

# معايير جودة العمل الصحفى في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية وانعكاساتها على الأداء المهني

دراسة تطبيقية

د/ فوزى عبد الرحمن الزعبلوى\*

## مقدمة:

بالرغم من الغموض الذى صاحب مفهوم الجودة وتطبيقاتها وقت ظهورها فى البداية، إلا أنه وبعد فترة قصيرة اتضح دورها المهم فى الارتقاء بمستوى المؤسسات الخدمية والإنتاجية، باعتبارها وسيلة لتحسين الأداء وزيادة القدرة التنافسية والوفاء باحتياجات وتوقعات العملاء. خاصة وأن هذه المؤسسات أصبحت تواجه عدداً كبيراً من التحديات الاقتصادية والتكنولوجية المتلاحقة والاتجاه نحو العولمة، والتغيير المستمر فى سلوك المستهلكين من الخدمة الذى بدأ يعتبر الجودة معياراً أساسياً لإختيار الخدمة بغض النظر عن مصدرها، مما يُحتم على المؤسسات الخدمية والإنتاجية رفع كفاءة أدائها وتحسين جودة خدماتها حتى تستطيع مواجهة المنافسة الحادة التى تفرضها التحديات الدولية والإقليمية، ولن يكون ذلك إلا بتطبيق معايير ومتطلبات الجودة فى كل عمليات ومراسل إنتاج الخدمات وتقديمها، واتخاذ عملية قياس الجودة وتحسينها وسيلة أساسية للبقاء والاستمرار.

وقد تأثر النظام الإعلامى تأثراً واضحاً بهذا التطور ولاسيما بعد اجتياح ثورة المعلومات والاتصالات للعالم أجمع وظهور شبكة الإنترنت، مما دفع وسائل الإعلام التقليدية إما إلى مواكبة هذه التطورات التكنولوجية المتلاحقة والاستفادة منها من أجل الاستمرار والبقاء أو الاندثار والازوال.

والصحافة كجزء من المنظومة الإعلامية تأثرت هى الأخرى بهذه التطورات، حيث شهد توزيع أعداد النسخ المطبوعة منها انخفاضاً ملحوظاً لصالح وسائل الإعلام البديل ومواقع التواصل الاجتماعى، مما دفع الصحافة إلى الاستفادة من شبكة الإنترنت وتكنولوجيا النشر الصحفى الإلكتروني، فظهرت المواقع الصحفية الإلكترونية وصحافة الفيديو وصحافة الموبايل بالإضافة إلى نشر المحتوى الصحفى عبر مواقع التواصل الاجتماعى، من أجل الحفاظ على جمهورها والوصول إلى أكبر عدد ممكن من مختلف فئات الجمهور.

إن هذه التحديات التى تواجه الصحافة كمهنة وصناعة تُحتم عليها زيادة قدرتها التنافسية، ولا يكون ذلك إلا بالتزامها بالضوابط والمعايير التى تضمن لها مستوى عالٍ من الجودة، ولا بد لها من التقييم المستمر لمستوى أدائها مما يساعدها على التحسين المستمر لمستوى الجودة فى الأداء، فالتقييم بلاشك يُعتبر جزءاً مهماً وعملية أساسية فى التخطيط والتنظيم والتنفيذ لكافة البرامج فى مختلف المؤسسات.

\* مدرس الصحافة بكلية الإعلام جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب (MSA)

### الدراسات السابقة :

قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة إلى خمسة محاور: يتناول المحور الأول الدراسات الإعلامية التي تناولت العوامل المؤثرة على العمل الصحفي في المواقع الصحفية الإلكترونية، ويتناول المحور الثاني الدراسات الإعلامية التي تناولت أخلاقيات ومعايير العمل الصحفي في المواقع الصحفية الإلكترونية، ويتناول المحور الثالث الدراسات الإعلامية التي تناولت التفاعلية بين الجمهور والمواقع الصحفية الإلكترونية، ويتناول المحور الرابع الدراسات الإعلامية التي تناولت اقتصاديات المواقع الصحفية الإلكترونية، أما المحور الخامس يتناول الدراسات الإعلامية التي تناولت عناصر التصميم وأساليب الإخراج في المواقع الصحفية الإلكترونية.

### المحور الأول: الدراسات الإعلامية التي تناولت العوامل المؤثرة على العمل الصحفي في المواقع الصحفية الإلكترونية:

- دراسة تالة **محمد زهير (2017)**<sup>(1)</sup>: تستهدف الدراسة التعرف على كيفية توظيف مواقع الصحف السورية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (الإنترنت) في تطوير خدماتها الإخبارية؛ وتوصلت الدراسة إلى توظيف مواقع الصحف السورية وصفحاتها على الفيس بوك أبعاد ثراء الوسيلة المرتبطة بخصائصها بدرجة متوسطة، كما أن مجمل سمات المواقع وخدماتها تنعكس على صفحاتها على الفيس بوك؛ كما توجد بعض الفروق بين مواقع الدراسة من حيث مدى ارتباطها بالنسخ الورقية، كما أوضحت النتائج تفضيلات أفراد عينة الدراسة استخدام صفحات الفيس بوك للوصول إلى خدمات الصحف الإلكترونية.

- دراسة **سماح عبدالرازق الشهاوي (2015)**<sup>(2)</sup>: تهدف الدراسة إلى رصد وتوصيف الملامح المستقبلية لظاهرة الصحافة الإلكترونية في مصر خلال الفترة من 2015 وحتى 2030، وذلك في ضوء علاقتها بكل العوامل والمتغيرات المجتمعية الحالية والمستقبلية التي ستؤثر فيها؛ وبعد استخدام الباحثة التحليل المورفولوجي ودلفي وكتابة السيناريو والمقابلة المفتوحة في جمع بيانات الدراسة، خلصت الدراسة إلى وجود سيناريوهين متوقعين هما سيناريو الثبات وسيناريو الإبداع، مع وضع رؤية لتطوير الصحافة الإلكترونية المصرية في المستقبل على مستوى محتوى الصحف الإلكترونية والأقسام والإيرادات والأخلاقيات والاستفادة من التكنولوجيا.

- دراسة **فاطمة الزهراء عبدالفتاح (2015)**<sup>(3)</sup>: تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل أثر التكنولوجيا في استحداث المؤسسات الصحفية المصرية منصات إعلامية جديدة، وأثر ذلك في البنى الشكلية لغرف أخبارها وهيكلها التنظيمية ودورة العمل فيها وتوزيع المهام والنظم التقنية المستخدمة. استعانت الباحثة بالملاحظة الميدانية والمقابلات المتعمقة مع عينة قوامها 100 مفردة من القائمين بالاتصال في مؤسسات الأهرام والمصرى اليوم واليوم السابع والبوابة في عمليات الرصد وجمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة وجود اتجاه لدى المؤسسات الصحفية المصرية نحو استحداث منصات جديدة لتقديم المحتوى عبر وسائط رقمية تتكامل مع المنصات الورقية في بناء بيئة

أخبار جديدة، وأثر التكنولوجيا في تطوير أدوات الإنتاج وتحسين مهارات الكوادر البشرية وكذلك النظم التقنية المستخدمة في إدارة العمليات التحريرية.

- دراسة أمل محمد أمين (2007)<sup>(4)</sup>: تهدف الدراسة إلى رصد درجة تأثير تكنولوجيا الاتصال على الأداء الصحفي المهني والممارسات الصحفية للقائمين بالاتصال؛ ولتحقيق أهداف الدراسة أجرت الباحثة دراسة تحليلية لعينة من صحف الأهرام والأخبار (قومية) والوفد والأحرار (حزبية) في الفترة من فبراير 2004 حتى يناير 2007، كما أجرت دراسة ميدانية على عينة قوامها 20% من إجمالي الصحفيين العاملين بصحف الدراسة. وخلصت الدراسة إلى أنه رغم وجود تطورات تقنية هائلة في مراحل الإنتاج الصحفي، إلا أن الصحف المصرية موضع الدراسة لم توظف التقنيات التكنولوجية الحديثة جيداً، مما أثر على المنتج الصحفي والأداء المهني للقائمين بالاتصال.

- دراسة رفعت محمد البدرى (2008)<sup>(5)</sup>: تسعى الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الصحف العربية باستخدام أدوات الويب 2 في مواقعها على الإنترنت، وعلاقتها بحرية التعبير والحوار. وخلصت الدراسة إلى ضعف استخدام مواقع الصحف محل الدراسة (24 موقعا) لأدوات الويب 2، حيث استخدمت فقط أدوات: إمكانية التعليق على المقالات، ومنتديات النقاش، والتصويت والاستطلاع، وخدمة الأكثر تفضيلاً، وإمكانية المشاركة بمقالات، والإطلاع على التعليقات الأخرى، وتصدرت مواقع الصحف السعودية قائمة المواقع الأكثر استخداماً لأدوات الويب 2.

- دراسة فاطمة الزهراء محمد (2007)<sup>(6)</sup>: تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل وتقييم مستوى الثراء الإخباري في جوانبه التحريرية والشكلية والتفاعلية في المواقع الصحفية على شبكة الإنترنت، وذلك عن طريق تحليل مضمون 1780 خبر منشور بمواقع الدراسة خلال شهر مارس 2007؛ وكشفت نتائج الدراسة عن وجود تباين بين المواقع الصحفية المصرية في الاعتماد على عناصر الثراء الإخباري سواء من حيث الشكل والمضمون والتحديث المستمر والتفاعل مع الجمهور، والصور والوسائط المتعددة. وذكر المصادر والروابط دليل على الرغبة في إثراء العرض الإخباري وتعميقه، بالإضافة إلى أن الإنترنت ساعد على تحويل مواقع الصحف تدريجياً إلى ما يشبه البوابات الإعلامية متعددة الخدمات، فإلى جانب عرض المنتج الصحفي المنشور في الطبعة الورقية تتنافس الصحف في جعل مواقعها بوابات تقدم لجمهورها كل ما يحتاجه في حياته من إشباعات ترفيهية وتثقيفية وإخبارية واجتماعية والعمل على إجادته ذلك من خلال تبني التكنولوجيا المناسبة.

**المحور الثاني: الدراسات الإعلامية التي تناولت أخلاقيات ومعايير العمل الصحفي في المواقع الصحفية الإلكترونية:**

- دراسة: Konstantin Nicholas & Kathrina Hollnbuchner (2017)<sup>(7)</sup>: تهدف هذه الدراسة إلى رصد أهم التحديات الأخلاقية التي تواجه وسائل الإعلام الرقمية بصفة عامة وصحافة الإنترنت بصفة خاصة. وتوصلت الدراسة إلى أن

من أهم التحديات الأخلاقية التي تواجه صحافة الإنترنت هي مسئوليتها الاجتماعية عن كل ما يتم نشره، بالإضافة إلى ضرورة الالتزام بالموضوعية والشفافية والتمسك بالقيم المهنية عند نشر المحتوى الصحفي.

- **دراسة أماني حمدي قرني (2016)<sup>(8)</sup>**: تستهدف الدراسة التعرف على الكيفية التي يدرك بها أفراد الجمهور المضامين والقضايا التي تعرضها بوابات الصحف الإلكترونية وعلاقته بتحيزات التغطية، والتعرف على أهم الأدوات والميكانيزمات التي وظفتها بوابات الصحف اليومية لبناء الأطر الخبرية؛ وقامت الباحثة بتحليل مضامين الشئون العامة التي عالجتها بوابات الأهرام والوفد والشروق في الفترة من أغسطس 2015 حتى ديسمبر 2015، كما استخدمت استمارة الاستبيان لمسح عينة عشوائية قوامها 450 مفردة من الجمهور العام من متابعي بوابات الصحف الإلكترونية بمحافظة القاهرة وبنى سويف وذلك في الفترة من 2015/10/1 إلى 2015/3/16. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين تبني الجمهور لأطر تقديم الشئون العامة ببوابات الصحف الإلكترونية عينة الدراسة وبين تحيزاتهم لمضامين تلك القضايا، ومن أهم أسباب ذلك هو اهتمام صحف الدراسة بعرض مختلف وجهات النظر.

- **دراسة أسماء حمدي عبد الحميد (2015)<sup>(9)</sup>**: تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتوصيف وتحليل المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية وأهم العوامل المؤثرة فيها، ولتحقيق هذا الهدف أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها 229 مفردة من المحررين والقيادات الصحفية في صحف الأهرام والمصري اليوم والشروق واليوم السابع. وكشفت نتائج الدراسة عن تصدر المعايير المهنية مثل تحقيق سبق الصحفي وتلبية احتياجات القراء مقدمة المعايير التي تحكم الأداء المهني للعاملين في غرف الأخبار في الصحف المصرية، بينما تراجعت المعايير الاقتصادية والنفعية مثل زيادة التوزيع وجذب المعلنين وتحقيق أهداف المالك.

- **دراسة Axel Westerman (2013)<sup>(10)</sup>**: تهدف الدراسة إلى دراسة تأثير كل من مصداقية المصدر ودرجة الثقة فيه وجاذبية تصميم مواقع الإنترنت، وتطور محركات البحث على مصداقية معلومات الإنترنت. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مصداقية المصدر ودرجة الثقة فيه تؤثر على تقييم معلومات الإنترنت، في حين أن المواقع الأكثر جاذبية في التصميم لا يمكن أن تعوض عن انخفاض مصداقية المصدر، بالإضافة إلى أن تطور محركات البحث تزيد من مصداقية المصدر وبالتالي تؤثر على مصداقية المعلومات بشكل غير مباشر.

- **دراسة وسام كمال الحنبلي (2011)<sup>(11)</sup>**: تستهدف هذه الدراسة التعرف على واقع العمل المهني للقائم بالاتصال في المواقع المصرية الإلكترونية عينة الدراسة، والوقوف على مهاراته الاتصالية والتكنولوجية في صياغة رسالة إعلامية تتوافق وتغير الدور الذي يقوم به في بيئة اتصالية ذات خصائص مختلفة. وبعد تطبيق الباحثة استبيان على جميع المحررين العاملين في بوابة الأهرام، وموقع إخوان أون لاين، وموقع محيط.كوم، ومصر اوي.كوم، وموقع المصريون، وموقع أون إسلام.نت، توصلت

الدراسة إلى قلة عدد المحررين داخل المواقع عينة الدراسة، والاعتماد بنسبة كبيرة داخل هذه المواقع على المحررين ذوي الخبرات السابقة في العمل، وغلبة الطابع الإداري المؤسسي على جميع المواقع عينة الدراسة ماعدا موقع المصريون الذي تم ادارته بالشكل التقليدي لبيئة العمل الصحفي التقليدي، ويفضل 80% من المحررون في المواقع عينة الدراسة الاستمرار في العمل بالمواقع الإلكترونية، ويرى معظم المحررون أن مسئولية التحرير هم من يملكون توجيه السياسة التحريرية في كل المواقع عينة الدراسة، ما عدا موقع "إخوان أون لاين"، حيث أشاروا إلى أن الممولين (جماعة الإخوان المسلمون) هم من يملكون صنع السياسة التحريرية.

- دراسة **Melita P. Kovacic et al. (2010)**<sup>(12)</sup>: تهدف هذه الدراسة إلى المقارنة بين مصداقية المعلومات المنشورة بالمواقع الإخبارية الإلكترونية والمعلومات المنشورة بوسائل الإعلام التقليدية، وأجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها 106 مفردة من الصحفيين السلوفانيين لتقييم مصداقية كلاً من وسائل الإعلام التقليدية والمواقع الإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى الدراسة أن معظم الصحفيين يرون أن وسائل الإعلام التقليدية أكثر مصداقية من المواقع الإلكترونية، وربما يرجع ذلك إلى عدم توافر إمكانات التطور التقني المستمر للمواقع الإلكترونية في سلوفينيا، بالإضافة إلى عدم وجود الكوادر المهنية من الصحفيين والفنيين القادرين على التعامل مع تكنولوجيا العصر، بالإضافة إلى توافر رغبة لدى الصحفيين في الحفاظ على مهنتهم بشكلها التقليدي الذي اعتادوا عليه دون وجود رغبة لديهم في تطوير قدراتهم ومهاراتهم.

- دراسة أميمة محمد محمد عمران (2009)<sup>(13)</sup>: حاولت الدراسة التعرف على مهارات القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية والأدوار والمسؤوليات المنوطة به في إطار ممارساته المهنية، والوقوف على طبيعة الظروف التي يعمل في إطارها، وأثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الأداء المهني له. وتطبيق أداة الاستبيان على 52 مفردة من القائمين بالاتصال في مواقع شباب مصر واليوم السابع والمصريون، توصلت الدراسة إلى أنه مازال هناك نقص في الكوادر الإعلامية المدربة على التعامل مع التقنيات الحديثة، كما أن ضعف الإمكانيات المادية والفنية المتاحة، تمثل تحدياً أمام الممارسين للعمل الصحفي الإلكتروني، وتعمق الأداء المهني لهم، وأخيراً وجود بعض القيود التي يتعرض لها الصحفيين في المواقع الصحفية مثل الرقابة والمساءلة القانونية التي تعرقل العمل الصحفي وتعمق أداءهم المهني.

- دراسة **William P. Cassidy (2008)**<sup>(14)</sup>: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التأثيرات الخارجية التي تؤثر على القيم الإخبارية للصحفيين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية الأمريكية على شبكة الإنترنت، من خلال إجراء استطلاع رأي 655 صحفياً عبر البريد الإلكتروني. وتوصلت الدراسة إلى أن جمهور القراء يأتي في مقدمة العوامل المؤثرة على أداء الصحفيين، مما يتطلب إجراء استطلاع رأي منظم للوقوف على آرائهم ورغباتهم، يليه في الترتيب مصادر الأخبار والإعلان بين العوامل التي تؤثر على أداء الصحفيين والتزامهم بالقيم الإخبارية.

- دراسة السيد بخيت (2006)<sup>(15)</sup>: تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل أخلاقيات العمل الإعلامى فى البيئة الإعلامية الإلكترونية، وتحديد طبيعة الحقوق والواجبات الإعلامية للإعلاميين العاملين فى البيئة الجديدة ومقارنتها بمثيلاتها فى البيئة الإعلامية التقليدية. وتوصلت الدراسة إلى أن المنظومة الأخلاقية التى تحكم وسائل الإعلام الجديدة غير محددة المعالم بعد، حيث يغلب عليها الاهتمام بالطابع التقنى والفنى على الجانب الإعلامى فيها، وعدم وضوح الرؤية فيما يتعلق بمدى مصداقيتها، وعدم الاتفاق حول طبيعة ما يسود بالفعل فيها من أخلاقيات وتلك التى يجب أن تسود، وقلة اهتمام المؤسسات والمواقع الإعلامية العاملة فيها بصياغة بروتوكولات ومواثيق أخلاقية خاصة بممارستها الإعلامية، بالإضافة إلى غياب القوانين التى تنظم حقوق الإعلاميين فى البيئة الإلكترونية، فضلاً عن محدودية عدد المواقع الإعلامية الإلكترونية التى صاغت للعاملين بها حتى الآن بروتوكولات ومواثيق تنظم سير العمل الإعلامى فيها، وتركيزها على الواجبات أكثر من الحقوق، وهو ما يعنى عدم توفر مناخ داعم للحقوق والضمانات التى ينبغى أن يتمتع بها الإعلاميون فى البيئة الجديدة حتى الآن.

- دراسة Max Magee (2006)<sup>(16)</sup>: تهدف الدراسة إلى التعرف على المهارات والصفات التى يجب أن تتوفر لدى الصحفيين فى غرف الأخبار. وأكدت الدراسة على ضرورة توافر عدد من الصفات لدى الصحفيين فى غرف الأخبار الإلكترونية منها الانتباه للتفاصيل وإمكانية العمل تحت ضغط والمهارات الاتصالية والتحريرية بالإضافة إلى تصميم المواقع وإنتاج المحتوى.

### المحور الثالث: الدراسات الإعلامية التى تناولت التفاعلية بين الجمهور والمواقع الصحفية الإلكترونية:

- دراسة ناصر نافع البراق (2014)<sup>(17)</sup>: تستهدف الدراسة رصد وتتبع تطور علاقة وسائل الإعلام ب جماهيرها من التفاعل مع الجمهور إلى تحقيق التفاعلية، وتتبع تأثير تطور وسائل الاتصال عليه. وأكدت الدراسة على مرور دراسات جمهور وسائل الإعلام بمراحل مختلفة بداية من النظرة التقليدية للعملية الاتصالية التى تحصر دور المتلقى فى الاستجابة، وصولاً إلى المقاربات الحديثة التى تحلل فعل المتلقى إلى أن تصل إلى مرحلة التفاعل والتفاعلية بين الوسلة والجمهور بإعطاء دور أكبر للمستقبل أو المستخدم للمشاركة فى الرسالة الإعلامية عبر تطور تكنولوجيا الاتصالات الحديثة.

- دراسة وليد النجار (2011)<sup>(18)</sup>: حاولت هذه الدراسة التعرف على الوسائط المتعددة بالمواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بإمداد طلاب الإعلام بالمعلومات حول أحداث 25 يناير المصرية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين زيادة تعرض الشباب الجامعى عينة الدراسة للمواقع الصحفية الإلكترونية وبين كلى من درجة الاستفادة منها، وزيادة أشكال التفاعلية، وزيادة مساهمة الوسائط المتعددة فى الإمداد بالمعلومات حول أحداث 25 يناير 2011.

- دراسة سناء عبدالرحمن (2009)<sup>(19)</sup>: تسعى هذه الدراسة إلى وصف التحولات التى حدثت فى مجال التعبير عن الرأى بظهور وانتشار الصحافة الإلكترونية، من خلال

تحليل مضمون تعليقات القراء على مجموعة من القضايا والأحداث المعروضة في موقع العربية نت خلال شهر ديسمبر 2007، ورصد وتفسير سمات واتجاهات الجماهير التي تبادر إلى كتابة تعليقات على الموقع، وتحديد دوافع المشاركة ومدى اتفاق تعليقاتهم مع الرأي الغالب أو مع رأي الأقلية. وخلصت الدراسة إلى أن ظهور أنماط من التفاعلية على المواقع الإلكترونية تعطي المستخدم مساحة واسعة للتعبير عن رأيه حتى وإن اختلف مع رأي الموقع أو رأي غيره من المشاركين في المنتدى.

