العلاقة بين الأيديولوجيا والأبعاد التفاعلية والمشاركة فى الصفحة الرئيسية .

## ثانياً : أهمية الدراسة :

- 1- ارتباط فترة التحليل بالعديد من الأحداث على الساحة المحلية والدولية ، والتي تتطلب التعرف على طريقة تعامل المواقع المصرية معها ودلالاتها الأيديولوجية ، مثل : الانتخابات البلدية التركية ، التصويت على التعديلات الدستورية فى مصر ، حادث قطار محطة مصر ، الاتهامات الموجهة لدونالد ترامب بشأن تدخل روسيا فى الانتخابات الأمريكية ٢٠١٦ ، قضية بناء الجدار الحدودى .
- ٢- محاولة تقديم رؤية نقدية مقارنة لطبيعة العلاقة بين التوجهات الأيديولوجية لمواقع الصحف وتحرير وتصميم صفحاتها الرئيسية ، وذلك من خلال دراسة التغطية الإخبارية ، وطريقة معالجة المضامين الإخبارية ، وعلاقة توجهات المواقع بتجهيل المصادر ، وعلاقة الأبعاد التفاعلية والمشاركة بأيديولوجية المواقع أملاً فى الوصول إلى حقائق علمية تكشف عن التوجهات التى تتبناها هذه المواقع ، وانعكاس ذلك على الجانبين التحريرى والتصميمى .

## ثالثاً : تساؤلات الدراسة :

- تسعى الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيسى يتمثل فى :
- ما طبيعة العلاقة بين التوجهات الأيديولوجية لمواقع الصحف اليومية المصرية وتحرير وتصميم صفحاتها الرئيسية ؟
- ولهذا تنوعت تساؤلات الدراسة التحليلية على النحو التالى :
١. ما طريقة معالجة المضامين الإخبارية وزوايا معالجة الموضوعات على الصفحة الرئيسية ؟
  ٢. ما اتجاه مضمون التغطية الإخبارية وأبعادها بالنسبة للموضوعات المنشورة فى الصفحة الرئيسية ؟
  ٣. ما مدى تحقق المعايير المهنية الأساسية فى التغطية الإخبارية ؟
  ٤. ما أشكال وآليات التحيز الإعلامى كما تعكسها الموضوعات على الصفحة الرئيسية ؟
  ٥. ما معايير استخدام المصادر المجهلة فى موضوعات الصفحة الرئيسية ؟
  ٦. ما العلاقة بين الأيديولوجيا والأبعاد التفاعلية والمشاركة كما تعكسها الموضوعات على الصفحة الرئيسية ؟

## رابعاً : نوعية الدراسة ومنهجها :

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية فى محاولة للكشف عن التوجهات الأيديولوجية لمواقع الصحف اليومية المصرية محل الدراسة وعلاقتها بتحرير وتصميم صفحاتها الرئيسية ، وتحديد العوامل المؤثرة على طبيعة هذه العلاقة ، واعتمدت على منهج المسح الإعلامى Survey للوصول إلى أوصاف الظاهرة ، وأسلوب المقارنة المنهجية ، وذلك لمقارنة كل موقع صحفى بغيره من المواقع المدروسة .

## ١- العينة ومجتمع الدراسة :

تشتمل عينة الدراسة التحليلية على تحيل الأخبار ، والأشكال الإخبارية على الصفحة

الرئيسية فى ثلاثة مواقع مصرية هى (بوابة أخبار اليوم الإلكترونية – بوابة الوفد الإلكترونية - اليوم السابع) ، والتي بلغ عددها طوال فترة الدراسة (٦٥٤٨٨) خبر فى اليوم السابع ، (٤٢٧٤٢) خبر فى بوابة أخبار اليوم ، (٥١٨٥١) خبر فى بوابة الوفد .

## ٢- حدود الدراسة وأدوات جمع بياناتها :

تم جمع بيانات الدراسة من خلال الاستعانة باستمرار تحليل مضمون محكمة ، وتم تطبيق الدراسة التحليلية على ثلاثة مواقع مصرية هى (بوابة أخبار اليوم الإلكترونية – بوابة الوفد الإلكترونية - اليوم السابع) ، وذلك فى الفترة الزمنية من (٢٠١٩/٢/١) م إلى (٢٠١٩ /٤/٣٠ م) .

## خامساً : مصطلحات الدراسة : (المفاهيم الإجرائية) :

أ- **أيديولوجيا الإعلام** : مجموعة من الأفكار يتم التعبير عنها من خلال العملية الاتصالية التى تشمل القائم بالاتصال ، وطريقة استخدامه للنص أو اللغة أو الصورة (الساكنة أو المتحركة) التى تنقلها الوسيلة الإعلامية المطبوعة أو المسموعة أو المرئية وقد تكون هذه العناصر الثلاثة (النص واللغة والصورة) متفرقة فى الرسالة الإعلامية كأن يكون النص دون صورة أو تكون الصورة معبرة عن المعنى باستقلالية كاملة عن النص ، وقد تتضمن الرسالة الإعلامية هذه العناصر الثلاثة مجتمعة فتكون أكثر قدرة على الإقناع والتأثير فى جمهور الوسيلة الإعلامية (٢) .

ب- **مواقع الصحف** : هى تلك الإصدارات التى تصدر عن الصحيفة الورقية الأم حرصاً منها على توصيل أخبارها باستخدام شبكة الإنترنت (٣) ، ويراد بها المواقع الإلكترونية للصحف المصرية والأجنبية اليومية على شبكة الإنترنت .

ج- **التحرير الإلكتروني** : هو الذى يتم على إحدى شاشات الكمبيوتر بحيث يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها والمخزنة على الملفات داخل جهاز الكمبيوتر (٤) .

د- **التصميم** : وضع العناصر البنائية بصورة متناغمة بحيث يدعم كل عنصر بنائى العنصر الآخر مع مراعاة أن لكل عنصر بنائى وظيفة يؤديها داخل البناء الكئلى للصحيفة ، وذلك من خلال استخدام أسس التصميم المتعارف عليها وهى الوحدة ، والتباين ، والتوازن ، والحركة ، إذ يقوم التصميم بوضع كل عنصر بنائى فى مكانه المناسب طبقاً للنظريات السيكلوجية والفيولوجية للإبصار المرئى (٥) .

هـ – **الصفحة الرئيسية** : هى الصفحة التى تقع عليها عين المستخدم بمجرد أن يسجل موقعها الإلكتروني ، وفيها يتم تعرف المستخدم بالموقع وما يتضمنه من معلومات أساسية ورئيسية حول محتوى الموقع ، كما أنها تحتوى على العديد من وصلات وأليات التجوال التى تنقل المستخدم للصفحات الأخرى سواء داخل الموقع ، أو عبر وصلات مشتركة مع مواقع أخرى (٦) .

## سادساً : الإطار النظري للدراسة :

هناك تفاوت كبير بين وسائل الإعلام المختلفة فى تغطيتها للأحداث وفقاً لرؤيتها التى يجسدها القائم بالاتصال ، أو لسياستها وأهدافها وتوجهاتها ، ويبنى الإعلاميون

رسائلهم على مرجعياتهم الثقافية ومعتقداتهم الاجتماعية ، وفي أحيان أخرى على مواقفهم الشخصية ، والرسائل الإعلامية هي نتاج رؤى وأيديولوجيات ينطلق منها القائم بالاتصال والمؤسسات الإعلامية أو كلاهما معاً ، وإذا اتفقت توجهات القائم بالاتصال مع توجهات المؤسسة الإعلامية فإن ذلك يعزز الأثر الذي تحدثه الرسالة الإعلامية .

### مفهوم الأيديولوجيا :

يعرف Lilleker الأيديولوجيا على أنها "مجموعة من الأفكار والمعتقدات التي تعمل بوصفها مرشدة للسلوك أو ضابطة له" (٧) .

### أنواع الأيديولوجيات :

تقسم الكثير من الدراسات الأيديولوجيا إلى الأنواع التالية :

#### أ- الأيديولوجيا المهيمنة Dominant Ideology :

وتشير إلى الأفكار والرؤى التي تمثل قاسماً مشتركاً بين الأكثرية في مجتمع معين ، كما تعنى المعتقدات الدينية أو نوع الفكر السائد في المجتمع ، فهناك مجتمعات تسود فيها المعتقدات الدينية مثل : الإسلام ، واليهودية ، والنصرانية ، والعلمانية .

والأيديولوجيا التي يؤمن بها أفراد الشعب في الكثير من المجتمعات غالباً ما تكون مخالفة لأيديولوجيا النخب الحاكمة في الكثير من الجوانب ، وتكون هي السائدة في المجتمع حتى وإن اختلفت عن أيديولوجيا النخبة .

#### ب- أيديولوجيا النخب السياسية :

وهي الأيديولوجيا أو التوجهات السياسية ذات العلاقة بالحكومة أو السلطة في زمن معين ، وهي كذلك الأيديولوجيا أو الأفكار التي تحملها النخب السياسية وتطبقها في المجتمع ، ويشير هذا المفهوم إلى أن النخب السياسية في مجتمع ما هي التي تقرر نوعية الأفكار التي ينبغي أن تسيطر في الحياة العامة ، وهذه الأفكار يمكن أن تكون داعية نحو التفوق العرقي ، أو الترويج للرأسمالية ، أو التكريس للديموقراطية أو الأعراف والمعايير والقيم السائدة في المجتمع أو تعزيزها ، وتمارس هذا النوع من الأيديولوجيا فئتان في المجتمع ولهما تأثير كبير على أفرادهما : النخب الحاكمة ، والأحزاب السياسية .

#### ١- النخب الحاكمة :

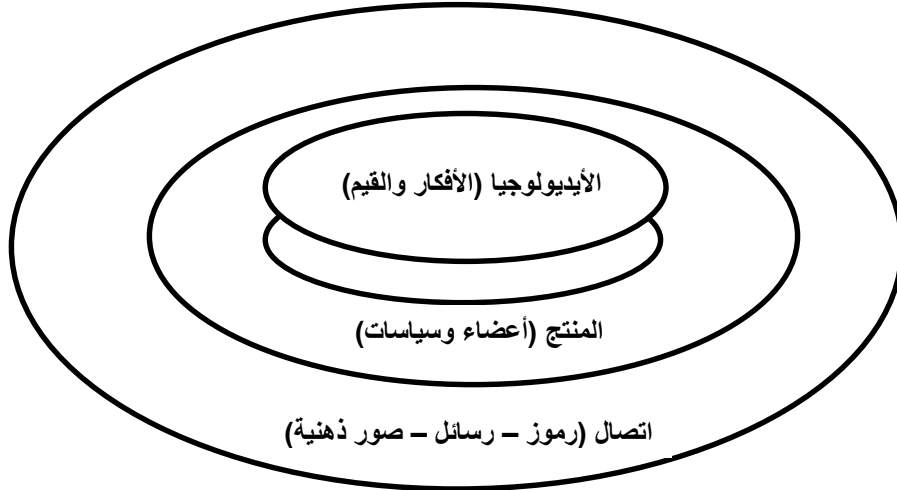
يتحقق مفهوم أيديولوجيا النخبة بوجود كل سلطة حاكمة تفرض توجهاتها على الناس إما بالقوة أو الإكراه أو الترغيب ، وأوضح صور هذا النموذج ما نراه في المجتمعات المعاصرة التي ظهرت فيها حكومات ليبرالية ، أو شيوعية ، أو قومية أو غيرها من أنواع الحكومات التي تركز لأيديولوجيا متعددة وتفرضها على شعوبها إما بالقوة العسكرية ، أو بالتأثير الثقافي عبر مؤسسات المجتمع المدني المختلفة وخاصة الإعلام .

