

The Islamic University–Gaza
Research and Postgraduate Affairs
Faculty of Arts
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية - غزة
شئون البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير الصحافة

العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال
في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية
دراسة ميدانية

**Factors Affecting The Professional
Performance Of The Communicators In The
Palestinian Electronic News Websites.
(A Field Study)**

إعداد الباحث

علاء الدين صلاح يوسف عيد

إشراف الدكتور

أمين منصور وافي

أستاذ الصحافة المساعد بالجامعة الإسلامية ورئيس قسم الصحافة والإعلام الأسبق

قُدِّمَ هَذَا الْبَحْثُ إِسْتِكْمَالًا لِمُتَطَلِبَاتِ الْحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ الْمَاجِسْتِيرِ
فِي الصَّحَافَةِ قِسْمِ الصَّحَافَةِ وَالْإِعْلَامِ بِكُلِّيَةِ الْآدَابِ فِي الْجَامِعَةِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِغَزَّةِ

مايو/2016م - شعبان/ 1437هـ

إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع
الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية : دراسة ميدانية

Factors Affecting The Professional Performance Of The Communicators In The Palestinian Electronic News Websites.

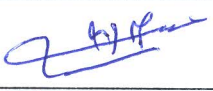
(A Field Study)

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه
حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب
علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	علاء الدين صلاح عيد	اسم الطالب:
Signature:		التوقيع:
Date:	٢٠١٦/٦/١٥	التاريخ:



مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا هاتف داخلي 1180

الرقم... ج.ب.ع/35/Ref

التاريخ 2016/05/31 Date

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة شئون البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ علاء الدين صلاح يوسف عيد لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب/ قسم الصحافة، وموضوعها:

العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية "رأسه ميدانية"

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الثلاثاء 24 شعبان 1437هـ، الموافق 2016/05/31م الساعة الحادية عشرة صباحاً بمبنى اللحيان، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

.....	مشرفاً ورئيساً	د. أمين منصور وافي
.....	مناقشاً داخلياً	د. أحمد عرابي/حسين الترك
.....	مناقشاً خارجياً	د. زهير عبد الطيف عابد

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية الآداب/قسم الصحافة.

واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله ونزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق ،،،

نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. عبد الرؤوف علي المناعمة

ملخص الرسالة باللغة العربية

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، من خلال تسليط الضوء على الواقع المهني للقائمين بالاتصال.

أداة الدراسة: اعتمد الباحث على أداة الاستبيان، تضمنت العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال.

عينة الدراسة: قام الباحث بتطبيق دراسته على عينة عمدية من المواقع الإخبارية الفلسطينية، شملت (17) موقعًا إخباريًا في قطاع غزة، والضفة الفلسطينية. أما عينة القائم بالاتصال فهم العاملون في المجال الإعلامي في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية في الضفة الفلسطينية وقطاع غزة؛ حيث قام الباحث بتوزيع صحيفة الاستقصاء على عينة من القائمين بالاتصال تم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل، لتشمل (109) مبحوثًا.

منهج الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم منهج المسح الإعلامي من خلال مسح أساليب الممارسة المهنية. واستخدم الباحث نظرية القائم بالاتصال.

أهم نتائج الدراسة:

1. توصلت الدراسة إلى أن استخدام التكنولوجيا كان له أثر إيجابي على القائمين بالاتصال بنسبة (82.5%)، وتمثل في سرعة الحصول على المعلومات في المرتبة الأولى، تلاها سرعة إنجاز المهام الصحفية.
2. أشارت النتائج أن في مقدمة الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل بوزن نسبي (75.20%)، تلاها تعدد مهام العمل بوزن نسبي (73.10%). كما أظهرت أن مؤشرات الرضا الوظيفي تشير إلى أن طبيعة العمل توفر فرصة للتطور والإبداع، تلاها الرضا التام عن العمل في الموقع الإخباري.
3. أظهرت نتائج الدراسة أن في مقدمة المشكلات التي تواجه القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية كانت المشكلات القانونية، تلاها في المرتبة الثانية المشكلات الأمنية، ثم جاءت المشكلات المالية.

أهم توصيات الدراسة:

- 1- ضرورة تفعيل نقابة الصحفيين الفلسطينيين، والعمل على دمج القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية ضمن فئات نقابة الصحفيين.
 - 2- حث القائمين بالاتصال على تغليب المعايير المهنية على السياسات التحريرية عند تناولهم للقضايا والموضوعات.
 - 3- العمل على تطوير قدرات القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية، من خلال إنشاء خطط معتمدة، ودورية لتفعيل الدورات على المستوى الإعلامي والتكنولوجي.
- كلمات مفتاحية:** (الأداء المهني-القائم بالاتصال-المواقع الإخبارية).

Abstract

Objectives of the study: this study aims at identifying the factors affecting the professional performance of communicators working in the Palestinian online news sites through showing the professional status of the contact persons.

Study tool: the researcher used a questionnaire that included the factors influencing the professional performance of contact persons.

Study sample: the researcher applied his study on a purposive sample of the Palestinian online news sites. This sample consisted of 17 news site in the Gaza Strip and the West Bank. Regarding the sample of the contact person; it consisted of the workers in the media filed in the electronic online news sites in the Gaza Strip and the West Bank. The researcher distributed the questionnaire on a sample of communicators selected by complete census methodology. The sample consisted of 109 contact persons.

Research methodology:

This is a descriptive study that uses the media survey methodology through the professional practiced methods. The researcher used the communicators' theory.

The most important findings of the study:

1. The study found that the use of technology has had a positive impact on the communicators by (82.5%). This impact is represented in the faster speed of access to information in the first place, followed by the faster speed of accomplishing press tasks.
2. The findings also indicated that in the major difficulties encountered by communicators is the mismatch of income with the nature of the work with relative weight of (75.20%), followed by multiple work tasks with relative weight of (73.10). The study also it showed that job satisfaction indicators suggest that the nature of work provide an opportunity for the development of creativity, followed by a full job satisfaction in the news website.
3. Findings of the study showed that in the most important problems facing communicators in the news sites were legal problems, followed in second place by security problems, and finally came the financial problems.

The most important recommendations of the study:

1. There is a necessity of activating the Palestinian Journalists Syndicate and working on the integration of communicators in news sites within the Journalists Syndicate categories.
2. Urging communicators to give priority to professional standards over the editorial policies when handling issues and topics for publication.

Keywords: (professional performance-communicators-news websites).

آية قرآنية

﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ

وَالْمُؤْمِنُونَ ﴾

[التوبة: 105]

الإهداء

- ❖ إلى من زرع فينا بذور الأحلام، وغرس فينا القيم والمبادئ المثلى، إلى أن أصبحت ثماراً كلها طموح لتزى نور الشمس... إلى روح والدي الغالي المربي الفاضل: صلاح يوسف عيد - رحمه الله وأسكنه فسيح جناته.
- ❖ إلى منارة الحنان، وعذوبة المشاعر، والشمعة التي لازالت تحترق من أجل أن تنير لنا الطريق: أمي الغالية - حفظها الله...
- ❖ إلى رفيقة الدرب، وعنوان الأمل، وراحة البال والوجدان، زوجتي الغالية...
- ❖ إلى أزهار حياتي أبنائي: صلاح وريتال...
- ❖ إلى روح أختي الشهيدة سحر...
- ❖ إلى سندي، ومصدر قوتي إخواني: إياد، وبهاء، ومحمد.
- ❖ إلى سر ابتسامتي، ونور وجداني أخواتي: منال، وناهدة، وإلهام.
- ❖ إلى الأسرى الأبطال القابعين خلف قضبان سجون الاحتلال: أسرانا اليوازل.
- ❖ إلى كل بيت تجرع مرارة الألم، وفقد جزءاً من فلذات كبده، إلى شهدائنا الأبرار وعائلاتهم...

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، بعد معاناة طويلة، وقاسية في دراستي العليا بجمهورية مصر العربية، والتي لم تكمل بالنجاح بسبب إغلاق المعابر، هداني الله عز وجل لأن أتجه نحو الجامعة الإسلامية بغزة، والتي لم تتخل عني، وقدرت ظروفها، واحتضنت ألمي، وساعدتني في المضي في هذا الطريق لأكلل بحمد الله وتوفيقه، بإنجاز هذا العمل المتواضع. ويشرفني أن أتقدم بالشكر والعرفان والتقدير إلى الأب الدكتور الفاضل أمين منصور وافي، الذي مدّ يد العون لي منذ البداية، وأزاح عن قلبي غمة اليأس، والرغبة في إتمام دراستي العليا، وعلى قبوله الإشراف على هذه الرسالة، والتي لولا الله عز وجل، ثم جهوده ما خرجت بهذه الصورة، والذي مهما حييت لن أنسى هذا الفضل، وهذه الجهود البناءة.

كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى أساتذتي بالجامعة الإسلامية، الذي كان لهم الفضل في إنجاح هذه الرسالة العلمية، من خلال آرائهم، ومقترحاتهم، وما قدموه لي أثناء فترة الدراسة، وأخص بالذكر منهم الأستاذ الدكتور جواد الدلو، والدكتور طلعت عيسى، والدكتور حسن أبو حشيش، والدكتور مشير عامر، والدكتور أحمد الترك، والدكتور أيمن أبو نقيرة، وكذلك الأستاذ الفاضل محسن الإفرنجي الذي لم يبخل بعلمه ومساعدته في إنجاح هذه الرسالة.

وأقدم بالشكر والعرفان إلى الدكتور / جمال عبد ربه الزعانين، الذي كان دائماً سنداً لي، منذ بداية عملي بجامعة الأقصى فكان مثال الرئيس الحكيم، والأب الحنون. كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى الدكتور / زهير عابد عميد كلية الإعلام بجامعة الأقصى على ملاحظاته القيمة من أجل إثراء هذه الدراسة.

كما لا أنسى الأخ الصديق الصادق الدكتور محمد شادي أبو جزر، الذي طالما كان عوناً لي في السراء والضراء، وكان مثلاً يحتذى به في الأخوة، والتعاون، والمودة، والمحبة. كما يسعدني أن أتقدم بالشكر إلى الدكتور عبد الكريم فرج الله، على مجهوده الرائع، ونصائحه القيمة، وكذلك الأستاذ محمد بريخ على مجهوده الإحصائي، ونصائحه القيمة. كما لا أنسى في هذا المقام أن أشكر عائلتي الكريمة، جميعهم، على وقوفهم إلى جانبي طوال فترة دراستي، متحملين غيابي، وانشغالي، وداعمين لي لكي أتم هذا المشوار.