- دراسة **Joa Canavilhas (2008)**<sup>(20)</sup>: تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير النص الفائق على فهم واستيعاب القراء للمواقع الإخبارية الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن عرض المواد المكتوبة بتقنية النص الفائق يحقق درجة مرتفعة من رضا القراء كما كان له تأثير كبير على فهم واستيعاب القراء للنص المكتوب.

- دراسة **Wang & Chang (2008)**<sup>(21)</sup>: تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير مستويات التفاعلية على اتجاهات المستخدمين ونواياهم نحو استخدام أدوات الاتصال الإلكتروني. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة تأثير اتجاهات المستخدمين للإنترنت بدوافعهم الداخلية والخارجية بشكل مباشر، وبالتفاعلية المتاحة من خلال سهولة الاستخدام بشكل غير مباشر، بالإضافة إلى التأكيد على أهمية التوافق بين مستوى التفاعلية ومهارات المستخدمين.

- دراسة **عبدالمجيد صلاح (2007)**<sup>(22)</sup>: تسعى الدراسة إلى الكشف عن المتغيرات والعوامل المختلفة التي تؤثر في مستويات التفاعلية التي توظفها المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت، والمتغيرات التي تؤثر في مستويات التفاعلية التي يدرکها مستخدمو هذه المواقع والتأثيرات المترتبة عليها. وخلصت الدراسة إلى أن التركيز على توظيف آليات التفاعلية في المواقع الإعلامية مهما تنوعت تلك الآليات لا يضمن بالضرورة الحصول على النتائج والتأثيرات الإيجابية المطلوب تحقيقها من استخدام تلك المواقع، وهو ما يبرز أهمية التعرف على العوامل المختلفة التي تؤثر في إدراك المستخدمين وتفاعلهم مع المحتوى والخدمات التي تقدمها لهم هذه المواقع.

- دراسة **Chung (2007)**<sup>(23)</sup>: استهدفت الدراسة التعرف على مدى تبني الصحفيين في غرف الأخبار بالمواقع الصحفية للسمات التفاعلية. وبعد إجراء الباحث المقابلات المتعمقة مع الصحفيين بالمواقع الصحفية، توصلت الدراسة إلى وجود تنوع في مدى إدراك الصحفيين لأهمية إتاحة آليات التفاعلية عبر المواقع الصحفية مثل البريد الإلكتروني للموقع وجماعات النقاش، وتعد التكلفة وآليات التحكم السبب الرئيسيين لعدم تبني مستويات مرتفعة من التفاعلية في هذه المواقع.

#### المحور الرابع: الدراسات الإعلامية التي تناولت اقتصاديات العمل في المواقع الصحفية الإلكترونية:

- دراسة **مروة شبل عجيزة (2014)**<sup>(24)</sup>: تستهدف الدراسة رصد وتحليل اقتصاديات المواقع الاقتصادية الإلكترونية وتأثير الظروف الاقتصادية للمجتمع على اقتصاديات هذه المواقع من خلال دراسة مقارنة في كلٍ من مصر والإمارات. وبعد استبيان آراء

عينة عشوائية منتظمة قوامها 200 مفردة من القيادات الإدارية في المواقع الإخبارية الإلكترونية في مصر والإمارات، خلصت الدراسة إلى وجود اختلاف في تمويل المواقع الإخبارية عينة الدراسة، حيث تعتمد المواقع الإخبارية الإماراتية على ميزانية المؤسسة بشكل أساسي والتسويق الإلكتروني بشكل غير أساسي، بينما تعتمد المواقع الإخبارية المصرية على الإعلانات فقط، كما جاءت الأجور والمرتبات في مقدمة النفقات الأساسية للمواقع عينة الدراسة؛ وأخيراً اتضح أن أكثر ما يواجه اقتصاديات المواقع الإخبارية عينة الدراسة هو شدة المنافسة التي يتعرضون لها سواء من المواقع الإخبارية الأخرى أو من شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت على نطاق واسع في مختلف الدول والمجتمعات.

- دراسة أمنية مصطفى حامد (2010)<sup>(25)</sup>: سعت هذه الدراسة إلى التعرف على اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية، وبعد تحليل مضمون مواقع محبب واليوم السابع وإسلام أون لاين والمصريون، ومقابلة عدد من القيادات الإدارية بهذه المواقع، توصلت الدراسة إلى وجود تنوع في التقنيات والخدمات الإخبارية التي تقدمها مواقع الدراسة، في ضوء الإمكانيات المتاحة لكل موقع وسياسته التحريرية الحاكمة، بالإضافة إلى تنوع موارد مواقع الدراسة الاقتصادية وهيكلها الإداري والتنظيمي.

#### المحور الخامس: الدراسات الإعلامية التي تناولت عناصر التصميم وأساليب الإخراج في المواقع الصحفية الإلكترونية:

- دراسة منة الله الإمام السعيد (2017)<sup>(26)</sup>: تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل وتقويم أساليب تصميم الصفحة الرئيسية لعينة من مواقع صحف المواطن العربية (الأصوات العالمية، والمواطن، وأهلا العربية) والعالمية (Newsvine, Digitaljournal) والكشف عن كيفية استخدامها للعناصر البنائية التقليدية ومدى استخدامها للعناصر التصميمية التكنولوجية وأدوات التفاعلية التي تتيحها شبكة الإنترنت. وتوصلت الدراسة على استخدام صحف المواطن محل الدراسة أسلوب الامتدادات الطولية للصفحة الرئيسية وهو أسلوب غير مرغوب فيه استناداً إلى العادات القرائية والقواعد الإخراجية المعروفة، واستخدمت معظم صحف المواطن أسلوب الوحدات الإلكترونية في إخراج صفحاتها مما يساعد على تسهيل التصفح، واستخدمت الوسائل المتحركة بمحدودية في الشريط الإخباري والإعلانات المتحركة فقط، كذلك عدم تفعيل استخدام الوسائط المتعددة بشكل كافٍ، إلا أن صحف المواطن استخدمت نوع ملفات الصور (JPEG) الذي يمتاز بالوضوح والدقة، كما استفادت من النص الفائق وفعلت الروابط التشعبية التي تقود القارئ إلى الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية والروابط.

- دراسة بسمة أحمد عبود (2016)<sup>(27)</sup>: تهدف الدراسة إلى التعرف على تصميم الصفحات الرئيسية للبوابات الإخبارية الإلكترونية المصرية ومدى تحقيق تصميم واجهات تلك البوابات للخطوط الإرشادية ليسر الاستخدام، ومعرفة تفضيلات المستخدمين ومدى رضائهم عن البوابات. وتوصلت الدراسة إلى تفوق بوابة

أخبارك. نت في أسلوب وعناصر التصميم المستخدمة من حيث التنظيم ووضوح العناصر (التفاصيل، والخط المستخدم، وتناسق ألوان النصوص والصور والعناوين) وسهولة ويسر الاستخدام وتوافر الترتيب والتنسيق.

- **دراسة عائشة محمود عاطف (2016)**<sup>(28)</sup>: تهدف الدراسة إلى التعرف على دور العناصر البنائية الإلكترونية في تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها بيسر الاستخدام، وبتطبيق أداة تحليل الشكل لتحليل العناصر البنائية المستخدمة في مواقع وكالات الأنباء الفرنسية ورويترز والأناضول، وأداة الاستقصاء بالتطبيق على عينة من المستخدمين لهذه المواقع من الصحفيين، توصلت الدراسة إلى اتفاق وكالات الأنباء العالمية محل الدراسة على عدد من أساليب وعناصر التصميم والتي ساهمت في يسر الاستخدام ومنها: توظيف العناوين والأيقونات والصور والرسوم في جميع الأخبار لإبراز الشكل الجمالي للموقع، وشكل الحرف واستخدام الألوان، ونوع وموقع وقطع الصور المستخدمة، واستخدام نص فائق داخلي ونص فائق خارجي، بالإضافة إلى اتفاق المواقع عينة الدراسة في شكل تصميم الصفحة الرئيسية على التصميم الثابت للصفحة مما يساعد المستخدم على الانتباه للمحتوى، ودورية التحديث للموقع بشكل فوري وإتاحة استخدام الموقع لكل المتصفحين، ووضع روابط على صفحاتها الرئيسية لحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أشارت النتائج إلى أن وكالة رويترز أهم الوكالات التي يفضل المبحوثون الاعتماد عليها في الحصول على الأخبار والمعلومات نظراً لتميزها في عناصر التصميم والمحتوى ومراعاتها لعناصر يسر وسهولة الاستخدام.

- **دراسة سالي أسامة عبدالواحد (2016)**<sup>(29)</sup>: تستهدف الدراسة التعرف على العوامل التي تساعد في زيادة وتنمية الإبداع في مجال التصميم الصحفي الإلكتروني، والتعرف على ماهية القدرات العقلية والذهنية اللازم توافرها في المصمم الصحفي المبدع. وخلصت الدراسة إلى ملاءمة المعالجات الإخراجية لموضوعات الجريدة والتعبير عن سياستها التحريرية وشخصيتها المميزة وطبيعة موضوعاتها فقد اعتمد المصممون الإلكترونيون في معالجتهم الإخراجية الصورة الفوتوغرافية، وعملوا على إبرازها وإفراد مساحات كبيرة لها، وعدم تكديس الموضوعات على الصفحة وعدم إسراف المصممين في استخدام الأرضيات خاصة الملونة، مما ساعد على توافر مساحات مناسبة من بياض الصفحة بين عناصرها الإخراجية المختلفة.

- **دراسة كريم محمد عادل (2015)**<sup>(30)</sup>: تستهدف الدراسة التعرف على مدى توافق تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية مع تفضيلات المستخدمين، لذلك أجرى الباحث دراسة تحليلية لتحليل عناصر التصميم والتفاعلية في تسعة مواقع رياضية، ودراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها 450 مفردة من جمهور المواقع الرياضية. وتوصلت الدراسة إلى مراعاة مواقع الدراسة تفضيلات المبحوثين فيما يتعلق بجميع عناصر تصميمها، كما كان للانتماء إلى مؤسسة رياضية تأثير في تصميم المواقع التابعة لها، بينما كان للانتماء إلى مؤسسة رياضية تأثير محدود جداً.

- دراسة إيناس محمود حامد (2012)<sup>(31)</sup>: استهدفت الدراسة الإجابة على تساؤل رئيسي هو: هل زيادة التطورات التقنية يصاحبه ثراء في الصحف الإلكترونية المقدمة لذوى الاحتياجات الخاصة؟ وبعد مقابلة الباحثة لعينة عشوائية قوامها 53 مفردة من ذوى الاحتياجات الخاصة المترددين على جمعية رسالة، وتحليل الشكل ولغة المصدر، توصلت إلى أنه يمكن توظيف التقنيات الحديثة بالصحف الإلكترونية في الدمج بين كافة الفئات عن طريق الحصول على المعلومات بمختلف الرموز الاتصالية بشكل أيسر لكافة المستخدمين، واستخدام اللغات الترميزية المعروفة والأكثر انتشاراً، وتحقيق يسر وسهولة الاستخدام، والتفاعلية بين الصحيفة والمستخدم، وكلما زاد استخدام تلك المعايير زاد ثراء تلك الصحف.
- دراسة هيثم جودة محمد (2010)<sup>(32)</sup>: تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير أساليب إخراج الصحف الإلكترونية على إدراك الطلاب للمحتوى المقدم وتدعيم تذكرهم له واتجاهاتهم نحو المواقع التي يتعرضون لها. استعان الباحث بالمنهج التجريبي في تصميم 14 موقعاً تجريبياً باستخدام مختلف الأساليب الإخراجية، والتطبيق على 480 مفردة من طلاب الجامعة. وانتهت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين خبرة أو مهارة استخدام الإنترنت وبين تذكر عينة الدراسة للمحتوى الإعلامي المقدم بالمواقع التجريبية، وأكدت نتائج الدراسة على أن الخبر على الإنترنت مكتمل العناصر (نص- صور - فيديو) من أكثر التصميمات تذكراً لدى المتصفحين ومن أكثر التصميمات التي ساعدت على تمثيل معلومات الرسالة الإخبارية.
- دراسة منار فتحى محمد (2009)<sup>(33)</sup>: تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل عناصر التصميم والإخراج في مواقع الصحف المصرية على شبكة الإنترنت وقياس مدى رضا الجمهور عن تلك المواقع. توصلت الدراسة على عدد من النتائج منها: اهتمام مواقع الدراسة -الأهرام، والوفد، واليوم السابع، والمصرى اليوم، والشروق- نسبياً بجودة التصميم والتطوير من حيث الشكل والمضمون وخاصة موقع اليوم السابع؛ كما استعانت مواقع الدراسة بأسلوب البناء المتتابع كأسلوب مكمل للأسلوب الهرمي لعرض صفحات نتائج البحث كما استخدمته للانتقال بين صفحات قوائم الأقسام، واهتمام مواقع اليوم السابع والشروق والمصرى اليوم بتنوع أنماط وصول المستخدمين إلى المعلومات، فى حين لم يهتم موقعى الأهرام والوفد بتوفير ذلك. من مشكلات يسر الاستخدام التي تعاني منها مواقع الدراسة افتقار المستخدم احساسه بالمكان الذي يطالعه خاصة بموقعى الأهرام والوفد، وعدم اتباعها قواعد الكتابة الصحفية المتبعة بمواقع الإنترنت، بالإضافة إلى مشكلة استخدام البحث كوسيلة للتجول بالموقع، وأخيراً كانت درجة رضا الجمهور عن مواقع الدراسة متوسطة من حيث سرعة الوصول والتجول والتفاعلية ومعالجة الموضوعات.

#### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

لاحظ الباحث خلال استعراض الدراسات السابقة ندرة الدراسات العربية التي تتناول معايير جودة العمل الصحفي في المواقع الصحفية، وإنما تناولت أحد أبعادها بشكلٍ أو

بأخر، كما اعتمدت الدراسات السابقة على مداخل ومناهج وأدوات بحثية تقليدية في دراسة ظاهرة جديدة، حيث ركزت معظمها على توظيف مداخل تحليل النظم وثرء الوسيلة الإعلامية والممارسة المهنية ونظرية الاستخدامات والإشباع، بينما استعان الباحث في هذه الدراسة بنموذج حديث في الدراسات الإعلامية وهو نموذج جودة الخدمة، الذي يُستخدَم في قياس جودة الخدمة المُقدَّمة إلى المستخدمين، واعتمد الباحث على أكثر من أداة في جمع بيانات الدراسة وهي استمارة الاستبيان والملاحظة بالمشاركة والمقابلة المتعمقة مع القيادات الصحفية بالمواقع الصحفية عينة الدراسة.

وعلى مستوى محاور الدراسة، توصل الباحث إلى أن دراسات المحور الأول التي تتناول العوامل المؤثرة على العمل الصحفي في المواقع الصحفية الإلكترونية، لم تُقدِّم رؤية واضحة حول كيفية تطوير مواقع المؤسسات الصحفية من خلال الاستفادة من وسائل الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات، أما دراسات المحور الثاني التي تدور حول أخلاقيات ومعايير العمل الصحفي في مواقع المؤسسات الصحفية، أظهرت انخفاض مصداقية وسائل الإعلام الجديدة ومنها المواقع الصحفية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، من أجل تحقيق السبق الصحفي والتحديث المستمر للأخبار، دون التأكد من صحة ودقة المعلومات والبيانات الواردة في الأخبار، إلا أن الباحث يؤكد على أن مواقع المؤسسات الصحفية تلتزم بكافة الضوابط التشريعية والمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة للعمل الصحفي، وذلك لأنها تتبع إدارياً وتنظيماً مؤسسات صحفية ذات خبرة وتاريخ طويل في مهنة الصحافة، وينصب اهتمامها على كسب ثقة واحترام جمهور القراء.

ودرات دراسات المحور الثالث حول التفاعلية بين الجمهور والمواقع الصحفية الإلكترونية، إلا أنه في ظل تركيز العديد من الدراسات السابقة على دراسة الجمهور المُستخدم وأشكال تفاعله مع مانتشره المواقع الصحفية، إلا أنه توجد صعوبة في دقة تحديد جمهور المواقع الصحفية وسماته المختلفة، ومستوى رضاه عن شكل ومضمون المواقع الصحفية، وبالإضافة إلى قلة الدراسات الإعلامية العربية التي تناولت اقتصاديات المواقع الصحفية الإلكترونية، لم تقترح دراسات المحور الرابع آليات يمكن من خلالها تنمية موارد التمويل الذاتي لمواقع المؤسسات الصحفية، من أجل تغطية نفقاتها وتمويل كافة الأنشطة الصحفية وغير الصحفية بها، في مقابل اعتمادها الكامل على ميزانية المؤسسة الصحفية.

وتطرقت العديد من الدراسات العربية إلى أهمية إطلاق المؤسسات الصحفية مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت إلى جانب إصداراتها الورقية المطبوعة، إلا أن أياً منها لم يتطرق بشكل تفصيلي إلى الهيكل التنظيمي والإداري لهذه المواقع من حيث تكوينه وبنيته ودمجه في دائرة العمل الصحفي، وصناعة القرار الاستراتيجي والتحريري بداخله.

وأظهرت دراسات المحور الخامس الذي تناول عناصر التصميم وأساليب الإخراج في المواقع الصحفية الإلكترونية، افتقار العديد من الدراسات السابقة إلى العمق والخبرة، بالإضافة إلى تركيز اهتمامها بتناول عناصر وأسس تصميم الواجهات والصفحة الرئيسية للمواقع الصحفية، في حين أغفلت الاهتمام بالجوانب الإبداعية والشكل الجمالي للموقع وتحقيق سهولة ويُسر استخدام تلك المواقع.

وقد أفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد وصياغة مشكلة الدراسة وتحديد الإطار النظري والمنهجى المناسب لطبيعة المشكلة، كما أفاد الباحث في تحديد وتصميم أدوات جمع بيانات الدراسة<sup>(34)</sup>، وصولاً إلى مقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية ومعرفة أوجه الاتفاق والاختلاف بينهما.

#### مشكلة الدراسة :

مع تزايد أعداد المواقع الصحفية والتنافس الشديد فيما بينها من ناحية وبينها وبين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والبديلة من ناحية أخرى، من أجل الاستحواذ على أكبر عدد من الجمهور وكسب ثقته وتأييده، أصبحت هناك حاجة شديدة إلى التطوير والإبداع والالتزام بأساليب غير تقليدية في التعامل مع المنتج الصحفي سواءً من حيث الشكل والمضمون أو ديناميكية التفاعل مع الجمهور، ولا يتحقق ذلك إلا باتباع وتطبيق عدد من المعايير والآليات لضمان جودة المنتج الصحفي. لكن الإشكالية تتضح في وجود عدد من العوامل والمؤثرات الداخلية والخارجية تحكم العمل داخل المواقع الصحفية المصرية وتؤثر على المنتج الصحفي، وهو ما يفرض دراسة هذه العوامل والمتغيرات، لأهمية تطوير منظومة العمل الصحفي بها مما ينعكس على الأداء المهني وتحسين المنتج الصحفي.

وفي ضوء ماسبق تتبلور المشكلة البحثية لهذه الدراسة في رصد وتوصيف أوضاع المواقع الصحفية المصرية ومدى التزامها بمنظومة الجودة الشاملة، بالإضافة إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال وتقييمهم لمعايير جودة العمل الصحفي في المواقع الصحفية المصرية وانعكاساتها على الأداء المهني.

#### أهمية الدراسة :

- 1- تزايد اهتمام مختلف المنظمات والمؤسسات في الفترة الأخيرة بتطبيق معايير وشروط جودة منتجاتها ومنها المؤسسات الصحفية، خاصة في ظل التحديات الدولية والإقليمية والصراع القوى بين وسائل الإعلام وبعضها من ناحية، وبين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة من ناحية أخرى في كسب ثقة الجمهور.
- 2- أهمية تطبيق نموذج جودة الخدمة في مجال الدراسات الإعلامية لقياس وتقييم الفجوة بين توقع مستوى الخدمة ومستوى الخدمة التي يتم تقديمها فعلاً.
- 3- ندرة الدراسات العربية التي ترصد التقييم الذاتي لعناصر ومؤشرات جودة المنتج الصحفي.

#### الهدف الرئيسي للدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في وصف وتحليل مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بمنظومة الجودة الشاملة والتعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال وتقييمهم لمعايير جودة العمل الصحفي في المواقع الصحفية المصرية وانعكاساتها على الأداء المهني للعاملين بهذه المواقع وتأثيرها على المنتج الصحفي.

#### تساؤلات وفروض الدراسة:

##### أولاً: تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ما مؤشرات القيادة الصحفية الناجحة؟ وما درجة تحققها في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟

- 2- ما مؤشرات التخطيط الاستراتيجي وتحديد السياسات الجيدة التي يتم تطبيقها؟ وما درجة تحققها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟
- 3- ما مؤشرات الهيكل التنظيمي والإداري الجيد التي يتم تطبيقها؟ وما درجة تحققها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟
- 4- ما مؤشرات الموارد المالية والمادية المتاحة؟ وما درجة تحققها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟
- 5- ما مؤشرات معيار الموارد البشرية فى المواقع الصحفية؟ وما درجة تحققها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟
- 6- ما المعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي؟ وما درجة تحققها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟
- 7- ما مؤشرات إدارة العلاقة الناجحة مع الجمهور مستخدمى الإنترنت؟ وما درجة تحققها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟
- 8- ما مؤشرات جودة عناصر التصميم وأساليب الإخراج الصحفى الإلكتروني؟ وما درجة تحققها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟
- 9- ما أهم نقاط القوة والتميز فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ويجب الحفاظ عليها وتمييزها من أجل تحقيق مستوى أعلى من الجودة الصحفية؟
- 10- ما أهم نقاط الضعف الموجودة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ويمكن أن تؤثر على جودة العمل الصحفي بها؟
- 11- ما مقترحات تفعيل منظومة الجودة الشاملة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية؟

#### ثانياً: فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات القيادة الصحفية الناجحة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث: مهام القيادات الصحفية، ومعايير اختيار القيادات الصحفية، وأساليب القيادة الصحفية الناجحة.