#### ٢- الأحزاب السياسية :

وهي الفئة الثانية من النخب التي تسعى إلى الترويج لقيم معينة قد تتفق مع القيم السائدة في المجتمع أو تختلف عنها ، فأيديولوجيا الأحزاب السياسية تقوم على مجموعة من الأفكار التي تهدف إلى تحقيق غاية سياسية ، ولا تتم عملية نقل تلك الأفكار إلى

الجماهير لتحقيق ذلك الهدف أو الغاية السياسية إلا باستخدام أدوات التعبير الجماهيري التي يمكن أن تقوم به وسائل الاتصال .

ويرى (ليلكر Lilleker) إن الأيديولوجيا هي جوهر عمل الأحزاب السياسية ونشاطها ، حيث أن التعاون بين أعضاء الحزب لا يقوم على المكاسب الشخصية ، ولكن على مجموعة من المبادئ التي ينطلق منها الحزب ويعمل من أجلها ، ويوضح الشكل التالي موقع الأيديولوجيا من الحزب السياسي (٨) :



يلاحظ من الشكل السابق أن :

- الحزب السياسي يقوم في البداية على أيديولوجيا تسبق التكوين الإداري ، والبرامج الحزبية ، وتخدم الأيديولوجيا التي يتبناها المنتمون للحزب أهداف الحزب وبرامجه .
- أعضاء الحزب (الذين يمثلون الدائرة الثانية في الشكل) هم الذين يجسدون قيم الأيديولوجيا التي يؤمنون بها ، ويظهر ذلك من النشاط الإداري أو السياسي الذي يعكس الانتماء للأيديولوجيا .

- وبالنسبة لوسائل الاتصال (الدائرة الثالثة في الشكل) فتمثل الحلقة الأكبر التي تربط أيديولوجيا الحزب وأعضاؤه بالمجتمع من خلال الرموز الأيديولوجية والسياسية التي يروج لها الحزب ، والرسائل الاتصالية التي تحمل القيم والأفكار الرئيسية له ، ومن ثم الصور الذهنية التي تتشكل من ذلك كله وتظل راسخة في عقول الجماهير ، وكل ذلك يتم من خلال وسائل الاتصال المختلفة التي عادة ما تكون أدوات للأحزاب (٩) .

### السياسة التحريرية في المواقع الصحفية :

هناك معايير تؤثر في السياسة التحريرية للموقع الصحفي كالتالي :

- القيود المفروضة على الموقع ، وحجم الحرية المتاحة له سواء مباشرة أو غير مباشرة .
  - المعايير التي تحكم السلوك الاتصالي بالمجتمع تبعاً لسمات هذا المجتمع وحاجته .
  - معايير السلوك المهني ومواثيق أخلاقيات المهنة .
  - السياسة العامة للدولة ، والظروف السائدة في البلاد سياسياً واقتصادياً واجتماعياً (١٠) .
- وكما أن للسياسة التحريرية دوراً مؤثراً وفعالاً في العمل الإخباري فهي أيضاً تتعلق بشكل وثيق بعناصر ومراحل النظام الاتصالي ككل ، وذلك كما يلي :

- مصدر الرسالة (المعلومات) : وهى المادة التى يتألف منها الاتصال .
  - الرسالة ذاتها : وهى المعلومات التى يتم نقلها أو نشرها عن حدث .
  - الوسيلة : وهى تنقل وتنشر من خلالها الرسالة إلى المستقبل .
  - التغذية الراجعة : وهى التأثير الذى يتحقق عند المتلقين نتيجة رسالة المرسل (١١) ، وهى أيضاً رجوع المنبهات إلى المرسل من المتلقى استجابة لما يكون المرسل قد أرسله من معلومات ، كما أنها اتصال راجع من المستقبل إلى المرسل يتيح لها المجال للحصول على معلومات عن مدى تفاعل المتلقى مع الرموز التى أرسلها (١٢) .
- وهناك من يرى أن العوامل المؤثرة فى السياسة التحريرية هى : هدف الموقع ، واتجاهه السياسى والعقائدى أو الأيديولوجى ، والمستوى الاقتصادى ، والثقافى والتعليمى والاجتماعى للزائرين ، والمواقع المنافسة ، والإمكانات البشرية والاقتصادية والفنية للموقع (١٣) .

وهناك علاقة ارتباطية بين القيم الإخبارية التى تهتم بها مواقع الصحف فى مضامينها وبين نمط ملكيتها ، فمواقع الصحف الرسمية تستخدم قيمة شهرة الدولة ، وضخامة الأرقام لعرض الإنجازات الحكومية ، بينما مواقع الصحف الخاصة تستخدم قيمة شهرة المؤسسة ، وقيمة ضخامة الأطراف المشاركة فى الاعتصامات والفاعليات السياسية ، كما تبرز قيمة الصراع اللفظى فى مواقع الصحف الحزبية ، بينما لا تستخدم نهائياً فى مواقع الصحف الرسمية .

- ويكون تأثير السياسة التحريرية فى القيم الإخبارية فى المواقع الصحفية من خلال :
  - استخدام الألفاظ استخداماً دقيقاً ومحددأً ليعطى الرسالة بعدها الأيديولوجى ، الذى يخدم السياسة المتبعة لدى السلطة ، أو لإعطاء البعد الذى تنتهجه الصحيفة المستقلة .
  - أسلوب الصورة ، ويمكن من خلالها إبراز قيم إخبارية وغزو فكرى وأيديولوجيا (١٤) .

### علاقة السياسة التحريرية بالنظام السياسى :

#### أ- سياسة الدولة :

تعد السياسة العامة للدولة ، والظروف السياسية السائدة داخلها من العوامل المؤثرة فى السياسة التحريرية للمواقع الصحفية (١٥) ، حيث تضغط سياسة الدولة تجاه التدخل فى مواقع الصحف ، والإيحاء للجهاز المشرف عليها بما يمكن نشره وما لا يمكن نشره ، مما يؤثر فى تحرير الأخبار تأثيراً بالغاً ، ويحد من حرية القائمين بالاتصال .

#### ب- أيديولوجيا الدولة :

لكل مجتمع نظامه السياسى وأهدافه التى يسعى إلى تحقيقها ، والتى تترجم إلى مجموعة من السياسات والإجراءات التنفيذية التى تسعى إلى معالجة ما يواجه المجتمع من مشكلات وتحديات داخلية وخارجية (١٦) ، مما يعنى خضوع المؤسسات الإعلامية للتوجهات الأيديولوجية للدولة التى تحكم قضايا وتحديات الأنظمة فى المجتمع ووسائل الإعلام باعتبارها جزءاً من هذه الأنظمة ، وذات قوة تأثيرية يعتمد عليها النظام السياسى فى الترويج لأفكاره .



### ج- السياسة الإعلامية للدولة :

تسعى السياسة الإعلامية للدولة إلى تحقيق أهداف الخطة الاستراتيجية للدولة ، وأن يسير نشاطها الإعلامى والاقتصادى وفقاً لها ، وذلك من أجل تحقيق أفضل العوائد التنموية (١٧) ، وبالتالي فإن المواقع الصحفية تضع عينها على السياسة الإعلامية للدولة عندما تحدد سياستها التحريرية ، وموقفها من الأحداث والقضايا المستجدة .

### د- الحكومة :

تسوق مواقع الصحف للقرار الحكومى إذا ما اتفقت اتجاهاتها التحريرية مع نهج الحكومة ، وذلك من خلال التركيز على الأخبار الإيجابية المؤيدة للقرار السياسى ، وضرورة دعم الإصلاحات السياسية للحكومة وعدم الاعتراض عليها ، وإخفاء السلبيات فى القرار الحكومى وعدم تناولها بالتحليل ، وكذلك تجاهل أى معوقات أو انحرافات قد تتعارض مع توجهات الحكومة .

### التغطية الإخبارية فى المواقع الصحفية :

#### مفهوم التغطية الإخبارية :

- هى العملية الصحفية التى تتضمن مجموعة الخطوات التى يقوم من خلالها المحرر الصحفى بالبحث عن بيانات ومعلومات تتعلق بالتفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما ، أو بمعنى آخر يجيب على كل الأسئلة التى قد تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح ، ثم يقيم هذه المعلومات ويحررها بأسلوب وشكل صحفى مناسب (١٨) .

- وهى أيضاً "الإحاطة بكل تفاصيل الحدث الهام الذى يستحق النشر فى الجريدة أو المجلة أو الموقع ونشرها ثم تسجيلها ومتابعتها إذا ما كان الخبر يستدعى ذلك" (١٩) .

#### مصادر التغطية الإخبارية :

هى "الجهات التى يحصل من خلالها الصحفيون ووسائل الإعلام على الأخبار ، وقد تكون هذه المصادر جهات صانعة للخبر والحدث كالمسؤولين وصناع القرار ، والشخصيات الجوهرية فى الخبر التى تدلى بتصريحات ، أو جهات شاهدة على الحدث كشهود العيان ، أو مخرجات للحدث كالوثائق والبيانات الصادرة عن الاجتماعات ، أو جهات ناقلة للخبر والحدث كالمراسلين والمندوبين ، ووكالات الأنباء ، والصحف ، والإذاعات ، والمواقع الإلكترونية" .

#### ومن خلال هذا المفهوم يتبين أن مفهوم المصادر الإخبارية متعدد الأوجه :

- جهات صانعة ، أو مشاركة فى الحدث ، أو مرتبطة به ، أو ناتجة عنه ويمكن تسميتها بالمصادر الأولية .

- جهات ناقلة للحدث مثل المراسلين ، ووكالات الأنباء ، ويمكن تسميتها بالمصادر الإعلامية .

- المصادر الأولية قد تكون مصادر حية (كالشخصيات والجهات) ، وهى إما أن تكون رسمية أو غير رسمية ، وقد تكون مصادر وثائقية (كالبيانات والوثائق) .