الباحث

علاء الدين صلاح يوسف عيد

فهرس المحتويات

أ.....	إقرار
ب.....	نتيجة الحكم على الأطروحة
ت.....	ملخص الرسالة باللغة العربية
ث.....	Abstract
ج.....	آية قرآنية
ح.....	الإهداء
خ.....	شكر وتقدير
د.....	فهرس المحتويات
ر.....	فهرس الجداول
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1.....	مقدمة الدراسة:
3.....	أولاً: أهم الدراسات السابقة:
32.....	ثانياً: موقع الدراسة من الدراسات السابقة:
33.....	ثالثاً: الاستدلال على المشكلة:
42.....	رابعاً: مشكلة الدراسة:
43.....	خامساً: أهداف الدراسة:
44.....	سادساً: تساؤلات الدراسة:
45.....	سابعاً: فروض الدراسة:
48.....	ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:
51.....	تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:
67.....	الفصل الثاني: الإطار النظري
68.....	المبحث الأول: المواقع الإلكترونية الإخبارية (المفهوم والخصائص)
69.....	المطلب الأول: مفهوم المواقع الإلكترونية وأنواعها
75.....	المطلب الثاني: المواقع الإلكترونية الإخبارية (المفهوم والخصائص)
91.....	المطلب الثالث: التفاعلية في المواقع الإلكترونية الإخبارية

98	المبحث الثاني: المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين
99	المطلب الأول: نشأة المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين
105	المطلب الثاني: أنواع المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وأهدافها
115	المطلب الثالث: أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية
127	المبحث الثالث : الأداء المهني للقائم بالاتصال
128	المطلب الأول: القائم بالاتصال (المفهوم والخصائص)
142	المطلب الثاني: أخلاقيات القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية
145	المطلب الثالث: الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية
172	الفصل الثالث:العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية
173	المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية
243	المبحث الثاني: نتائج الفرضيات
255	المبحث الثالث: خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها ومقترحاتها
259	ثالثاً: أهم التوصيات والمقترحات:
262	المصادر والمراجع
262	أولاً: المراجع باللغة العربية:
273	ثانياً: المراجع الأجنبية:
274	الملاحق

فهرس الجداول

- جدول (1.1): يوضح المواقع الإخبارية الإلكترونية في فلسطين 35
- جدول (1.2): يوضح عينة المواقع الإخبارية الإلكترونية 52
- جدول(1.3): يوضح التكرارات والنسب المئوية حسب الموقع الاخباري الإلكتروني 53
- جدول(1.4): يوضح التكرارات والنسب المئوية للخصائص والبيانات الأساسية 54
- جدول (1.5): معامل الارتباط بين كل فقرة من الفقرات، والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه 59
- جدول (1.6) يوضح معامل الارتباط بين كل مجال من مجالات الاستبانة مع الدرجة الكلية للاستبانة. 63
- جدول (1.7): معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل طريقة التجزئة النصفية للاستبانة. 64
- جدول (3.1): يوضح مستويات الاجابات المعتمد في الدراسة 173
- جدول(3.2): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمدة العمل في المواقع الإلكترونية..... 174
- جدول(3.3): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية الحصول على الوظيفة 175
- جدول(3.4): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب الرغبة للعمل في المواقع الإخبارية 176
- جدول(3.5): يوضح التكرارات والنسب المئوية للشروط الواجب توافرها في العاملين بالمواقع الإخبارية 177
- جدول(3.6): يوضح التكرارات والنسب المئوية للحصول على الدورات بعد الالتحاق بالعمل 179
- جدول(3.7): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب عدم الالتحاق بالدورات 180
- جدول(3.8): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب المشاركة في الدورات 181
- جدول(3.9): يوضح التكرارات والنسب المئوية للمجالات الدورات التي تم الحصول عليها 183
- جدول(3.10): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب 184
- جدول(3.11): يوضح التكرارات والنسب المئوية للتنظيمات الإدارية التي تفضل الانضمام لها 186
- جدول(3.12): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية صياغة الأخبار على الموقع الإخباري 187
- جدول(3.13): يوضح التكرارات والنسب المئوية للأساليب الحديثة التي يتم الاعتماد عليها في نشر الأخبار الإلكترونية..... 189
- جدول(3.14): يوضح التكرارات والنسب المئوية وصف العلاقة مع الزملاء في العمل 190
- جدول(3.15): يوضح التكرارات والنسب المئوية للحكم بالعلاقة مع رؤساء العمل 191
- جدول(3.16): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأهم العوامل التي تؤثر في نشر المضامين الإعلامية... 192
- جدول(3.17): يوضح التكرارات والنسب المئوية للتعرف على السياسة التحريرية..... 194
- جدول(3.18): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب الخضوع للسياسة التحريرية 195

- جدول (3.19): يوضح التكرارات والنسب المئوية لذكر المصدر عند نشر الأخبار عبر الموقع الإخباري... 196
- جدول (3.20): يوضح التكرارات والنسب المئوية لوجود صعوبة في الوصول إلى مصادر المعلومات 197
- جدول (3.21): يوضح التكرارات والنسب المئوية المصادر الإخبارية للموقع الإخباري 198
- جدول (3.22): يوضح التكرارات والنسب المئوية لوصف العلاقة بالمصادر الصحفية 200
- جدول (3.23): يوضح التكرارات والنسب المئوية لتأثير المصادر الإخبارية على طبيعة العمل 201
- جدول (3.24): يوضح التكرارات والنسب المئوية للتعرض للرقابة أثناء العمل في الموقع الإخباري 201
- جدول (3.25): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأنواع الرقابة التي يتم التعرض لها 202
- جدول (3.26): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية التعامل مع الرقابة 203
- جدول (3.27): يوضح التكرارات والنسب المئوية للتعرض لتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير 205
- جدول (3.28): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطبيعة التدخلات التي يمارسها رؤساء التحرير في الموقع الإخباري 205
- جدول (3.29): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب 207
- جدول (3.30): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب 209
- جدول (3.31): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأثر استخدام التكنولوجيا على أداء المهني 211
- جدول (3.32): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب 212
- جدول (3.33): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمعرفة طبيعة الجمهور في الموقع الإخباري 214
- جدول (3.34): يوضح التكرارات والنسب المئوية لاهتمام بالتواصل مع متصفح الموقع الإخباري 215
- جدول (3.35): يوضح التكرارات والنسب المئوية لوسائل التواصل 216
- جدول (3.36): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية التعامل مع الموضوعات الإخبارية الواردة من جمهور الموقع الإخباري 218
- جدول (3.37): يوضح التكرارات والنسب المئوية للطرق التي توفرها لتفاعل الجمهور مع الموضوعات في الموقع 219
- جدول (3.38): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأدوات التفاعل التي تقدمه للجمهور 221
- جدول (3.39): يوضح التكرارات والنسب المئوية لاهتمام بالرد على التعليقات والأخبار الواردة من جمهور الموقع الإخباري 222
- جدول (3.40): يوضح التكرارات والنسب المئوية لوجود رقابة على التعليقات الخاصة بجمهور الموقع الإخباري 223
- جدول (3.41): يوضح التكرارات والنسب المئوية للأساليب المستخدمة للرقابة على التعليقات 224

- جدول (3.42): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية التصرف مع أصحاب التعليقات الخارجة عن السياسة التحريرية للموقع الإخباري 225
- جدول (3.43): يوضح التكرارات والنسب المئوية للاهتمام لرغبات الجمهور في طبيعة الأخبار التي تقدمها عبر الموقع الإخباري 226
- جدول (3.44): يوضح التكرارات والنسب المئوية للقيام بالتالي في حال تعارض طبيعة الأخبار مع أجندة الجمهور 227
- جدول (3.45): يوضح التكرارات والنسب المئوية للإحجام عن التواصل مع الجماهير 228
- جدول (3.46): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب الإحجام عن التواصل مع الجماهير 229
- جدول (3.47): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية التصرف مع الأخبار ذات الطبيعة الحساسة 230
- جدول (3.48): يوضح التكرارات والنسب المئوية لرؤية أن هناك بعض العادات والتقاليد تعيق حرية نشر بعض القضايا في الموقع الإخبارية 231
- جدول (3.49): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأهم المعوقات في حال وجودها 232
- جدول (3.50): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطرق اللجوء في حال تعارض القيم الإخبارية مع سبق صحفي 233
- جدول (3.51): يوضح التكرارات والنسب المئوية لتوافق القيم الإخبارية للموقع الإلكتروني مع أخلاقيات العمل الإعلامي 234
- جدول (3.52): يوضح التكرارات والنسب المئوية لإتاحة إدارة الموقع الإخباري حق الرد والتصحيح 235
- عبر الموقع الإخباري 235
- جدول (3.53): يوضح التكرارات والنسب المئوية للوسائل المستخدمة في نشر حق الرد والتصحيح في الموقع الإخباري 236
- جدول (3.54): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب 237
- جدول (3.55): نتائج اختبار العلاقة " chi Square " 243
- جدول (3.56): نتائج اختبار العلاقة " chi Square " 244
- جدول (3.57): نتائج اختبار العلاقة " chi Square " 245
- جدول (3.58): نتائج اختبار العلاقة " chi Square " 246
- جدول (3.59): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " وفقا لمتغير " النوع " 248
- جدول (3.60): نتائج اختبار " F - للعينات المستقلة " وفقا لمتغير " العمر " 249
- جدول (3.61): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " وفقا لمتغير " الحالة الاجتماعية " 250

- جدول (3.62): نتائج اختبار " F - للعينات المستقلة" وفقا لمتغير " المؤهل العلمي " 251.....
- جدول (3.63): نتائج اختبار " F - للعينات المستقلة" وفقا لمتغير "المسمى الوظيفي" 252.....
- جدول (3.64): نتائج اختبار " F - للعينات المستقلة" وفقا لمتغير " متوسط الدخل الشهري " 253.....

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

مقدمة الدراسة:

شهد العالم في العصر الحالي ثورةً كبيرةً في الاتصالات والمعلومات، الأمر الذي أدى إلى تحولٍ كبيرٍ في مختلف مناحي الحياة بما فيها الإعلام، ويعتبر ظهور شبكة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة الأمر الأبرز في هذا التطور حيث يجمع العديد من العلماء، والباحثين على أنها التقنية الأكثر تطوراً، بما أتاحتها من القدرة على الولوج عبر المواقع المختلفة للحصول على المعلومات، وتبادلها في فترةٍ زمنيةٍ وجيزة، ومن أي مكان في العالم وفي أي وقت. ومن الطبيعي في ظل هذه التكنولوجيا أن يستفيد الإعلام بوسائله المختلفة -راديو - تلفزيون - صحافة- منها في تقديمه للخدمات الإخبارية، خاصةً في ظل تسارع الأحداث، وتعاقبها بشكلٍ يجعل الجمهور بحاجةٍ ماسةٍ إلى متابعتها وقت حدوثها، والتعرف على تفاصيلها، متخطياً بذلك حدود الزمان والمكان؛ مما "توجب على منظومة الإعلام إجمالاً أن تعيد برمجة ذاتها؛ كي تساير هذه التصرفات الجديدة. فبالنسبة لمواقع الإنترنت الإخبارية، وأيضاً فيما يخص الصحف، توجب الكتابة على نحو أقل من خلال تفضيل الملخصات، والخلاصات، وإدراج الصور، والفيديو على الإنترنت؛ إذ يجب أن تمنح الحركة، والتنقل، والسرعة للقراء المستعجلين الشعور بأنهم مازالوا على اطلاع بما هو مهم بمجرد إجراء بعض النقرات، أو حتى دون قلب صفحات الصحف المطبوعة بصورة لها دلالتها"⁽¹⁾. هذا الأمر أوجد أنماطاً اتصالية جديدة، وظهر مفاهيم لم تكن لتتأ لولا وجود شبكة الإنترنت؛ ولعل أبرز هذه المفاهيم الجديدة (المواقع الإخبارية).

وتزخر فلسطين بالعديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تعمل على تقديم الأخبار للجمهور الفلسطيني، والتي تجاوزت الـ(60) موقعاً إخبارياً إلكترونياً حصرها الباحث وقت إجراء الدراسة، وذلك من خلال دراسة استطلاعية على المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية المنتشرة في الفضاء الإلكتروني؛ ونظراً لأن البيئة الإعلامية الفلسطينية تتميز بالتنوع، فإن ذلك يتطلب من القائمين على المواقع الإخبارية العمل قدر الإمكان على الاحتفاظ بجماهيرهم، وربطهم بها، وهذا الأمر يتطلب من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية، التمتع بقدر كبير من الأداء المهني المتميز؛ لتحقيق الأهداف من وراء إنشاء تلك المواقع الإخبارية. ويعرف القائم بالاتصال

(1) بوليه، نهاية الصحف ومستقبل الإعلام (ص64).

بأنه: " كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية في المؤسسة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع"⁽¹⁾.