**الفرض الثانى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التي يتم تطبيقها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية.

**الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية يساعد على أداء مهامها بنجاح.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى

تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المُتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية.

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث: تخطيط وإدارة الموارد البشرية، وتحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية، وإتاحة الفرصة للموارد البشرية للمشاركة في اتخاذ القرارات، والاتصال والحوار بين المواقع الصحفية ومواردها البشرية، والاهتمام بجهود وانجازات الموارد البشرية ومكافأتها وتقديرها.

**الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي.

**الفرض السابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الجمهور مستخدمى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث إدارة العلاقة مع الجمهور، وآليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور وبين الموقع الصحفي.

**الفرض الثامن:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية.

#### **الإطار النظري للدراسة: (نموذج جودة الخدمة):**

انطلقت نسبة كبيرة من الدراسات في مجال القياس الذاتى لجودة الخدمة من كتابات "بيرى وباراسورامون وزيثامل" (Bery, Parasuraman, Zeithaml) الذين انتهى عملهم إلى نموذجهم الشهير "سيرفكووال" (Servqual)<sup>(35)</sup>.

يعتمد هذا النموذج في تعريف الجودة الذاتية للخدمة على مفهوم الفجوة، حيث يطرح خمس فجوات، أبرزها الفجوة بين توقعات الجمهور لمستوى الخدمة، وإدراكهم للأداء الفعلى لها، أى معرفة وتحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، ويمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية: (جودة الخدمة = الخدمة المدركة - الخدمة المتوقعة)<sup>(36)</sup>، ولقياس هذه الفجوة اعتمد أصحاب هذا النموذج على خمسة أبعاد يُطلق عليها اختصاراً (RATER)<sup>(\*)</sup> وهى كما يلي<sup>(37)</sup>:

- 1- الجوانب المادية والملموسة: وتضم كافة التجهيزات والتسهيلات المادية والإمكانات المتاحة والمعدات المستخدمة فى إنتاج وتقديم الخدمة، والمظهر الخارجى للعاملين فى منظمة الخدمة.
- 2- الثقة والاعتمادية: وتتمثل فى القدرة على أداء الخدمة وفقاً للوعود المقدمة وذلك على النحو الذى يمكن الاعتماد عليها وبدقة وموضوعية، ومصداقية فى التعامل.
- 3- الاستجابة: وتعكس استعداد العاملين بالمؤسسة لمعاونة الجمهور وسرعة تقديم الخدمة.

- 4- الضمان: ويعكس معرفة وخبرة العاملين بالمؤسسة وقدرتهم على كسب ثقة الجمهور.
- 5- التعاطف: والذي يقيس مدى اهتمام العاملين بمنظمة الخدمة بالجمهور، وإقامة علاقة قوية أساسها الود والاحترام والتفاعل والمشاركة.

يؤكد الكتاب الثلاثة على أن هذه البنية الخماسية صالحة – مع تعديلات محدودة – لتلائم كل القطاعات الخدمية ومختلف البيئات الاقتصادية؛ فقاموا بتطوير مقياس مبنى على هذه الأبعاد اعتبروه بمثابة "عمود فقري" يبني عليه لتكوين مقاييس الجودة المدركة في أي صناعة خدمية تقريبا<sup>(38)</sup>.

حيث أن عمومية الأبعاد الخمسة المذكورة على مختلف الخدمات يتعارض مع التنوع الهائل في القطاعات الخدمية من حيث متطلباتها وخصائصها وواقعها<sup>(39)</sup>، فمن الخدمات ما يعتمد على التكنولوجيا، ومنها ما يعتمد أكثر على العامل البشري، وخدمات أخرى تعتمد على كليهما بقدر متقارب، كما أن القطاعات الخدمية تختلف أيضا من حيث نوعية وفئات الجمهور المستهدف وسهولة التقييم<sup>(40)</sup>.

وفي عام 1992 قَدَّم الباحثان J.Caronin, S.Taylor نموذج (Servperf) الذي يعتمد في قياس جودة الخدمة على ذات الأبعاد الخمسة السابقة، مع اختلاف أن هذا النموذج يستبعد فكرة الفجوة بين الأداء الفعلي والتوقعات المدركة لدى الجمهور من الخدمة، ويركز فقط على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمة، ويتم التعبير عنه من خلال المعادلة التالية: (جودة الخدمة = الأداء الفعلي)<sup>(41)</sup>، وأشار الباحثان إلى أن نموذج الأداء الفعلي يعد طريقة أكثر بساطة في قياس جودة الخدمات باستخدام اتجاهات المستفيدين نحو الأداء الفعلي للخدمة المقدمة، كما يتميز بالسهولة في التطبيق والقياس.

كما أكد العديد من الباحثين Hollis, et al.<sup>(42)</sup> على أن نموذج الأداء الفعلي يعد الأقدر على القياس، إذ يفوق على النموذج السابق في كل من المصدقية والمعيارية، والمصدقية والمفاهيمية، والقدرة التفسيرية، كما أن هذا النموذج يستطيع تقدير درجة مجمعة لجودة الخدمات الكلية محكمة من خلال مجموعات وفئات مختلفة من المستفيدين ولأكثر من فترة زمنية، وبالتالي يعد أداة مفيدة في قياس اتجاهات الجودة الكلية للمؤسسات<sup>(43)</sup>.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### - نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق بل وتحليلها وتفسيرها بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها.

#### - مناهج الدراسة:

استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي في الدراسة الوصفية التحليلية، لأنه يُعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وخاصة البحوث الوصفية، حيث تم الاستفادة منه في رصد وتوصيف وتفسير معايير جودة العمل الصحفي في مواقع

المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة، كما تم استخدام منهج المسح فى الدراسة الميدانية وذلك لأنه يعتمد فى جمع البيانات وتحليلها على المقابلات أو الاستبيانات المقننة من أجل الحصول على معلومات من أعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق عينة ممثلة لهم. كما استخدم الباحث المنهج المقارن بهدف مقارنة معايير جودة العمل الصحفي فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، ومدى تحققها من وجهة نظر القائمين بالاتصال فى هذه المواقع.

#### - أدوات جمع البيانات:

استعان الباحث بأكثر من أداة لجمع بيانات الدراسة، حيث قام بتطبيق استمارة استبيان على عينة عشوائية منتظمة من القائمين بالاتصال فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية قوامها 150 مفردة، موزعة كالتالى: 50 مفردة من بوابة الأهرام الإلكترونية – 50 مفردة من بوابة الوفد – 50 مفردة من موقع المصرى اليوم، كما تم الاستعانة بأداة الملاحظة بالمشاركة، وإجراء مقابلات متعمقة مع القيادات الصحفية فى مواقع الدراسة مثل رؤساء التحرير ومديرو التحرير ورؤساء الأقسام ومديرو بعض الإدارات مثل الموارد البشرية والتطوير وتكنولوجيا المعلومات والتسويق وجودة وتطوير البرامج... إلخ، والتي اعتمدت على فكرة المحادثات الحرة غير المقيدة بأسئلة محددة وذلك بهدف الخروج بأكبر قدر من المعلومات التى يمكن عن طريقها استنتاج ما يدور بذهن المبحوث، وهى تعتمد على عينة صغيرة من المبحوثين.

#### الإطار الإجرائي للدراسة:

#### - تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تحدد مجتمع الدراسة فى المؤسسات الصحفية المصرية التى بدأت بإصداراتها الورقية المطبوعة منذ ظهورها حتى الآن، ولمواكبة التطورات المتلاحقة فى تكنولوجيا الاتصال والنشر الصحفي الإلكتروني، والمنافسة مع وسائل الإعلام الجديد والبدل ومواقع التواصل الاجتماعى؛ أنشأت المؤسسات الصحفية مواقع الكترونية لها على شبكة الإنترنت من أجل الوصول إلى الجمهور مستخدمى شبكة المعلومات الدولية، والذى تتزايد أعداده بصورة مضطربة منذ سنوات فى مقابل انخفاض أعداد جمهور الصحف المطبوعة.

ونظراً لاتجاه معظم المؤسسات الصحفية إلى إنشاء مواقع صحفية لها على شبكة الإنترنت تم اختيار ثلاثة مواقع صحفية تعبر عن النظام الإعلامى فى مصر مع مراعاة تصدرها ترتيب المواقع الأخرى على موقع ترتيب المواقع ALEXA، حيث تم اختيار بوابة الأهرام الإلكترونية لتمثل تيار المؤسسات الصحفية القومية، وبوابة الوفد لتمثل تيار المؤسسات الصحفية الحزبية، وموقع المصرى اليوم لتمثل تيار المؤسسات الصحفية الخاصة أو المستقلة.

#### - الفترة الزمنية للدراسة:

قام الباحث بتطبيق إجراءات الدراسة الميدانية وجمع بيانات الدراسة خلال الفترة من 1 مايو 2017 حتى 31 يوليو 2017.

#### اختبار الصدق والثبات:

#### أ- اختبار الصدق:

تم تطبيق اختبار الصدق على استمارة الاستبيان عن طريق مراجعة أسئلة الاستبيان مراجعة دقيقة للتأكد من تضمينها بالاستجابات التى سعت الدراسة إلى تحقيقها وصياغتها

على نحو مفهوم من المبحوثين، كما تم مراعاة الترتيب المنطقي لتلك الأسئلة. بالإضافة إلى أنه تم الاستفادة من آراء وملاحظات أساتذة الإعلام ومناهج البحث العلمي الذين عُرضت عليهم الاستمارة لتحكيمها<sup>(\*\*)</sup>، وقام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظات وتوجيهات السادة المحكمين، بحيث أصبح هناك اتفاق على أن الاستمارة صالحة لقياس ما صُممت لقياسه.

#### ب- اختبار الثبات:

للتأكد من ثبات استمارة الاستبيان، قام الباحث بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة فرعية من عينة الدراسة الميدانية قوامها 10% من العينة (15 مفردة)، ثم اختيار باحثاً آخر<sup>(\*\*\*)</sup> لتطبيق نفس استمارة الاستبيان على عينة فرعية أخرى من عينة الدراسة مساوية للعينة السابقة، ثم تفريغ البيانات وحساب درجة معامل الثبات بين نتائج الاختبارين. وبتطبيق معادلة هولستي Holsti لحساب معامل الثبات، بلغت قيمة معامل الثبات في التحليل 0.933 أي أن نسبة الاتفاق بين الترميز الأول والترميز الثاني 93.3% وهي قيمة مرتفعة تدل على ثبات المقياس وصلاحيته للتطبيق.

#### مفاهيم الدراسة:

- **الموقع الصحفي:** هو الموقع الإلكتروني الذي يتم من خلاله إعادة نشر محتوى الصحف الورقية المطبوعة أو أهم محتوياتها على شبكة المعلومات الدولية، ويحمل نفس اسم الصحيفة الورقية، ويعمل به طاقم من الفنيين الذين يقومون برفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني - أو قيام الصحفيين أنفسهم بهذه المهمة - ويرتبط زمن تحديث الأخبار بدورية صدور الصحيفة سواء كانت يومية أو أسبوعية، لكن في السنوات الأخيرة قامت هذه المواقع الصحفية بتقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة، والأرشيف، والتفاعلية، والربط بالمواقع الأخرى، وتقديم خدمات الوسائط المتعددة النصية والمسموعة والمرئية.
- **التقييم:** هو العملية التي يتم من خلالها قياس درجة جودة الأداء في المواقع الصحفية والحكم على مستوى جودتها.
- **المعايير:** هي مجموعة الأسس والضوابط التي يتم في ضوءها تقويم مستويات الأداء المختلفة والحكم عليها.
- **جودة العمل الصحفي:** هي مجموعة المعايير والمواصفات القياسية التي تتبناها المواقع الصحفية من أجل تطوير وتحسين الأداء الصحفي.
- **الأداء المهني:** هو كافة الأنشطة والجهود التي يبذلها العاملون في المواقع الصحفية على اختلاف مستوياتهم وخصائصهم، في ضوء السياسة التحريرية للمؤسسة مع الالتزام بالممارسات المهنية والأخلاقية للعمل الصحفي، من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وكسب ثقته واحترامه<sup>(44)</sup>.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم

## الاجتماعية SPSS "Statistical Package for the Social Science"

- وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:
- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
  - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
  - معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
  - اختبار كا<sup>2</sup> ( Chi Square Test ).
  - تحليل التباين ذي البعد الواحد ( One Analysis of Variance ) والمعروف اختصاراً باسم (ANOVA).
  - الاختبارات البعدية ( Post Hoc Tests ) بطريقة أقل فرق معنوى والمعروف اختصاراً باسم (LSD).

### نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

- 1- مؤشرات معيار القيادة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:
- 1/أ- مهام القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

#### جدول رقم (1)

يوضح مدى قيام القيادات في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بمهامهم من وجهة نظر القائمين بالاتصال ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		متوسطة بدرجة		بدرجة كبيرة		المهام
		%	ك	%	ك	%	ك	
درجة كبيرة	2.48	0	0	52	78	48	72	إعداد وصياغة رؤية ورسالة الموقع الصحفي وأهدافه بصورة واضحة ومُعلنة.
درجة كبيرة	2.38	2	3	58	87	40	60	نشر مبادئ تطبيق الجودة والتميز في الموقع الصحفي.
درجة متوسطة	2.01	17.3	26	64	96	18.7	28	تطوير النظم الإدارية بالموقع الصحفي من خلال مشاركة القيادة في دعم وتشجيع الأنشطة المتعلقة بالتطوير والتعلم المستمر.
درجة متوسطة	2.07	18.7	28	56	84	25.3	38	تحفيز العاملين وتشجيع العمل الجماعي وروح الفريق الواحد وتفعيل التواصل بين الوحدات التنظيمية المختلفة.
درجة متوسطة	2.05	23.3	35	48.7	73	28	42	مراجعة وتقييم مستوى الأداء والمهارات القيادية وضمان تطويرها وتحسينها.

يتضح من بيانات الجدول أن أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال يرون أن القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية نجحت بدرجة كبيرة في إعداد وصياغة رؤية ورسالة الموقع الصحفي وأهدافه بصورة واضحة ومُعلنة بوسط مرجح 2.48، ثم نشر مبادئ تطبيق الجودة والتميز في الموقع الصحفي بوسط مرجح 2.38، بينما يرى أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال أن القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية نجحت بدرجة متوسطة في القيام بالمهام التالية: تحفيز العاملين وتشجيع العمل الجماعي وروح الفريق الواحد وتفعيل التواصل بين الوحدات التنظيمية المختلفة.

بوساط مرجح 2.07، يليها مراجعة وتقييم مستوى الأداء والمهارات القيادية وضمن تطويرها وتحسينها بوساط مرجح 2.05، وأخيراً قيام القيادات الصحفية بتطوير النظم الإدارية بالموقع الصحفي من خلال مشاركة القيادة الصحفية في دعم وتشجيع الأنشطة المتعلقة بالتطوير والتعلم المستمر بوساط مرجح 2.01.

تؤكد النتائج السابقة على أهمية أن تكون هناك رؤية ورسالة وأهداف محددة للموقع الصحفي ومعلنة وواضحة لجميع العاملين بالموقع، بالإضافة إلى نشر ثقافة ومفاهيم الجودة الصحفية والحرص على تطبيقها داخل الموقع الصحفي مما يساعد على الارتقاء بالأداء المهني للقائمين بالاتصال من جهة، وتحسين جودة المنتج الصحفي من ناحية أخرى.

وتتلور رؤية ورسالة مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة فيما يلي:

1- بوابة الأهرام: تتلخص رؤيتها في الاهتمام بتغطية كافة القضايا المحلية والدولية التي تهم القارئ على مدار الساعة، أما رسالتها فتدور حول تقديم خدمة إخبارية وإعلامية للجمهور الداخلي والخارجي بمصداقية وشفافية كاملة من خلال الاستعانة بأحدث الوسائل التكنولوجية.

2- بوابة الوفد: تتمثل رؤيتها في القيام بدور تنويري في المجتمع وإطلاع القراء على الأحداث الجارية في مختلف المجالات، أما رسالتها فتدور حول الكشف عن الحقائق وتنمية الحث الوطني لدى القراء.

3- موقع المصري اليوم: تتلخص رؤيته في تدعيم حق القارئ في المعرفة وسهولة الحصول على المعلومات وحرية تداولها باعتبارها حق من حقوق الإنسان، أما رسالتها فتتمثل في أن موقع المصري اليوم ترفع شعار "من حقاك تعرف" وفي سبيل تحقيق ذلك يسعى موقع المصري اليوم إلى تقديم الحقائق والأخبار التي تهم القارئ بشفافية وحياد وتوازن.

كما اتفق القائمون بالاتصال في مواقع المؤسسات الصحفية مع القيادات الصحفية في التأكيد على أن وضع السياسات التحريرية والإشراف على تنفيذها ومتابعة خطة وسير العمل من خلال عقد الاجتماعات الدورية مع محرري الموقع، تأتي في مقدمة مهام القيادات في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية.

1/ب- معايير اختيار القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

## جدول رقم (2)

يوضح معايير اختيار القيادات في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

الدلالة ح 1	كا	الترتيب	إجمالي ن=150		معايير اختيار القيادات الصحفية
			ك	%	
0.072 غير دالة	3.227	3	86	57.3	الكفاءة والأداء المهني المتميز.
0.05	4.507	2	88	58.7	سنوات الخبرة.
0.001	11.760	5	54	36	القدرات الإدارية والقيادية.

معايير جودة العمل الصحفي في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية وانعكاساتها على الأداء المهني

0.001	47.040	6	22	33	المساهمات في مجالات الجودة والتطوير.
0.001	12.907	1	64.7	97	العلاقات الشخصية مع أصحاب السلطة ومُتخذى القرارات الإدارية العليا.
0.05	6.00	4	40	60	التعاون والعلاقات الجيدة مع الزملاء والرؤساء والمرؤسين.
0.001	83.627	7	12.7	19	الوساطة والمحسوبية.

يتضح من بيانات الجدول أن العلاقات الشخصية مع أصحاب السلطة ومُتخذى القرارات الإدارية العليا تأتي في مقدمة معايير اختيار القيادات في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمون بالاتصال بنسبة 64.7%، يليها سنوات الخبرة في المرتبة الثانية بنسبة 58.7%، ثم الكفاءة والأداء المهني المتميز في المرتبة الثالثة بنسبة 57.3%، والتعاون والعلاقات الجيدة مع الزملاء والرؤساء والمرؤسين بنسبة 40%، والقدرات الإدارية والقيادية بنسبة 36%، والمساهمات في مجالات الجودة والتطوير بنسبة 22%، وأخيراً جاءت الوساطة والمحسوبية في المرتبة الأخيرة بنسبة 12.7%.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو معايير اختيار القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة  $\chi^2$  دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا معيار "الكفاءة والأداء المهني المتميز" لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة عند مستوى 0.05.

تتفق هذه النتائج مع ما أكدت عليه القيادات في المواقع الصحفية عينة الدراسة، أن الكفاءة والخبرة والقدرة على الإدارة ومتابعة العمل تعتبر أهم معايير اختيار القيادات في المواقع الصحفية، في حين أغفلت دور العلاقات الشخصية مع أصحاب السلطة ومُتخذى القرارات الإدارية العليا في اختيار القيادات الصحفية.

وفي ضوء هذه النتائج أكدت "فاطمة الزهراء عبدالفتاح" في دراستها على سيطرة القيادات ذات الخلفية الورقية على مراكز صناعة القرار بالمؤسسات الصحفية، فيما لا يزال الصحفيون الذين كانت بدايات عملهم في المواقع الصحفية في شبه معزل عن المناصب القيادية<sup>(45)</sup>.

1/ج- أساليب القيادة الصحفية الناجحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

جدول رقم (3)

يوضح أساليب القيادة الصحفية الناجحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		أساليب القيادة الناجحة
		%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة متوسطة	2.06	18.7	28	56.7	85	24.7	37	تطبيق أسلوب المشاركة في اتخاذ القرارات والإشراف على تنفيذها.
بدرجة متوسطة	2.14	12	18	62	93	26	39	اتباع سياسة الباب المفتوح لكافة الأطراف المعنية بالمؤسسة.
بدرجة متوسطة	2.13	16.7	25	53.3	80	30	45	الحرص على معرفة المعومات المرتدة وردود الفعل الخاصة بسياساتها وقراراتها.

معايير جودة العمل الصحفي في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية وانعكاساتها على الأداء المهني

بدرجة متوسطة	1.91	26.7	40	55.3	83	18	27	تقبل النقد الذاتي وتشجيع المبادرة والابتكار.
بدرجة متوسطة	2.07	17.3	26	58.7	88	24	36	دعم إدارات الموقع لتحمل مسؤولياتها وتطوير البرامج واتخاذ القرارات التي تكفل فاعلية أدائها لدورها ومتابعة تنفيذ تلك القرارات.
بدرجة متوسطة	1.87	29.3	44	54	81	16.7	25	ضمان العدالة وعدم التمييز بين العاملين في الموقع الصحفي من حيث توزيع أعباء العمل والحوافز والمكافآت والترقيات والنقل...إلى آخره.
بدرجة متوسطة	2.27	5.3	8	62	93	32.7	49	تبنى القيادة الصحفية أسلوب العمل الجماعي.