- المصادر الإعلامية قد تكون داخلية "ذاتية" (من داخل الموقع كالمراسل والمندوب) ، أو خارجية "عامة" مثل وكالات الأنباء .

### المبادئ الأساسية فى التعامل مع مصادر التغطية الإخبارية

من المبادئ السائدة التى يعتمد عليها الصحفيون أثناء التغطية الإخبارية لموضوع ما أن المصدر الواحد لا يمكن أن يقدم كل المعلومات التى قد يحتاجون إليها ، وقد تتناقض المصادر مع بعضها البعض أحياناً ، وللتغلب على تلك التناقضات ينبغى على الصحفى إما أن يتوصل إلى معرفة الموقف الذى تدعمه البراهين أكثر من غيره ، أو الاستعانة بمصادر أصلية كالوثائق لكى يقرر أى من الروايات هى الصحيحة (٢٠) .

وفى كل الأحوال ينبغى التأكد من صدق وأمانة المصدر الذى نقل عنه الأخبار ، فهذا المصدر يجب أن يكون واضحاً وصريحاً سواء فيما يعطيه أو يحجبه من حقائق ، وأن تكون الحقائق التى يقدمها بلا أخطاء (٢١) ، ومن المهم جداً للصحفيين إذا أرادوا تحقيق التوازن والعدالة التأكد من مصادر أخرى من أجل تأكيد أو نفي أو تقديم وجهات نظر أخرى (٢٢) .

ويعد تعدد المصادر من أهم الأمور ، فالقصة التى تملك مصدراً واحداً متحدثاً فيها تكون أكثر عرضة للشك والريبة من قصة إخبارية تملك عدة مصادر من أشخاص ووثائق وبيانات (٢٣) .

### التحيز فى المواقع الصحفية :

#### مفهوم التحيز الإعلامى :

التحيز هو "مفهوم نسبى يختلف من شخص لآخر ، حيث أن ما يعتبره البعض تحيزاً يعده آخرون رأياً متوازناً ، وهو مفهوم يرتبط بالأبعاد والأراء المطروحة فى موضوع صحفى فيما يمكن تسميته بتحيز الأبعاد (عدم التوازن فى تعددية أبعاد الموضوع) ، وتحيز الأراء (عدم التوازن فى تعددية الأراء المطروحة) (٢٤) .

#### مصادر التحيز الإعلامى (٢٥) :

**أولهما : التحيز الأيديولوجى :** حيث تعدد وسائل الإعلام عبر الزمن للتأثير فى معارف الرأى العام واتجاهاته ، وتوجيهه نحو تبنى وجهات نظر بعينها بشأن القضايا والأحداث ذات الأهمية .

**ثانيهما : التحيز الإجرائى :** ويطلق عليه مفهوم التحويل The Spin ، ويتم من خلال التركيز على قصص إخبارية بعينها لتكون أكثر حضوراً بذاكرة الجمهور مقارنة بقصص أخرى مما يؤثر على عمليات بناء الأولويات لدى الجمهور .

#### أيدولوجيا تجهيل مصادر الأخبار :

هناك أهمية بالغة للاعتماد على المصادر المجهلة فى وسائل الإعلام بالنسبة للتغطية الصحفية التى تحمل مضامين مهمة (٢٦) ، وهناك من يرى أن التشجيع على استخدام المصادر المجهلة لاسيما فى الأساليب التى يلجأ إليها الصحفى نفسه عندما يكون هو صانع الخبر يشجع بدوره على فبركة وخلق القصص الإخبارية بناءً على مصدر مجهول (٢٧) .

إن وسائل الإعلام والصحفيين يجازفون بمصداقيتهم في كل مرة يستندون فيها على مواد إخبارية قائمة على مصادر مجهولة ، فالمصداقية هي محك العمل الصحفي ، ويجب أن لا يجازف بها عبر تبني قصة خبرية قائمة على مصدر مجهول ، لاسيما وأن هناك مجالاً يخوض فيه صناع الخبر وأبرزهم السياسة بغرض إيصال فكرة أو رسالة عبر ما يطلق عليه "التسريبات المعلوماتية" ، وهنا يرتبط استخدام المصادر المجهولة بظاهرة تسريب المعلومات من المصادر الحكومية إلى بعض الصحفيين المتعاطفين معهم ، أو الذين تربطهم بهم علاقات صداقة ومصالح (٢٨) ، لاسيما وأن استخدام المصادر المجهولة يبدو شائعاً جداً في الأخبار ذات العلاقة بالأنشطة الحكومية (٢٩) .

**وقد حدد (بوينك) سبع قواعد لمساعدة الصحفيين في تقرير استخدام المصدر المجهول على النحو التالي (٣٠) :**

- إذا وعد المصدر بعدم ذكر اسمه في الخبر فيجب أن يستند إلى موافقة المحرر أو مدير تحرير الموقع .
- إن المصدر المجهول يجب استخدامه فقط لسبب واضح ومبرر .
- إن المصدر المجهول يجب استخدامه عندما يكون الخيار الوحيد المتاح لنشر الخبر .
- يجب الالتزام بذكر اسم المصدر في الخبر كلما كان ذلك ممكناً ، وفي حالة الاضطرار للتجهيل يجب ذكر سبب التجهيل في صلب الخبر .
- يجب أن يوازن المحرر بين فوائد وأضرار استخدام المصدر المجهول في الخبر .
- المصادر المجهولة يمكن استخدامها فقط بموافقة جميع الأطراف المصدر والصحفي وموقع الصحيفة .
- إن استخدام المصدر المجهول يتطلب تأكيد المعلومات من مصدر ثاني .

### **ماهية تصميم المواقع الصحفية :**

يعرف التصميم بالاستناد إلى الأبعاد التي يحكم من خلالها الأفراد على جودة تصميم الموقع ، فيشير البعد الأول إلى المعلومة وطريقة تقديمها بشكل فعال ، يهتم البعد الثاني بالشق الجمالي الذي يدرس تقديم الصور والأشكال المرئية بطريقة جذابة ، ولا يفترض الاهتمام ببعد على حساب الآخر ، وذلك لعدم جدوى تقديم معلومة للمستخدم بسرعة مع إغفال الشق الجمالي أو العكس ، إذ لا بد من تحقيق التوازن بين البعدين للتوصل إلى التصميم الذي يخلق الوحدة لضمان سرعة الإبحار ، والوصول إلى المعلومة مع وجود العناصر المرئية التي تذكر المستخدم بهوية الموقع الذي يتصفحه كتوحيد أماكن تواجد قوائم الإبحار والألوان المستخدمة (٣١) .

كما يعرف التصميم أيضاً بأنه "طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على واجهة موقع الصحيفة مع مراعاة حركة العين ، ومبادئ التصميم ، وثبات شكل الموقع وتحديثاته والتي لا تتغير إلا بعد فترة طويلة نسبياً لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين ، كذلك أن الواجهة تعكس هوية الصحيفة" (٣٢) .

### **عناصر تصميم المواقع الصحفية :**

توجد مجموعة من العناصر التصميمية التي يعتمد عليها جميع المصممين المحترفين

فى مختلف تخصصاتهم ، والتي تنطبق على تصميم صفحات الويب خاصة ، ويتمتع كل عنصر منها بدرجة من الأهمية فى تحديد مظهر موقع الصحيفة ، والتي يظهر الموقع من خلالها فى الشاشة بأكملها ، ويمكن استعراضها على النحو التالى :

### ١- الفراغ Space :

ويشير أيضاً إلى المسافة التي تظهر بين العناصر ، فهو الذى يحدد نقطة بداية ونهاية كل عنصر ، وتسهيل عملية القراءة إذا كانت هذه المسافة متوازنة ، ويُعد حسن التعامل مع الفراغ من الأمور المهنية إذ لا بد من التعرف على فاعليته لأنه ليس وعاء يحوى النص والصور ، وإنما يندرج ضمن العناصر التي لها وزن بصرى مستقل (٣٣) ، وإذا لم يحسن استخدامه ستبدو الصفحة فوضوية لأنه وسيلة تنفس الصفحة (٣٤) .

### ٢- الخلفية background :

وهى مساحة الصفحة بدون أى شكل أو رسم ، وقد تكون بيضاء أو بأى لون آخر ، أو عبارة عن نقش يستخدم كخلفية للمحتويات والرسوم التي تعرف بالخلفية الموجبة ، ومثال ذلك أن الفراغات حول النص ليست بالضرورة أن تكون خلفية فقد تكون صفحة الويب هى الأرضية (٣٥) .

### ٣- النقطة Point :

وهى عبارة عن عنصر لا يستمر وتدل على التوقف ، وتستطيع بمفردها توفير العلاقة بين السلبية والإيجابية فى الفراغ ، وتُعد النقطة من أبسط وأهم العناصر التي تكون واجهات المواقع ، حيث أن لديها القدرة على توليد الاهتمام بمجرد وجودها على صفحة بيضاء ، ويمكن استخدامها مع عناصر أخرى لتشكيل الخط ، أو أى شكل وفق نظرية جشالت (The Gestalt Theory) (٣٦) .

### ٤- الخط Line :

هو عبارة عن علامة مستمرة ، ويدل على حركة أو يحدد حدوداً أو أشكالاً ، ويتمتع بخمس صفات هى : الطول ، والعرض ، الانحناء ، والعمق ، والنقش (٣٧) .

ونحصل على الخط عند الوصل بين نقطتين أو أكثر فيشير إلى الاتجاه ، كما يستخدم كوسيلة فصل بين المواد أو تمييز عنصر معين مثل الخط الذى يظهر تحت الروابط ، ولديه القدرة على إعطاء العناصر ملامح معينة من خلال فصلها عن بعضها ، ولا يكون هذا الفصل حقيقياً إنما يعطى إحساساً بذلك ، حيث يمنح العناصر أشكالها المادية الحقيقية ليتمكن المستخدم من التمييز بينها (٣٨) .

### ٥- الشكل Shape :

هو عبارة عن مساحة من الفراغ نحصل عليها نتيجة الإغلاق فيشغل حيزاً من الفراغ لتتولد علاقة بين الشكل والأرضية التي تُعد بمثابة الفراغ السالب ، كما تصنع الأشكال باستخدام الخطوط للحصول على أهمها ، والتي تضيف جاذبية على الموقع مثل الدائرة ، والمثلث ، والمستطيل ، ولا بد من الحذر عند التعامل مع الأشكال لأنها تضيف معنى إلى الصفحة والمحتوى (٣٩) ، ويفضل التخلص من الزوايا القائمة والاعتماد على

الأشكال ذات الزوايا الدائرية أو المنحنية التي تعطى شعوراً بالراحة (٤٠) .

## ٦- النمذج (Pattern) والملمس (Texture) :

يتكون النمذج من شكلين أو أكثر ، وهو ثلاثى الأبعاد حيث أن له ارتفاع وعرض وعمق ، ويحدد النمذج فى أربعة أشكال أساسية فى التصميم هى : الكرة ، والمكعب ، والاسطوانة ، والمخروط ، ويستخدم الرسام الدرجات اللونية والظلال للحصول على تأثير النمذج (٤١) .