ويتعرض القائم بالاتصال لمجموعة من العوامل التي تؤثر في أدائه المهني؛ وتتنوع هذه العوامل وأحياناً تتداخل فيما بينها، وأحياناً أخرى يكمل بعضها البعض، حيث إن الأداء المهني للقائم بالاتصال يرتبط بعدة عوامل داخلية، منها ما يتعلق بالسياسة التحريرية التي ينتهجها الموقع الإخباري، والضغط التي يتعرضون لها أثناء معالجتهم للأخبار والموضوعات، بالإضافة إلى العوامل الخاصة بالعائد المعنوي، والمادي، وطبيعة التوظيف، أيضاً هناك مجموعة من العوامل الخارجية تؤثر على الأداء المهني الخاص بالقائمين بالاتصال والتي من أهمها: النظام السياسي السائد في المجتمع، والعادات والتقاليد التي تحكم طبيعة الموضوعات الإخبارية، وعلاقة القائم بالاتصال مع الجمهور. فهذه العوامل من شأنها أن تفرض مجموعة من التحديات أمام القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، إضافةً إلى ذلك فإن القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يتعرض إلى ضغط متجدد في بيئة العمل الإلكترونية، نظرًا لأنها غير ثابتة، وتتطلب تجديدًا مستمرًا، وتطلعًا دائمًا إلى مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة، وإرضاء تعطش الجمهور للمعلومات، والمشاركة، والتأثير"⁽²⁾، وهذا يتطلب قائمًا بالاتصال قادرًا على التكيف مع هذه التكنولوجيا الحديثة، فالأمر لا يتوقف على الحصول على الأخبار عن قضية محددة، وجمع المعلومات عنها؛ وإنما في قدرة القائم بالاتصال على صياغة تلك المعلومات في قالب مناسبة تتوافق مع تقنية الإنترنت، بالتوازي مع طبيعة الأداء المهني للقائم بالاتصال.

لذلك تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية العاملة في فلسطين، ومعرفة أهم المعوقات والصعوبات التي تواجه عمله في تلك المواقع، إضافة إلى التعرف على أهم المقترحات التي يرى القائمون بالاتصال من شأنها أن تعزز أدائهم المهني داخل المواقع الإخبارية الفلسطينية.

(1) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص91).

(2) الحنبلي، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية (ص2)

أولاً: أهم الدراسات السابقة:

تتجلى أهمية الدراسات السابقة في أنها تعد أساساً لاستمرار أي باحث في اختيار مشكلته، وبلورتها بصورة دقيقة، وتزويده بالنتائج التي تساهم في تعزيز دراسته، ومن خلال الاطلاع على التراث العلمي المتوفر، وما وقع بين يدي الباحث لأهم تلك الدراسات التي تعرض لها في فترة الدراسة. قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين هما:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الأداء المهني للقائم بالاتصال.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المواقع الإخبارية.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الأداء المهني للقائم بالاتصال:

1- دراسة بعنوان: "تأثير التدريب على تطوير الأداء الإعلامي: دراسة حالة" (1):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التدريب على تطوير الأداء الإعلامي للعاملين في مركز الجزيرة، وهي دراسة وصفية، قد استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي الوصفي معتمداً على أدوات الاستبيان والمقابلة والملاحظة، حيث شملت العينة العاملين في المجال الإعلامي بحسب البيانات المسجلة في مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير وهي: الصحفي، والمراسل، والمذيع، ومنتج الأخبار، ومعد البرامج، والمصور، والمونتير، ومصمم البرامج، والوسائط المتعددة، وبلغ عددها (50) من المجتمع الأصلي (219) متدرّباً، واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أن الغالبية العظمى من المتدربين يشعرون بأن التدريب قد أدى إلى تطوير أدائهم الإعلامي، إذ يعتقد (50%) منهم أن التدريب أسهم بشكل كبير في تطوير أدائهم الإعلامي، و(40%) أسهم بشكل متوسط.

2- أن تطوير المهارات التطبيقية، أو العملية كان في مقدمة الأهداف التي يعتقد المتدربون أن مركز الجزيرة قد حققها لهم بنسبة (86%)، ثم جاء اختيار الاحتكاك بخبرات جديدة بنسبة (60%)، ثم الاحتراف المهني بنسبة (42%)، ثم تطوير فهم محتوى المادة الإعلامية بنسبة (40%)

(1) عبد الغفار، تأثير التدريب على تطوير الأداء الإعلامي: دراسة حالة على مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير.

3- رأت أغلبية كبيرة بلغت (90%) أن التدريب أنتج لديهم تطويراً احترافياً أو تعديلاً في سلوكه إلى الأفضل، بينما نفت نسبة بلغت (10%) حدوث ذلك.

2-دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات الـ (أف أم) الليبية" (1):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات الـ (أف أم) الليبية، وهي دراسة وصفية استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي من خلال صحيفة الاستقصاء تم تطبيقها على عينة عمدية بأسلوب الحصر الشامل لجميع القائمين بالاتصال في إذاعات الـ (أف أم) الليبية في (15) إذاعة بلغت (289) مبحوثاً في (4) مدن ليبية هي: طرابلس، وبنغازي، وسرت، وسبها، حيث اعتمدت الدراسة نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أن تأثير القيم والعادات على القائمين بالاتصال كان بدرجة عالية بلغت نسبة (53%) .

2- أن المرتبة الأولى للضغوط التي تؤثر على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات الـ (أف أم) الليبية كانت للضغوط غير المباشرة، مثل: الملاحقة، وإغلاق المؤسسات الإذاعية ، بدرجة موافقة نعم وبنسبة (79.2%)، ونوع تأثيرها سلبي بنسبة (82.7%).

3- أن النسبة الأعلى من القائمين بالاتصال في إذاعات الـ (أف أم) الليبية يحبذون التعامل مع القضايا الاجتماعية، حيث بلغت النسبة (70.6%)، يليها القضايا السياسية بنسبة بلغت (54.7%)، وأخيراً كانت القضايا الصحية بنسبة بلغت (2.1%).

3-دراسة بعنوان: "المسئوليات الأخلاقية والقانونية للمحررين البرلمانيين في الصحافة الكويتية من منظور القائم بالاتصال والبرلمانيين" (2):

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام المحررين البرلمانيين بالصحف الكويتية بالمسئوليات الأخلاقية والقانونية، وتقييم أعضاء مجلس الأمة الكويتي لالتزامهم. وتستند الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي معتمدة على منهج المسح الإعلامي باستخدام صحيفة الاستقصاء، وتم تطبيق الدراسة على عينة من المحررين قوامها (63) مفردة، وأعضاء مجلس الأمة (66)

(1) الورفلي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات الـ أف أم الليبية.

(2) الراجحي، المسئوليات الأخلاقية والقانونية ... (ص 398-525).

عضواً، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة والمقابلة المقننة. وقد اعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- أن نسبة الصحفيين الذين لم يحصلوا على دورات تدريبية في هذا المجال (65.1%)، والذين حصلوا على دورات (34.9%).
- 2- أن نسبة (52.3%) يرون أن علاقة المحررين بأعضاء مجلس الأمة تحكمها الاستقلالية والمهنية، وهذه العلاقة لا تؤثر على تغطية الشؤون البرلمانية.
- 3- أن نسبة المحررين الذين لا يحرصون على الرجوع للميثاق الصحفي عندما تواجههم مشكلة تتعلق بأخلاقيات المهنة بلغت (11.1%)، والذين يرجعون للميثاق (52.4%).
- 4- دراسة بعنوان: "الأدوار المهنية في المحتوى الإخباري: تحليل الأداء الصحفي في الصحافة الوطنية التشيلية"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأدوار المهنية للصحفيين في المحتوى الإخباري في الصحافة الوطنية التشيلية، وهي دراسة وصفية تحليلية، استخدم فيها الباحث منهج المسح الإعلامي، معتمداً على أداة صحيفة الاستقصاء الميدانية، وصحيفة تحليل معتمداً على استمارة تحليل المضمون، وصحيفة استقصاء لأساليب الممارسة المهنية، وذلك من أجل التعرف على أدوار الصحفيين المهنية في تلك الأخبار وطرق سردهم للأحداث والتقارير. وذلك من خلال مسح عينة طبقية غير منتظمة من الأخبار في الصحف المطبوعة (El Mercurio, La Tercera,) (Las Últimas Noticias, La Cuarta, and La Nación) بلغت (1988) قصة إخبارية في الصحف المذكورة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- استخدم الصحفيون العواطف في عرضهم للأحداث الوطنية في البعد المعلوماتي بنسبة (14.3%)، وأن نسبة العناوين التي تقيد بوجود خلفيات معلوماتية لدى الصحفي بلغت (11.8%).

(1) Mellado & Lagos, Professional Roles in News Content: Analyzing Journalistic Performance in the Chilean National Press (p.2090-2112).

2- ترتبط الصحف التثيلية بالمصالح التجارية والسياسية في مختلف المجالات، وهذا بدوره يؤثر على أداء الصحفي من حيث تناوله للأخبار بشكل سلبي؛ لأن غالبية الصحف يتوقف بقاؤها على التمويل.

3- الصحفيون في غالبية الصحف التثيلية هم صحفيون في مؤسسات السلطة السياسية، والاقتصادية بنسبة تصل (68%)، وهذا من شأنه أن يؤثر على الأداء المهني للصحفيين.

5- دراسة بعنوان: "السياسات التحريرية للصحف الخليجية والعوامل المؤثرة على القائم بالاتصال: دراسة ميدانية"⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على السياسات التحريرية للصحف الخليجية، والعوامل التي من شأنها أن تؤثر على القائم بالاتصال، خاصة في ظل التطور التكنولوجي، واستخدام التكنولوجيا، والحاسبات، وشبكات الاتصال، والإنترنت. وهي من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الوصفي التفسيري من خلال صحيفة الاستقصاء، حيث قام الباحث بإجراء دراسته على عينة عشوائية من العاملين في الصحف الخليجية بلغت (103) مبحوثاً في صحف(الأيام، والسياسة الكويتية، والأنباء، والقبس الكويتية، الوطن السعودية، وأخبار الخليج، والمدينة، والجزيرة، وعكاظ، والوطن البحرينية، للتعرف على آرائهم في ملامح السياسة التحريرية التي تلتزم بها الصحف التي يعملون بها، ومدى علاقتهم بالمضمون الإعلامي للصحف، ومدى اعتمادهم على الوسائط التكنولوجية في تغطيتهم الإخبارية. وقد اعتمدت الدراسة نظرية القائم بالاتصال من خلال مدخل حارس البوابة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- أن أكثر العوامل تأثيراً في السياسة التحريرية للصحف الخليجية هي: درجة الحرية التي يسمح بها النظام السياسي، ومدى الالتزام بأخلاقيات المهنة.
- 2- أن القائمين بالاتصال في الصحف الخليجية راضون نسبياً عن السياسات التحريرية، ويشعرون بأن العمل بالصحافة قد يجعلهم أكثر حرية في التعبير عن آرائهم وأفكارهم.
- 3- أهم المقترحات التي تقدم بها القائمون بالاتصال توفير المهارات التي يحتاجها الصحفي بنسبة (83.5%)، ومنح حوافز ومكافآت مادية ومعنوية للمتميزين بنسبة (69.9%).

(1) حسين، زهير. السياسات التحريرية للصحف الخليجية ... (ص56-97).

6- دراسة بعنوان: "الضغوط المهنية والإدارية التي تمارس على القائم بالاتصال في الصحف المصرية: دراسة ميدانية"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الضغوط المهنية، والإدارية التي تمارس على القائم بالاتصال في الصحف المصرية، والتعرف على العلاقة بين الصحفي، ومصادر الأخبار، بالإضافة إلى رصد المشاكل، والعقبات التي تواجه الصحفيين في عملهم. وهي دراسة وصفية، اعتمدت الباحثة على منهجين هما: منهج المسح الوصفي التحليلي، والمنهج المقارن، فتم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من الصحفيين قوامها (350) صحفيًا ممن يعملون في الصحف القومية، والحزبية، والخاصة. حيث اعتمدت الدراسة نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أثبتت الدراسة وجود فروق في ممارسة رئيس التحرير ضغوطاً على الصحفيين عند مستوى الدلالة (0.01).

2- بينت الدراسة وجود فروق في مدى تأثير الضغوط المهنية (المساحة - الوقت - المنافسة- المصادر) على موضوعية الصحفيين، حيث كانت قيمة كا² دالة عند مستوى (0.001).

3- بينت الدراسة عدم وجود فروق في المشاكل، والعقبات التي تواجه الصحفي في الحصول على الأخبار، والمعلومات حيث كانت قيمة كا² غير دالة عند مستوى (0.05) فيما عدا مشكلة الوقت.

7- دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة في الحصول على المعلومات الصحفية في اليمن - دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال"⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل التي تؤثر في الحصول على المعلومات الصحفية في اليمن، حيث عملت على تحديد مصادر المعلومات الصحفية، وكيفية التعامل معها، والمعايير التي يتبناها الصحفيون في انتقاء مصادرهم، والتعرف على الصعوبات، والمعوقات التي تواجه الصحفيين أثناء البحث عن المعلومات. وهي دراسة وصفية استخدم الباحث منهج المسح الإعلام من خلال أداة الاستبيان الذي تم تطبيقه على عينة شملت (291)

(1) النجار، الضغوط المهنية والإدارية التي تمارس على القائم بالاتصال في الصحف المصرية: دراسة ميدانية.

(2) أبو حاتم، العوامل المؤثرة في الحصول على المعلومات الصحفية في اليمن: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال.

مبحثاً، ينتمون إلى جميع وسائل الإعلام المحلية المختلفة، فضلاً عن عدد كبير من المراسلين لوسائل الإعلام الخارجية. واعتمدت الدراسة في بنائها النظري على نظرية حارس البوابة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. أن الصعوبات "المادية" هي أهم صعوبة تحول دون حصولهم على المعلومات بتكرار (198) ثم "الجغرافية" بتكرار (163) و"ازدحام وسائل المواصلات" هي الأقل صعوبة بتكرار (73)..

2. أن وكالات الأنباء حصلت على المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات بتكرار (196)، تلاها المسئول المباشر بتكرار (185)، تلاها المؤتمرات الصحفية بتكرار (178).

3. أن أكثر الضغوط التي يتعرض لها القائمين بالاتصال كانت تحكم مصادر المعلومات بتكرار (180)، تلاها ضغوط قوى الإرهاب بتكرار (51).

8- دراسة بعنوان: "دراسة طولية للرضا الوظيفي للصحفيين المهنيين الفلمنكيين"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الرضا الوظيفي للصحفيين الفلمنكيين في أدائهم المهني، وهي دراسة مسحية ما بين الأعوام 2003-2008م، وعلاقة الرضا الوظيفي بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية، وهي: (درجة الإبداع والتغيير في المحتوى، ووفرة الاتصالات، والتحدي الفكري وحرية الفرد، والاستقلال الذاتي، والمكانة الاجتماعية ومكانتها ضمن مجموعة مهنية، والالتزام الاجتماعي، وساعات العمل، والأمن الوظيفي، وضغط العمل)، وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسحي الإعلامي الطولي، حيث تم تطبيق أداة الاستبيان على مجموعة من الصحفيين بلغوا (1026) عام 2003م، وبلغت عام 2008م (682) صحفياً فلمنكياً.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أن نسبة (68.6%) في عام 2003م غير راضين عن الأمن الوظيفي، أما في العام 2008م بلغت نسبة الرضا عن الأمن الوظيفي (40.7%).

2- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالرضا الوظيفي حسب الجنس والعمر.

(1) Deprez.& Raeymaeckers, Longitudinal Study of Job Satisfaction Among Flemish Professional Journalist (p. 235-249).

3- أثبتت الدراسة أن العاملين الأقل سناً يتمتعون برضى وظيفي مقارنة بالعاملين الأكبر سناً.

9- دراسة بعنوان: "دافعية الإنجاز لدى القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية: دراسة ميدانية للقائمين بالاتصال في (قناة العراقية الفضائية- جريدة المدى- إذاعة المستقبل)"(1):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة دافعية الإنجاز لدى القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية في كل من: (قناة العراقية-جريدة المدى-إذاعة المستقبل)، وانعكاس دافعية الإنجاز على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية. وهي دراسة وصفية واعتمد الباحث على المنهج المسحي الوصفي، أما الأدوات البحثية التي استخدمها فتتمثلت في استمارة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة من العاملين قوامها (27) قائماً بالاتصال في المؤسسات الإعلامية السابقة الذكر في الفترة ما بين (2010/1/1-2010/3/31م)، وقد اعتمدت الدراسة في بنائها النظرية على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن أكثر من نصف القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة تدفعهم الطبيعة المؤسسية إلى إنجاز المهمات المناطة بهم، في حين تتراجع الطبيعة الذاتية عن أن تشكل تلك الدافعية لهم.

2- تمثل محاولة الفوز بالسبق، والانفراد بالنجاح أكثر الانعكاسات وضوحاً على أداء القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة لإنجاز المهمات المناطة بهم.

3- أن الاندماج مع الحدث كان أبرز الممارسات السلبية التي أفرزتها الرغبة في إنجاز المهمات الإعلامية، حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة (51.8%)، أما المرتبة الثانية فقد شغلها تجاوز أخلاقيات العمل الإعلامية بدافع الواقعية بنسبة (25.9%).

10- دراسة بعنوان: "المعوقات المهنية الصحفية تجاه تغطية الأحداث المحلية: دراسة ميدانية"(2):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المعوقات المهنية، وغير المهنية التي تؤثر على الصحفيين في الصحف السعودية أثناء تغطية الأحداث المحلية، والتي تؤثر على الأداء المهني

(1) غنتاب، دافعية الإنجاز لدى القائم بالاتصال ... (ص110-127).

(2) المنيع، المعوقات المهنية الصحفية تجاه تغطية الأحداث المحلية: دراسة ميدانية.

لهم. وهي دراسة وصفية اعتمد الباحث فيها على منهج المسح الوصفي التحليلي، من خلال تطبيق أداة الاستبيان على عينة من الصحفيين بلغت (50%) من المجتمع الأصلي لكبر حجم عينة الدراسة في صحف: (الرياض، الجزيرة، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة، الندوة، البلاد، الشرق الأوسط، الحياة، الاقتصادية، شمس)، وقد اعتمدت الدراسة في بنائها النظري على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- أن للعوامل غير المهنية مجتمعة تأثيراً أكبر على التغطية الصحفية للأحداث المحلية، وذلك مقارنة بالمعوقات المهنية، حيث جاءت قيم المجتمع وثقافته الأكثر تأثيراً.
- 2- أن عدم وجود سياسة تحريرية واضحة في الصحف للتعامل مع الأحداث أبرز المعوقات التي تحد من قدرة الصحفيين على تقديم تغطيات متميزة، وجاءت "تقنية العمل الصحفي" في المرتبة الثانية.
- 3- وجود بعض المؤشرات السلبية للتغطية الصحفية، تمثلت في عدم استيعاب المستجبات الطارئة، والتردد في التعامل معها، أيضاً تدني مهارة الكتابة الصحفية لدى معظم الصحفيين.

11- دراسة بعنوان: "الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الصحف والصحفيين"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الممارسة المهنية في الصحف السعودية، والعوامل التي تؤثر فيها، وهي دراسة وصفية وكمية اعتمد الباحث فيها على منهج المسح الوصفي التحليلي من خلال تطبيق مجموعة من الأدوات منها: الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة المقننة، وتحاليل الوثائق، وأداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة من الصحف السعودية وهي: (الرياض، عكاظ، الوطن)، وشملت الدراسة عينة من الصحفيين بلغت (294) من القائمين بالاتصال في الصحف السعودية. واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- أن في مقدمة العوامل المهنية المؤثرة على الممارسة المهنية "تقنية العمل الصحفي"، يليها "سياسة التحرير"، ثم "اقتصاديات الصحيفة"، واحتلت "مصادر المعلومات" الترتيب الرابع.

(1) الجمعية، الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الصحف والصحفيين.

2- أن أهم المؤشرات الإيجابية للممارسة المهنية الصحفية، تمثلت في وضوح الرؤية الفكرية للصحفيين، وتطوراً ملحوظاً في ممارساتهم، واستشعارهم بالمسؤولية القانونية والمجتمعية، واستخدام التقنية.

3- أن هناك مجموعة من المؤشرات السلبية للممارسة أهمها: التجاوزات الأخلاقية للمهنة، ويتضح ذلك في عدد من المظاهر، منها: نشر معلومات غير دقيقة، أو لم يأذن المصدر بنشرها، والنقل عن المواقع الإلكترونية دون الإشارة إليها.

12- دراسة بعنوان: "تأثير المادة الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين: دراسة وصفية على عينة من الصحفيين السعوديين"⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير المادة الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين، وهي دراسة وصفية استخدمت الباحثة فيها منهج المسح الإعلامي الوصفي والكمي، أما أداة الدراسة فكانت صحيفة الاستقصاء التي تم تطبيقها على عينة عشوائية منتظمة قوامها (169) صحفياً يعملون في أحد عشر صحيفة سعودية يومية صادرة باللغة العربية وهي: (صحيفة الحياة، الجزيرة، الرياض، الوطن، الاقتصادية، الشرق الأوسط، شمس، عكاظ، اليوم، المدينة، الندوة)، واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن أهم العوامل التي تؤثر على الأداء المهني للصحفي بالترتيب هي الدورات سواء الداخلية أو الخارجية، ثم الرغبة والمهوية، والثقافة العامة، والخبرة، والتفرغ التام للعمل.

2- أن نسبة (31.5%) يرون أن درجة تأثير المعلن بشكل عام على الأداء المهني كان تأثيراً قوياً، بينما يرى (23.8%) بأن التأثير قوي جداً.

3- يرى مديرو التحرير أن أهم عامل يؤثر على الأداء المهني للصحفيين هو الرغبة والمهوية بنسبة (93.3%) يليها الثقافة العامة بنسبة (46.7%).

13- دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة في الأداء الاتصالي للمراسل الدولي، وانعكاساتها على التدفق الإخباري في ظل ثورة المعلومات: دراسة ميدانية"⁽²⁾:

(1) بن مريشد، تأثير المادة الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين: دراسة وصفية على عينة من الصحفيين السعوديين.

(2) نوفل، العوامل المؤثرة في الأداء الاتصالي ... (ص327-427).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل، والضغوط التي تؤثر في طبيعة الأداء المهني للمراسل الإعلامي الدولي، ومدى الالتزام بأخلاقيات الممارسة المهنية، في ضوء موثيق الشرف الإعلامية. وهي دراسة وصفية اعتمدت الباحثة فيها على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال أداتي الاستبانة، والملاحظة المباشرة وتطبيقهما على من المراسلين الدوليين بالقاهرة العاملين في الوكالات العالمية، ومكاتب القنوات المتلفزة، والإذاعات، والجراند والتي بلغت (104) مفردة، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن (75%) من أفراد عينة المراسلين قد حصلوا على دورات تدريبية، وكانت من أهمها: الدورات الخاصة بالإعلام الدولي بنسبة (22.2%)، تلاها التحرير الصحفي بنسبة (20.9%).

2- أن أولويات استخدام التكنولوجيا تمثلت في استخدام أكثر من وسيط تكنولوجي بنسبة (17.1%)، تلاها إرسال موضوعات عبر القمر الصناعي بنسبة (14.8%)، تلاها إعداد الموضوعات باستخدام الحاسوب بنسبة (13.6%).

3- أن الضغوط، والعوامل المؤثرة في الأداء الاتصالي تمثلت في السياسة الإعلامية للدولة بنسبة (9.7%)، ثم السياسة العامة للدولة بنسبة (9.5%)، ورؤساء العمل بنسبة (9%).

14- دراسة بعنوان: "واقع الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى: دراسة ميدانية على مراسلي الإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة" (1):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في ظل انتفاضة الأقصى المباركة، وخاصةً الصحفي المراسل في الإذاعة والتلفزيون، وهي دراسة وصفية اعتمدت على المنهج المسحي لأساليب الممارسة للصحفيين معتمدةً على أداة الاستبيان، التي تم توزيعها على (130) مراسلاً في قطاع غزة، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

4- أن (75.6%) من المراسلين يحصلون على رواتب في مجال عملهم، وأن (24.4%) لم يحصلوا على رواتب خلال فترة عملهم.

(1) وافي، واقع الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى... (ص50-75)

5- أن أهم المشاكل التي تواجه الصحفي أثناء عمله: (عدم التعاون بين المرسلين والمسؤولين، وعملية وضع عقبات أمامهم والأخطار بنسبة (9.5%)، تلاها الافتقار إلى المهنية، والاحترافية، وعدم تعاون المسؤولين معهم بنسبة (8.2%).

6- أن أهم الضغوط المهنية الإدارية هي: زملاء العمل والعلاقات فيما بينهم بنسبة (15.2%)، تلاها النمط الاجتماعي (العادات والتقاليد) بنسبة (12.1%).