يتضح من بيانات الجدول أن القائمين بالاتصال عينة الدراسة يرون أن أساليب القيادة الصحفية الناجحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تحققت بدرجة متوسطة وهي كما يلي: جاء تبنى القيادة الصحفية أسلوب العمل الجماعي في مقدمة أساليب القيادة الصحفية الناجحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بوسط مرجح 2.27، بينما جاء اتباع سياسة الباب المفتوح لكافة الأطراف المعنية في المرتبة الثانية بوسط مرجح 2.14، ثم الحرص على معرفة المعلومات المرتدة وردود الفعل الخاصة بسياساتها وقراراتها في المرتبة الثالثة بوسط مرجح 2.13، ودعم إدارات الموقع لتحمل مسؤولياتها وتطوير البرامج واتخاذ القرارات التي تكفل فاعلية أدائها لدورها ومتابعة تنفيذ تلك القرارات بوسط مرجح 2.07، وتطبيق أسلوب المشاركة في اتخاذ القرارات والإشراف على تنفيذها بوسط مرجح 2.06، وتقبل وتشجيع المبادرة والابتكار بوسط مرجح 1.91، وأخيراً جاء ضمان العدالة وعدم التمييز بين العاملين في الموقع الصحفي من حيث توزيع أعباء العمل والحوافز والمكافآت والترقيات والنقل إلى آخره بوسط مرجح 1.87.

ورغم أهمية اتباع القيادات الصحفية أسلوب العمل الجماعي والعمل بروح فريق العمل داخل الموقع الصحفي مما يؤثر على جودة المنتج الصحفي شكلاً ومضموناً، إلا أن النتائج السابقة تؤكد على عدم وجود رضا بدرجة كبيرة بين القائمين بالاتصال في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تجاه ضمان العدالة وعدم التمييز بين العاملين في المواقع الصحفية عينة الدراسة من حيث توزيع أعباء العمل والحوافز والمكافآت والترقيات والنقل إلى آخره.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "أسماء حمدي" في دراستها من اهتمام القيادات الصحفية في الصحف المصرية محل الدراسة بمبدأ التخصص وتقسيم العمل، وتنظيم العمل عن طريق أسلوب فرق العمل الجماعية واتباع سياسة الباب المفتوح لكافة الأطراف المعنية بالمؤسسة<sup>(46)</sup>، بينما لا تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "نرمين نبيل الأزرق" في دراستها، التي أوضحت أن 40% من إجمالي صحفيي الصحف المصرية (القومية والحزبية والخاصة) لا يُتاح لهم المشاركة في اتخاذ القرار في السياسة التحريرية للصحيفة، ولا تُؤخذ آرائهم في الموضوعات أو المادة التي تُنشر بالصحيفة، كما أكد بعض الصحفيين بنسبة 14% على أنهم نادراً ما يُشاركون في وضع وتطوير السياسة التحريرية<sup>(47)</sup>.

2- مؤشرات معيار التخطيط الاستراتيجي وتحديد السياسات في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

جدول رقم (4)

يوضح مدى تحقق مؤشرات معيار التخطيط الاستراتيجي وتحديد السياسات في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ن = 150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة متوسطة	1.92	30	45	48	72	22	33	مشاركة فريق العمل في وضع الخطة الاستراتيجية للموقع وتحديد آليات تنفيذها في ضوء الأهداف الاستراتيجية للموقع.
بدرجة متوسطة	1.78	35.3	53	51.3	77	13.3	20	تحديد الاحتياجات والتوقعات الحالية والمستقبلية للعاملين بالموقع الصحفي من خلال جمع وتحليل المعلومات والبيانات الكافية.
بدرجة متوسطة	1.73	41.3	62	44	66	14.7	22	تحديد البات فاعلة ومناسبة لقياس مستوى أداء العمل في الموقع الصحفي من خلال نتائج الدراسات والبحوث في هذا المجال.
بدرجة متوسطة	2.08	13.3	20	65.3	98	21.3	32	إعداد ومراجعة وتحديث السياسة الاستراتيجية بما يتوافق مع رؤية ورسالة الموقع الصحفي.
بدرجة متوسطة	2.24	20	30	36	54	44	66	الموضوعية والبعد عن التحيز في توصيف وتشخيص مجالات القوة وزوايا التميز لتنميتها، ونقاط الضعف لوضع خطة لمعالجتها وتحسينها، وكذلك الفرص والتحديات.

تُشير بيانات الجدول إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن مؤشرات معيار التخطيط الاستراتيجي تحققت بدرجة متوسطة، وهي كما يلي من وجهة نظرهم: جاءت الموضوعية والبعد عن التحيز في توصيف وتشخيص مجالات القوة وزوايا التميز لتنميتها، ونقاط الضعف لوضع خطة لمعالجتها وتحسينها، وكذلك الفرص والتحديات في المرتبة الأولى بوسط مرجح 2.24، يليها إعداد ومراجعة وتحديث السياسة الاستراتيجية بما يتوافق مع رؤية ورسالة الموقع الصحفي في المرتبة الثانية بوسط مرجح 2.08، ثم مشاركة فريق العمل في وضع الخطة الاستراتيجية للموقع وتحديد آليات تنفيذها في ضوء الأهداف الاستراتيجية للموقع في المرتبة الثالثة بوسط مرجح 1.92، وجاء تحديد الاحتياجات والتوقعات الحالية والمستقبلية للعاملين بالموقع الصحفي من خلال جمع وتحليل المعلومات والبيانات الكافية في المرتبة الرابعة بوسط مرجح 1.78، وأخيراً جاء تحديد البات فاعلة ومناسبة لقياس مستوى أداء العمل في الموقع الصحفي من خلال نتائج الدراسات والبحوث في هذا المجال بوسط مرجح 1.73.

تؤكد هذه النتائج على أهمية الموضوعية والبعد عن التحيز في توصيف وتشخيص مجالات القوة وزوايا التميز في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية لتنميتها (الفرص) مثل ضرورة الاستفادة من وسائل الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات في تحسين وجودة المنتج الصحفي، كذلك تحديد نقاط الضعف لوضع خطة لمعالجتها وتحسينها (التحديات) مثل المنافسة القوية بين المواقع الصحفية وبين المواقع الصحفية والإخبارية الأخرى من ناحية وبينها وبين مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية أخرى، وغياب التشريعات القانونية

وعدم وضوح المعايير المهنية والأخلاقية التي تنظم العمل الصحفي في المواقع الصحفية الإلكترونية، ونقص الكوادر الصحفية المُدرّبة في ظل وجود صعوبات في عملية الدمج بين غرف الأخبار المطبوعة والرقمية بالمؤسسات الصحفية، وأخيراً عدم كفاية الموارد المادية والإمكانات الفنية والتقنية اللازمة لتيسير منظومة العمل في المواقع الصحفية.

### 3- مؤشرات معيار الهيكل التنظيمي والإداري في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية: جدول رقم (5)

يوضح مدى تحقق مؤشرات معيار الهيكل التنظيمي والإداري في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال ن = 150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة متوسطة	2.07	11.3	17	70.7	106	18	27	وجود هيكل تنظيمي وإداري رسمي مُلائم لحجم ونوع العمل في الموقع الصحفي بما يضمن تحقيق رسالته وأهدافه الاستراتيجية.
بدرجة كبيرة	2.40	5.3	8	49.3	74	45.3	68	الهيكل التنظيمي والإداري للموقع مُعلن للجميع.
بدرجة متوسطة	2.23	18.7	28	40	60	41.3	62	يسمح الهيكل التنظيمي والإداري للموقع بالتعاون المتبادل الأفقي والرأسي بين مستوياته ووحداته.
بدرجة متوسطة	2.24	8	12	60	90	32	48	يتضمن الهيكل التنظيمي والإداري الإدارات الأساسية اللازمة لتقديم خدمات الدعم للموقع الصحفي.
غير متحقق	1.15	86.7	130	11.3	17	2	3	يوجد بالموقع إدارة للآزمات والكوارث.
بدرجة متوسطة	1.86	25.3	38	63.3	95	11.3	17	يوجد توصيف وتوثيق لجميع الوظائف الموجودة بالموقع الصحفي وتحديد دقيق للمسئوليات والمهام.
بدرجة متوسطة	2.03	30	45	36.7	55	33.3	50	يُستخدم التوصيف الوظيفي في حالات التعيين والنقل والانتداب للوظائف المختلفة.

يتضح من بيانات الجدول أن الهيكل التنظيمي والإداري للموقع مُعلن للجميع تحقق بدرجة كبيرة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية وجاء في مقدمة مؤشرات معيار الهيكل التنظيمي والإداري في مواقع الدراسة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال بوسط مرجح 2.40، بينما يرى أفراد عينة الدراسة أن هناك عدداً من مؤشرات معيار الهيكل التنظيمي والإداري في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تحققت بدرجة متوسطة وهي كما يلي: يتضمن الهيكل التنظيمي والإداري الإدارات الأساسية اللازمة لتقديم خدمات الدعم للموقع الصحفي في المرتبة الثانية بوسط مرجح 2.24، يليه يسمح الهيكل التنظيمي والإداري للموقع بالتعاون المتبادل الأفقي والرأسي بين مستوياته ووحداته في المرتبة الثالثة بوسط مرجح 2.23، ووجود هيكل تنظيمي وإداري رسمي مُلائم لحجم ونوع العمل في الموقع الصحفي بما يضمن تحقيق رسالته وأهدافه الاستراتيجية بوسط مرجح 2.07، ويُستخدم التوصيف الوظيفي في حالات التعيين والنقل والانتداب للوظائف المختلفة بوسط مرجح 2.03، ويوجد توصيف وتوثيق لجميع الوظائف الموجودة بالموقع الصحفي وتحديد دقيق للمسئوليات والمهام بوسط مرجح 1.86، بينما يرى أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال عدم تحقق مؤشر يوجد بالموقع إدارة للآزمات

والكوارت بين مؤشرات معيار الهيكل التنظيمي والإداري في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بوسط مرجح 1.15.

يرى الباحث أن من أهم العوامل التي تساعد على تنظيم سير العمل والارتقاء بالأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الصحفية وتحسين جودة المنتج الصحفي، هو وجود هيكل تنظيمي وإداري رسمي ومعلن لجميع العاملين في الموقع الصحفي، مع ضرورة توصيف وتوثيق لجميع الوظائف الموجودة بالموقع الصحفي وتحديد دقيق للمسئوليات والمهام، وهو ما يتفق مع رؤية القيادات الصحفية التي أكدت على وجود هيكل تنظيمي وإداري لمواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة، حيث يوجد رئيس تحرير ومدير تحرير وأقسام وإدارات تابعة للمواقع الصحفية، وإن اختلف حجمها من مؤسسة إلى أخرى حسب حجم العمل الصحفي والإمكانات والتسهيلات المادية المتاحة.

ورغم وجود هيكل تنظيمي وإداري لمواقع المؤسسات الصحفية، إلا أن "فاطمة الزهراء عبدالفتاح" توصلت في دراستها إلى أنه مع اندفاع المؤسسات الصحفية المصرية نحو مجازة التحولات المطردة في أنماط استهلاك الأخبار باتجاه الوسائط الرقمية، وإطلاق خدمات المواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف وحسابات التواصل الاجتماعي، أصيبت إدارياً بالارتباك ودفعتها لاستحداث كيانات جديدة لإنتاجها بمعزل عن الكيانات القائمة ودون إدماج الكوادر القائمة في تلك المشروعات، ما ترتب عليه إشكاليات إدارية عديدة تتمحور حول العلاقات والتصورات المتبادلة بين فريق العمل التقليدي الأقدم والأكثر نفوذاً، وفرق العمل الجديدة التي تم استقدامها لإنتاج هذه الوسائط، وهو ما كان الحال في الأهرام والمصري اليوم<sup>(48)</sup>.

4- مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

#### جدول رقم (6)

يوضح مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير متحقق	1.55	55.3	83	34.7	52	10	15	كفاية الموارد المالية المخصصة للموقع الصحفي لتحقيق رسالته وأهدافه الاستراتيجية.
بدرجة متوسطة	2.17	14	21	54.7	82	31.3	47	وجود مبنى ملائم من حيث التصميم والمساحة والتهوية والإضاءة.
بدرجة متوسطة	2.15	12	18	61.3	92	26.7	40	توفير نظم ووسائل الأمن والسلامة وقت حالات الطوارئ.
بدرجة متوسطة	2.13	14	21	58.7	88	27.3	41	كفاية المرافق العامة والخاصة بالموقع وصلاحياتها للاستخدام.
بدرجة متوسطة	2.03	18.7	28	60	90	21.3	32	توافر الأجهزة والمعدات ووسائل الاتصال الحديثة ونظم تكنولوجيا المعلومات الملائمة لطبيعة العمل في الموقع الصحفي.
بدرجة متوسطة	2.30	14	21	42	63	44	66	إتاحة خدمات الإنترنت بكفاءة لجميع العاملين في الموقع الصحفي.

تُشير بيانات الجدول إلى أن القائمين بالاتصال في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية يرون تحقق عدد من التسهيلات المادية والمالية المُتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة متوسطة، حيث جاءت إتاحة خدمات الإنترنت بكفاءة لجميع العاملين في الموقع الصحفي في المرتبة الأولى بوسط مرجح 2.30، ثم وجود مبنى مُلائم من حيث التصميم والمساحة والتهوية والإضاءة في المرتبة الثانية بوسط مرجح 2.17، يليه توفير نظم ووسائل الأمن والسلامة وقت حالات الطوارئ بوسط مرجح 2.15، وكفاية المرافق العامة والخاصة بالموقع وصلاحياتها للاستخدام بوسط مرجح 2.13، وتوافر الأجهزة والمعدات ووسائل الاتصال الحديثة ونظم تكنولوجيا المعلومات المُلائمة لطبيعة العمل في الموقع بوسط مرجح 2.03، بينما يرى القائمون بالاتصال عدم كفاية الموارد المالية المُخصصة للموقع الصحفي لتحقيق رسالته وأهدافه الاستراتيجية بوسط مرجح 1.55.

تؤكد البيانات السابقة على عدم كفاية الموارد المالية والمادية المُتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، ويرجع ذلك إلى أنه يتم تمويل هذه المواقع من ميزانية المؤسسة الصحفية دون وجود مصادر للتمويل الذاتي، باستثناء جزء ضئيل تعتمد فيه مواقع المؤسسات الصحفية على الإعلانات والتي لا تخلو من المنافسة الشرسة بينها وبين المواقع الإخبارية ومحركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي، لذا كان لا بد من البحث عن مصادر أخرى للتمويل مثل التسويق الإلكتروني وبيع الخدمات الإخبارية وغيرها، مما يساعد مواقع المؤسسات الصحفية في تحقيق رسالتها وأهدافها الاستراتيجية.

وبالرغم من توصل "مروة شبل" في دراستها إلى تأكيد 35% من القيادات الصحفية على أنه لا يتم تخصيص جزء من الميزانية للتطوير وتبني التكنولوجيا الحديثة<sup>(49)</sup>، إلا أن نتائج دراسة "أميمة محمد عمران" كشفت عن تنوع التقنيات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية لجمع المادة الصحفية عبر الإنترنت، وقد كان لاستخدام هذه التقنيات تأثير إيجابي على الأداء المهني للمبحوثين من خلال الحصول على قدر هائل من المعلومات والبيانات التي تساعد في تجويد العمل الصحفي، وتساهم في تقديم معالجة صحفية أكثر توازناً وشمولاً، وتجعل الأداء المهني أكثر يسراً ودقة<sup>(50)</sup>.

وعن تأثير وسائل الاتصال الحديثة ونظم تكنولوجيا المعلومات على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الصحفية، أشارت دراسة "نرمين نبيل الأزرق" إلى وجود تأثير للتطورات المُتلاحقة في وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على العمل الصحفي والأداء المهني للقائمين بالاتصال، حيث تسمح تكنولوجيا الاتصال بفتح أسواق جديدة أمام الصحف، وتوسيع دائرة المصادر الصحفية، وتوافر كم كبير من المعلومات، وحدثت تغيرات في أنماط ومستويات الخدمة الإخبارية<sup>(51)</sup>، كما أكدت "فاطمة الزهراء عبدالفتاح" في دراستها على تأثير تكنولوجيا الاتصال على منصات تقديم المحتوى في الصحف المصرية من حيث: عدد ونوعية هذه المنصات، بالإضافة إلى التأثير في سمات تلك المنصات وعلاقتها ببعضها البعض، بالإضافة إلى تأثيرها في تطوير أدوات الإنتاج وتحسين مهارات الكوادر البشرية، وكذلك النظم التقنية المُستخدمة في إدارة العمليات التحريرية<sup>(52)</sup>.

5- مؤشرات معيار الموارد البشرية فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:  
5/أ- تخطيط وإدارة الموارد البشرية فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

جدول رقم (7)

يوضح مدى تحقق مؤشرات تخطيط وإدارة الموارد البشرية فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة متوسطة	1.95	18	27	69.3	104	12.7	19	تبنى المواقع الصحفية مناهج وأساليب لتحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية من الموارد البشرية اللازمة لتنفيذ السياسة التحريرية والأهداف الاستراتيجية تحقيقاً للأهداف العامة.
بدرجة متوسطة	1.73	31.3	47	64.7	97	4	6	ضمان مشاركة القائمين بالاتصال فى المواقع الصحفية فى وضع الخطط والاستراتيجيات.
بدرجة متوسطة	1.86	30	45	54	81	16	24	تطوير وتطبيق منهجيات تتسم بالإبداع لتحسين أساليب العمل الخاصة بالموارد البشرية.
بدرجة متوسطة	1.72	36.7	55	54.7	82	8.7	13	توافر آليات موثقة لتعظيم الاستفادة من الموارد البشرية المتاحة بالمواقع الصحفية.

يتضح من بيانات الجدول تحقق مؤشرات تخطيط وإدارة الموارد البشرية فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة متوسطة من وجهة نظر القائمين بالاتصال، حيث جاء تبنى المواقع الصحفية مناهج وأساليب لتحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية من الموارد البشرية اللازمة لتنفيذ السياسة التحريرية والأهداف الاستراتيجية تحقيقاً للأهداف العامة فى المرتبة الأولى بوسط مرجح 1.95، ثم جاء تطوير وتطبيق منهجيات تتسم بالإبداع لتحسين أساليب العمل الخاصة بالموارد البشرية فى المرتبة الثانية بوسط مرجح 1.86، يليه ضمان مشاركة القائمين بالاتصال فى المواقع الصحفية فى وضع الخطط والاستراتيجيات فى المرتبة الثالثة بوسط مرجح 1.73، وأخيراً جاء توافر آليات موثقة لتعظيم الاستفادة من الموارد البشرية المتاحة بالمواقع الصحفية فى المرتبة الأخيرة بوسط مرجح 1.72.

تتفق هذه النتائج مع ما أشارت إليه القيادات الصحفية فى بوابة الأهرام الإلكترونية أنه يتم تحديد الاحتياجات التدريبية للصحفيين وفق طبيعة كل قسم من أقسام الموقع، ومن الوسائل المهمة التى تتبناها المواقع الصحفية فى تحديد تلك الاحتياجات ومنها موقع المصرى اليوم تحديداً، هو تطبيق استمارات لاستطلاع رأى الصحفيين بشكل دورى فى الدورات التدريبية التى يرغبون فى الالتحاق بها، إلا أن الباحث توصل إلى عدم اهتمام بوابة الوفد بتحديد احتياجات المحررين والمراسلين بالبوابات من الدورات التدريبية التى من شأنها رفع مستوى الأداء المهنى والتقنى لهم.

5/ب- تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

جدول رقم (8)

يوضح مدى تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال  
ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		درجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
درجة متوسطة	1.79	28.7	43	63.3	95	8	12	تحديد وتصنيف مهارات وقدرات الموارد البشرية بما يلبي متطلبات المواقع الصحفية.
درجة متوسطة	1.80	27.3	41	65.3	98	7.3	11	تحديد الاحتياجات التدريبية للموارد البشرية في مجالات العمل المختلفة بما يضمن تنمية قدراتهم وتحقيق أهداف المواقع الصحفية.
درجة متوسطة	1.87	24	36	64.7	97	11.3	17	وضع الخطط التدريبية التي تضمن تطوير مهارات وسلوكيات الموارد البشرية إزاء مواجهة المتطلبات الحالية والمتغيرات المستقبلية للعمل في المواقع الصحفية.
درجة متوسطة	1.69	40.7	61	49.3	74	10	15	تنفيذ البرامج التدريبية التي تتضمنها خطة التدريب، والتي يجب أن تغطي المهارات الفنية المتخصصة والإدارية والسلوكية.
درجة متوسطة	1.82	32.7	49	52.7	79	14.7	22	قياس مدى تأثير وفاعلية التدريب على الأداء المهني والتعرف على مؤشرات ونتائجه.

يتضح من بيانات الجدول أنه يتم تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة متوسطة من وجهة نظر القائمين بالاتصال، حيث جاء وضع الخطط التدريبية التي تضمن تطوير مهارات وسلوكيات الموارد البشرية إزاء مواجهة المتطلبات الحالية والمتغيرات المستقبلية للعمل في المواقع الصحفية في المرتبة الأولى بوسط مرجح 1.87، ثم قياس مدى تأثير وفاعلية التدريب على الأداء المهني والتعرف على مؤشرات ونتائجه في المرتبة الثانية بوسط مرجح 1.82، يليه تحديد الاحتياجات التدريبية للموارد البشرية في مجالات العمل المختلفة بما يضمن تنمية قدراتهم وتحقيق أهداف المواقع الصحفية في المرتبة الثالثة بوسط مرجح 1.80، وجاء تحديد وتصنيف مهارات وقدرات الموارد البشرية بما يلبي متطلبات المواقع الصحفية في المرتبة الرابعة بوسط مرجح 1.79، وأخيراً جاء تنفيذ البرامج التدريبية التي تتضمنها خطة التدريب، والتي يجب أن تغطي المهارات الفنية المتخصصة والإدارية والسلوكية في المرتبة الأخيرة بوسط مرجح 1.69.

تتفق هذه النتائج مع ما أكدت عليه القيادات الصحفية من أن هناك آليات لتحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، تبدأ بتحديد الاحتياجات التدريبية، يليها وضع الخطط التدريبية ثم تنفيذها، وأخيراً قياس مدى فاعلية وتأثير التدريب على الأداء المهني للصحفيين بالموقع، ومن أهم البرامج والدورات التدريبية التي تسعى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية إلى توفيرها للمحررين والمراسلين بها هي: الكتابة للمواقع الصحفية، وصحافة الفيديو، وتصوير الفيديو والمونتاج، واستخدام محركات البحث والإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والمالتييميديا.