## ٧- الوسائط المتعددة Multimedia :

ترغب الكثير من المواقع فى إثراء تجربة مستخدميها لتمكينهم من القراءة والمشاهدة فى نفس الوقت فتضيف مقاطع الفيديو التى تجعل الموقع أكثر حرفية (٤٢) ، ويؤدى استخدام الوسائط المتعددة دوراً كبيراً فى إبراز مواقع الصحف وتقديمها بشكل يثير انتباه المستخدم أثناء إطلاعه على المعلومات ، وذلك من خلال الاستفادة من توزيع المساحات والألوان والأحجام والأشكال وتحويلها إلى أشكال تفاعلية فنية (٤٣) .

## ٨- الأبعاد التفاعلية Interactivity :

تأخذ التفاعلية حيزاً من التصميم ، وينوع مصممو المواقع من أساليب إبرازها نتيجة تعدد أشكالها ، وذلك كتوافر رابط فى مكان بارز من الموقع لسجل الزوار يتيح لزوار الموقع التوقيع فى هذا السجل وإرسال التعليقات (٤٤) ، أو توفير وسائل للتواصل مع القائمين عليه إما من خلال رابط للعناوين البريدية ، أو استخدام النماذج الإلكترونية التى تحتوى على حقول يتم تعبئتها من قبل مستخدم الموقع بالمعلومات التى يريد إرسالها للموقع إما لمراسلة أصحاب الموقع ، أو للتواصل مع الآخرين (٤٥) .

وهناك أيضاً مجموعة من العناصر التى ينبغى مراعاتها عند تصميم مواقع الصحف على النحو التالى :

### ١- الأيقونات Icons :

هى صورة صغيرة مستحدثة تمثل فعلاً أو مضموناً معيناً يمكن أن تستخدم بمفردها فتوفر مساحة أو مع الكلمات ، وهناك بعض الأيقونات معروفة مثل أيقونات الطبع (إرسالها عبر البريد الإلكتروني ، احفظها ، الرجوع للصفحة الرئيسية) ، وأيقونات إما أنها مازالت غير معروفة أو أنها تحتمل أكثر من معنى ، ونظراً لأن الكلمات التوضيحية قد تشغل حيزاً يفقد الأيقونة ميزة الفراغ المحيط بها ، لذلك يمكن إخفاءها إلى أن يضع المستخدم المؤشر فوق الأيقونة ، ولكن يجب على المصمم أن يظهر الكلمات التوضيحية كلما أمكن لتجنب جعل المستخدم يضع المؤشر فوق كل أيقونة لمعرفة ما تعنيه (٤٦) .

### ٢- القوائم Menus :

وتستخدم فى توضيح تبويب الصحيفة بحيث يمكن اختيار أدوات التجوال ، والآليات التى يتم بها التعامل مع المادة من خلال نظام القوائم (٤٧) ، ويجب على المصمم التأكد من إدراك المستخدم للأدوات التى يتيحها للمساعدة فى التجول ، وتقديمها فى أسلوب منطقي جذاب (٤٨) ، وتنقسم القوائم فى مواقع الصحف إلى ما يلى :

## أ- القوائم المنبثقة PopUp Menu :

وتظهر للمستخدم بمجرد وقوفه بمؤشر الماوس على أحد العناصر الجرافيكية فيتولد منه مجموعة من القوائم الفرعية ، ثم تعاود القوائم الاختفاء بمجرد تحريك مؤشر الماوس عنها (٤٩) .

وتنقسم القوائم المنبثقة من حيث الاتجاه إلى : القوائم الأفقية وهي التي تأخذ شكلاً أفقياً عند وضعها على الصفحة ، وتأخذ عناصرها شكلاً رأسياً عند ظهورها ، والقوائم الرأسية وتأخذ الشكل الرأسى فى تقديم أقسام الموقع وأبوابه الثابتة (٥٠) ، ومن حيث الحركة تنقسم إلى : قوائم مختفية وهي التي لا تظهر على الشاشة سوى جزء بسيط يتفاعل معه المستخدم عن طريق إيقاف الماوس عليه ، وقوائم عامة وهي التي تتحرك مع المستخدم عندما يسحب الصفحة إلى الأسفل ، وقد تكون ظاهرة أو مخفية (٥١) .

## ب- القوائم المنسدلة Dropdown Menues :

وهي القوائم ذات الشكل الرأسى الثابت التي لا تتغير نتيجة تفاعل المستخدم معها سوى بانسدال القائمة لأسفل (٥٢) ، وتلجأ إليها مواقع الصحف لحصر مجموعة من الخيارات فى مساحة صغيرة من الصفحة حيث تكون الخيارات مخفية ويقوم المستخدم بتنشيطها بوضع المؤشر عليها .

## ج- قوائم القفز Jump Menu :

وهي قوائم ثابتة لا تظهر خيارات أمام المستخدم بالضغط عليها بالماوس وإنما يتغير لونها ، أو تظهر بحركة خفيفة نشطة بمجرد الضغط عليها بالماوس ، وهذه القوائم ينتقل المستخدم من خلالها إلى الأبواب الداخلية (٥٣) .

## سابعاً : الدراسات السابقة :

تم عرض الدراسات السابقة من حيث هدف كل دراسة ، والمنهج المستخدم ، والنتائج التي توصلت إليها ، وجاءت الدراسات السابقة على النحو التالى :

١- دراسة (رنا سمير أحمد صديق ، ٢٠١٨ م) حول محددات تشكيل تحيزات التغطية الخيرية للأحداث الجارية فى الصحافة المصرية : دراسة لآليات التحيز فى بوابات الصحف الإلكترونية (٥٤) :

- سعت الدراسة إلى الوقوف على محددات تشكيل تحيزات التغطية الخيرية فى البوابات الإلكترونية للصحف المصرية ، وذلك من خلال البحث فى آليات التحيز المتصلة بالمحتوى الخبرى ، والتي تحكم تقديم التغطية الرئيسية للأحداث الجارية بالصفحات الرئيسية لهذه البوابات ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- تفاعل المحددات التالية فى تشكيل ملامح تحيزات التغطية الخيرية الرئيسية بالبوابات الإلكترونية بالتطبيق على البوابات محل الدراسة : تحيزات الأجندة ، تحيزات الإسناد ، تحيزات السرد الخبرى ، التحيزات التي تمس الموضوعية .

- إبراز التحولات المرتبطة ببيئة الصحافة الإلكترونية ، وذلك من حيث قياس تأثيرها على المعايير الحاكمة لمهنية التغطية الخيرية فى البوابات ، والكشف عن العديد من العوامل الأخرى المشكلة للتحيز الإخبارى .

٢- دراسة (سلوى ابراهيم حسن دهمش ، ٢٠١٧ م) حول المتغيرات المؤثرة فى بنية الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية المصرية : دراسة تحليلية للأنواع الصحفية والقائم بالاتصال (٥٥) :

- هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل العوامل التنظيمية والإدارية داخل المؤسسة الصحفية (الفردية – الروتينية – التنظيمية) التى تؤثر على تشكيل بنية الأنواع الصحفية الخبرية والاستقصائية بالصحف الإلكترونية المصرية عينة الدراسة ، وذلك استناداً إلى الإطار النظرى المستمد من النموذج الهرمى للعوامل المؤثرة على تشكيل المحتوى الصحفى (لشوميكر ورايس) ، واعتمدت الدراسة على منهجى المسح الإعلامى ، والإثنوجرافيا وعلى أداة تحليل المحتوى للأنواع الخبرية والاستقصائية المنشورة بموقعى صحيفتى الدراسة (بوابة الأهرام ، بوابة الوطن) حول قضايا الدراسة الثلاث (قتل جوليوريجيني وترسيم الحدود المصرية السعودية "تيران وصنافير" ، أزمة الدولار) ، وأدوات الملاحظة الحقلية المباشرة داخل غرف الأخبار والمقابلات الميدانية مع القائمين بالاتصال والقيادات التحريرية ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- اتسم أسلوب إدارة الصحف بالمركزية ومحدودية الممارسات الديموقراطية ، وتقيد دور المحررين نسبياً فى المشاركة فى صناعة القرار التحريرى .  
- تلعب ضغوط العمل الصحفى على الإنترنت دوراً مؤثراً فى تشكيل المنتج الصحفى النهائى وأبرزها : ضغوط الوقت ، وكم المحتوى المطلوب إنتاجه .  
- جاءت الضغوط المتعلقة بأساليب تنظيم وإدارة الصحف مثل : توجيهات رؤساء العمل المباشرة أثناء العمل وضغوط السياسة التحريرية أكثر الضغوط الإدارية تأثيراً فى تشكيل المواد الصحفية فى صحيفتى الدراسة .

٣- دراسة (وفاء جمال درويش عبد الغفار ، ٢٠١٣ م) حول العوامل المؤثرة على تحرير وتصميم مواقع الصحف الإلكترونية (٥٦) :

- سعت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على تحرير وتصميم مواقع الصحف الإلكترونية بالتطبيق على ثلاثة صحف (الأهرام والوفد واليوم السابع) ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى ، وعلى عدة أدوات بحثية هى : أداة تحليل المضمون ، وأداة الاستبيان ، وأداة المقابلة المقابلة والتى تم استخدامها على مستويين هما : المقابلات المقننة ، والمقابلات الحرة ، ومن أهم النتائج ما يلى :  
- غلبة ظهور التعليق كشكل من أشكال التفاعلية ثم مراسلة المسئولين عن الموقع ، وإرسال المادة .  
- استخدمت العناوين كوسيلة لإبراز الفقرات إضافة للألوان والصور ، لذا كثر استخدام العنوان الرئيسى وتلاه العنوان الثانوى .  
- غلب استخدام الشكل المستطيل للصور خاصة أنه يرافق الموضوع صورة واحدة ، وأحياناً قليلة صورتان .  
- تفوقت نسبة استخدام ملفات الفيديو كنوع من الوسائط المتعددة مقارنة بملفات الصوت التى جاءت فى المرتبة الثانية .