15- دراسة بعنوان: "الإيقاع الشخصي وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين اليمنيين"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة الأداء المهني بالإيقاع الشخصي للعاملين في المؤسسات الإعلامية الحكومية والحزبية والأهلية، وهي دراسة وصفية اعتمد الباحث فيها على المنهج المسحي الوصفي، حيث قامت الباحثة بتطبيق مقياس الأداء المهني للصحفيين من إعداد الباحثة، وشملت الدراسة عينة قوامها (100) صحفي وصحفية من العاملين في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- لا توجد فروق دالة إحصائية في العلاقة بين الإيقاع الشخصي، والأداء المهني للصحفيين تبعاً لنوع التخصص (صحافة-تخصصات أخرى).

2- أن مستوى الإيقاع الشخصي لدى الصحفيين اليمنيين هو المستوى المتوسط.

3- لا توجد علاقة بين الإيقاع الشخصي، والأداء المهني للصحفيين اليمنيين، ويعزى ذلك إلى أنه لم تحدث علاقة تأثر وتأثير بين مهنة الصحافة، والإيقاع الشخصي لمنتسبيها.

16- دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية"⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على الرضا الوظيفي للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية، وهي دراسة وصفية تحليلية ميدانية اعتمدت فيها الباحثة على منهج المسح الوصفي التحليلي، من خلال صحيفة الاستقصاء التي تم تطبيقها على عينة طبقية نسبية قوامها (339) مبحوثة من القائمت بالاتصال في الصحف التالية: (الجمهورية، أخبار اليوم، مجلة أكتوبر، مجلة صباح الخير، مجلة الشباب، مجلة الهلال، مجلة حواء، مجلة نصف

(1) الوداعي، الإيقاع الشخصي وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين اليمنيين.

(2) ساويرس، العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية.

الدنيا، جريدة الوفد، جريدة الأهالي، جريدة الأسبوع، جريدة النبا الوطني، جريدة مايو، مجلة الإذاعة والتلفزيون)، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- ثبوت علاقة طردية بين الفئات العمرية للقائمت بالاتصال، ومستوى رضائهن الوظيفي العام.

2- هناك العديد من العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي العام للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية، من أبرزها: طبيعة العمل، والتقدير، وسياسة المؤسسة، والإنجاز، وطبيعة العلاقات الشخصية بالزملاء).

3- أن رؤية القائمت بالاتصال لأنفسهن إيجابية بصفة عامة.

17- دراسة بعنوان: "ما هي الصحافة؟ الهوية المهنية وأيديولوجية الصحفيين إعادة نظر"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الصحافة، وظهور الهوية المهنية للصحفيين، وعلاقة الأداء المهني بالأيديولوجيات الخاصة بالصحفيين، وهي دراسة وصفية نظرية، حيث قام الباحث فيها بالاعتماد على الأدبيات السابقة، وإجراء المقابلات مع بعض الصحفيين من أجل الحصول على المعلومات. واستعرض الباحث في دراسته الحديث عن مهنة الصحافة ونشأتها، وطبيعتها في المجتمعات الديمقراطية، ثم تناول الحديث عن القيم المهنية في الصحافة، وأثر التكنولوجيا الحديثة عليها.

وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أن الهوية المهنية للصحفيين يمكن النظر إليها من خلال السمات الاجتماعية المهنية، من زاوية، ومن زاوية أخرى أيديولوجية المؤسسات الصحفية.

2- تؤدي العوامل الذاتية للصحفيين، دوراً هاماً في تناول الصحفيين للأخبار، والموضوعات حيث يقدمون ما يرون أن الناس بحاجة له.

3- تؤثر التعددية الثقافية، والوسائط المتعددة (التكنولوجيا الحديثة) بشكل أساسي على أداء الصحفيين.

(1) Mark, What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered (p. 442-464).

18- دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية، في ظل تصاعد المنافسة الإعلامية، حيث سعت الدراسة إلى رصد، وتحليل العوامل التي تؤثر على أداء الصحفيين في الصحف الحكومية، وهي دراسة وصفية تم تطبيقها على صحيفتي البيان، والاتحاد الإماراتية، بعينة قوامها (60) صحفياً، مستخدمةً المنهج الاستطلاعي الوصفي من خلال أداة الاستبيان، معتمدةً على نظرية القائم بالاتصال. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- أن (80%) من عينة الدراسة ذكروا أنه توجد صعوبات في الحصول على المعلومات التي يحتاجها الصحفيين في عملهم.
- 2- تتعدد العوامل التي تؤثر على الصحفيين منها: عوامل تتعلق بمساحة النشر، وكثرة الأعباء، والمهام الصحفية للمحرر، والأمن الوظيفي، والمنافسة بين الزملاء.
- 3- أن غالبية الصحفيين ممن لديهم خلفية تعليمية مناسبة، وأن أكثر من نصفهم من خريجي التخصصات الإعلامية.
- 4- يستخدم غالبية الصحفيين تكنولوجيا المعلومات في الممارسات الصحفية، ويتأثر أدائهم بعدة عوامل أهمها بيئة العمل الصحفي داخل الصحيفة.

19- دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للمحررين الدينيين في الصحف المصرية: دراسة ميدانية"⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على الممارسة المهنية للمحررين الدينيين في الصحف المصرية، من حيث تأهيلهم، وخصائصهم، والمعوقات التي يواجهونها، والإمكانيات التكنولوجية المتاحة. وهي دراسة وصفية اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي التحليلي لعينة من المحررين في القسم الديني، والصفحات الدينية المتخصصة في الصحف الحزبية، والقومية، والخاصة، والتي بلغت (34) محرراً في صحف: (الأخبار، والأهرام، والجمهورية، عقيدتي، صوت الأزهر، الوقد، الأسبوع)، واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال.

(1) يونس، العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية...

(2) عبود، العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للمحررين ... (ص337-394).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين الرضا الوظيفي كمتغير مستقل، وبين متغيرات الأداء، ومنها استخدام التكنولوجيا، والتدريب، والإنجاز في العمل.

2- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات المشاركة في ضوء السياسة التحريرية، من حيث مدى استفادتهم من الدورات، أو استخدامهم للإنترنت، أو المعوقات التي تواجههم.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على دورات تدريبية، وغير الحاصلين وذلك فيما يتعلق بمدى الاستفادة من الدورات التدريبية.

20- دراسة بعنوان: "معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي: دراسة ميدانية على المراسلين المحليين بالصعيد" (1):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي، والعوامل المسببة لتلك المعوقات من داخل بيئة العمل الصحفي، إلى جانب معوقات الحصول على المعلومات من مصادرها، والضغوط الإدارية والتنظيمية، وهي دراسة وصفية اعتمدت الباحثة فيها على منهجين أساسيين هما: المسح والمقارن، باستخدام أداة الاستبيان، والمقابلة، والملاحظة، حيث تم تطبيق أداة الاستبيان على عينة قوامها (72) مراسلاً محلياً في صعيد مصر، العاملين في الصحف الحزبية والقومية والخاصة، واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن (75%) من المراسلين يواجهون صعوبات في الحصول على المعلومات من مصادرها.

2- أن (67%) من المراسلين يعانون من مشكلات إدارية داخل صحفهم التي يعملون بها.

3- يعاني المراسلون الصحفيون بالذات في الصحف الحزبية من نقص الإمكانيات الصحفية مثل عدم وجود مقر أو مكتب يتم من خلاله مراسلة الصحف.

21- دراسة بعنوان: "معوقات الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال في مجال الصحافة البيئية" (2):

(1) عمران، معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي ... (ص 197- 287).

(2) محمدين، معوقات الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال ... (ص 197- 287).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إلمام القائم بالاتصال بالقضايا البيئية المحلية، والعالمية من خلال التعرف على معوقات الممارسة المهنية لهم، في مجال الصحافة البيئية، وهي دراسة وصفية اعتمد فيها الباحث على منهج المسح الإعلامي لعينة من المحررين المختصين بشئون البيئة، في صحف: (الأهرام، والأخبار، والجمهورية، والوفد، والأحرار، والأهالي، والأسبوع، والبعث، والميدان)، حيث بلغت عينة القائمين بالاتصال (24) محرراً ومحررة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على منهجين أساسيين هما: منهج المسح، والمقارن، باستخدام أداة الاستبيان، والملاحظة، والمقابلة، واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن نسبة (52%) من القائمين بالاتصال غير راضين عن عملهم في مجال البيئة، و(45.8%) راضين عن عملهم.

2- أن (75%) غير مؤهلين للعمل في مجال البيئة، مقابل (25%) مؤهلين لذلك.

3- أن (62.4%) لم يحصلوا على دورات في مجال العمل الصحفي المتخصص، في حين أن (37%) حصلوا على دورات في مجال العمل الصحفي.

22- دراسة بعنوان: "العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين في المؤسسات الصحفية السعودية"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في الصحافة السعودية، ومدى العلاقة بين مستوى رضاهم، وأدائهم المهني، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الوصفي التحليلي، من خلال صحيفة الاستقصاء، حيث قام الباحث بتطبيق دراسته على عينة قوامها (210) استبانة من القائمين بالاتصال في الصحف، والمجلات المحلية السعودية، وهي: (اليمامة، المدينة، اليوم، عكاظ، البلاد، الندرة، الجزيرة)، مستخدماً أسلوب العينة العنقودية. واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن القائمين بالاتصال في الصحف السعودية محل الدراسة يتمتعون بدرجة متوسطة من الرضا الوظيفي.

(1) المقوشي، العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين ... (ص503-559).

2- أن صحفيي عكاظ تفوقوا في دوافعهم الذاتية على صحفيي الجزيرة بمتوسط (30.6%)، علاوة على تفوقهم على صحفيي اليوم، في حين تفوق صحفيو الندوة عليهم بمتوسط (34.2%)، كما أن صحفيي الندوة تفوقوا على صحفيي الجزيرة في دوافعهم الذاتية بمتوسط (27.6%).

3- تفوقت مؤسسة الندوة على معظم المؤسسات الصحفية الأخرى، ولم يشذ عن ذلك إلا صحفيو اليمامة واليوم الذين تساوت معهم، حيث إن هناك اختلاف ذو دلالة إحصائية بين الندوة، وكل من المدينة، وعكاظ، والجزيرة في الاستمرار بالعمل، كمحور على إجابة الفنون الصحفية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المواقع الإلكترونية:

23- دراسة بعنوان: "المواقع الإخبارية العربية: دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة العنكبوتية"⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على آليات عمل المواقع الإخبارية الإلكترونية، ووصف سياقها التقني والإعلامي، من خلال حالة الجزيرة نت كنموذج معبر عن هذه المواقع، وهي دراسة وصفية، اعتمد الباحث على أدوات الملاحظة، والمقابلات الشخصية. حيث قام الباحث بدراسة موقع الجزيرة نت الإلكتروني، الذي انطلق من العاصمة القطرية في الأول من يناير 2001م، خلال الفترة الزمنية الممتدة من (2001/1/1م - 2012/12/31م)، مستخدماً منهج المسح الوصفي لدراسة وتقييم موقع الجزيرة وفق محكمات معيارية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- يتميز الموقع بفريق مهني، وفني كبير أتاح له العمل على مدار الأربع وعشرين ساعة، وبطاقة إنتاجية تتراوح ما بين (80-100) مادة إعلامية متنوعة يومياً، يساهم فيها أيضاً فريق من المرسلين المنتشرين في أكثر من (30) بلداً عربياً وأجنبياً.
- 2- يسعى الموقع للالتزام بمبادئ العمل الصحفي، وحرية الرأي والرأي الآخر، مما جعله يقع في مصاف المواقع العربية الإخبارية المتقدمة في العالم العربي خاصة، والعالم بشكل عام.

(1) حمدان، المواقع الإخبارية العربية: دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة العنكبوتية.

3- يبدي الموقع اهتمامًا ملحوظًا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كوسيلة لتوصيل الأخبار، ومختلف المواد الإعلامية الأخرى للجمهور، غير أنه لم يبلور سياسة واضحة تجاه التعامل مع المواقع الاجتماعية، سواء كوسيلة لنقل الأخبار، أو كمصدر لها.