وأكدت " أميمة محمد عمران" في دراستها على أهمية تطوير مهارات وقدرات القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية، وخاصة في صقل مهاراتهم في التعامل مع

التقنيات الحديثة واستخدام الوسائط المتعددة في مجال الإنتاج الصحفي، وفي استخدام أنظمة تحريرية جديدة، وصقل مواهبهم في تصميم وإخراج مواقع الصحف التي يعملون بها<sup>(53)</sup>.  
5/ج- مشاركة الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية في إتخاذ القرارات:

جدول رقم (9)

يوضح مدى مشاركة الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية في إتخاذ القرارات من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		درجة متوسطة		درجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
درجة متوسطة	1.89	26.7	40	57.3	86	16	24	تشجيع ودعم الموارد البشرية للمشاركة في أنشطة تطوير وتحسين الأداء والخدمات في المواقع الصحفية.
درجة متوسطة	1.79	37.3	56	46.7	70	16	24	تشجيع ودعم مشاركة الموارد البشرية في النشاطات الرسمية وغير الرسمية.
درجة متوسطة	1.78	30	45	62	93	8	12	تفويض الصلاحيات الكافية للموارد البشرية لتمكينها من إنجاز المهام المكلفة بها.

يتضح من بيانات الجدول أن الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تشارك في إتخاذ القرارات بدرجة متوسطة من وجهة نظر القائمين بالاتصال، حيث تقوم مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بتشجيع ودعم الموارد البشرية للمشاركة في أنشطة تطوير وتحسين الأداء والخدمات في المواقع الصحفية بوسط مرجح 1.89، ثم تشجيع ودعم مشاركة الموارد البشرية في النشاطات الرسمية وغير الرسمية بوسط مرجح 1.79، وأخيراً تقوم مواقع المؤسسات الصحفية عينة الدراسة بتفويض الصلاحيات الكافية للموارد البشرية لتمكينها من إنجاز المهام المكلفة بها بوسط مرجح 1.78.

5/د- الاتصال والحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية:

جدول رقم (10)

يوضح درجة الاتصال والحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		درجة متوسطة		درجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
درجة متوسطة	1.87	20.7	31	71.3	107	8	12	تحديد احتياجات ومتطلبات التواصل الفعال بين المواقع الصحفية والموارد البشرية.
درجة متوسطة	1.93	16	24	74.7	112	9.3	14	تطبيق استراتيجيات وسياسات تسمح بالتعرف على أفضل الممارسات والإنجازات للأفراد وفرق العمل في المواقع الصحفية.
درجة متوسطة	1.84	20	30	76	114	4	6	تطبيق استراتيجيات وسياسات تسمح بالاتصال والحوار الإيجابي وإبداء الرأي البناء وفق ضوابط العمل في المواقع الصحفية.
درجة متوسطة	1.95	15.3	23	74.7	112	10	15	تطوير وتطبيق منهجية للتظلم الوظيفي.

تُشير بيانات الجدول إلى أن درجة الاتصال والحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية متوسطة من وجهة نظر القائمين بالاتصال فى مواقع الدراسة، حيث جاء تطوير وتطبيق منهجية للتظلم الوظيفى فى المرتبة الأولى بوسط مرجح 1.95، ثم تطبيق استراتيجيات وسياسات تسمح بالاتصال والحوار الإيجابى وإبداء الرأى البناء وفق ضوابط العمل فى المواقع الصحفية فى المرتبة الثانية بوسط مرجح 1.93، يليها تحديد احتياجات ومتطلبات التواصل الفعال بين المواقع الصحفية والموارد البشرية فى المرتبة الثالثة بوسط مرجح 1.87، وأخيراً جاء تطبيق استراتيجيات وسياسات تسمح بالاتصال والحوار الإيجابى وإبداء الرأى البناء وفق ضوابط العمل فى المواقع الصحفية فى المرتبة الأخيرة بوسط مرجح 1.84.

5/ه- اهتمام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها:

#### جدول رقم (11)

يوضح مدى اهتمام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة متوسطة	1.70	34	51	62	93	4	6	تشجيع ومكافأة الانجازات المتميزة على جميع المستويات الوظيفية بالمواقع الصحفية.
بدرجة متوسطة	1.68	39.3	59	53.3	80	7.3	11	زيادة الوعى والمشاركة فى الموضوعات والأنشطة والمبادرات المتعلقة بالسلامة والصحة المهنية والقضايا المجتمعية.
غير متحقق	1.66	44.7	67	44	66	11.3	17	تنظيم نشاطات اجتماعية وثقافية وانسانية ورياضية وتشجيع الموارد البشرية على المشاركة فيها.
بدرجة متوسطة	1.68	39.3	59	53.3	80	7.3	11	تشجيع ثقافة بيئة عمل تضمن الولاء للمؤسسة الصحفية وتدعم الشعور بالانتماء إليها.

توضح بيانات الجدول أن مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تهتم بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها بدرجة متوسطة من وجهة نظر القائمين بالاتصال، حيث جاء تشجيع ومكافأة الانجازات المتميزة على جميع المستويات الوظيفية بالمواقع الصحفية فى المرتبة الأولى بوسط مرجح 1.70، ثم جاء زيادة الوعى والمشاركة فى الموضوعات والأنشطة والمبادرات المتعلقة بالسلامة والصحة المهنية والقضايا المجتمعية، وتشجيع ثقافة بيئة عمل تضمن الولاء للمؤسسة الصحفية وتدعم الشعور بالانتماء إليها فى المرتبة الثانية بوسط مرجح 1.68 لكل منهما، بينما يرى القائمون بالاتصال عينة الدراسة أن مواقع المؤسسات الصحفية المصرية لا تهتم بتنظيم نشاطات اجتماعية وثقافية وانسانية ورياضية وتشجيع الموارد البشرية على المشاركة فيها وذلك بوسط مرجح 1.66.

تتفق هذه النتائج مع ما أشارت إليه القيادات الصحفية بوجود تقدير واهتمام من جانب مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بجهود وإنجازات مواردها البشرية، سواء عن طريق مكافأتها مادياً أو تقديم كلمات الشكر والتقدير إليها، مما يساعد على تشجيع ثقافة بيئة عمل تضمن الولاء للمؤسسة الصحفية وتدعم الشعور بالانتماء إليها.

وتتفق نتائج مؤشرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية مع ما توصلت إليه "مارجريت سمير" في دراستها، أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر في تحقيق درجة كبيرة من الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال، منها: كيفية تقدير المؤسسة للصحفي، ومعايير الترقى الوظيفي والمكافآت، والاهتمام بالدورات التدريبية لرفع كفاءة الصحفيين وتنمية قدراتهم، والمشاركة في اتخاذ القرارات، ونمط القيادة والإشراف على السياسات المؤسسية، وحجم المؤسسة الإعلامية، ونظم الاتصال بالمؤسسة والتكنولوجيا المستخدمة بها، والعلاقة برؤساء وزملاء العمل، ومصادقية الوسيلة الإعلامية<sup>(54)</sup>.

#### 6- مؤشرات المعايير المهنية والأخلاقية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

##### جدول رقم (12)

يوضح مدى تحقق مؤشرات المعايير المهنية والأخلاقية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		درجة متوسطة		درجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
درجة متوسطة	2.00	20.7	31	58.7	88	20.7	31	توفير دليل للممارسات الأخلاقية للمهنة على أن يكون هذا الدليل متاحاً لجميع الأطراف الداخلية والخارجية.
درجة متوسطة	2.17	25.3	38	32.7	49	42	63	توافر إجراءات رسمية تتبعها المؤسسة الصحفية في التعامل مع الممارسات التي لا تتفق مع أخلاقيات المهنة.
درجة كبيرة	2.55	4	6	36.7	55	59.3	89	الالتزام بالصدق والدقة والحياد عند نشر المعلومات والأخبار الداخلية والخارجية.
درجة كبيرة	2.59	4	6	33.3	50	62.7	94	الالتزام بالتشريعات الإعلامية وموائيق الشرف التي تنظم العمل الصحفي.
درجة متوسطة	2.15	19.3	29	46	69	34.7	52	تتيح المؤسسة الصحفية المعلومات الكافية عنها في الوسائل المختلفة، مع الحرص على تحديث هذه المعلومات بصفة مستمرة.
درجة كبيرة	2.56	0	0	44	66	56	84	احترام حق الجمهور في الحصول على المعلومات والتحليلات الصادقة والمتعمقة وضمان جودة الخدمات الصحفية التي تقدم له.

تُشير بيانات الجدول السابق إلى أن مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تلتزم بعدد من المعايير المهنية والأخلاقية بدرجة كبيرة من وجهة نظر القائمين بالاتصال وهي: الالتزام بالتشريعات الإعلامية وموائيق الشرف التي تنظم العمل الصحفي التي جاءت في مقدمة

المعايير المهنية والأخلاقية بوسط مرجح 2.59، يليها احترام حق الجمهور في الحصول على المعلومات والتحليلات الصادقة والمتعمقة وضمان جودة الخدمات الصحفية التي تُقدّم له في المرتبة الثانية بوسط مرجح 2.56، ثم الالتزام بالصدق والدقة والحياد عند نشر المعلومات والأخبار الداخلية والخارجية في المرتبة الثالثة بوسط مرجح 2.55، بينما يرى أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال أن مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تلتزم بعدد من المعايير المهنية والأخلاقية بدرجة متوسطة وهي: توافر إجراءات رسمية تتبعها المؤسسة الصحفية في التعامل مع الممارسات التي لا تتفق مع أخلاقيات المهنة التي جاءت في المرتبة الرابعة بوسط مرجح 2.17، ونتيج المؤسسة الصحفية المعلومات الكافية عنها في الوسائل المختلفة، مع الحرص على تحديث هذه المعلومات بصفة مستمرة في المرتبة الخامسة بوسط مرجح 2.15، وأخيراً توفير دليل للممارسات الأخلاقية للمهنة على أن يكون هذا الدليل مُتاحاً لجميع الأطراف الداخلية والخارجية، الذي جاء في المرتبة الأخيرة بوسط مرجح 2.00.

تتفق هذه النتائج مع ما أكدت عليه القيادات الصحفية من التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بعدد من المعايير المهنية التي تنظم العمل الصحفي بدرجة كبيرة مثل التأكد من صحة وصدق الأخبار والمعلومات المنشورة ودقتها ووضوحها، والموضوعية والتوازن في عرض الآراء ووجهات النظر المختلفة، مع مراعاة الأخلاقيات والأداب العامة للمجتمع، إلا أن هذه النتائج تؤكد على حقيقة أخرى وهي مدى أهمية إلمام القائمين بالاتصال في المواقع الصحفية بالتشريعات الإعلامية ومواثيق الشرف التي تنظم العمل الصحفي، سواء عن طريق الدراسة الأكاديمية بأقسام ومعاهد وكليات الإعلام أو عن طريق الدورات التدريبية والندوات واللقاءات التي تنظمها المؤسسة الصحفية للعاملين بها أو التي تنظمها نقابة الصحفيين لأعضائها والمنتسبين إليها.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصل إليه "فوزى عبدالرحمن الزعبلوى" في دراسته، حيث أكد القائمون بالاتصال في المواقع الصحفية والإخبارية التزامهم بالضوابط القانونية التي تحكم النشر الصحفي الإلكتروني في مصر، وجاء في مقدمتها عدم ترويج الشائعات ونشر الأخبار الكاذبة التي من شأنها تهديد الأمن والإضرار بمصالح المجتمع، بالإضافة إلى تأكيد القائمين بالاتصال التزامهم بالقواعد والمعايير المهنية التي تنظم العمل الصحفي، وجاءت الموضوعية عند نشر الأخبار والمعلومات في مقدمة المعايير المهنية التي يلتزمون بها في مجال النشر الصحفي الإلكتروني، بالإضافة إلى التأكد من صحة المعلومات الواردة في الخبر والحيادية والتوازن في عرض وجهات النظر<sup>(55)</sup>، وتوصلت "أسماء حمدي" في دراستها إلى غلبة القيم والمعايير المهنية التي تحكم العمل الصحفي مثل تلبية رغبات القراء وتحقيق سبق الصحفي ونقل الأخبار بأمانة وصدق على القيم الاقتصادية والنفعية مثل زيادة أرقام التوزيع وجذب المُعلنين وتحقيق أهداف المالك<sup>(56)</sup>، بينما خلصت دراسة "السيد بخيت" إلى غياب التشريعات القانونية التي تنظم العمل الصحفي الإلكتروني، بالإضافة إلى عدم وضوح المنظومة الأخلاقية التي تحكم وسائل الإعلام الجديدة، حيث يغلب الاهتمام بالطابع التقني والفني على الجانب الإعلامي فيها، وعدم وضوح الرؤية فيما يتعلق بمصداقيتها، وعدم الاهتمام بصياغة بروتوكولات ومواثيق أخلاقية خاصة بممارستها الإعلامية<sup>(57)</sup>.

7- مؤشرات معيار الجمهور مستخدمى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:  
7/أ- إدارة مواقع المؤسسات الصحفية المصرية للعلاقة بينها وبين الجمهور:

جدول رقم (13)

يوضح مدى نجاح مواقع المؤسسات الصحفية المصرية فى إدارة العلاقة بينها وبين الجمهور من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة متوسطة	2.05	20.7	31	53.3	80	26	39	استطلاع رأى الجمهور حول جودة المنتج الصحفى من خلال استبيانات الرأى ومجموعات النقاش والشكاوى والمقترحات..إلى آخره.
بدرجة كبيرة	2.34	4.7	7	56.7	85	38.7	58	تلبية رغبات واحتياجات جمهور القراء.
بدرجة كبيرة	2.41	0	0	58.7	88	41.3	62	إمداد الجمهور بالمعلومات والتحليلات الصادقة والمتعمقة وضمان جودة الخدمات الصحفية التى تُقدّم له.
بدرجة كبيرة	2.35	3.3	5	58	87	38.7	58	التفاعلية مع الجمهور

يتضح من بيانات الجدول نجاح مواقع المؤسسات الصحفية المصرية فى إدارة العلاقة بينها وبين الجمهور بدرجة كبيرة فى عدد من المؤشرات وهى بالترتيب: إمداد الجمهور بالمعلومات والتحليلات الصادقة والمتعمقة وضمان جودة الخدمات الصحفية التى تُقدّم له، حيث جاءت فى مقدمة المؤشرات بوسط مرجح 2.41، يليها التفاعلية مع الجمهور فى المرتبة الثانية بوسط مرجح 2.35، ثم جاءت تلبية رغبات واحتياجات جمهور القراء فى المرتبة الثالثة بوسط مرجح 2.34، بينما يرى أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال أن مواقع المؤسسات الصحفية المصرية نجحت بدرجة متوسطة فى استطلاع رأى الجمهور حول جودة المنتج الصحفى من خلال استبيانات الرأى ومجموعات النقاش والشكاوى والمقترحات..إلى آخره، وذلك بوسط مرجح 2.05.

تنفق هذه النتائج مع ما توصل إليه "وليد النجار" فى دراسته إلى حرص المواقع الصحفية الإلكترونية بدرجة أو بأخرى على إمداد الجمهور بالمعلومات والتحليلات الصادقة عن الأحداث الجارية وقضايا المجتمع، وإتاحة الفرصة أمام الجمهور للتفاعل مع ما تنشره من معلومات وأخبار، بالرغم من وجود عوائق تمنع تحقيق أقصى درجة من التفاعلية، ومنها عدم الاستفادة الكاملة من كافة التقنيات التكنولوجية وعدم استجابة القائمين بالاتصال مع الجمهور مستخدمى المواقع الصحفية(58).

7/ب- آليات تحقيق التفاعلية بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية وبين الجمهور:

جدول رقم (14)

يوضح آليات تحقيق التفاعلية بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية وبين الجمهور  
ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
بدرجة كبيرة	2.41	14	21	30.7	46	55.3	83	البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة أو بالكتاب والصحفيين.
بدرجة متوسطة	2.21	18.7	28	41.3	62	40	60	المشاركة في الإدلاء بالرأي والتعليق على الموضوعات.
بدرجة متوسطة	1.96	35.3	53	33.3	50	31.3	47	جماعات النقاش وغرف الدردشة.
بدرجة متوسطة	2.17	18	27	46.7	70	35.3	53	استطلاعات الرأي.
بدرجة متوسطة	2.17	17.3	26	48.7	73	34	51	الاشتراك في النشرات الإلكترونية.
بدرجة كبيرة	2.47	10	15	33.3	50	56.7	85	ارتباط الموقع الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي.
بدرجة متوسطة	2.01	20.7	31	58	87	21.3	32	تبادل الرسائل الإلكترونية مع الأشخاص الذين يرتبطون بموضوع الحدث.
بدرجة متوسطة	2.07	21.3	32	50	75	28.7	43	الانتقال إلى مواقع مرتبطة تنشر تفاصيل الموضوع المنشور بموقع الصحيفة.

تُشير بيانات الجدول إلى أن مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تعتمد بدرجة كبيرة على عدد من الآليات لتحقيق التفاعلية بينها وبين الجمهور مُستخدِمي تلك المواقع من وجهة نظر القائمين بالاتصال وهي: ارتباط الموقع الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت في مقدمة هذه الآليات بوسط مرجح 2.47، وجاء البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة أو بالكتاب والصحفيين في المرتبة الثانية بوسط مرجح 2.41، بينما يرى أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال أن مواقع المؤسسات الصحفية المصرية تعتمد بدرجة متوسطة على عدد من الآليات لتحقيق التفاعلية بينها وبين الجمهور مستخدمي تلك المواقع وهي: المشاركة في الإدلاء بالرأي والتعليق على الموضوعات التي جاءت في المرتبة الثالثة بوسط مرجح 2.21، يليه استطلاعات الرأي والاشتراك في النشرات الإلكترونية في المرتبة الرابعة بوسط مرجح 2.17 لكل منهما، ثم الانتقال إلى مواقع مرتبطة تنشر تفاصيل الموضوع المنشور بموقع الصحيفة في المرتبة الخامسة بوسط مرجح 2.07، وأخيراً جاء تبادل الرسائل الإلكترونية مع الأشخاص الذين يرتبطون بموضوع الحدث في المرتبة الأخيرة بوسط مرجح 2.01.

تُشير بيانات الدراسة إلى أهمية استفادة مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي لها، خاصة مع التزايد المضطرد في أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مقابل التناقص التدريجي في أعداد جمهور الصحف المطبوعة والإلكترونية، مما يزيد من درجة التفاعلية بين الجمهور والمواقع الصحفية.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه " أميمة محمد عمران" في دراستها إلى حرص القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية محل الدراسة على التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف عبر وسائل متنوعة، لعل أبرزها: كتابة توجيهات للقراء وطرح أسئلة واستثارة المُتلقي للإجابة عنها، ومناقشة القراء عبر الإنترنت، والاهتمام بتوضيح طرق الاتصال على الشبكة وأدواتها، واستخدام في ذلك تقنيات متعددة منها: الحوارات الصوتية، والمنتديات وساحات الحوار المكتوبة، والمجموعات البريدية، والبريد الإلكتروني، والجماعات الإخبارية، كما جسّد التواصل مع الجمهور البعد التفاعلي الذي تتميز به الصحف الإلكترونية عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية، كما انعكس هذا التواصل مع الجمهور بالإيجاب على الأداء المهني للقائم بالاتصال من خلال التعرف الفوري على توجهات القراء نحو المضمون المطروح، وإمكانية التصحيح الفوري للمعلومات الخاطئة، إلى جانب المساهمة في تنويع وتجويد المضامين المُقدّمة<sup>(59)</sup>.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصل إليه "فوزى عبدالرحمن الزعبلوى" في دراسته إلى أهمية ارتباط الموقع الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يؤيد 90% من القائمين بالاتصال في المواقع الصحفية والإخبارية نشر المحتوى الصحفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء الفيس بوك أفضل مواقع التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى الصحفي بنسبة 91.1%، ومن أهم أسباب تفضيل عينة الدراسة لموقع الفيس بوك تزايد أعداد مُستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من مختلف الفئات العمرية، وسرعة انتشارها، وسهولة نشر الأخبار وتداول المعلومات بين جمهور القراء<sup>(60)</sup>.

#### 8- مؤشرات معيار جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

##### جدول رقم (15)

يوضح درجة تحقق مؤشرات جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال

ن=150

الاتجاه	الوسط المرجح	غير متحقق		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المؤشرات
		%	ك	%	ك	%	ك	
درجة متوسطة	2.28	7.3	11	57.3	86	35.3	53	العناصر البنائية التيبوغرافية ( العناوين والنصوص ووسائل الفصل بين الموضوعات).
درجة كبيرة	2.39	6	9	49.3	74	44.7	67	العناصر البنائية الجرافيكية (الصور والرسوم والألوان).
درجة كبيرة	2.41	0	0	58.7	88	41.3	62	توظيف الوسائط المتعددة.
درجة كبيرة	2.44	8	12	40	60	52	78	عناصر تصميم الموقع ( الصفحة الرئيسية، والنص الفائق، واللغات المستخدمة في التصميم، وطرق استخدام الموقع، ودروية التحديث زمنياً أو حسب الموضوعات).

بدرجة متوسطة	2.22	0	0	78	117	22	33	العناصر البنائية التفاعلية التواصلية (استطلاعات الرأي، والمنتديات، وغرف الدردشة، والاستفتاءات، والبريد الإلكتروني، والمشاركة في الإدلاء بالرأي والتعليق على الموضوعات).
بدرجة متوسطة	2.23	8	12	60.7	91	31.3	47	العناصر البنائية التفاعلية المعلوماتية (خريطة الموقع، والأرشيف، والارتباط بمواقع أخرى، والخدمات المساندة للموقع).
بدرجة كبيرة	2.34	11.3	17	43.3	65	45.3	68	التدفق اليسير للمعلومات وسرعة تخزين واسترجاع الأخبار بفاعلية.