٤ - دراسة (Jonas Xavier Caballero ، 2010) حول مردود الانحياز الإعلامي في تغطية الأحداث المؤثرة (٥٧) :

- سعت الدراسة إلى كشف مدى الانحياز الإعلامي في المواد الإخبارية التي ترصد أحداث الصراع الفلسطيني الإسرائيلي في نيويورك تايمز الأمريكية ، وتأثيرها على الرأي العام في المجتمع الدولي .
  - اعتمدت الدراسة على أسلوب الإحصاء الوصفي ، وأسلوب الإحصاء البياني للوصول إلى الأعداد الحقيقية لضحايا الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي ، والمقارنة بين أرقام ونسب الضحايا ، وجاءت النتائج كالتالي :
  - تجاهل الأخبار المنشورة لحق الفلسطينيين في مقاومة الاحتلال الإسرائيلي ، وإصرارها على دعمه لخدمة أهداف معينة .
  - الانحياز الإعلامي من خلال المانشيتات والأخبار التي تنصدر الصفحات الأولى .
- ٥ - دراسة (منار فتحي رزق ، ٢٠٠٩ م) حول تصميم مواقع الصحف المصرية على شبكة الإنترنت (٥٨) :

- استهدفت هذه الدراسة رصد أسس تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية ، بالإضافة إلى كشف أثر التقنيات على تصميم تلك المواقع ، وتوضيح طبيعة القائم بالاتصال ، واختبار يسر استخدام مواقع الدراسة ، وإبراز مدى رضا الجمهور عن تلك المواقع ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :
- استخدمت المواقع الإلكترونية عينة الدراسة أسلوب الشجرة أو التسلسل الهرمي لتنظيم المعلومات بالمواقع ، إلا أن مواقع الدراسة اختلفت في عمق أو ضحالة الموقع في مقابل اتساعه أو ضيقه .
- من مشكلات يسر الاستخدام التي تعاني منها مواقع الدراسة اقتنار المستخدم إحساسه بالمكان الذي يطالعه نظراً لعدم تكرار بعض الروابط بكل صفحة مثل روابط البحث والأرشيف ، مما يستدعي رجوع المستخدم إلى الصفحة الرئيسية ، ومن المشاكل الأخرى التي تواجه يسر الاستخدام عدم اتباع قواعد الكتابة الصحفية المتبعة لمواقع الإنترنت التي تقوم على التركيز والقدرة على المسح السريع .
- ضرورة وضع روابط ذات صلة بالموضوع الطويل ، وأن يتم وضع هذه الروابط الفرعية في الجانب الأيسر من الموضوع الصحفى مع ضرورة تقسيمه .

٦ - دراسة (أحمد كمال عبد الحافظ ، ٢٠٠٨ م) حول تصميم الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية المصرية (٥٩) :

- استهدفت هذه الدراسة التعرف على تصميم الصفحات الأولى للصحف الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها ، وذلك من خلال الكشف عن كيفية استخدام هذه الصحف للعناصر التصميمية التقليدية مثل العناوين والصور والألوان ، ومعرفة مدى استخدام الصحف للعناصر التصميمية التكنولوجية التي تتيحها شبكة الإنترنت مثل النص الفائق ، الوسائط المتعددة ، التحريك ، ثم معرفة مدى استخدام هذه الصحف للعناصر التصميمية التفاعلية مثل (البريد الإلكتروني - الدردشة - المنتديات) .



- التعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين إخراج الصفحات الأولى للصحف الإلكترونية المصرية ، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها :
- اعتماد ثلاث صحف على الصور في عناوينها الرئيسية وتنويعها بين أحجام الخطوط المستخدمة لكل من العناوين والتفاصيل .
- تفضل عينة الدراسة استخدام الوسائط المتعددة في الموضوعات الرياضية ، كما ترى أن طول زمن تحميل الصفحة ربما يكون عاملاً لعدم تفضيل وجود الوسائط المتعددة .
- ٧- دراسة (نجوى عبد السلام ، ٢٠٠٦ م) حول العوامل المؤثرة في سهولة استخدام النصوص الإخبارية على شبكة الإنترنت (١٠) :
- استهدفت الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة في يسر استخدام النصوص الإخبارية في الصحف الإلكترونية ، والتي تؤثر على التذكر من خلال اختبار العلاقة بين بناء النص الإخباري بطريقة خطية أو غير خطية ، وكل من دقة التذكر الحر والمقنن للمعلومات ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :
- أن عاملى النوع ومستوى الخبرة في استخدام الحاسب الآلى لا يعد من العوامل المؤثرة في الشعور بالتشتت المعرفى أثناء قراءة النصوص الخطية وغير الخطية ، وفي كمية المادة المقروءة ، والوقت المستغرق في القراءة ودقة التذكر الحر أو المقنن .
- وجود علاقة عكسية بين كمية المادة المقروءة والوقت المستغرق في قراءة النص ، والقدرة على تذكر المعلومات الواردة في النص ، وهو ما ينطبق مع ما تشير إليه القدرة المحدودة للذاكرة في التفاعل مع الرسائل الإعلامية .
- ٨- دراسة (حلمى محمود محاسب ، ٢٠٠٤ م) حول إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت (١١) :
- هدفت هذه الدراسة إلى توصيف العناصر البنائية الموجودة في بعض الصحف المصرية والأمريكية اليومية على الإنترنت بغرض التعرف على استخداماتها ، وأدوارها ووظائفها ، وسماتها وخصائصها ، وكذلك تقويم استخدام العناصر البنائية الموجودة في الصحف المصرية والأمريكية ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :
- تدنى إستفادة الصحف الإلكترونية من العناصر البنائية التي تقدمها الإنترنت ، إذ لم تستخدم مطلقاً القوائم المنبثقة أو المنسدلة في عرض أقسام الصحيفة ، كما أنها لم تعتمد على الوسائط المتعددة وبصفة خاصة النصوص المتحركة .
- لا تزال الصحف الإلكترونية ورقية في طريقة عرض الموضوعات ، حيث تستخدم الأعمدة في فصل النصوص وتعتمد على الطريقة الخطية في تقديم معلوماتها .
- لم تتبع الصحف الإلكترونية النظريات السيكلوجية الخاصة بالألوان ، وبدل على ذلك على انتشار اللون الأزرق في جميع صحف الدراسة .
- ٩- دراسة ( Utt, S., & Pasternack, S., 2003) حول إتجاهات تصميم الصفحة الرئيسية (١٢) :
- سعت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات تصميم الصفحات الرئيسية للصحف بنسختها المطبوعة والإلكترونية على شبكة الإنترنت ، وذلك من خلال استخدامها

للألوان ، والصور الصحفية ، والرسوم ، وبرامج التصميم ، وكذلك التعرف على مواقف واتجاه المحررين من التصميم العام للصحف ، ومدى أهميته لقراء الصحف ، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ، وفى إطاره أسلوب مسح القائم بالاتصال ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أن الصحف الإلكترونية تعتمد على الصور أكثر من الورقية ، كما أنها تعتمد على نوعية خطوط تختلف عن الخطوط المستخدمة فى النسخة الورقية .
- أن حجم الخطوط والتمتن فى النسخة الورقية يختلف عن تلك المستخدمة فى النسخة الإلكترونية ، وذلك لتلائم الخصائص النفسية للقارئ وتسهل عملية التصفح .

**ثامناً : نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :**

### جدول (١) يوضح طريقة معالجة المضامين الإخبارية على الصفحة الرئيسية

بوابة الوفد		بوابة أخبار اليوم		اليوم السابع		الموقع	طريقة المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك		
٥٤,٩	٤٣٢١٨	٤٢,٣	١٨١٠٠	٤٤,٦	٥٢٦٤٢		التركيز على أخبار معينة
٠,٣	٢٥٢	٠,١	٦٢	٥,٦	٦٦١٦		صياغة الأخبار بطريقة مثيرة
٠	٠	٠	٠	٠	٠		استخدام الشعارات المضللة
١٢,٢	٩٦٢١	١٦,٣	٦٩٧٠	١٠,٠	١١٧٤٥		استخدام عمليات الدعاية السياسية للتأثير فى الجماهير
٠	٠	٠	٠	٠	٠		استخدام الترغيب والتهديد لتضليل الرأى العام
١٨,٢	١٤٣٤٠	١٩,٧	٨٤٣٤	٢٣,٤	٢٧٦٥٨		انتقاء قصص إخبارية محددة والتركيز عليها
١٤,٤	١١٣٣١	٢١,٦	٩٢٢٥	١٦,٤	١٩٣٧٩		التركيز على شخصيات معينة
١٠٠	٧٨٧٦٢	١٠٠	٤٢٧٩١	١٠٠	١١٨٠٤٠		المجموع

**ونستنتج من الجدول السابق :**

اتفقت المواقع المصرية الثلاثة عينة الدراسة اليوم السابع ، وبوابة أخبار اليوم ، وبوابة الوفد ، فى التركيز على أخبار معينة ، وجاءت النسبة كالتالى : (٥٤,٩%) فى بوابة الوفد ، (٤٤,٦%) فى اليوم السابع ، (٤٢,٣%) فى بوابة أخبار اليوم من إجمالى عدد الأخبار على الصفحة الرئيسية ، حيث اهتمت تلك المواقع بالأخبار ذات المضمون الإيجابى عن الحكومة المصرية ، ومساندة ودعم النظام الحاكم بشكل إيجابى مكثف ، وعرض وجهات نظر الوزراء والمسؤولين ، ووضح أيضاً التركيز على الأخبار السلبية عن الدول والأنظمة السياسية والشخصيات والجماعات التى تخالف النظام السياسى المصرى .

اتفقت المواقع المصرية الثلاثة على صياغة بعض الأخبار بطريقة مثيرة ، وجاءت النسبة كما يلى : (٥,٦%) فى اليوم السابع ، (٠,٣%) فى بوابة الوفد ، (٠,١%) فى بوابة أخبار اليوم ، وكانت الإثارة السلبية تتعلق بالدول والأنظمة التى تتعارض مع السياسة المصرية ، وأيديولوجية وتوجهات المواقع ، والإثارة الإيجابية لبعض الأخبار المتعلقة بإيجابيات النظام المصرى وحكومته .

اتفقت المواقع المصرية الثلاثة على عدم استخدام الشعارات المضللة ، أو الترغيب والتهديد لتضليل الرأي العام .

اهتمت المواقع المصرية الثلاثة عينة الدراسة باستخدام عمليات الدعاية السياسية **للتأثير فى الجماهير** ، وجاءت النسبة فى موقع بوابة أخبار اليوم (١٦,٣%) ، وفى بوابة الوفد (١٢,٢%) ، وفى موقع اليوم السابع (١٠%) ، وذلك من خلال صياغة الأخبار بتوجه أيديولوجى يؤثر فى الجماهير إيجابياً من خلال دعم النظام الحاكم ومساندته ، وسلباً من خلال اتخاذ الجماهير موقفاً رافضاً لسياسات الدول المعارضة للدولة المصرية .

اهتمت المواقع المصرية الثلاثة عينة الدراسة بانتقاء قصص إخبارية محددة **والتركيز عليها** ، حيث جاءت النسبة فى موقع اليوم السابع (٢٣,٤%) ، وفى بوابة أخبار اليوم (١٩,٧%) ، وفى بوابة الوفد (١٨,٢%) ، حيث اهتمت تلك المواقع باستخدام جمل وكلمات حماسية تدعم بها أخبار الإنجازات الحكومية .