24- دراسة بعنوان: "مواقع وكالات الأنباء العربية على شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات: دراسة تقييمية للإعداد والإتاحة والإفادة"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى الاعتماد على المواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء العربية كمصدر للمعلومات، وهي دراسة وصفية، حيث اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي التحليلي لرصد وتحليل مواقع وكالات الأنباء العربية، ومدى الإفادة منها، كما اعتمدت على أسلوب التقييم في ضوء معايير خاصة، وضعتها الباحثة لأغراض الدراسة مقسمة إلى أربعة فئات هي: (محتوى الموقع، التصميم والبنية الفنية، وإمكانية الاستخدام والخدمات) من خلال أداة الاستبيان. وشملت الدراسة تقييم عشرين موقعاً إلكترونياً لوكالات الأنباء العربية الرسمية المتاحة على شبكة الإنترنت، بهدف التعرف على نقاط القوة، ومواطن الضعف.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- بلغ عدد مواقع وكالات الأنباء العربية الرسمية المتاحة على شبكة الإنترنت (20) موقعاً تتبع (19) دولة عربية، بينما لا يزال هناك ثلاث دول ليس لديها موقع إلكتروني لوكالة أنبائها الرسمية، هي: العراق، والصومال، وجزر القمر.

2- تميزت جميع عناوين مواقع الدراسة بالبساطة، وسهولة الحفظ، وثبات البيانات التوثيقية، كما تميزت المواقع بنظام بناء، وتنظيم واضح، ومنطقي يكفل الوصول لجميع صفحات الموقع، وحرصت أغلب المواقع على توفير خدمة البحث في أرشيف الأخبار وأتاحتها بنسبة (95%) من المواقع.

3- جاءت المواقع الصحفية في مقدمة المواقع الإخبارية التي يفضلها مجتمع الدراسة، تلاها مواقع وكالات الأنباء العربية، وكان موقع وكالة أنباء الشرق الوسط المصرية في مقدمة مواقع وكالات الأنباء العربية، التي يتصفحها مجتمع الدراسة، تلاه موقع اتحاد وكالات الأنباء العربية.

(1) علي، مواقع وكالات الأنباء العربية على شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات: دراسة تقييمية للإعداد والإتاحة والإفادة.

25- دراسة بعنوان: " معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي حماس وفتح لأزمة الانقسام: دراسة تحليلية"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أداء المواقع الإخبارية الإلكترونية لكل من حركتي حماس وفتح، بعد سيطرة حركة حماس على قطاع غزة في يونيو 2007م، كما هدفت إلى تسليط الضوء على دور الإعلام الإلكتروني الفلسطيني في تفسير ملفات الانقسام، ومدى التزامها بالقواعد والأصول المهنية. وهي دراسة وصفية استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة من خلال استمارة تحليل المضمون للمواقع الإلكترونية الإخبارية التابعة لحركتي حماس وفتح، حيث شمل مجتمع الدراسة (13 موقع لكلا الحركتين)، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (4) مواقع تابعة للحركتين هم: (الموقع الرسمي لحركة حماس، والمركز الفلسطيني للإعلام، وفتح ميديا، وفلسطين برس)، وذلك في الفترة الزمنية ما بين (2013/4/7-3/25م)، واعتمدت الدراسة على نظرية تحديد الأولويات (الأجندة).

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1. رغم إعلان الموقعين الإخباريين، وكالة فلسطين برس والمركز الفلسطيني للإعلام بأنهما مستقلين، إلا أن كلاً منهما انحاز لأحد طرفي الانقسام، وتحول إلى منبر للهجوم على الطرف الآخر.
2. ارتفاع متوسط أساليب الإقناع لدى المواقع الإلكترونية التابعة لحركة فتح، في ظل سيادة القيم السلبية، والاستمالات العاطفية في مواقع حركة حماس.
3. أفردت مواقع كلا الحركتين مساحةً واسعةً لعرض مظاهر استمرار الانقسام (المنع من السفر، والتهديد والضرب، والاعتقال والاستدعاء).

26- دراسة بعنوان: " دور المواقع الإلكترونية العربية على شبكة الانترنت في التوعية بقضية الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي دراسة تحليلية"⁽²⁾.

استهدفت الدراسة التعرف على دور المواقع الإلكترونية العربية على شبكة الإنترنت في التوعية بقضية الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي، والدور الذي تؤديه في التعريف بقضية الأسرى لدى الجمهور العربي، واستخدام الباحث منهج المسح الوصفي التحليلي معتمداً على أداة تحليل المضمون لأربع مواقع إلكترونية عربية من أكثر المواقع استخداماً لدى

(1) جراد، معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي حماس وفتح لأزمة الانقسام: دراسة تحليلية.

(2) الأشقر، دور المواقع الإلكترونية العربية على شبكة الانترنت في التوعية بقضية الأسرى الفلسطينيين...

القارئ العربي، وهي بالترتيب موقع (الجزيرة نت) وموقع(العربية نت) وموقع (اليوم السابع) ، وموقع (شبكة الأخبار العربية- محيط)، وكانت فترة الدراسة (6) أشهر كاملة، واعتمدت الدراسة على نظرية الفجوة المعرفية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. إن اهتمام مواقع الدراسة بقضية الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي كان ضعيفاً جداً، واعتمدت بنسبة لا يستهان بها وصلت إلى (10%) على الصحافة الإسرائيلية كمصدر من مصادر الحصول على أخبار الأسرى.

2. لم تعرض مواقع الدراسة قضية الأسرى كقضية إنسانية، وتهاننت مواقع الدراسة في استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة؛ لإبراز قضية الأسرى والتعريف بها.

3. لم تهتم مواقع الدراسة باستخدام عناصر الإبراز، سواء العامة، أو الخاصة بالمواقع الإلكترونية، حيث أغفلت بشكل كامل استخدام الروابط، والإحالات، والوسائط المتعددة إلا بنسب بسيطة جداً، كذلك لم تستخدم الفلاشات، أو العناوين المتحركة.

27- دراسة بعنوان: " معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الجزيرة نت، والعربية نت"⁽¹⁾.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر، وهي دراسة وصفية، اعتمد الباحث فيها على منهجي المسح الإعلامي التحليلي، والمنهج المقارن، مستخدماً أداة تحليل المضمون لموقعي الجزيرة نت، والعربية نت في الفترة ما بين (1/1-2010/12/31م)، حيث اعتمدت الدراسة على نظرية بناء الأولويات (الأجندة).

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1. تمكن كلاً من موقعي الجزيرة نت، والعربية نت من توظيف إمكانيات النشر الإلكتروني في عرض واقع الأقباط في مصر.

2. أن التقرير الإخباري جاء في مقدمة الفنون الصحفية المستخدمة بنسبة (41.5%).

(1) الأطرش، معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر...

3. أن هناك اهتمامًا من قبل المواقع بأحداث العنف الطائفي، ونشر ردود الأفعال، والمواقف الدولية تجاه تكل الأحداث، بالإضافة إلى سيادة الطابع الأمني في معالجة قضايا الأقباط في مصر.

28- دراسة بعنوان: " دور المواقع الإخبارية في حصول الشباب المعتريين المصريين على المعلومات عن أحداث ثورة 25 يناير": (1)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم المواقع الإخبارية التي تناولت أحداث ثورة 25 يناير في مصر، والتي اعتمد عليها المغتربون المصريون، وهي دراسة وصفية اعتمدت الباحثة فيها على منهج المسح بالعينة، حيث تكونت عينة الدراسة من (101) مفردة من الشباب المصريين المغتربين بدولة النمسا، من خلال استبيان تم تطبيقه على العينة السابقة، وقد اعتمدت الدراسة في بنائها النظرية على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض الباحثين للإنترنت، ومستويات التعرض المختلفة للمواقع الإخبارية على الإنترنت.
- 2- تزداد درجة المعرفة بأحداث ثورة 25 يناير لدى الباحثين، كلما ازدادت درجة اعتمادهم على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات.
- 3- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية، بين مستويات الخبرة لدى الباحثين باستخدام المواقع الإخبارية، ودرجة الاعتماد على المواقع الإخبارية على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

29- دراسة بعنوان: " حراسة البوابة والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت": (2)

هدفت هذه الدراسة إلى وصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة من قبل حارس البوابة في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، وهي دراسة وصفية اعتمد الباحث فيها على منهج المسح بالعينة من خلال استخدام صحيفة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة عشوائية

(1) معبد وآخرون، دور المواقع الإخبارية في حصول الشباب ... (ص 45-49)
(2) تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت.

من حراس البوابة قوامها (124) في (31) موقعاً إلكترونياً، واعتمدت الدراسة في بنائها النظري على نظرية حارس البوابة الإعلامية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- ارتفاع نسبة اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بنشر المواد السياسية، والمواد الاجتماعية، وانخفاض نشر المواد الاقتصادية، ومواد الترفيه والتسلية.

2- انخفاض مستوى التفاعلية بين الزوار في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وعدم توفير بعض الإمكانيات التفاعلية من قبل حارس البوابة مثل: (غرف الدردشة، والتواصل عبر البريد الإلكتروني).

3- أن المواقع الإخبارية الفلسطينية اهتمت بشكل كبير بتحديث المواد الخبرية المنشورة فيها، فيما اهتمت أيضاً بتوفير آلية بحث، وقاعدة بيانات لزوارها.

30- دراسة بعنوان: "تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية - دراسة مسحية"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري، نحو القضايا السياسية، باستخدام مدخل نظري تكاملي يتناول أطراف العملية الاتصالية على شبكة الإنترنت، بدلاً من الاعتماد على مدخل أحادي، وهي دراسة وصفية. حيث اعتمدت الباحثة على منهجين هما: منهج الدراسة التجريبية من خلال القياس القبلي والبعدي، لقياس أثر المتغيرات والعناصر التي تعرض لها المبحوث أثناء التجربة، لاستخلاص الاتجاهات نحو القضية السياسية المطروحة (استفتاء جنوب السودان)، ومدى تناسبها مع الأطر المقدمة بالموقع. أما الدراسة الميدانية فقد اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بالعينة من خلال أداة الاستبيان لقياس تأثير التعرض للمواقع الإخبارية في قضية ثورتي مصر وليبيا، واعتمدت على نظريتي المجال العام، ونموذج المتلقي.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو المواقع الإخبارية الإلكترونية في ضوء كثافة التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية، مما يدل على عدم وجود فروق جوهرية بين اتجاهات المبحوثين في المجموعات الثلاثة نحو المصادر الإخبارية الإلكترونية.

(1) اللواتي، تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية.

2- توجد علاقة دالة إحصائياً بين التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية وبين تشكيل الاتجاه في ضوء بعض المتغيرات الوسيطة.

3- أن (56%) من إجمالي المشاركين يرون سرعة الوصول للمعلومات متوسطة، ويرى (24%) أنها كبيرة، أي أن الموقع فعال، بينما يري (20%) أن المواقع غير فعالة.

31- دراسة بعنوان: "تقييم جودة المواقع الإلكترونية : دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية"⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة المواقع الإخبارية الإلكترونية لبعض المواقع العربية والأجنبية، وهي دراسة وصفية، اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة، حيث قام بتصميم استمارة خاصة مكونة من (44) سؤالاً تشمل على المعايير الخاصة بجودة المواقع الإلكترونية من أجل تحليل مضمون عينة من المواقع العربية والأجنبية، بلغت (24) موقعاً في الفترة الممتدة ما بين (2009/8/17-2009/8/29م).

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- تلجأ معظم المواقع الأجنبية المبحوثة إلى تثبيت المصادر المستخدمة في المواضيع المنشورة، بعكس المواقع العربية المبحوثة والتي غالباً لا تقوم بكتابة المصادر الخاصة بالمواضيع.

2- أن أحد أهم الوسائل التي تجعل المواقع الإخبارية أكثر جودة، هي إمكانية التعامل معها بسهولة من قبل المتصفحين، وبأقل جهد ممكن، فضلاً عن الأمان والخصوصية.