يتضح من بيانات الجدول أن أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال يرون تحقق عدد من مؤشرات جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة كبيرة وهي: عناصر تصميم الموقع مثل: تصميم الصفحة الرئيسية، والنص الفائق، واللغات المستخدمة في التصميم، ومدى إتاحة استخدام الموقع، ودورية التحديث سواء زمنياً أو حسب الموضوعات، حيث جاءت في المرتبة الأولى بوسط مرجح 2.44، يليه توظيف الوسائط المتعددة في المرتبة الثانية بوسط مرجح 2.41، والعناصر البنائية الجرافيكية مثل الصور والرسوم والألوان في المرتبة الثالثة بوسط مرجح 2.39، ثم جاء التدفق اليسير للمعلومات وسرعة تخزين واسترجاع الأخبار بفاعلية في المرتبة الرابعة بوسط مرجح 2.34، بينما يرى أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تحقق باقي مؤشرات جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة متوسطة وهي: العناصر البنائية التيبوغرافية مثل: العناوين والنصوص ووسائل الفصل بين الموضوعات حيث جاءت في المرتبة الخامسة بوسط مرجح 2.28، ثم العناصر البنائية التفاعلية المعلوماتية مثل: خريطة الموقع، والأرشيف، والارتباط بمواقع أخرى، والخدمات المساندة للموقع في المرتبة السادسة بوسط مرجح 2.23، وأخيراً جاءت العناصر البنائية التواصلية مثل استطلاعات الرأي، والمنتديات، وغرف الدردشة، والاستفتاءات، والبريد الإلكتروني، والمشاركة في الإدلاء بالرأي والتعليق على الموضوعات في المرتبة الأخيرة بوسط مرجح 2.22.

وأرجعت القيادات الصحفية تصدّر عناصر تصميم الموقع مثل: تصميم الصفحة الرئيسية، والنص الفائق، واللغات المستخدمة في التصميم، ومدى إتاحة استخدام الموقع، ودورية التحديث سواء زمنياً أو حسب الموضوعات، وباقي عناصر التصميم والشكل لاهتمام جمهور المواقع الصحفية بأهم الأخبار وأكثرها متابعة، بالإضافة إلى متابعة الأخبار فور حدوثها لحظة بلحظة، بالإضافة إلى الاهتمام بالعناوين الرئيسية والصور والرسوم والألوان لإبراز أهم الأخبار والموضوعات.

وأشارت "أميمة محمد عمران" إلى اهتمام القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية باستخدام وسائل متعددة في تصميم مواقع صحفهم على الشبكة، ومن أبرزها الرسوم المتحركة والمؤثرات الصوتية وبرامج التلوين وصور الفيديو والجريك، وذلك من أجل خلق نوع من الإبهار والتميز للصحيفة وواجهتها، وإبراز المضامين الداخلية، وإضفاء مزيد

من الوضوح عليها<sup>(61)</sup>، كما أشارت دراسة "وليد النجار" إلى أهمية توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الصحفية الإلكترونية في إمداد مستخدمي المواقع الصحفية عينة الدراسة بالمعلومات والبيانات، وقدرتها الفائقة في نقل الحقائق والوقائع بحيادية وجذب انتباه الجمهور بالإضافة إلى سهولة التركيز على التفاصيل الدقيقة<sup>(62)</sup>.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "إيناس محمود حامد" في دراستها إلى أن هناك العديد من التطورات التقنية التي يمكن بها إثراء الصحف الإلكترونية وساعدت على الدمج بين كافة الفئات بهدف الحصول على المعلومات بمختلف الرموز الاتصالية بشكل أيسر لكافة مستخدمي الصحف الإلكترونية، واستخدام اللغات الترميزية المعروفة والأكثر انتشاراً والإبحار في أيسر وسهولة داخل الصحيفة مع التفاعلية بين الصحيفة والمستخدم، وكلما زاد استخدام تلك المعايير زاد ثراء تلك الصحف<sup>(63)</sup>.

#### 9- عناصر القوة التي تتميز بها مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

#### جدول رقم (16)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمون بالاتصال نحو عناصر القوة التي تتميز بها مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

مستوى المعنوية د ح 12	كا2	إجمالي		المصري اليوم		الوفد		الأهرام		الموقع عناصر القوة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.001	49.778	32.7	49	44	22	26	123	28	14	الدقة والتأكد من صحة الأخبار والمعلومات قبل النشر.
		7.3	11	12	6	10	5	0	0	التأكد من صحة وسلامة اللغة الصحفية المستخدمة.
		29.3	44	18	9	28	14	42	21	التوازن في عرض مختلف الآراء وجهات النظر.
		7.3	11	10	5	12	6	0	0	التوظيف الجيد للوسائط المتعددة.
		4.7	7	12	6	2	1	0	0	التدفق اليسير للمعلومات.
		14	21	0	0	12	6	30	15	وجود الكوادر البشرية المدربة.
		4.7	7	4	2	10	5	0	0	الالتزام بالسياسة التحريرية للصحيفة.
		100	150	100	50	100	50	100	50	الجملة

معامل التوافق = 0.499 ( سؤال مفتوح )

تُشير بيانات الجدول إلى أن الدقة والتأكد من صحة الأخبار والمعلومات قبل النشر جاءت في مقدمة عناصر القوة التي تتميز بها مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال بنسبة 32.7%، يليها التوازن في

عرض مختلف الآراء وجهات النظر في المرتبة الثانية بنسبة 29.3%، ثم وجود الكوادر البشرية المُدرّبة في المرتبة الثالثة بنسبة 14%، وجاءت في المرتبة الرابعة التأكد من صحة وسلامة اللغة الصحفية المُستخدمة، والتوظيف الجيد للوسائط المتعددة بنسبة 7.3% لكل منهما، وأخيراً جاء التدفق اليسير للمعلومات والالتزام بالسياسة التحريرية للصحيفة في المرتبة الأخيرة بنسبة 4.7% لكل منهما.

كذلك تُشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال نحو عناصر القوة التي تتميز بها مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، التي يجب على مواقع المؤسسات الصحفية المصرية الحفاظ عليها وتنميتها من أجل تحقيق مستوى أعلى من الجودة الصحفية، حيث كانت قيمة  $\chi^2$  49.778 وهي دالة عند مستوى 0.001، حيث أكدت القيادات الصحفية في بوابة الأهرام الإلكترونية على أن مؤسسة الأهرام تتمتع بعلاقات قوية بينها وبين المصادر الرسمية في الدولة بالإضافة إلى تحرّي صحة المعلومات ودقة البيانات الواردة في الأخبار، وأشارت القيادات الصحفية في بوابة الوفد إلى أن الكوادر البشرية المُدرّبة من أهم عناصر القوة والتميز في البوابة، وأخيراً أكدت القيادات الصحفية في موقع المصري اليوم على أن المصداقية والحياد والدقة والموضوعية هي أهم عناصر القوة والتميز في الموقع وإن كان ذلك مقابل التضحية بالسرعة ونقل الأخبار والأحداث لحظة وقوعها.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "فاطمة الزهراء عبدالفتاح" في دراستها، حيث أكدت على أن منصات تقديم المحتوى في الصحف المصرية تواجه عدداً من التحديات منها، ضعف الإمكانيات والتسهيلات المادية المُتاحة، وسوء خدمة الإنترنت في مصر من حيث السرعة والتغطية، وعدم وجود مصادر للتمويل الذاتي مقارنة بالصحف الورقية، وعدم الاهتمام بتدريب وتطوير مهارات الكوادر البشرية، وأخيراً عدم اكتمال الهيكل التنظيمي والإداري بالمواقع الصحفية، وعدم وضوح المُسميات والتوصيفات الوظيفية واستحداث وحدات للتسويق وتنمية الأعمال<sup>(64)</sup>، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "أميمة محمد عمران" في دراستها إلى وجود عدد من العوامل التي تُعرقل ممارسة العمل في المواقع الصحفية المصرية ومنها: نقص الكوادر الإعلامية المُدرّبة على التعامل مع التقنيات الحديثة، وضعف الإمكانيات المادية المُخصصة للصحف الإلكترونية، وضعف الإمكانيات الفنية المُتاحة، وارتباط قراءة المواقع الصحفية الإلكترونية بالقارئ الذي يُجيد استخدام التكنولوجيا، بالإضافة إلى وجود رقابة على بعض المواقع والمعلومات، وهي عوامل تُعرقل العمل الصحفي<sup>(65)</sup>، كما توصلت "مروة شبل" إلى أن أكثر ما يواجه المواقع الإخبارية هو المنافسة الشرسة التي يتعرضون لها سواء من المواقع الإخبارية الأخرى أو من شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت على نطاق واسع في مختلف الدول والمجتمعات<sup>(66)</sup>.

10- نقاط الضعف التي تعاني منها مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

جدول رقم (17)

يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو نقاط الضعف التي تعاني منها مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

مستوى المعنوية د ح 16	كا2	إجمالي		المصري اليوم		الوفد		الأهرام		نقاط الضعف
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.001	112.029	16.7	25	38	19	12	6	0	0	قلة أعداد مراسلي ومحرري المواقع الصحفية.
		12	18	12	6	12	6	12	6	افتقاد الجاذبية في عناصر التصميم والشكل.
		10.7	16	12	6	20	10	0	0	ضعف نظام الأجور والرواتب.
		4	6	12	6	0	0	0	0	سوء خدمات الإنترنت سواء من حيث السرعة أو حجم التغطية.
		2	3	12	3	0	0	0	0	عدم وجود هيكل تنظيمي وإداري يتناسب مع طبيعة عمل المواقع الصحفية.
		18	27	0	0	14	7	40	20	ضعف الإمكانيات والتسهيلات المادية المتاحة.
		16.7	25	0	0	30	15	20	10	عدم وجود مصادر للتمويل الذاتي بالمواقع الصحفية.
		4	6	0	0	12	6	0	0	عدم وجود تدريب مستمر لمحرري المواقع الصحفية.
		16	24	20	10	0	0	28	14	لا يوجد
		100	150	100	50	100	50	100	50	الجملة

معامل التوافق = 0.654 (سؤال مفتوح)

يتضح من بيانات الجدول أن ضعف الإمكانيات والتسهيلات المادية المتاحة تأتي في مقدمة نقاط الضعف في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال بنسبة 18%، يليها في المرتبة الثانية قلة أعداد مراسلي ومحرري المواقع الصحفية وعدم وجود مصادر للتمويل الذاتي بمواقع المؤسسات الصحفية بنسبة 16.7% لكل منهما، بينما يرى نسبة 16% من أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال أنه لا توجد نقاط ضعف بمواقع المؤسسات الصحفية المصرية، في حين جاء افتقاد الجاذبية في عناصر التصميم والشكل في المرتبة الرابعة بنسبة 12%، يليها ضعف نظام الأجور والرواتب بنسبة 10.7%، ثم سوء خدمة الإنترنت سواء من حيث السرعة أو حجم التغطية، وعدم وجود تدريب مستمر لمحرري المواقع الصحفية بنسبة 4%

لكل منهما، وأخيراً جاء عدم وجود هيكل تنظيمي وإداري يتناسب مع طبيعة عمل الموقع بنسبة 2%. تؤكد بيانات الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في مواقع المؤسسات الصحفية من حيث نقاط ضعف مواقع المؤسسات الصحفية المصرية والتي يمكن أن تؤثر على جودة العمل الصحفي بها، حيث كانت قيمة  $K^2$  112.029 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، إلا أن القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية أجمعت على تهديد مواقع التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومنها المواقع الصحفية في نشر المعلومات والأخبار من ناحية، والاستحواد على الإعلانات من ناحية أخرى، بالإضافة إلى افتقاد مواقع المؤسسات الصحفية إلى الجاذبية في التصميم والشكل، وأخيراً عدم وجود تأهيل مهني وتقني للكوادر البشرية في المؤسسات الصحفية للعمل في مواقعها الصحفية.

#### 11- مقترحات تفعيل منظومة الجودة الشاملة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

##### جدول رقم (18)

يوضح قيمة  $K^2$  لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مقترحات تفعيل منظومة الجودة الشاملة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

مستوى المعنوية د ح 12	2ك	إجمالي		المصري اليوم		الوفد		الأهرام		الموقع المقترحات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.001	55.261	12	18	26	13	8	4	2	1	زيادة اعداد المحررين والمراسلين بالمواقع الصحفية.
		15.3	23	20	10	24	12	2	1	توظيف عناصر الجذب في التصميم وأساليب الإخراج.
		30	45	30	15	30	15	30	15	تنظيم دورات تدريبية بصفة دورية ومنتظمة للعاملين في المواقع الصحفية.
		12.7	19	12	6	4	2	22	11	تحسين المستوى المادى والاجتماعى للعاملين في المواقع الصحفية.
		6	9	12	6	6	3	0	0	تحسين خدمات الإنترنت.
		14.7	22	0	0	16	8	28	14	دمج غرف الأخبار في الصحف المطبوعة ومواقعها الإلكترونية.
		9.3	14	0	0	12	6	16	8	إصدار ميثاق شرف إعلامى أو مدونة سلوك تنظم العمل الصحفى في المواقع الصحفية.
		100	150	100	50	100	50	100	50	الجملة

( سؤال مفتوح )

معامل التوافق = 0.519

تم توجيه سؤال مفتوح إلى أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في مواقع المؤسسات الصحفية حول مقترحاتهم لتفعيل منظومة الجودة الشاملة في مواقع المؤسسات الصحفية، وجاءت مقترحاتهم كالتالي: جاء مقترح تنظيم دورات تدريبية بصفة دورية ومنتظمة للعاملين في المواقع الصحفية في مقدمة المقترحات بنسبة 30%، يليه توظيف عناصر الجذب في التصميم وأساليب الإخراج في المرتبة الثانية بنسبة 15.3%، ثم جاء دمج غرف الأخبار في الصحف المطبوعة ومواقعها الإلكترونية في المرتبة الثالثة بنسبة 14.7%، وتحسين المستوى المادى والاجتماعى للعاملين في المواقع الصحفية في المرتبة الرابعة بنسبة 12.7%، وزيادة أعداد المحررين والمراسلين بالمواقع الصحفية في المرتبة الخامسة بنسبة 12%، وإصدار ميثاق شرف إعلامى أو مدونة سلوك تنظم العمل الصحفي في المواقع الصحفية بنسبة 9.3%.

تُشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال من حيث مقترحاتهم لتفعيل منظومة الجودة الشاملة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة كا 55.261 2ا وهى دالة عند مستوى دلالة 0.001.

ثانياً: نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مؤشرات القيادة الناجحة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث: مهام القيادة، ومعايير اختيار القيادات الصحفية، وأساليب القيادة الصحفية الناجحة":  
أ- مهام القيادة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

#### جدول رقم (19)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مهام القيادة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الموقع الصحفى	ن	متوسط	انحراف معياري
مهام القيادة فى مواقع المؤسسات الصحفية	50	11.4	2.564
الأهرام	50	11.1	2.125
الوفد	50	10.4	1.896
المصري اليوم	150	10.9	2.237
جملة			

#### جدول رقم (20)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مهام القيادة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	الدلالة
مهام القيادة فى مواقع المؤسسات الصحفية	بين مجموعات	26.333	2	13.167	2.690	0.071 غير دالة
	داخل	719.640	147	4.896		
	مجموع	745.973	149			

تُشير بيانات الجدولين (19) و (20) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال عينة الدراسة نحو مهام القيادة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

ب- معايير اختيار القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:  
جدول رقم (21)

يوضح قيمة كا<sup>2</sup> لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو معايير اختيار القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

معامل التوافق	الدلالة د ح 1	كا <sup>2</sup>	المصري اليوم ن=50		الوفد ن=50		الأهرام ن=50		الصحفية معايير الاختيار
			%	ك	%	ك	%	ك	
0.382	0.001	25.563	32	16	82	41	58	29	الكفاءة والأداء المهني المتميز.
-	0.362	2.034	58	29	66	33	52	26	سنوات الخبرة.
-	0.917	0.174	38	19	34	17	36	18	القدرات الإدارية والقيادية.
-	0.109	4.429	26	13	12	6	28	14	المساهمات في مجالات الجودة والتطوير.
0.286	0.001	13.363	50	25	60	30	84	42	العلاقات الشخصية مع أصحاب السلطة ومتخذى القرارات الإدارية العليا
0.227	0.05	8.167	50	25	24	12	46	23	التعاون والعلاقات الجيدة مع الزملاء والرؤساء والمرؤسين
0.304	0.001	15.307	0	0	12	6	26	13	الوساطة والمحسوبية

يتضح من بيانات الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو بعض معايير اختيار القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث سنوات الخبرة، والقدرات الإدارية والقيادية، والمساهمات في مجالات الجودة والتطوير، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين نحو عدد من معايير اختيار القيادات الصحفية في مواقع الدراسة وهي الكفاءة والأداء المهني المتميز لصالح القائمين بالاتصال في بوابة الوفد بنسبة 82%، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> 25.563 وهي دالة عند مستوى 0.001، يليه معيار الوساطة والمحسوبية لصالح القائمين بالاتصال في بوابة الأهرام بنسبة 26%، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> 15.307 وهي دالة عند مستوى 0.001، ثم معيار العلاقات الشخصية مع أصحاب السلطة ومتخذى القرارات الإدارية العليا لصالح القائمين بالاتصال في بوابة الأهرام بنسبة 84%، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> 13.363 وهي دالة عند مستوى 0.001، وأخيراً جاء معيار التعاون والعلاقات الجيدة مع الزملاء والرؤساء والمرؤسين لصالح القائمين بالاتصال في موقع المصري اليوم بنسبة 50%، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> 15.307 وهي دالة عند مستوى 0.05.

ج- أساليب القيادة الصحفية الناجحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية:  
جدول رقم (22)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق أساليب القيادة الصحفية الناجحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.01	4.806	50.180	2	100.360	بين مجموعات	مدى تحقق أساليب القيادة الصحفية الناجحة في الموقع الصحفي
		10.441		1534.900	داخل	
				1635.260	مجموع	

### جدول رقم (23)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق أساليب القيادة الصحفية الناجحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
مدى تحقق أساليب القيادة الصحفية الناجحة في الموقع الصحفي	الأهرام	50	15.3	4.007	0.6200	*1.9600
	الوفد	50	14.7	2.727		*1.3400
	المصري اليوم	50	13.6	2.798		
جملة	150	14.5	3.313			

تُشير بيانات الجدولين (22) و (23) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق أساليب القيادة الصحفية الناجحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة (ف) 4.806 وهي دالة عند مستوى 0.01 وبالمقارنة بين اتجاهات القائمين بالاتصال في مواقع الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 لصالح القائمين بالاتصال في بوابة الأهرام الإلكترونية، مما يدل على اتباع القيادات الصحفية في بوابة الأهرام عدداً من أساليب الإدارة الناجحة مثل تبنى أسلوب العمل الجماعي، واتباع سياسة الباب المفتوح، ودعم أقسام وإدارات الموقع وتطبيق أسلوب المشاركة في اتخاذ القرارات.

### مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الأول جزئياً.

الفرض الثاني: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التي يتم تطبيقها في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية".

### جدول رقم (24)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التي يتم تطبيقها في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.05	4.045	24.407	2	48.813	بين مجموعات	درجة تحقق مؤشرات معيار التخطيط الاستراتيجي وتحديد السياسات في الموقع الصحفي
		6.034	147	887.060	داخل	
			149	935.873	مجموع	

### جدول رقم (25)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التي يتم تطبيقها في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
درجة تحقق مؤشرات معيار	الأهرام	50	10.6	2.936	*1.2200	*1.2000

0.0200-		2.300	9.3	50	الوفد
		2.048	9.4	50	المصري اليوم
		2.506	9.8	150	جملة

تُشير بيانات الجدولين (24) و (25) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التى يتم تطبيقها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

وأظهرت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال يرون أن بوابة الأهرام الإلكترونية أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث تطبيق مؤشرات التخطيط الاستراتيجي، وتحديد السياسات، مثل تشخيص عناصر التميز لتنميتها، ونقاط الضعف لمعالجتها، وتحديث السياسة الاستراتيجية للموقع، بالإضافة إلى مشاركة فريق العمل فى وضع الخطة الاستراتيجية للموقع، وجاء موقع المصرى اليوم فى المرتبة الثانية، بينما جاءت بوابة الوفد فى المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التى يتم تطبيقها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية.

#### مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثانى.

الفرض الثالث: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية يساعد على أداء مهامها بنجاح".

#### جدول رقم (26)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية يساعد على أداء مهامها بنجاح

الدالة	ف	متوسط	د. ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	8.742	54.260	2	108.520	بين مجموعات	درجة تحقق مؤشرات معيار الهيكل التنظيمي والإداري فى الموقع الصحفى
		6.207	147	912.420	داخل	
			149	1020.940	مجموع	

#### جدول رقم (27)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية يساعد على أداء مهامها بنجاح

الموقع الصحفى	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
الأهرام	50	13.8	2.871		0.7600	1.3000*
الوفد	50	13.0	2.294			2.0600*
المصري اليوم	50	15.1	2.261			
جملة	150	13.9	2.618			

تؤكد بيانات الجدولين (26) و (27) على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات

القائمين بالاتصال نحو مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية يساعد على أداء مهامها بنجاح، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد ومعلن للجميع ووجود أقسام وإدارات مختلفة تقدم الدعم للموقع الصحفي، ووجود تعاون متبادل أفقى ورأسى بين مستوياته ووحداته، بالإضافة إلى أن الهيكل التنظيمي والإداري ملائم لحجم ونوع العمل في الموقع الصحفي، وجاءت بوابة الأهرام في المرتبة الثانية، بينما جاءت بوابة الوفد في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد يساعد على أداء مهامها بنجاح.

#### مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية".

#### جدول رقم (28)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.05	3.501	29.167	2	58.333	بين مجموعات	مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية
		8.331	147	1224.660	داخل	
			149	1282.993	مجموع	

#### جدول رقم (29)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية	الأهرام	50	13.2	2.780	1.0000	*1.5000
	الوفد	50	12.2	2.817		0.50000
	المصري اليوم	50	11.7	3.055		
	جملة	150	12.3	2.934		

تُشير بيانات الجدولين (28) و (29) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن بوابة الأهرام الإلكترونية أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث توافر الموارد المالية والمادية مثل إتاحة خدمات الإنترنت بكفاءة لجميع العاملين في الموقع، ووجود مبنى ملائم من حيث التصميم والمساحة والتهوية والإضاءة، وتوفير نظم ووسائل الأمن والسلامة وقت حالات الطوارئ، وكفاية المرافق العامة والخاصة بالموقع وصلاحياتها للاستخدام، وجاءت بوابة الوفد في المرتبة الثانية، بينما جاء موقع المصري اليوم في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المتاحة.

#### مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الرابع.

الفرض الخامس: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث: تخطيط وإدارة الموارد البشرية، وتحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية، وإتاحة الفرصة للموارد البشرية للمشاركة في اتخاذ القرارات، والاتصال والحوار بين المواقع الصحفية ومواردها البشرية، والاهتمام بجهود وانجازات الموارد البشرية ومكافأتها وتقديرها":

أ- تخطيط وإدارة الموارد البشرية:

#### جدول رقم (30)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات المبحوثين نحو مدى وجود تخطيط وإدارة الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

انحراف معياري	متوسط	ن	الموقع الصحفي	تخطيط وإدارة الموارد البشرية
1.275	6.9	50	الأهرام	
2.556	7.3	50	الوفد	
1.312	7.6	50	المصري اليوم	
1.822	7.3	150	جملة	

#### جدول رقم (31)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود تخطيط وإدارة الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.213	1.563	5.147	2	10.293	بين مجموعات	تخطيط وإدارة الموارد البشرية
		3.293	147	484.080	داخل	
			149	494.373	مجموع	

يتضح من بيانات الجدولين (30) و (31) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال نحو مدى وجود تخطيط وإدارة الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

ب- تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية.

### جدول رقم (32)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.01	6.230	34.260	2	68.520	بين مجموعات	تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية
		5.499	147	808.420	داخل	
			149	876.940	مجموع	

### جدول رقم (33)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية	50	9.3	1.961		*1.2600	0.3000-
	50	8.0	2.799			*1.5600-
	50	9.6	2.195			
	150	8.9	2.426			

تُشير بيانات الجدولين (32) و (33) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.01.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية مثل وضع خطط تدريبية للمحررين والفنيين بالموقع والعمل على تنفيذها، والاهتمام بقياس مدى فاعلية التدريب على الأداء المهني، وتحديد الاحتياجات التدريبية للموارد البشرية، وجاءت بوابة الأهرام الإلكترونية في المرتبة الثانية، بينما جاءت بوابة الوفد في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى وجود تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية.

ج- مشاركة الموارد البشرية بمواقع المؤسسات الصحفية المصرية في اتخاذ القرارات.

جدول رقم (34)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مشاركة الموارد البشرية بمواقع المؤسسات الصحفية المصرية في اتخاذ القرارات

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.001	13.571	33.140	2	66.280	بين مجموعات	مشاركة الموارد البشرية في اتخاذ القرارات
		2.442	147	358.980	داخل	
			149	425.260	مجموع	

جدول رقم (35)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مشاركة الموارد البشرية بمواقع المؤسسات الصحفية المصرية في اتخاذ القرارات

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
مشاركة الموارد البشرية في اتخاذ القرارات	50	5.9	1.490		1.4200*	0.0200
	50	4.5	1.568			-1.4000*
	50	5.9	1.627			
	150	5.5	1.689			

يتضح من بيانات الجدولين (34) و (35) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مشاركة الموارد البشرية بمواقع المؤسسات الصحفية المصرية في اتخاذ القرارات، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

وأظهرت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال يرون أن بوابة الأهرام الإلكترونية أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث إتاحة الفرصة للموارد البشرية بها في المشاركة في اتخاذ القرارات مثل تشجيع ودعم الموارد البشرية للمشاركة في أنشطة تطوير وتحسين الأداء والخدمات في الموقع، والمشاركة في النشاطات الرسمية وغير الرسمية، وتفويض الصلاحيات الكافية للموارد البشرية لتمكينها من إنجاز المهام المكلفة بها، وجاء موقع المصري اليوم في المرتبة الثانية، بينما جاءت بوابة الوفد في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى مشاركة الموارد البشرية في اتخاذ القرارات.

د- الاتصال والحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية:

جدول رقم (36)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود اتصال وحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري
الاتصال والحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية	50	7.5	1.147
	50	7.6	1.605
	50	7.7	2.033
	150	7.6	1.626

### جدول رقم (37)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود اتصال وحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.828 غير دالة	0.189	0.507	2	1.013	بين مجموعات	الاتصال والحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية
		2.675	147	393.180	داخل	
			149	394.193	مجموع	

تؤكد نتائج الجدولين (36) و (37) على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال نحو مدى وجود اتصال وحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05.

هـ- الاهتمام بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها:

### جدول رقم (38)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى اهتمام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.01	5.013	12.827	2	25.653	بين مجموعات	الاهتمام بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها
		2.559	147	376.140	داخل	
			149	401.793	مجموع	

جدول (39) يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى اهتمام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
الاهتمام بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها	50	6.8	1.746		*0.6400	0.3600
	50	6.2	1.320			-1.0000*
	50	7.2	1.699			
	150	6.7	1.642			

يتضح من بيانات الجدولين (38) و (39) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى اهتمام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.01.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث الاهتمام بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافآتها وتقديرها، مثل تشجيع ومكافأة المتميزين على جميع المستويات الوظيفية، وزيادة الوعي والمشاركة في الأنشطة المتعلقة بالسلامة والصحة المهنية،

بالإضافة إلى تشجيع ثقافة بيئة عمل تضمن الولاء للمؤسسة الصحفية وتدعم الشعور بالانتماء إليها، وجاءت بوابة الأهرام في المرتبة الثانية، بينما كانت بوابة الوفد أقل المواقع الصحفية اهتماماً بجهود وإنجازات مواردها البشرية ومكافأته وتقديرها.

#### مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الخامس جزئياً.

الفرض السادس: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي".

#### جدول رقم (40)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.001	24.480	160.020	2	320.040	بين مجموعات	مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية
		6.537	147	960.900	داخل	
			149	1280.940	مجموع	

#### جدول رقم (41)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية	الأهرام	14.3	2.575		*2.2200	*1.3200-
	الوفد	12.1	2.901			*3.5400-
	المصري اليوم	15.6	2.136			
	جملة	14.0	2.932			

تشير بيانات الجدولين (40) و (41) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001. وأشارت بيانات الجدولين إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أكثر مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة التزاماً بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنظم العمل الصحفي، مثل الالتزام بالتشريعات الإعلامية وموثيق الشرف التي تنظم العمل الصحفي، واحترام حقوق الجمهور في الحصول على المعلومات والتحليلات الصادقة والمتعمقة، والالتزام بالصدق والدقة والحياد عند نشر المعلومات والأخبار الداخلية والخارجية، وجاءت بوابة الأهرام في المرتبة الثانية بينما كانت بوابة الوفد أقل المواقع الصحفية عينة الدراسة التزاماً بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنظم العمل الصحفي من وجهة نظر القائمين بالاتصال عينة البحث.

**مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض السادس.**

الفرض السابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الجمهور مُستخدمى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث: إدارة العلاقة مع الجمهور، وآليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور وبين الموقع الصحفي".

أ- إدارة العلاقة مع الجمهور:

**جدول رقم (42)**

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مؤشرات إدارة مواقع المؤسسات الصحفية المصرية لعلاقتها مع الجمهور

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.001	7.386	22.380	2	44.760	بين مجموعات	مؤشرات إدارة العلاقة مع الجمهور
		3.030	147	445.400	داخل	
			149	490.160	مجموع	

**جدول رقم (43)**

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مؤشرات إدارة مواقع المؤسسات الصحفية المصرية لعلاقتها مع الجمهور

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
مؤشرات إدارة العلاقة مع الجمهور	50	8.4	1.702		1.0200-	1.2600-*
	50	9.4	1.842			0.2400-
	50	9.7	1.673			
	150	9.2	1.814			

يتضح من بيانات الجدولين (42) و (43) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مؤشرات إدارة مواقع المؤسسات الصحفية المصرية لعلاقتها مع الجمهور، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

وأظهرت النتائج أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أكثر مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة نجاحاً في إدارة العلاقة مع الجمهور، من خلال إمداد الجمهور بالأخبار والمعلومات الصادقة وضمان جودة الخدمات الصحفية التي تُقدَّم له، وتحقيق التفاعلية مع الجمهور، بالإضافة إلى مُراعاة رغبات واحتياجات الجمهور مُستخدمى الموقع، وجاءت بوابة الوفد في المرتبة الثانية بينما كانت بوابة الأهرام أقل كفاءة في إدارة علاقتها مع الجمهور مُستخدمى البوابة الإلكترونية.

ب- آليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور ومواقع المؤسسات الصحفية المصرية:

جدول رقم (44)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين اتجاهات القانمين بالاتصال نحو آليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور ومواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	10.635	147.607	2	295.213	بين مجموعات	آليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور والموقع الصحفي
		13.879	147	2040.180	داخل	
			149	2335.393	مجموع	

جدول رقم (45)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القانمين بالاتصال نحو آليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور ومواقع المؤسسات الصحفية المصرية

المصري اليوم	الوفد	الأهرام	انحراف معياري	متوسط	ن	الموقع الصحفي
3.4200*	1.4200-		4.620	15.9	50	الاهرام
2.0000*			3.529	17.3	50	الوفد
			2.799	19.3	50	المصري اليوم
			3.959	17.5	150	جملة

تؤكد بيانات الجدولين (44) و (45) على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القانمين بالاتصال نحو آليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور ومواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

كما يتضح من بيانات الجدولين أن القانمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة في تحقيق التفاعلية بين الموقع وبين الجمهور، من خلال ارتباط الموقع الصحفي بمواقع التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة أو بالكتاب والصحفيين، والمشاركة في الإدلاء بالرأي والتعليق على الموضوعات، وجاءت بوابة الوفد في المرتبة الثانية بينما كانت بوابة الأهرام أقل المواقع الصحفية من حيث توظيف آليات تحقيق التفاعلية بينها وبين الجمهور مستخدمى البوابة.

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض السابع:

الفرض الثامن: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القانمين بالاتصال نحو مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية".

جدول رقم (46)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في اتجاهات القانمين بالاتصال نحو مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	7.801	56.527	2	113.053	بين مجموعات	مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية
		7.246	147	1065.220	داخل	
			149	1178.273	مجموع	

### جدول رقم (47)

يوضح Isd للمقارنات الثنائية المتوسطات والانحرافات المعيارية لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية

الموقع الصحفي	ن	متوسط	انحراف معياري	الأهرام	الوفد	المصري اليوم
مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية	50	16.7	2.327		1.5400*	0.5000-
	50	15.1	3.088			*2.0400-
	50	17.2	2.606			
	150	16.3	2.812			

تُشير بيانات الجدولين (46) و (47) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

كما أشارت البيانات إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث جودة التصميم والشكل، وذلك من خلال تحقق الجاذبية في عناصر تصميم الصفحة الرئيسية والنصوص الفاتحة ودورية التحديث، ونجاحها في توظيف الوسائط المتعددة بصورة جيدة، والاستعانة بالصور والرسوم والألوان، والتدفق اليسير للمعلومات وسرعة تخزين واسترجاع الأخبار بفاعلية، بالإضافة إلى درجة التفاعلية والتواصل بين الموقع وبين الجمهور، وجاءت بوابة الأهرام الإلكترونية في الترتيب الثاني، بينما جاءت بوابة الوفد أقل المواقع الصحفية عينة الدراسة من حيث جودة التصميم والشكل.

**مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثامن.**

### خلاصة البحث:

#### أولاً: أهم نتائج الدراسة:

1- تقوم القيادات الصحفية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بإعداد وصياغة رؤية ورسالة الموقع الصحفي وأهدافه، في ضوء سياسته التحريرية الواضحة والمُعلنة لجميع العاملين، والإشراف على تنفيذها ومتابعة خطة وسير العمل من خلال عقد الاجتماعات الدورية مع محرري الموقع، في حين أغفلت القيادات الصحفية مهاماً أخرى لا تقل أهمية مثل دعم وتشجيع الأنشطة المتعلقة بالتنوير والتعلم المستمر، وتحفيز العاملين وتشجيع العمل الجماعي وروح الفريق الواحد، وضمان تطوير وتحسين المهارات القيادية، مما ينعكس أثره سلباً على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الصحفية.

2- التأكيد على أهمية تبنى القيادات الصحفية أسلوب العمل الجماعي واتباع سياسة الباب المفتوح لكافة الأطراف المعنية بالمؤسسة واتخاذ القرارات التي تكفل تطوير العمل وفاعلية الأداء داخل الموقع الصحفي، مع مطالبة القائمين بالاتصال في مواقع المؤسسات الصحفية ضمان العدالة وعدم التمييز بين العاملين في الموقع الصحفي من حيث توزيع أعباء العمل

والحوافز والمكافآت والترقيات وتشجيع المبادأة والابتكار.

3- يرى القائمون بالاتصال تحقق مؤشرات التخطيط الاستراتيجى وتحديد السياسات فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة متوسطة، ويأتى فى مقدمتها الموضوعية والبعد عن التحيز فى توصيف وتشخيص مجالات القوة وزوايا التميز لتنميتها، ونقاط الضعف لوضع خطة لمعالجتها وتحسينها، وإعداد ومراجعة وتحديث السياسة الاستراتيجية بما يتوافق مع رؤية ورسالة الموقع الصحفى، ومشاركة فريق العمل فى وضع الخطة الاستراتيجية للموقع وتحديد آليات تنفيذها فى ضوء الأهداف الاستراتيجية للموقع، فى حين لا تهتم مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة كبيرة بتحديد آليات فاعلة ومناسبة لقياس مستوى أداء العمل فى الموقع الصحفى من خلال نتائج الدراسات والبحوث فى هذا المجال.

4- يوجد بمواقع المؤسسات الصحفية المصرية هيكل تنظيمى وإدارى يتضمن الإدارات الأساسية اللازمة لتقديم خدمات الدعم للموقع الصحفى، وبما يضمن التعاون المتبادل الأفقى والرأسى بين مستوياته ووحداته، إلا أنه لا توجد إدارة للأزمات والكوارث داخل المواقع الصحفية رغم تعاظم الدور الحيوى لهذه الإدارة فى مواجهة الأزمات الداخلية والخارجية والأحداث الطارئة.

5- عدم كفاية الموارد المالية والتسهيلات المتاحة للمواقع الصحفية بما يعوق تحقيق رسالتها وأهدافها الاستراتيجية، حيث مازالت تعتمد على ميزانية مؤسساتها الصحفية فى تغطية مصروفاتها وتمويل أنشطتها المختلفة، فى ظل تراجع موارد المواقع الصحفية من الإعلانات لصالح المواقع الإخبارية ومحركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعى.

6- يرى القائمون بالاتصال فى المواقع الصحفية عينة الدراسة تحقق مؤشرات تخطيط وإدارة الموارد البشرية فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة متوسطة، وخاصة أن هذه المواقع تتبنى مناهج وأساليب لتحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية من الموارد البشرية اللازمة لتنفيذ السياسة التحريرية والأهداف الاستراتيجية تحقيقاً للأهداف العامة، وتطبيق منهجيات تتسم بالإبداع لتحسين أساليب العمل الخاصة بالموارد البشرية، إلا أن هناك حاجة إلى تحديد آليات الاستفادة من الموارد البشرية المتاحة بالمواقع الصحفية.

7- عدم قيام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بتخطيط وتنفيذ البرامج التدريبية فى مجالات العمل الصحفى المختلفة التى يجب أن تُعطى المهارات الفنية المتخصصة والإدارية والسلوكية بصورة دورية ومُنظمة، وهو ما يتطلب وضع الخطط التدريبية وتنفيذها فى ضوء الاحتياجات التدريبية للموارد البشرية فى مجالات العمل الصحفى من خلال الاستعانة بخبرات وكفاءات المؤسسة الصحفية أو ببعض الجهات الأخرى المتخصصة.

8- تقوم مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بتشجيع ودعم الموارد البشرية للمشاركة فى أنشطة تطوير وتحسين الأداء والخدمات بها، وتطبيق استراتيجيات وسياسات تسمح بالاتصال والحوار الإيجابى وإبداء الرأى والتعرف على أفضل الممارسات والإنجازات للأفراد وفرق العمل فى المواقع الصحفية بدرجة متوسطة، إلا أن القائمين بالاتصال

يطالبون بزيادة اهتمام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافأتها وتقديرها، بالإضافة إلى الاهتمام بالأنشطة الاجتماعية والثقافية والإنسانية والرياضية وتشجيع الموارد البشرية على المشاركة فيها.

9- يرى القائمون بالاتصال تبنى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عدداً من المعايير المهنية والأخلاقية التي تنظم العمل الصحفي بدرجة كبيرة، يأتي في مقدمتها الالتزام بالتشريعات الإعلامية ومواثيق الشرف الصحفي، واحترام حق الجمهور في الحصول على المعلومات والتحليلات الصادقة والمتعمقة وضمان جودة الخدمات الصحفية التي تُقدّم له، والالتزام بالصدق والدقة والحياد عند نشر المعلومات والأخبار الداخلية والخارجية، مع مطالبتهم بضرورة توفير دليل للممارسات الأخلاقية للمهنة على أن يكون هذا الدليل مُتاحاً لجميع الأطراف الداخلية والخارجية.

10- نجحت مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة كبيرة في إدارة العلاقة بينها وبين الجمهور من خلال ضمان جودة الخدمات الصحفية التي تُقدّم له، وتلبية رغبات واحتياجات جمهور القراء وتحقيق التفاعلية بينه وبين المواقع الصحفية بأكثر من آلية مثل مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة أو بالصحفيين، والمشاركة في الإدلاء بالرأى والتعليق على الموضوعات، واستطلاعات الرأى ومجموعات النقاش، والاشتراك في النشرات الإلكترونية.

11- تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بدرجة كبيرة وذلك من خلال توافر عناصر الجاذبية في تصميم الصفحة الرئيسية والنصوص الفاتحة ودورية التحديث، ونجاحها في توظيف الوسائط المتعددة بصورة جيدة، والاستعانة بالصور والرسوم والألوان، والتدفق اليسير للمعلومات وسرعة تخزين واسترجاع الأخبار بفاعلية، إلا أن القائمين بالاتصال عينة الدراسة يرون أن مواقع المؤسسات الصحفية المصرية في حاجة إلى زيادة الاهتمام بتحقيق التفاعلية بينها وبين الجمهور، والعناصر البنائية التفاعلية المعلوماتية مثل: خريطة الموقع والأرشيف والارتباط بمواقع أخرى والخدمات المساندة للموقع، وأخيراً الاهتمام بالعناصر البنائية التنبؤية مثل العناوين والنصوص ووسائل الفصل بين الموضوعات.

12- تأتي الدقة والتأكد من صحة الأخبار والمعلومات قبل النشر، والتوازن في عرض مختلف الآراء ووجهات النظر في مقدمة عناصر القوة التي تتميز بها مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، بينما يرى القائمون بالاتصال أن ضعف الإمكانيات والتسهيلات المادية المُتاحة، وعدم وجود مصادر للتمويل الذاتي بمواقع المؤسسات الصحفية، وقلة أعداد مراسلي ومحرري المواقع الصحفية، وافتقاد الجاذبية في عناصر التصميم والشكل، تُعد من أهم نقاط الضعف التي تعاني منها مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، مما يتطلب ضرورة وضع خطة لمعالجتها وتحسينها.

13- توجّه القائمون بالاتصال بعدد من مقترحات تفعيل منظومة الجودة الشاملة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، جاء في مقدمتها تنظيم دورات تدريبية بصفة مستمرة ومنتظمة للعاملين في المواقع الصحفية، وتوظيف عناصر الجذب في التصميم وأساليب

الإخراج، ودمج غرف الأخبار فى الصحف المطبوعة ومواقعها الإلكترونية، بالإضافة إلى تحسين المستوى المادى والاجتماعى للقائمين بالاتصال فى المواقع الصحفية، وأخيراً ضرورة وجود هيكل تنظيمى وإدارى ملائم لطبيعة وحجم العمل فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية.

#### ثانياً: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:

1- ثبت صحة الفرض الأول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مؤشرات القيادة الناجحة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث مهام القيادة، ومعايير اختيار القيادات الصحفية، وأساليب القيادة الصحفية الناجحة". حيث أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال عينة الدراسة نحو مهام القيادة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو بعض معايير اختيار القيادات الصحفية فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث سنوات الخبرة، والقدرات الإدارية والقيادية، والمساهمات فى مجالات الجودة والتطوير، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين نحو عدد من معايير اختيار القيادات الصحفية فى مواقع الدراسة وهى الكفاءة والأداء المهنى المتميز لصالح القائمين بالاتصال فى بوابة الوفد بنسبة 82%، يليه معيار الوساطة والمحسوبية لصالح القائمين بالاتصال فى بوابة الأهرام بنسبة 26%، ثم معيار العلاقات الشخصية مع أصحاب السلطة ومُتخذى القرارات الإدارية العليا لصالح القائمين بالاتصال فى بوابة الأهرام بنسبة 84%، وأخيراً جاء معيار التعاون والعلاقات الجيدة مع الزملاء والرؤساء والمرؤسين لصالح القائمين بالاتصال فى موقع المصرى اليوم بنسبة 50%.

كما أشارت بيانات الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق أساليب القيادة الصحفية الناجحة فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية لصالح القائمين بالاتصال فى بوابة الأهرام الإلكترونية، مما يدل على اتباع القيادات الصحفية فى بوابة الأهرام عدد من أساليب الإدارة الناجحة مثل تبنى أسلوب العمل الجماعى، واتباع سياسة الباب المفتوح، ودعم أقسام وإدارات الموقع وتطبيق أسلوب المشاركة فى اتخاذ القرارات.