اتفقت المواقع المصرية الثلاثة عينة الدراسة على **التركيز على شخصيات معينة** ، وجاءت النسبة فى بوابة أخبار اليوم (٢١,٦%) ، وفى اليوم السابع (١٦,٤%) ، وفى بوابة الوفد (١٤,٤%) ، وظهر ذلك واضحاً من خلال التركيز أخبار الوزراء والمسؤولين ورئيس البرلمان المصرى والمحافظين وتصريحاتهم وزياراتهم على جميع الأصعدة ، وكذلك التركيز على الأخبار السلبية على المستوى الدولى .

#### جدول (٢) يوضح زوايا معالجة الموضوعات على الصفحة الرئيسية

بوابة الوفد		بوابة أخبار اليوم		اليوم السابع		الموقع	زوايا المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك		
٩٧,١	٥٠٣٣٧	٩٢,١	٢٢٧٩٢	٩٤,٨	٦٢١١١	عرض الموضوع دون تهويل أو تهوين	
٢,٤	١٢٦٤	٦,٦	١٦٢٦	٣,٣	٢١٤٦	تضخيم عناوين موضوعات معينة	
٠,٥	٢٥٠	١,٣	٣٢٤	١,٩	١٢٣١	عرض الموضوع بسرد درامى مفتعل	
١٠٠	٥١٨٥١	١٠٠	٢٤٧٤٢	١٠٠	٦٥٤٨٨	المجموع	

يتضح من الجدول السابق ما يلى :

اتفقت المواقع المصرية الثلاثة عينة الدراسة على **عرض غالبية الموضوعات السياسية والاقتصادية على الصفحة الرئيسية دون تهويل أو تهوين** ، ويرجع ذلك إلى أن هناك اهتمام بتقديم الموضوعات السياسية والاقتصادية ذات المضامين الجادة على الصفحة الرئيسية ، بينما جاءت الموضوعات السياسية والاقتصادية المحلية تحتوى على المبالغة وتضخيم عناوينها فى بعض الأخبار المتعلقة بالإنجازات الحكومية وإبراز إيجابيات النظام الحاكم ، والأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية والاجتماعية السلبية للدول التى تتخلف مع السياسة التحريرية للمواقع عينة الدراسة .

اتفقت المواقع المصرية الثلاثة عينة الدراسة على **عرض بعض الموضوعات على الصفحة الرئيسية بسرد درامى مفتعل** ، ويرجع السبب فى ذلك إلى أن صياغة الموضوعات بسرد درامى مفتعل قد ارتبط بالإنجازات الحكومية ، والإجراءات التى تتخذها الحكومة لصالح المواطنين من خلال تفعيل الإصلاحات السياسية والإدارية والاقتصادية ، والتعامل مع المشكلات الإنسانية .

### جدول (٣) يوضح المعايير المهنية الأساسية في التغطية الإخبارية

بوابة الوفد		بوابة أخبار اليوم		اليوم السابع		الموقع	معايير التغطية
%	ك	%	ك	%	ك		
١٩,٨	٤٣٧٩٥	٢١,٧	٢٠١٩٣	١٥,٦	٥٥٩٠٧	المصادقية	
٢١,٠	٤٦٣٧١	١٦,٣	١٥٢٢٠	١٧,٢	٦١٤١٢	الشمولية	
١٩,٠	٤١٩٧٩	١٨,٧	١٧٤١٨	١٥,٠	٥٣٦٠٦	الموضوعية	
٠,٥	١٠٦٦	٠,٨	٧٢٨	٠,٣	٩١٩	التوازن	
١,٥	٣٤٠٢	١,٩	١٧٩٠	٠,٣	١٢٣٤	التعددية في الرأي والرأى الآخر	
١٩,٠	٤٢١١١	٢٠,٥	١٩١٣٥	١٦,٦	٥٩٤٣٧	الدقة	
٠	٠	٠	٠	١٧,٦	٦٣١١٨	التفاعلية	
١٩,٢	٤٢٣٤٣	٢٠,١	١٨٧٤١	١٧,٤	٦٢١٢٨	النزاهة	
١٠٠	٢٢١٠٦٧	١٠٠	٩٣٢٢٥	١٠٠	٣٥٧٧٦١	المجموع	

نستنتج من الجدول السابق ما يلي :

اهتمت جميع المواقع المصرية عينة الدراسة بتحقيق المصادقية في موضوعات الصفحة الرئيسية ، واعتمدت على محاولة تحقيق المصادقية في النشر منذ لحظة الحصول على المعلومات مروراً بتحريرها حتى تصل إلى القراء .

اهتمام جميع المواقع المصرية بتحقيق الشمولية في موضوعات الصفحة الرئيسية ، وقد لوحظ ذلك من خلال التغطية الشاملة للأحداث على الصعيدين المحلى والدولى ، وتوسيع وشمول التغطية من خلال إتاحة الربط التشعبى فى الكثير من الموضوعات السياسية للوصول إلى معلومات أكثر بالنسبة للزائر .

اهتمام جميع المواقع المصرية بمحاولة تحقيق الموضوعية فى الموضوعات السياسية والاقتصادية على الصفحة الرئيسية ، وذلك من خلال فصل الخبر عن الرأى فى الكثير من الموضوعات ، وعدم التقليل من الخبر ، أو تضخيمه ، أو حجب تفاصيله .

اهتمام محدود من جميع المواقع المصرية بتحقيق التوازن فى الموضوعات على الصفحة الرئيسية ، حيث لم يتم عرض وجهات النظر المختلفة فى غالبية الموضوعات ، وانما عرض وجهات نظر محدودة ، والتغاضى عن وجهات النظر الأخرى وتهميشها ، وذلك على الرغم من أهميته فى إضفاء المصادقية على القصة الإخبارية .

الاهتمام المحدود من جميع المواقع المصرية بالتعددية فى الرأى والرأى الآخر ، حيث اقتصرت التغطية فى غالبية الموضوعات فى المواقع المصرية على اتجاهات وزوايا معينة من الأحداث ، وتجاهل أخرى ، وذلك بما يتوافق مع أيديولوجية وتوجهات هذه المواقع .

اهتمام جميع المواقع المصرية بتحقيق الدقة فى غالبية الموضوعات على الصفحة الرئيسية ، حيث لوحظ التركيز على صحة المعلومات ، وتقديمها بوضوح وبلا لبس أو غموض ، والتحديد الدقيق للمعانى والكلمات ، ونقل تفاصيل الخبر كما هى دون حذف أو مبالغة وتهويل .

اهتمام جميع المواقع المصرية بتحقيق النزاهة في موضوعات الصفحة الرئيسية ، ووضح ذلك من خلال البعد عن التحريف والمبالغة والتهويل في التغطية وصياغة الأخبار والبعد عن وضع عناوين تتعارض مع مضمون الأخبار .

اهتمام موقع اليوم السابع فقط بالتفاعلية في الموضوعات على الصفحة الرئيسية ، وهو ما يعد قصوراً واضحاً من باقى المواقع عينة الدراسة ، وظهرت التفاعلية من خلال إتاحة وسائل التفاعلية المتعددة للزائرين للتفاعل مع الموقع ، ومع الزائرين الآخرين ، وذلك من خلال التعليقات ، والتعليق على التعليق .

#### جدول (٤) يوضح اتجاه مضمون التغطية الإخبارية

بوابة الوفد		بوابة أخبار اليوم		اليوم السابع		الموقع اتجاه مضمون التغطية
%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٢	٥٢	٠,٢	٢٥	٠	٠	محايدة
٣,٣	٩١٥	٥,٣	٧٦٧	٩,٤	٣٠٦٨	تحيز سلبى
٩٦,٥	٢٦٨٠٧	٩٤,٥	١٣٦٥٢	٩٠,٦	٢٩٦١٠	تحيز إيجابى
١٠٠	٢٧٧٧٤	١٠٠	١٤٤٤٤	١٠٠	٣٢٦٧٨	المجموع

نستنتج من الجدول السابق ما يلى :

جاءت التغطية الإيجابية فى المواقع المصرية عينة الدراسة فى المرتبة الأولى ، وهذا يوضح تركيز المواقع المصرية على إبراز الإيجابيات فى الشأن المحلى على المستويين السياسى والاقتصادى ، وكذلك التركيز على ايجابيات الأنظمة السياسية والدول والشخصيات التى تتفق أيديولوجياً مع توجهات الدولة المصرية ، وبالتالي توجهات تلك المواقع .

اتفقت المواقع المصرية عينة الدراسة باستثناء موقع اليوم السابع فى توظيف التغطية المحايدة للموضوعات السياسية ، والاقتصادية ، وأخبار البرلمان ، والمحافظات ، مقالات الرأى ، ولكن بنسب ضعيفة حيث جاءت غالبيتها من خلال عرض بعض الأخبار والمواقف الإيجابية المتفرقة للدول والشخصيات التى تتعارض سياستها مع سياسة الدولة المصرية ، وتوجهات تلك المواقع بحيادية .

اتفقت جميع المواقع المصرية عينة الدراسة فى توظيف التغطية المتحيزة سلباً للموضوعات السياسية ، والاقتصادية ، والبرلمان ، والمحافظات ، ومقالات الرأى ، وإن جاءت النسب ليست كبيرة .

## جدول (٥) يوضح أشكال وآليات التحيز في موضوعات الصفحة الرئيسية

بوابة الوفد		بوابة أخبار اليوم		اليوم السابع		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	
١,٠	٥١٩	٢,٦	١١١	٢,٠	١٣١٠	التركيز على الجوانب السلبية لجهة معينة وإبرازها
٠	٠	٠	٠	٠	٠	الاهتمام بالقصص ذات الصور الأفضل
٠,١	٥٢	١,٨	٧٦٩	٠,٩	٥٨٩	التركيز على القصص ذات الحكمة الدرامية
٧,٨	٤٠٤٤	٢٨,٣	١٢٠٩٦	١١,٣	٧٤٠٠	الميل لطرف أو أكثر على حساب طرف أو أطراف أخرى
٠	٠	٠	٠	٠	٠	حذف أو تغييب الحقائق التي تؤكد وجهة نظر معينة
٠,١	٥١	٠,٥	٢١٤	٠,١	٦٥	وضع قصة في صدر الصفحة الرئيسية على مساحة كبيرة رغم عدم أهميتها
٦,٤	٣٣١٩	٢٤,٨	١٠٦٠٠	٧,٧	٥٠٤٣	حشد أكبر عدد من المصادر لتأييد وجهة نظر معينة
٦٩,٠	٣٥٧٧٧	٢٧,٤	١١٧١٢	٥٧,٤	٣٧٥٩٠	استحسان أو استهجان سياسة ما في صياغة القصة
١٥,٤	٧٩٨٥	١٣,٥	٥٧٧٠	٢٠,١	١٣١٦٣	تقديم الرأي على أنه حقيقة لخدمة وجهة نظر معينة
٠	٠	٠	٠	٠	٠	عدم تقديم خلفية القصة مما يؤدي إلى تحريف معناها
٠	٠	٠	٠	٠,٢	١٣١	تناول حقائق مشوهة لخدمة وجهة نظر معينة
٠	٠	٠	٠	٠	٠	عدم توافق عنوان القصة مع المضمون لخدمة وجهة نظر معينة
٠,١	٥٢	٠,٧	٢٩٩	٠,٢	١٣٢	عرض الخبر وإبرازه بصورة تزيد عن قيمته الإعلامية
٠,١	٥١	٠,٤	١٧١	٠,١	٦٥	الاهتمام بأحداث وتصريحات وزيارات للمسؤولين لا تهتم الجمهور
١٠٠	٥١٨٥١	١٠٠	٢٤٧٤٢	١٠٠	٦٥٤٨٨	المجموع

### نستنتج من الجدول السابق ما يلي :

اهتمام المواقع المصرية بكشف سلبيات جهات معينة ، وإن جاء هذا العرض بنسب ضعيفة ، وبما يتفق مع أيديولوجية المواقع المصرية بعدم تكثيف الموضوعات التي تتضمن النقد السلبي .