3- تتفوق المواقع الإلكترونية الأجنبية على المواقع الإلكترونية العربية في جودة التصميم، حيث بلغت بنسبة (77%) في المواقع الأجنبية مقارنة بـ(56.48%) في المواقع العربية.

32- دراسة بعنوان: "معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية على شبكة الإنترنت"⁽²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية، وهي دراسة استكشافية وصفية، حيث استخدم الباحث منهج المسح بالعينة للتعرف على ظاهرة عدم وجود التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية على شبكة الإنترنت، والمعوقات التي

(1) حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية دراسة تحليلية ... (ص 35-58).

(2) عبد الله، معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية ... (ص 498-531).

تعرض طريق تحقيقها. وتم اختيار عينة عمدية من طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت للعام 2010م، مستخدماً أداة الاستبيان في تحقيق أهداف الدراسة، واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن أهم معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية، تعود إلى نقص التدريب والتأهيل للتعامل مع شبكة الإنترنت بنسبة (87.31%).

2- جاء من بين المعوقات بعدم وجود التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية، عدم اقتناع الكثير بأهمية قراءة الصحف الإلكترونية بنسبة (39.55%).

3- علل المبحوثون بنسبة (76.12%) لعدم وجود التفاعلية في الصحف الإلكترونية العراقية لضعف خدمة الإنترنت.

33- دراسة بعنوان: استخدام متابعة حركة الأعين في التعرف على فاعلية عناصر تصميم المواقع الإخبارية⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أكثر أساليب التصميم استخداماً، في كل من: (أسلوب الانتقال بين الشرائح، والصور، والأخبار العاجلة والروابط) على استخدام القارئ لهذه العناصر، وذلك عبر استخدام تقنية تتبع حركة الأعين، وهي دراسة وصفية، اعتمدت على المنهج التجريبي، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (96) فرداً، تراوحت أعمارهم من (18-60) في الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال تعريضهم لمجموعة من المواقع الإخبارية، وتتبع حركة أعينهم إلى جانب توجيه مجموعة من الأسئلة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن أكثر أساليب عرض شرائح الصور عبر الموقع الإخباري استخداماً، هو أسلوب الانتقال إلى الصورة التالية (التالي)، لسهولة هذا التطبيق البرمجي وسرعة الانتقال للصور التالية.

2- وضع الخبر العاجل في صندوق له إطار في مقدمة الأساليب التي تلفت المستخدم، يليه أسلوب كتابة كلمة جديد قبل الخبر، ثم أسلوب وقت نشر الخبر.

(1) Paul & Ruel, Using eye tracking technology to examine the effectiveness of design elements on news websites (p.31-43).

3- جاء أسلوب وضع الروابط في سياق الخبر في مقدمة أساليب جذب انتباه المستخدم للروابط على المواقع الإخبارية، يليه وضع الرابط أسفل الخبر، ثم أسلوب وضع الرابط بجوار الخبر.

34- دراسة بعنوان: "استخدامات الشباب المصري للمواقع الإخبارية"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدوافع التي تؤدي إلى استخدام الشباب المصري للمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، من خلال التعرف على أنماط التعرض والدوافع والاستخدامات والإشباعات المتحققة، وكذلك التعرف على المضامين الإخبارية المقدمة ومصادرها، والخدمات المستحدثة، والإمكانيات التفاعلية المتاحة، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح بالعينة لجمهور المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية، معتمدة على أداة الاستبيان حيث طبقت الباحثة دراستها على عينة عشوائية من (500) مفردة من الشباب، تتراوح أعمارهم ما بين (18-35) سنة على عشرة مواقع إخبارية. واعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباعات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- تعاني المواقع الإخبارية التي لها نظير ورقي (نسخ إلكترونية) من فقر الخدمات التفاعلية، فيتيح موقع الأهرام وسيلة واحدة للتفاعل وهي البريد الإلكتروني، أما موقعي الجمهورية والمصري اليوم، فلم يتيحاً أي وسيلة تفاعلية.

2- المواقع الإخبارية لا تقدم مادة مرنة في الشكل، مما يسهل تصفحها، ويساعد المستخدم على القراءة السريعة، واختيار أجزاء لقراءتها بشكل تفصيلي، حيث لم تلجأ أي من مواقع الدراسة إلى نشر الأخبار في شكل محاور ثانوية نشطة مع العنوان الرئيسي.

3- معظم المواقع الإخبارية غاب عنها استخدام الوسائط المتعددة (مقاطع الصوت - الفيديو)، وأيضاً غاب عنها مصادر معلومات إضافية، والوصلات الإخبارية، إلا أنها نجحت في تقديم خدمات جديدة لم تكن متاحة في وسائل العلام التقليدية.

35- دراسة بعنوان: مصداقية المواقع الإخبارية الإلكترونية من وجهة نظر الصحفيين"⁽²⁾:

(1) رجب، استخدامات الشباب المصري للمواقع الإخبارية.

(2) Williams, online news credibility: An examination ... (p.478-498).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مصداقية الأخبار عبر المواقع الإخبارية الإلكترونية لدى عينة من الصحفيين الأمريكيين، والتعرف على مدى اختلاف المصداقية بالنسبة للصحفيين في الصحف المطبوعة والصحفيين في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بالعينة، من خلال تطبيق استبانة على عينة قوامها (465) صحفياً من العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية والصحف التقليدية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن انتماء الموقع الإخباري الإلكتروني لمؤسسة إعلامية معروفة، تزيد من مصداقيته، إلى جانب انخفاض مصداقية الأخبار على الإنترنت لدى الصحفيين العاملين بالصحف التقليدية.

2- أن تزايد الاعتماد على المواقع الإلكترونية كمصدر للمعلومات، يزيد من مصداقية المواد المنشورة عبر تلك المواقع.

3- أن الأخبار المرتبطة بالجهود الاجتماعية تزداد مصداقيتها عن الأخبار المرتبطة بالأنشطة التسويقية.

36- دراسة بعنوان: "أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح نموذجاً" (1):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأثر الذي تتركه المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية على طلبة جامعة النجاح الوطنية بنابلس، كنموذج لطلبة الجامعات من خلال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتعمل هذه الدراسة على تحديد العلاقة بين المواقع الإخبارية، والتوجهات السياسية لدى الطلبة. حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تصميم استمارة تم تطبيقها على طلبة جامعة النجاح الوطنية، واعتمدت على نظريتي الاعتماد والمجال العام.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن نسبة متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية عالية جداً في جامعة النجاح، حيث أجاب (98.2%) من الطلبة أنهم يتابعون المواقع الإلكترونية، وأكثر من (50%) منهم يتابعون بشكل تفصيلي المواقع الإلكترونية الإخبارية.

(1) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح الوطنية نموذجاً.

2- تعد الصور المتعلقة بالأحداث وتداعياتها في المواقع الإلكترونية الإخبارية، سبباً في تشجيع الطلبة على متابعتها، حيث أشار بالموافقة على ذلك (93.1%) مقابل معارضة (5.8%) فقط.

3- تؤدي المواقع الإخبارية دوراً كبيراً في تغيير التوجه السياسي والتأثير على انتقال الطلبة من ميول سياسية معينة إلى أخرى حيث أجاب (76.2%) أن المواقع الإلكترونية ساهمت في رفع وتيرة التعصب الحزبي. وأن (75%) أكدوا أن المواقع الإخبارية تؤدي دوراً في الاستقطاب السياسي.

37- دراسة بعنوان: مدى اعتماد الشباب على المواقع الإخبارية⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الشباب للمواقع الإخبارية، ومدى التفاعل مع الموضوعات المنشورة على هذه المواقع، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي من خلال المقابلة المقننة، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (15) من طلبة الصحافة في جامعة إيلون، بالتطبيق على ثلاث مواقع إخبارية هي (News CNN، Yahoo news،Salon) وطلب منهم الدخول لمدة خمس دقائق لتلك المواقع للموضوعات التي يفضلونها، ثم تم فتح باب المناقشة معهم لمدة نصف ساعة، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن الشباب مستخدمي المواقع الإخبارية لا يلتزمون بموقع إخباري محدد، فعندما لا يجدون ما يريدونه في موقع معين يتجهون لموقع آخر.

2- الشباب يفضلون المواقع الإخبارية المدعمة بصور وروابط وتحليلات.

3- يفضل الشباب المضمون الذي يمكن التحكم به والتعامل معه، والمضمون المتنوع الذي يمكن الوصول إليه بسهولة.

38- دراسة بعنوان: استخدام الروابط الداخلية والخارجية في المواقع الإلكترونية⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الوصلات والارتباطات الداخلية والخارجية في عدد من المواقع الإخبارية لمنظمات إعلامية أمريكية، وبيان مدى اختلاف الاستخدام باستخدام نوع الخبر، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، حيث اعتمدت

(1) Sturgill & Pierce, Online news websites: How much content to do adults want? (p.1-18)

(2) Termayne, Applying Network Theory to the Use of External Links on News Web Sites.

على استمارة تحليل المضمون حيث قام الباحث بتحليل مضمون عشرة مواقع إخبارية وهي: (نيويورك تايمز، واشنطن بوست، ويو إس إيه توداي، ويو إس نيوز، وورلد ريبورت وتايم)، إلى جانب تحليل خمسة مواقع لمنظمات لديها محطات إذاعية وتلفزيونية وهي (CNN-FOX NEWS-ABC-CBS)، حيث تم تحليل أخبار الصفحة الرئيسية في الموقع والتي بلغت (1758) خبراً نشرت على مدار الأعوام (1999-2004).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- تزايد الاعتماد على الوصلات الارتباطية داخل المواقع الإخبارية، على عكس الاعتماد على الوصلات الخارجية، وذلك بسبب وجود معلومات مترابطة داخل الموقع.

2- أن تقديم المواقع الإخبارية لوسائل الإعلام المرئية لروابط خارجية بصورة أكثر من المواقع الإخبارية لوسائل إعلامية مطبوعة، إلى جانب أن غالبية الروابط الخارجية كانت أمريكية.

3- أن تزايد أو انخفاض الوصلات الخارجية يرتبط بنوع القصة الإخبارية، فالأخبار العاجلة تقل فيها الوصلات الخارجية بسبب حداثة الخبر، على عكس الأخبار الصحية أو الطبية التي يسعى المحرر إلى تقديم تفاصيل، أوفى من خلال الروابط الخارجية.

39- دراسة بعنوان: "خدمة مواقع وكالات الأنباء العربية الإلكترونية على الإنترنت، وأثرها على مستقبل هذه الوكالات"⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى رصد خدمات مواقع وكالات الأنباء العربية على الإنترنت، وأثرها على مستقبل هذه الوكالات، ومناقشتها للمواقع الصحفية الإلكترونية، من خلال وصف الخدمات الإخبارية التي تقدمها الوكالات، لمعرفة مدى استفادتها من الوسائط المتعددة، وخدمات التفاعل مع المستخدمين، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج مسح المضمون الإعلامي، حيث اعتمدت على أدوات تحليل الشكل وتحليل المضمون لمواقع ثلاث وكالات هي (وكالة الأنباء الكويتية، والقطرية، والإماراتية).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- هناك قصور في تقديم وكالات الأنباء العربية لخدماتها الإخبارية والمعلوماتية على الإنترنت، يتمثل في عدم التغطية الشاملة للأحداث بالصوت والصورة.

(1) عبد العزيز، خدمة مواقع وكالات الأنباء العربية الإلكترونية ... (ص203-244).

2- تفتقر هذه الوكالات إلى تقديم خدمات التفاعل والتواصل مع الجمهور، مما يجعل الجماهير تفضل مواقع تقدم هذه الخدمات عن مواقع عينة الدراسة.

3- لا تقدم الوكالات عينة الدراسة خدمات التحليل والتفسير للأحداث وإنما تكتفي فقط بسرد الأخبار دون تقديم رؤية متكاملة حولها.