2- ثبت صحة الفرض الثانى: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التى يتم تطبيقها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية". حيث أكدت نتائج الدراسة على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التى يتم تطبيقها فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، وأظهرت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال يرون أن بوابة الأهرام الإلكترونية أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث تطبيق مؤشرات التخطيط الاستراتيجى وتحديد السياسات، مثل تشخيص عناصر التميز لتنميتها ونقاط الضعف لمعالجتها، وتحديث السياسة الاستراتيجية للموقع، بالإضافة إلى مشاركة فريق

العمل في وضع الخطة الاستراتيجية للموقع، وجاء موقع المصرى اليوم في المرتبة الثانية بينما جاءت بوابة الوفد في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى تحقق مؤشرات السياسات والاستراتيجيات الجيدة التي يتم تطبيقها في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية.

3- ثبت صحة الفرض الثالث: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية يساعد على أداء مهامها بنجاح". حيث أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية يساعد على أداء مهامها بنجاح، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصرى اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد ومعلن للجميع ووجود أقسام وإدارات مختلفة تقدم الدعم للموقع الصحفي، ووجود تعاون متبادل أفقى ورأسى بين مستوياته ووحداته، بالإضافة إلى أن الهيكل التنظيمي والإداري مُلائم لحجم ونوع العمل في الموقع الصحفي، وجاءت بوابة الأهرام في المرتبة الثانية، بينما جاءت بوابة الوفد في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى وجود هيكل تنظيمي وإداري جيد يساعد على أداء مهامها بنجاح.

4- ثبت صحة الفرض الرابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المُتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية". حيث أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المُتاحة في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن بوابة الأهرام الإلكترونية أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث توافر الموارد المالية والمادية مثل إتاحة خدمات الإنترنت بكفاءة لجميع العاملين في الموقع، ووجود مبنى مُلائم من حيث التصميم والمساحة والتهوية والإضاءة، وتوفير نظم ووسائل الأمن والسلامة وقت حالات الطوارئ، وكفاية المرافق العامة والخاصة بالموقع وصلاحياتها للاستخدام، وجاءت بوابة الوفد في المرتبة الثانية، بينما جاء موقع المصرى اليوم في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد المالية والمادية المُتاحة.

5- ثبت صحة الفرض الخامس جزئياً: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث: تخطيط وإدارة الموارد البشرية، وتحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية، وإتاحة الفرصة للموارد البشرية للمشاركة في اتخاذ القرارات، والاتصال والحوار بين المواقع الصحفية ومواردها البشرية، والاهتمام بجهود وانجازات الموارد البشرية ومكافأتها وتقديرها". حيث أكدت نتائج الدراسة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال نحو مدى وجود

تخطيط وإدارة الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى وجود تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصرى اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية مثل وضع خطط تدريبية للمحررين والفنيين بالموقع والعمل على تنفيذها، والاهتمام بقياس مدى فاعلية التدريب على الأداء المهني، وتحديد الاحتياجات التدريبية للموارد البشرية، وجاءت بوابة الأهرام الإلكترونية في المرتبة الثانية، بينما جاءت بوابة الوفد في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى وجود تحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مشاركة الموارد البشرية بمواقع المؤسسات الصحفية المصرية في اتخاذ القرارات، وأظهرت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال يرون أن بوابة الأهرام الإلكترونية أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث إتاحة الفرصة للموارد البشرية بها في المشاركة في اتخاذ القرارات مثل تشجيع ودعم الموارد البشرية للمشاركة في أنشطة تطوير وتحسين الأداء والخدمات في الموقع، والمشاركة في النشاطات الرسمية وغير الرسمية، وتفويض الصلاحيات الكافية للموارد البشرية لتمكينها من إنجاز المهام المكلفة بها، وجاء موقع المصرى اليوم في المرتبة الثانية، بينما جاءت بوابة الوفد في المرتبة الأخيرة بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من حيث مدى مشاركة الموارد البشرية في اتخاذ القرارات.

إلا أن نتائج الدراسة أكدت على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال نحو مدى وجود اتصال وحوار بين مواقع المؤسسات الصحفية المصرية ومواردها البشرية، وأخيراً أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى اهتمام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافأتها، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصرى اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث الاهتمام بجهود وإنجازات الموارد البشرية ومكافأتها وتقديرها، مثل تشجيع ومكافأة المتميزين على جميع المستويات الوظيفية، وزيادة الوعي والمشاركة في الأنشطة المتعلقة بالسلامة والصحة المهنية، بالإضافة إلى تشجيع ثقافة بيئة عمل تضمن الولاء للمؤسسة الصحفية وتدعم الشعور بالانتماء إليها، وجاءت بوابة الأهرام في المرتبة الثانية، بينما كانت بوابة الوفد أقل المواقع الصحفية اهتماماً بجهود وإنجازات موارد البشرية ومكافأتها وتقديرها.

6- ثبت صحة الفرض السادس: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي". حيث توصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى التزام مواقع المؤسسات الصحفية

المصرية بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي، وأشارت النتائج إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أكثر مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة التزاماً بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنظم العمل الصحفي، مثل الالتزام بالتشريعات الإعلامية ومواثيق الشرف التي تنظم العمل الصحفي، واحترام حقوق الجمهور في الحصول على المعلومات والتحليلات الصادقة والمتعمقة، والالتزام بالصدق والدقة والحياد عند نشر المعلومات والأخبار الداخلية والخارجية، وجاءت بوابة الأهرام في المرتبة الثانية بينما كانت بوابة الوفد أقل المواقع الصحفية عينة الدراسة التزاماً بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنظم العمل الصحفي من وجهة نظر القائمين بالاتصال عينة البحث.

7- ثبت صحة الفرض السابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق مؤشرات معيار الجمهور مُستخدمي مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، من حيث: إدارة العلاقة مع الجمهور، وآليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور وبين الموقع الصحفي". حيث يتضح من بيانات الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مؤشرات إدارة مواقع المؤسسات الصحفية المصرية لعلاقتها مع الجمهور، وأظهرت النتائج أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أكثر مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة نجاحاً في إدارة العلاقة مع الجمهور، من خلال إمداد الجمهور بالأخبار والمعلومات الصادقة وضمان جودة الخدمات الصحفية التي تُقدّم له، وتحقيق التفاعلية مع الجمهور، بالإضافة إلى مراعاة رغبات واحتياجات الجمهور مُستخدمي الموقع، وجاءت بوابة الوفد في المرتبة الثانية بينما كانت بوابة الأهرام أقل كفاءة في إدارة علاقتها مع الجمهور مُستخدمي البوابة الإلكترونية.

وأكدت بيانات الدراسة على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو آليات تحقيق التفاعلية بين الجمهور ومواقع المؤسسات الصحفية المصرية، كما يتضح من البيانات أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة في تحقيق التفاعلية بين الموقع وبين الجمهور، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة أو الصحفيين، والمشاركة في الإدلاء بالرأي والتعليق على الموضوعات، واستطلاعات الرأي ومجموعات النقاش، والاشتراك في النشرات الإلكترونية، وجاءت بوابة الوفد في المرتبة الثانية بينما كانت بوابة الأهرام أقل المواقع الصحفية من حيث توظيف آليات تحقيق التفاعلية بينها وبين الجمهور مُستخدمي البوابة.

8- ثبت صحة الفرض الثامن: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية". حيث أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدى تحقق جودة التصميم والشكل في مواقع المؤسسات الصحفية المصرية، كما أشارت البيانات إلى أن القائمين بالاتصال يرون أن موقع المصري اليوم أفضل مواقع المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة من حيث جودة التصميم والشكل، وذلك من خلال تحقق الجاذبية في عناصر تصميم الصفحة الرئيسية والنصوص الفاتحة ودورية التحديث سواء زمنياً أو حسب الموضوعات، ونجاحها في توظيف الوسائط المتعددة

بصورة جيدة، والاستعانة بالصور والرسوم والألوان، والتدفق اليسير للمعلومات، وسرعة تخزين واسترجاع الأخبار بفاعلية، بالإضافة إلى درجة التفاعلية والتواصل بين الموقع وبين الجمهور، وجاءت بوابة الأهرام الإلكترونية في الترتيب الثانى، بينما جاءت بوابة الوفد أقل المواقع الصحفية عينة الدراسة من حيث جودة التصميم والشكل.

### توصيات الدراسة:

- 1- يجب أن تكون هناك معايير محددة ومُعلنة لاختيار القيادات فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية استناداً إلى الكفاءة والتميز والعمل بروح الفريق، مع ضرورة العمل على تطوير وتحسين مهارات وقدرات القيادات الصحفية فى النواحي الإدارية والتكنولوجية لضمان تطبيق الجودة والتميز فى الموقع الصحفى.
- 2- أهمية مشاركة فريق العمل فى وضع وتحديث الخطة الاستراتيجية للموقع وتحديد آليات تنفيذها فى ضوء الأهداف الاستراتيجية للموقع، والالتزام بالموضوعية والتُّعد عن التحيز فى توصيف وتشخيص مجالات القوة وزوايا التميز لتنميتها، ونقاط الضعف لوضع خطة لمعالجتها وتحسينها.
- 3- أن يكون الهيكل التنظيمى والإدارى مُلائماً لحجم ونوع العمل فى الموقع الصحفى بما يضمن تحقيق رسالته وأهدافه الاستراتيجية، مع وجود توصيف وتوثيق لجميع الوظائف الموجودة بالموقع الصحفى وتحديد دقيق للمسئوليات والمهام.
- 4- فى ظل اعتماد المواقع الصحفية على ميزانية مؤسساتها فى التمويل وتوفير الموارد المالية والتسهيلات المادية المُتاحة من ناحية، وتراجع الإعلانات بها من ناحية أخرى، أصبحت هناك حاجة إلى تبنى مفهوم التسويق الإلكتروني الذى يُعد جزءاً مُهماً من الاستراتيجية التسويقية الشاملة الحديثة باستخدام كافة الوسائل التكنولوجية الرقمية بما يحقق التفاعل المُستمر مع الجمهور مُستخدمى الإنترنت على نطاق واسع من خلال توفير المعلومات والبيانات الخاصة بالسلع والخدمات وطرق الحصول عليها بسهولة ويُسر.
- 5- الاهتمام بتحديد وتطوير مهارات وقدرات الموارد البشرية فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من خلال وضع الخطط التدريبية التى تضمن تطوير مهارات وسلوكيات الموارد البشرية إزاء مواجهة المتطلبات الحالية، والمتغيرات المستقبلية للعمل فى المواقع الصحفية، بالإضافة إلى تشجيع ودعم الموارد البشرية للمشاركة فى أنشطة تطوير وتحسين الأداء والخدمات فى المواقع الصحفية وتحفيز وتشجيع المتميزين منهم.
- 6- إصدار التشريعات الإعلامية وموثيق الشرف الصحفى التى تنظم العمل الصحفى فى المواقع الصحفية، بالإضافة إلى توفير دليل للممارسات الأخلاقية للمهنة على أن يكون هذا الدليل مُتاحاً لجميع الأطراف الداخلية والخارجية.
- 7- ضرورة الاهتمام بتحقيق الجاذبية فى عناصر التصميم وأساليب الإخراج فى مواقع المؤسسات الصحفية المصرية من خلال الاستعانة بخبراء مُتخصصين فى تصميم المواقع، بالإضافة إلى تدريب فريق من الكوادر البشرية بالمواقع الصحفية على تقنيات التصميم والإخراج الصحفى الإلكتروني.

### هوامش البحث:

- 1- تالة محمد زهير، دور تكنولوجيا المعلومات الصحفية في تطوير الخدمة الإخبارية على المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية ميدانية على الصحافة الإلكترونية السورية ومستخدميها، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).
- 2- سماح عبدالرازق الشهواي، العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الإلكترونية في مصر في الفترة من 2015 حتى 2030، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).
- 3- فاطمة الزهراء عبدالفتاح، أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية في إطار تعدد المنصات الإعلامية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).
- 4- أمل محمد أمين، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الأداء الصحفي – دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2007).
- 5- رفعت محمد البدرى، استخدام أدوات الويب2 في مواقع الصحف العربية على الإنترنت وعلاقتها بحرية التعبير – دراسة تحليلية، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1-3 يوليو 2008، ص ص 969-1013.
- 6- فاطمة الزهراء محمد، تأثير استخدام شبكة الإنترنت على المنتج الصحفي، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2007).
- 7 - Konstantin Nicholas&Kathrina Hollnbuchner, Ethical Challenges of Online Journalism, **Digital Journalism**, Vol.5, Issue 4, 2107, PP. 404-419.
- 8- أماني حمدى قرنى، مدركات الجمهور لأطر تقديم الشئون العامة وعلاقتها بتحيزات التغطية في بوابات الصحف الإلكترونية اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016).
- 9- أسماء حمدى عبدالحميد، المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية – دراسة حالة على عينة من الصحف المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).
- 10-Axel Westerwick, Effects of Sponsorship, Website Design, and Google Ranking on the Credibility of Online Information, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Issue. 18, 2013, pp. 194 – 211.
- 11- وسام كمال الحنبلي، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2011).
- 12- Melita P. Kovacic et al., Credibility of Traditional Vs. online News Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions, **Medijstraz**. (god. 16, br.1) 2010, pp. 113-130.
- 13- أميمة محمد محمد عمران، الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية – دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 7-9 يوليو 2009، ص ص 1277-1329.
- 14- William P. Cassidy, Outside Influences: Extra Media Forces and The Newsworthiness Conceptions of Online Newspaper Journalists, Available Online at: <http://www.firstmonday.org>
- 15- السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامي – دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الأول، يناير-يونيو 2006، ص ص 325-401.**
- 16- Max Magee, The Roles of Journalists in Online Newsrooms, Available

Online at: <http://www.editteach.org>

- 17- ناصر نافع البراق، من التفاعل إلى التفاعلية تطور علاقة وسائل الإعلام بجمهورها: رؤية نظرية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 46، يناير – مارس 2014، ص 569-609*
- 18- وليد النجار، الوسائط المتعددة بالمواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بإمداد طلبية الإعلام بالمعلومات حول أحداث 25 يناير المصرية: دراسة ميدانية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو – ديسمبر 2011، ص 301-370*
- 19- سناء عبدالرحمن، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية ودورها في التعبير عن الرأي: دراسة لمضمون وجمهور منتدى "العربية نت"، *المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 7-9 يوليو 2009، ص 1013-1069*
- 20- Joa Canavilhas, Hypertext News Writing Effects on Satisfaction, Comprehension and Attitudes, Available Online at: <http://www.Journalism.utexas.edu>
- 21- Hsin Hsin Chang & I. Chen Wang, An Investigation of User Communication Behavior in Computer Mediated Environments, *Computers Human Behavior*, Vol.24, 2008, PP.2336-2356.
- 22- مها عبدالمجيد، المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت- دراسة تحليلية وشبه تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2007).
- 23- Deborah Soun Chung, Profits and Perils: Online News Producers, Perceptions of Interactive Features, Convergence, *The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol.13, No.1, 2007, PP.43-61.
- 24- مروة شبل عجيزة، اقتصاديات المواقع الإخبارية العربية وعلاقتها بالاستقرار الاقتصادي للمجتمع، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 47، أبريل – يوليو 2014، ص 465-519*
- 25- أمنية مصطفى حامد، اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية – دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2010).
- 26- منة الله الإمام السعيد، أساليب تصميم صحف المواطن على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف العربية والعالمية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).
- 27- بسمة أحمد عيود، تصميم البوابات الإخبارية على شبكة الإنترنت وعلاقته بيسر استخدام الشباب المصرى لها، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016).
- 28- عائشة محمود عاطف، تصميم مواقع وكالات الأنباء العالمية الناطقة باللغة العربية وعلاقته بيسر استخدام هذه المواقع، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016).
- 29- سالى أسامة عبدالواحد، العملية الإبداعية في تصميم الصفحة الرئيسية بالصحافة الإلكترونية العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2015).
- 30- كريم محمد عادل، تصميم المواقع الرياضية الإلكترونية المصرية وتفضيلات القراء الإخراجية لها: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).
- 31- إيناس محمود حامد، التطورات التقنية وإثراء تصميم الصحف الإلكترونية المقدمة لذوى الاحتياجات الخاصة، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 42، أكتوبر – ديسمبر 2012، ص 555 – 620*
- 32- هيثم جودة محمد، تأثير الأساليب الإخراجية للصحف الإلكترونية على العمليات الإدراكية لدى عينة من طلاب الجامعة في إطار نظرية تمثيل المعلومات – دراسة شبه تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة

- (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2010).
- 33- منار فتحى محمد، تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة مقارنة فى التقنيات والقائم بالاتصال والجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2009).
- 34- تم الرجوع إلى:  
عبدالمحسن بدوى محمد، الجودة الشاملة فى العمل الشرطى العربى، فى أعمال الدورة التدريبية، بعنوان: تطبيق مبادئ الجودة الشاملة فى مجال العمل الإعلامى الأمنى، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، خلال الفترة من 24-28 فبراير 2007.
- 35- A.Parasuramans, A.Zeithaml, V.A.Berry (1985) A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, **Journal of Marketing**, Vol.49, PP: 41- 50.
- 36- بوعبدالله صالح، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة: دراسة تطبيقية على خدمات بريد الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة (الجزائر: جامعة سطيف1، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2014) ص3.
- (\*) **RATER: Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness.**
- 37- A.Parasuraman, A.Zeithaml, V.A.Berry (1988) SSvqual: A multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, **Journal of Retailing**, Vol.49, No.4, PP: 12-40.
- 38- A.Parasuramans, A.Zeithaml, V.A.Berry (1985) A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, **Op Cit.**, PP: 41-50.
- 39- Babakus Emen, Gregory, W.Boller (1992), An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale, **Journal of Busines Research**, Vol.24, PP: 253-268.
- 40- Lee Jungki (2005), Measuring Service Quality in A Medical Setting in Adeloping Country: The Application of SERVQUAL, **Services Marketing Quarterly**, Vol.2, No.27, PP: 1-14.
- 41- J.Caronin, S.Taylor (1992), Measuring Service Quality: Reexamination and Extension, **Journal of Marketing**, Vol.56, No.33, PP: 22-68.
- 42- Hollis, et al., (2009) Measuring is System Service Quality with Servqual: Users Perceptions of Relative Importance of The Five Servqual Dimensions, **International Journal of An Emerging Transdiscipline**, Vol.12, PP: 17-35.
- 43- عيسى عبدالباقى موسى، فاعلية استخدام إدارة الجودة الشاملة فى تحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية بكليات وأقسام الإعلام المصرية: دراسة فى إطار نموذج جودة الخدمة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 56، يوليو- سبتمبر 2016، ص ص 405 – 408.
- (\*\*) السادة المحكمين (الترتيب هجائى):  
- أ.د/ سهام نصار: أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام – جامعة سيناء.  
- أ.د/ شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام – جامعة القاهرة.  
- أ.د/ عبدالجواد سعيد: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة المنوفية.  
- أ.د/ عبدالعزيز السيد: أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام السابق – جامعة جنوب الوادى.  
- أ.د/ محمد سعد: أستاذ الصحافة وعميد المعهد الدولى العالى للإعلام – أكاديمية الشروق.  
- أ.د/ محمود علم الدين: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام الأسبق – جامعة القاهرة.  
- أ.د/ ميرفت الطرابيشى: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام – جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.  
- أ.د/ نجوى كامل: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام الأسبق – جامعة القاهرة.

- أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس.  
م.م/ هبة سيد ذكي: مدرس مساعد صحافة بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس.  
44- للمزيد يمكن الرجوع إلى:  
- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003) ص ص 145-146.  
- محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، ط (2) (القاهرة: المؤلف، 2009).  
- \_\_\_\_\_، الفن الصحفي (القاهرة: دار أخبار اليوم، 2004) ص 202.  
- Brill Peter, *the four levies of corporate change*, (U.S.A: Penguin Group, 1997) p.248.  
45- فاطمة الزهراء عبدالفتاح، مرجع سابق، ص 421.  
46- أسماء حمدي، مرجع سابق، ص ص 268-269.  
47- نرمين نبيل الأزرق، حرية الصحافة في مصر، ط (1) (القاهرة: دار العالم العربي، 2010) ص 219.  
48- فاطمة الزهراء عبدالفتاح، مرجع سابق، ص 408.  
49- مروة شبل عجيزة، مرجع سابق، ص ص 513-515.  
50- أميمة محمد عمران، مرجع سابق، ص 1306.  
51- نرمين نبيل الأزرق، مرجع سابق، ص ص 66 - 70.  
52- فاطمة الزهراء عبدالفتاح، مرجع سابق، ص ص 397 - 401.  
53- أميمة محمد عمران، مرجع سابق، ص 1306.  
54- مارجريت سمير، العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2005) ص 24.  
55- فوزى عبدالرحمن الزعبلوى، التوجهات المهنية للقائمت بالاتصال نحو ضوابط النشر الصحفي الإلكتروني في مصر- دراسة ميدانية، مجلة بحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو - سبتمبر 2017، ص 53.  
56- أسماء حمدي، مرجع سابق، ص 264.  
57- السيد بخيت، مرجع سابق، ص ص 383 - 390.  
58- وليد النجار، مرجع سابق، ص ص 333 - 342.  
59- أميمة محمد عمران، مرجع سابق، ص ص 1308 - 1309.  
60- فوزى عبدالرحمن الزعبلوى، مرجع سابق، ص 53.  
61- أميمة محمد عمران، مرجع سابق، ص 1306.  
62- وليد النجار، مرجع سابق، ص ص 334 - 339.  
63- إيناس محمود حامد، مرجع سابق، ص ص 613 - 614.  
64- فاطمة الزهراء عبدالفتاح، مرجع سابق، ص ص 411 - 413.  
65- أميمة محمد عمران، مرجع سابق، ص ص 1309 - 1310.  
66- مروة شبل، مرجع سابق، ص 517.