اهتمت المواقع المصرية باستحسان سياسات معينة في صياغة القصص ، وتقديم الرأي على أن حقيقة لخدمة وجهة نظر معين ، والميل لطرف معين على حساب أطراف أخرى ، وحشد أكبر عدد من المصادر لتأييد وجهة نظر معينة ، وهو ما ظهر واضحاً في تناول المواقع المصرية للموضوعات التي تتعلق بالنظام القطري ، والتركي ، وجماعة الإخوان الإرهابية ، حيث وضع موقف المواقع عينة الدراسة تجاه تلك الدول حتى في صراعاتها مع أطراف أخرى ، وكان التناول يميل بشكل واضح ضد تلك الأطراف ، وتحاول تلك المواقع أن تحشد الكثير من الأطراف داخلياً وخارجياً لتدعيم توجهاتهم .

اهتمت المواقع المصرية في بعض الموضوعات بالتركيز على زيارات للمسؤولين لا تهتم الجمهور بشيء ، وعرض الخبر وإبرازه بصورة تزيد عن قيمته الإعلامية .

## جدول (٦) يوضح معايير استخدام المصادر المجهلة في موضوعات الصفحة الرئيسية

بوابة الوفد		بوابة أخبار اليوم		اليوم السابع		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٦,٦	١٦١	٢٦,٥	٤٣	٢٢,٩	٣٦٥	استخدم لسبب واضح ومبرر
٢٧,٤	١٦٦	٢٣,٥	٣٨	٢٧,٣	٤٣٤	الخيار الوحيد المتاح لنشر الخبر
٠	٠	٠	٠	٠	٠	سبب التجهيل مذكور في صلب الخبر
٢٢,٨	١٣٨	٢٥,٣	٤١	٢٤,٩	٣٩٦	المعلومات مهمة للجمهور أو الرأي العام
٢٣,٢	١٤١	٢٤,٧	٤٠	٢٤,٩	٣٩٦	فوائد استخدامه أكبر من عدم استخدامه
١٠٠	٦٠٦	١٠٠	١٦٢	١٠٠	١٥٩١	المجموع

ونستنتج من الجدول السابق أن :

هناك اعتماد من المواقع المصرية على استخدام الأخبار المجهلة المصدر : لسبب واضح ومبرر ، والخيار الوحيد المتاح لنشر الخبر ، وأهمية المعلومات للجمهور ، فوائد استخدام الأخبار المجهلة أكبر من عدم استخدامها ، وذلك بنسب متقاربة ومهمة للتغطية الصحفية لبعض الموضوعات السياسية ، والاقتصادية ، وغير ضرورية بالنسبة لموضوعات أخرى كان يمكن الاستغناء عنها ، وعدم الاضطرار إلى تجهيل مصادر أخبار تلك الموضوعات ، وتفادى التأثيرات السلبية لذلك بالنسبة لزائري الموقع .

هناك قصور واضح ، وجانب سلبي في المواقع المصرية ، حيث لم تذكر تلك المواقع نهائياً سبب اللجوء إلى تجهيل غالبية المصادر على الصفحة الرئيسية .

### الأيدولوجيا والأبعاد التفاعلية والمشاركة

#### المشاركة والمتابعة على مواقع التواصل الاجتماعي

اتفقت جميع المواقع المصرية في الاهتمام بالمشاركة والمتابعة على مواقع التواصل الاجتماعي ، ويتم اختيار الموضوعات وفقاً لأيدولوجية تلك المواقع ، وربما يعود الاهتمام بذلك إلى أنه لا يتطلب جهداً من محرري الموقع ، حيث أنها تقنية برمجية يتم تفعيلها واستخدامها بطريقة تلقائية ودائمة ، وخاصة بعد الإقبال المتزايد والانتشار الواسع لهذه المواقع .

#### صحافة المواطن :

جاء الاهتمام بصحافة المواطن ضعيفاً في المواقع المصرية ، وذلك على الرغم من الدور الكبير والمؤثر الذي تلعبه في حياة الناس ، وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن مواقع الدراسة مازالت تتعامل مع الزائر كمجرد متلقى فقط ، وأن الموقع يقوم بدور المرسل فقط ، وكل ما يريده من الزائرين هو الاستقبال دون المشاركة الفعالة .

#### البريد الإلكتروني :

اهتم موقع اليوم السابع فقط بوضع بريد إلكتروني لها للتواصل مع إدارة الموقع ، ولكن يؤخذ عليه أنه غير فعال ، حيث لم يتم الرد على الرسائل المرسلة من القراء .

## استطلاعات الرأي :

هناك غياب تام لاستطلاعات الرأي فى جميع المواقع المصرية باستثناء موقع اليوم السابع ، وذلك على الرغم من أهميته لمواقع الصحف الإلكترونية ، حيث تفيد فى قياس اتجاهات الزائرين إزاء موضوع معين .

## القوائم والنشرات البريدية :

لم تستخدم المواقع المصرية القوائم والنشرات البريدية ، وهو ما يعد قصوراً واضحاً فيها ، وذلك على الرغم من أهميتها للمواقع الصحفية حيث تُعد أحد وسائل تواصل المستخدم مع الموقع حتى فى حالة عدم فتح المستخدم للموقع ، فتعطيه ملخصاً لما يجرى من أحداث على الساحة .

## إضافة تعليق :

اتفقت جميع المواقع المصرية فى توظيف إمكانية إضافة التعليقات ، وذلك إدراكاً منها بأهمية التعليقات ، حيث تتيح للزائر التعليق على ما تم نشره بالموقع ، وتلعب دوراً هاماً فى استثارة دوافع الزائرين للمشاركة وإبداء الآراء فى القضايا والموضوعات .

## تقييم أعجبنى – لم يعجبنى :

اهتم موقع اليوم السابع فقط من بين المواقع المصرية عينة الدراسة بتقييم المحتوى المنشور من خلال (أعجبنى / لم يعجبنى) ، وهو ما يُعد قصوراً من المواقع عينة الدراسة ، وذلك على الرغم من أهميته فى إعطاء الزائر شعوراً بالمشاركة والتفاعل والتواصل مع الصحيفة الإلكترونية من خلال إبداء رأيه فى المادة المنشورة .

## أخرى :

جاءت فئة (أخرى) فى مواقع اليوم السابع ، بوابة أخبار اليوم فى الـ RSS ، وذلك إدراكاً من تلك المواقع بأهميته كوسيلة سهلة تمكن زائر الموقع من الحصول على آخر الأخبار فور نشرها على مواقعه المفضلة على شبكة الإنترنت ، وذلك بدلاً من أن يفتح صفحات الموقع للبحث فيها عن موضوعات جديدة .

## تاسعاً : النتائج العامة للدراسة :

1. أظهرت النتائج ضعف التغطية ذات الاتجاه المحايد فى المواقع المصرية عينة الدراسة ، وجاءت أيضاً التغطية الإيجابية فى المرتبة الأولى ، وهو ما يتفق تماماً مع التوجهات الأيديولوجية لتلك المواقع .
2. كشفت النتائج عن اهتمام المواقع المصرية باستحسان سياسات معينة فى صياغة القصص ، وتقديم رأى على أن حقيقة لخدمة وجهة نظر معين ، والميل لطرف معين على حساب أطراف أخرى ، وحشد أكبر عدد من المصادر لتأييد وجهة نظر معينة ، وهو ما ظهر بوضوح من خلال تناول المواقع المصرية للموضوعات التى تتعلق بالنظامين القطرى والتركى ، وجماعة الإخوان الإرهابية .
3. أظهرت النتائج الاهتمام المحدود من جميع المواقع المصرية بتحقيق التوازن فى الموضوعات على الصفحة الرئيسية حيث لم يتم عرض وجهات النظر المختلفة فى



- غالبية الموضوعات .
- ٤ . كشفت النتائج اهتمام جميع المواقع المصرية بتحقيق المصادقية ، الشمولية ، الموضوعية في غالبية الموضوعات على الصفحة الرئيسية .
  - ٥ . هناك محدودية في توظيف التعددية في الرأي والرأى الأخرى في غالبية موضوعات الصفحة الرئيسية حيث اقتصر التغطية على اتجاهات وزوايا معينة من الأحداث وتجاهل أخرى ، وذلك بما يتوافق مع أيديولوجية وتوجهات هذه المواقع .
  - ٦ . أظهرت النتائج اهتمام جميع المواقع المصرية بتحقيق الدقة ، النزاهة ، ووضوح ذلك من خلال البعد عن التحريف والمبالغة والتهويل في التغطية وصياغة الأخبار .
  - ٧ . كشفت النتائج عدم اهتمام المواقع المصرية بالتفاعلية باستثناء موقع اليوم السابع ، وهو ما يعد قصوراً واضحاً في تلك المواقع .
  - ٨ . أظهرت نتائج الدراسة اهتمام جميع المواقع المصرية والأجنبية بالمشاركة والمتابعة على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يتم نشر الموضوعات واختيارها وفقاً للتوجهات الأيديولوجية لتلك المواقع .
  - ٩ . كشفت نتائج الدراسة عن ضعف الاهتمام بصحافة المواطن في المواقع المصرية ، وعدم فعالية البريد الإلكتروني ، وذلك رغم وجوده في خانة "اتصل بنا" .
  - ١٠ . أظهرت نتائج الدراسة قصوراً واضحاً من المواقع المصرية في استخدام القوائم والنشرات البريدية ، وذلك على الرغم من أهميتها للمواقع الصحفية ، والغياب التام لاستطلاعات الرأي في جميع المواقع المصرية عينة الدراسة باستثناء موقع اليوم السابع .
  - ١١ . كشفت نتائج الدراسة عن قصور واضح من المواقع المصرية فيما يتعلق بتقييم المحتوى المنشور (أعجبنى / لم يعجبني) باستثناء موقعي اليوم السابع ، وذلك على الرغم من أهميته كوسيلة للتعرف على توجهات الجمهور .

## المراجع

- (١) معين صالح الميتمى ، تفضيلات مستخدمي الإنترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية : دراسة تحليلية وميدانية على المواقع الموجهة للجمهور العربي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠٠٩ م ، ص ٤ .
- (٢) محمد بن سعود البشر ، أيديولوجيا الإعلام ، الرياض ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، ط٢ ، ١٤٣٧هـ - ٢٠١٦ م ، ص ٢٢ .
- (٣) منار فتحي محمد رزق ، تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت : دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠٠٩ م ، ص ٣٠ .
- (٤) محمود خليل ، الصحافة الإلكترونية وأسس بناء الأنظمة في التحرير الصحفى ، القاهرة ، العربى للنشر ، ط ١ ، ٢٠٠١ م ، ص ٤٨ .
- (٥) حلمى محاسب ، إخراج الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت : دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية ، القاهرة ، دار العلوم للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧ م ، ص ١٠ .
- (٦) ماجد تزيان ، الإنترنت والصحافة الإلكترونية : رؤية مستقبلية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط ١ ، ٢٠٠٨ م ، ص ٢٠ .
- (7) Lilleker, Darrn D., **Key Conepts in Political Communication**, London: Sage Publication, 2006.
- (8) Ibid. p.92.
- (9) Gouldner, Alvin W., **The communications revolution: News, public, and ideology**, In: Denis McQuail,s edition: McQuails Reader in Mass communication Theory. London: Sage, 2004, p.87.
- (١٠) ليلي عبد المجيد ، محمود علم الدين ، فن التحرير الصحفى للوسائل المطبوعة والإلكترونية ، القاهرة ، دار السحاب للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠٠٨ م ، ص ٣٧ .
- (١١) اسماعيل عبد الكافي ، محمود منصور هيبية ، النظم السياسية وسياسات الإعلام ، الإسكندرية ، مركز الإسكندرية للكتاب ، ٢٠٠٤ م ، ص ٨١ .
- (١٢) عصام موسى ، المدخل فى الاتصال الجماهيرى ، الأردن ، إثراء للنشر والتوزيع ، ط ٧ ، ٢٠١٢ م ، ص ٩٢ .
- (١٣) إياد محمد الصقر ، تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠١١ م ، ص ١٤٤ .
- (١٤) عبد الرازق الدليمى ، الخبر فى وسائل الإعلام ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠١٢ م ، ص ١٣٢ .
- (١٥) ليلي عبد المجيد ، محمود علم الدين ، فن التحرير الصحفى للوسائل المطبوعة والإلكترونية ، مرجع سابق ، ص ٣٧ .

- (١٦) محمد سلمان الحتو ، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠١٢ م ، ص ٣١٠ .
- (١٧) صالح أبو اصبع ، الاتصال والإعلام فى المجتمعات المعاصرة ، عمان ، دار البركة ، ط ٦ ، ٢٠١٠ م ، ص ١٥ .
- (١٨) ليلى عبد المجيد ، محمود علم الدين ، فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات ، القاهرة ، دار السحاب للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠٠٤ م ، ص ١٩ .
- (١٩) محمد معوض وعبد السلام إمام ، فنون التحرير الصحفى ، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، ط ١ ، ٢٠١٢ م ، ص ٥٢ .
- (٢٠) أحمد موسى قريعى ، ضمير الصحافة ، القاهرة ، مكتبة مدبولى ، ط ١ ، ٢٠٠٨ م ، ص ٣٩ .
- (٢١) ستيوارت آلان ، ثقافة الأخبار ، ترجمة هدى فؤاد ، القاهرة ، مجموعة النيل العربية ، ط ١ ، ٢٠٠٨ م ، ص ٢٥ .
- (٢٢) حسنين شفيق ، صناعة الصحفى "من الصحفى المبتدىء إلى الصحفى الشامل" ، القاهرة ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠١٠ م ، ص ٨٠ .
- (٢٣) سؤدد فؤاد الألوسى ، الصحفى والنشر الإخبارى ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ص ٧٤ .
- (٢٤) عزة عبد العزيز عثمان ، مصداقية الإعلام العربى ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ م ، ص ١١٠ - ١١٢ .
- (٢٥) ماجدة مراد ، "مصادر القضايا العربية فى الفضائيات الإخبارية وإشكالية التحيز" ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد ٣٨ ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١١ م ، ص ١٣٠ .
- (٢٦) صفد حسام حمودى ، مصادر المعلومات الخفية لوسائل الإعلام المختلفة فى العراق ، بغداد ، مجلة تواصل ، هيئة الإعلام والاتصالات العدد ٢١ ، ٢٠٠٨ م ، ص ١٧٦ .
- (27) De Burgh, Hugo, **Investigative journalism**, Tylor and Friends group, London, second edition, 2008, p179.
- (٢٨) حسنى محمد نصر ، وثناء عبد الرحمن ، ظاهرة تجهيل مصادر الاخبار فى الصحافة العربية - دراسة لعينة من الصحفيين والصحف اليومية والأسبوعية ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، المجلد الخامس - العدد الثانى (يونيو - ديسمبر) ، ٢٠٠٤ م ، ص ٣٤ .
- (29) Denice, Rundicki, **the use of unnamed sources in the Globe and mail**, Candian journal of media studies, Vol.2, 2006, No 2, p.63.
- (٣٠) حسنى محمد نصر ، وثناء عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص ص ٧-٨ .
- (31) Jason Beard, **The principles of Beautiful Web Design**, 1 st Ed., (Australia: Site Point pty, 2007) Pp.4-6.
- (٣٢) زيد منير سليمان ، الصحافة الإلكترونية ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠١١ م ، ص ٤٠ .

- (33) Mike Ward, **Journalism Online**, Boston, Oxford: Focal Point, 2002, Pp.199-200.
- (34) Bill Kovarik, **Web Design for the Mass Media**, Boston, Allyn and Bacon, 2002, p.46.
- (35) Hashimoto, Alan, **Visual Design Fundamentals: A Digital Approach**, Hingham, MA, USA: Charles River Media, 2003, p.17.
- (٣٦) عماد عمر سرحان ، سر النجاح فى بناء وتأسيس المواقع الإلكترونية ، الرياض ، مكتبة العبيكان للنشر ، ط ١ ، ٢٠١٢ م ، ص ٧٣ .
- (37) Xenia Giese, Alexandra Holmes, **Cisco networking academy program: fundamentals of web design Companion guide**, Publisher: Indianapolis, Ind.: Cisco, London: Pearson Education, 2002.
- (38) Alexander Dawson, **Distinctive Design: A practical Guide to a Useful, Beautiful Web**, Hoboken, NJ, USA: Wiley, 2011, p.117.
- (39) Ibid.pp.117-118.
- (40) Jason Beard, **The principles of Beautiful Web Design**, 1 st Ed., (Australia: Site Point Pty, 2007), pp.69-70 .
- (41) Xenia Giese, Alexandra Holmes, OP. Cit. pp.63-72.
- (42) Janine Warner, **Web Sites Do-It-Yourself for Dummies**, 2<sup>nd</sup> ed, Hoboken, NJ, USA: Wiley, 2010.pp.13-18.
- (٤٣) ماجد إبراهيم المنزلاوى ، أثر استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة على مضمون المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية – دراسة تطبيقية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الزقازيق ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٦ م ، ص ١ .
- (٤٤) أحمد كمال عبد الحافظ ، تصميم الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها ، دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة حلوان ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠٠٨ م ، ٢٦١ .
- (٤٥) عماد عمر سرحان ، مرجع سابق ، ص ٧٣ .
- (46) Ann Navarro, **Effective Web Design**, sybex Inc, 2<sup>nd</sup> edition, 2001, pp.227 – 228.
- (٤٧) ماجد تريان ، الإنترنت والصحافة الإلكترونية : رؤية مستقبلية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط ١ ، ٢٠٠٨ م ، ص ٢٠٥ .
- (٤٨) منار فتحي محمد رزق ، تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة في التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠٠٩ م ، ص ١٦٤ .
- (٤٩) زيد منير سليمان ، مرجع سابق ، ص ٤٦ .

- (٥٠) حلمى محمود محاسب ، إمرجع سابق ، ص ٣١٨ .
- (٥١) زيد منير سليمان ، مرجع سابق ، ص ٤٦ .
- (٥٢) حلمى محمود محاسب ، مرجع سابق ، ص ٣٢٢ .
- (٥٣) هيثم جودة محمد مؤيد ، تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة : فى إطار نظرية تمثيل المعلومات ( دراسة شبه تجريبية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوى ، ٢٠١٠ م ، ص ٤٤ .
- (٥٤) رنا سمير أحمد صديق ، محددات تشكيل تحيزات التغطية الخبرية للأحداث الجارية فى الصحافة المصرية : دراسة لآليات التحيز فى بوابات الصحف الإلكترونية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٨ م .
- (٥٥) سلوى ابراهيم حسن عبد الكريم دهمش ، المتغيرات المؤثرة فى بنية الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية المصرية – دراسة تحليلية للأنواع الصحفية والقائم بالاتصال ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٧ م .
- (٥٦) وفاء جمال درويش عبد الغفار ، العوامل المؤثرة على تصميم وتحرير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الزقازيق ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٣ م .
- (57) Jonas Xavier Caballero, **The Impact of Media Bias on Coverage of Catastrophic Events: Case Study from The New York Times' Coverage of the Palestine/ Israel Conflict'**, M.Sc. Thesis, Pennsylvania University of Pittsburgh, 2010.
- (٥٨) منار فتحي محمد رزق ، مرجع سابق .
- (٥٩) أحمد كمال عبد الحافظ ، تصميم الصفحة الأولى للصحف الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها ، دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة حلوان ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠٠٨ م .
- (٦٠) نجوى عبد السلام ، العوامل المؤثرة فى سهولة استخدام النصوص الإخبارية على شبكة الإنترنت - دراسة تجريبية ، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية للبحوث الإتصال والإعلام ، مجتمع المعرفة ، القاهرة ، الجمعية الدولية للبحوث الإتصال والإعلام ، ٢٠٠٦ م .
- (٦١) حلمى محمود محمد محاسب ، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت : دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، جامعة جنوب الوادي بقنا ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠٠٤ م .
- (62) Utt, S., & Pasternack, S., "**Front Page Design: Some Trends Continue**", Newspapers Research Journal, Vol.24, No.3, summer 2003.