40- دراسة بعنوان: تقييم الجمهور لأنواع المواقع الإخبارية⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم عينة من مستخدمي المواقع الإخبارية السويدية لعناصر تصميم الأخبار على هذه المواقع، وهي دراسة وصفية اعتمد الباحثون فيها على المنهج المسح الإعلامي بالعينة، من خلال استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة قوامها (153) مبحوثاً لثمانية مواقع إخبارية، واعتمدت على نظرية ثراء وسائل الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن سهولة التجول على الموقع والتعرف بسهولة على فئات مضمونه من العوامل المهمة في دفع المستخدم لمواصلة التعرض للموقع الإخباري.

2- أن وضوح العناصر التيبوجرافية، كالعناوين، وحجم الخط ونوعه، وتنسيق الألوان من العوامل المؤثرة في الاحتفاظ بالمستخدم، لعودة التعرض لنفس الموقع الإخباري.

3- يعد التنظيم الجيد لفئات المضمون الإخباري ووضع الأخبار في فئات واضحة، ووجود مقدمة مؤدية لكل خبر على الموقع من عوامل جذب المستخدمين للموقع الإخباري.

41- دراسة بعنوان: "مواقع الأخبار العربية على الإنترنت وصورة الولايات المتحدة بها بعد أحداث سبتمبر 2001"⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، والتعرف على صورة الولايات المتحدة الأمريكية فيها بعد أحداث سبتمبر 2001م، وهي دراسة وصفية استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي بأسلوب المسح الشامل لكل المواقع الإخبارية العربية، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان من خلال قيام الباحث باختيار عينة من أخبار الولايات المتحدة الأمريكية عبر (10 مواقع صحفية، و5 مواقع إذاعية وتلفزيونية، و5 وكالات أنباء

(1) Ihlstrom & Lundberg, The online news genre through the user perspective.

(2) عبد الغني، مواقع الأخبار العربية على الإنترنت وصورة الولايات المتحدة ... (ص100-144).

إلكترونية، و 5 مواقع إلكترونية) ليحصده الباحث (40) خبراً منهم، واعتمدت على نظرية الأطر الإخبارية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- أن عدد المواقع الإخبارية باللغة العربية وقت إجراء الدراسة بلغ (1.9%) من إجمالي المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت.

2- غلبت الأخبار السياسية في أخبار المواقع الإخبارية العربية بنسبة (31.6%)، ثم تلتها الأخبار الاقتصادية بنسبة (15.5%)، ثم الرياضية بنسبة (13.4%).

3- بلغت نسبة الأخبار المحلية في المواقع الإخبارية العربية (40%)، تليها الأخبار العالمية بنسبة (33%)، بينما جاءت الأخبار العربية بها بنسبة (27%) من مجموع الأخبار.

42- دراسة بعنوان: "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت": دراسة تحليلية⁽¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أبعاد التفاعلية للمواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، وهي دراسة استكشافية حيث اعتمدت الباحثة فيها على منهجي المسح والمقارن في دراستها، حيث اعتمدت على أداة تحليل المضمون لعينة عشوائية من المواقع العربية بلغت (45) موقعاً إخبارياً على شبكة الإنترنت، واعتمدت على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1- عدم حرص المواقع الإخبارية العربية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها في المواقع، والجمهور الذي يرتاد مواقعها، وتمثل ذلك في عدم إتاحة فرصة التواصل على البريد الإلكتروني للمحرر.

2- يتدنى مستوى التفاعلية من حيث استخدامه للتقنيات الحديثة، حيث إن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخبرية كان في أدنى مستوياته في العديد من المواقع العربية الإخبارية.

(1) فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية... (ص 221-269).

3- لم تدرج المواقع الإخبارية العربية أي روابط من شأنها أن توضح مصدر الأخبار، أو وجود روابط مساندة للأخبار المتاحة، وكذلك لم تتوفر في بعض المواقع أرشيف خاص بالأخبار.

ثانياً: موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، والتي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية توصل الباحث إلى ما يلي:

1- من حيث نوع الدراسة: تقع هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث إن معظم الدراسات السابقة هي دراسات وصفية والذي عادة ما يناسب الدراسات الإنسانية والاجتماعية والتي من ضمنها الدراسات الإعلامية.

2- من حيث المنهج المستخدم: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتتشابه في هذه النقطة مع كافة الدراسات التي استخدمت هذا المنهج مثل دراسة (الورفلي، 2014)، ودراسة (الراجحي، 2014)، ودراسة (Mellado, 2014)، ودراسة (زهير، 2014)، ودراسة (أبوحاتم، 2013)، ودراسة (الجميعة، 2010)، ودراسة (نوفل، 2006). أما الدراسة الحالية اعتمدت على المسح الشامل.

3- من حيث الأدوات المستخدمة: اتفق الباحث في دراسته مع عدد كبير من الدراسات في استخدامه لصحيفة الاستقصاء مثل دراسة (الورفلي، 2014)، ودراسة (زهير، 2014)، ودراسة (النجار، 2013)، ودراسة (المنيع، 2011)، ودراسة (نوفل، 2006)، ودراسة (وافي، 2006).

4- من حيث موضوع ومشكلة الدراسة: اختلفت الدراسة لحالية عن جميع الدراسات السابقة في أنها تناولت الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وهو الموضوع الذي لم تتطرق إليه أيّاً من الدراسات السابقة، إلا أنها اتفقت مع الدراسات السابقة في أنها تتناول العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية مثل دراسة (الورفلي، 2014)، ودراسة (زهير، 2014)، ودراسة (أبو حاتم، 2013)، ودراسة (الجميعة، 2010)، ودراسة (نوفل، 2006)، ودراسة (سايروس، 2005).

5- من حيث العينة المستخدمة: اختلفت الدراسة عن غالبية الدراسات السابقة في أنها تناولت القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية بأسلوب الحصر الشامل، أما غالبية الدراسات السابقة فتناولت القائم بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية.

6- أهم ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة وأهم ما تطبقه:

7- لم تتناول أي من الدراسات السابقة موضوع العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية-حسب علم الباحث-وعليه فهذه الدراسة تعتبر من الدراسات الجديدة في هذا المجال على المستوى الفلسطيني بشكل خاص.

8- تركز هذه الدراسة من خلال العينة المستخدمة على القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية من خلال عينة الحصر الشامل في كل من الضفة الفلسطينية وقطاع غزة، وهذا من شأنه أن يثري نتائج الدراسة.

9- تعد هذه الدراسة من الدراسات الحديثة التي تناولت موضوعاً له علاقة بالتطور الحاصل في نشأة المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. مكنت الدراسات السابقة الباحث من التعرف على المناهج، والأدوات، والأساليب البحثية التي استخدمت فيها، وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها لخدمة الدراسة.

2. ساعدت الدراسات السابقة الباحث على الاستفادة في بناء الإطار المعرفي.

3. ساعدت الدراسات السابقة الباحث في وضع تصميم أولي لتصميم صحيفة الاستبيان من أجل عرضها على المحكمين، الذين بدورهم قاموا بالتعديل فيها وفق أصول علمية، ساهمت في إخراج الاستمارة بصورتها النهائية.

4. الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، والتي ساعدت في صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وتحديد الأهداف، وكذلك في تفسير النتائج بما يثري الدراسة.

ثالثاً: الاستدلال على المشكلة:

استشعر الباحث مشكلة الدراسة من خلال عمله في كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة التابعة لجامعة الأقصى الحكومية بغزة، أثناء إشرافه على طلبة (تخصص الصحافة

الإلكترونية) -الذين يُتمون مساق التدريب الإعلامي في المواقع الإخبارية الفلسطينية- و أثناء اختلاطه بالقائمين بالاتصال في تلك المواقع، لاحظ الباحث أن القائمين بالاتصال في تلك المواقع يعيشون في بيئة مهنية تتعرض للعديد من العوامل التي تؤثر على أدائهم المهني، كما يتنوع أدائهم المهني من موقع إخباري لآخر، هذا الأمر جعل الباحث يتقصى عن طبيعة تلك العوامل من خلال سؤال القائمين بالاتصال عن تلك العوامل التي يتعرضون لها، فكانت إجاباتهم حول مجموعة من العوامل التي يتأثرون بها داخل الموقع الإخباري، ومجموعة أخرى من العوامل الخارجية تؤثر على أدائهم المهني، هذا الأمر جعل الباحث يري أنه من الضروري دراسة تلك العوامل. ولكي يتعرف الباحث بشكل أكثر دقة على تلك العوامل قام بعقد لقاء علمي مع مجموعة من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية في قطاع غزة بلغ عددهم (30) مبحوثاً من كلا الجنسين للتعرف على تلك العوامل التي تؤثر على أدائهم المهني، وذلك من خلال طرح مجموعة من الأسئلة التي تمحورت في عدة محاور وهي:

1- **المحور الأول:** ويتكون من أهم المواقع الإخبارية التي تنتشر في الأراضي الفلسطينية.

2- **المحور الثاني:** التوزيع الجغرافي للمواقع الإخبارية الفلسطينية، والمسؤولين عنها.

3- **المحور الثالث:** نظرة القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية إلى طبيعة عملهم، ومدى امتلاكهم للمهارات الصحفية والتحريرية، والعوامل التي من شأنها أن تؤثر على أدائهم المهني.

ومن خلال استعراض إجابات القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية استطاع الباحث أن يتوصل إلى مجموعة من النتائج والتي من أهمها:

1- تزخر فلسطين بالعديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تختلف في تبعيتها ما بين: (الحزبية، المستقلة، الحكومية، الجهود الذاتية)، وتبين ذلك من خلال إعطاء الفرصة لهم بسرد أسماء المواقع الإخبارية الإلكترونية التي يعرفونها، والجهة التي تشرف عليها.

2- ظهرت في الآونة الأخيرة مجموعة كبيرة من المواقع الإخبارية الفلسطينية في الفضاء الإلكتروني وبشكل سريع، خاصة في قطاع غزة، تقدم التغطية الإخبارية الفلسطينية.

3- هناك مجموعة من العوامل تتنوع بين عوامل داخلية وعوامل خارجية تساهم بشكل أساسي في طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال وعمله في المواقع الإخبارية، وأن هذه العوامل تؤثر في أدائه المهني عند تقديمه للمعلومات والأخبار، ونشرها عبر صفحات المواقع الإخبارية.

من خلال النتائج السابقة استطاع الباحث أن يجد أن هناك مشكلة تعترض عمل القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وأن هذه المشكلة بحاجة للدراسة، وتتمثل هذه المشكلة في تأثير تلك العوامل على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية.

وحرصاً من الباحث على التأكد من النتائج التي توصل إليها من خلال الحلقة النقاشية سابقة الذكر، قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة عشوائية أخرى من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، بلغت (30) مبحوثاً، وذلك على عدة مراحل يوردها فيما يلي:

الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بإجراء الدراسة الاستطلاعية على عدة مراحل، نوردها حسب الآتي:

المرحلة الأولى: الحصر الشامل للمواقع الإخبارية الفلسطينية: قام الباحث في هذه المرحلة بإجراء مسح شامل لجميع المواقع الإخبارية الفلسطينية العاملة في قطاع غزة، والضفة الفلسطينية، وقد وجد أن عددها تجاوز الـ(60) موقعاً إخبارياً فلسطينياً، منها ما هو تابع لفصيل، أو مقرب منه، ومنها ما هو مستقل، ومنها ما هو قائم بمبادرات فردية. والجدول (1) يوضح هذه المواقع الإخبارية التي استطاع الباحث حصرها وقت إجراء الدراسة.

جدول (1.1): يوضح المواقع الإخبارية الإلكترونية في فلسطين

م	اسم الموقع الإخباري	الموقع الإلكتروني	التبعية	مقر الموقع
1.	شبكة فلسطين للأنباء شفا	/http://www.shfanews.net	مستقلة	القدس
2.	شبكة فلسطين الإخبارية	/www.pnn.ps	مستقلة	الضفة المحتلة
3.	الكرامة برس	/http://www.karamapress.com/arabic	حركة فتح	يافا
4.	شبكة فجر الإعلامية	/http://fajer.ps	مستقل	غزة
5.	وكالة الرأي الفلسطينية للإعلام	/http://alray.ps/ar	حكومية	غزة
6.	أخبار فلسطين	/https://www.psnews.ps	مستقل	الضفة المحتلة

م	اسم الموقع الإخباري	الموقع الإلكتروني	التبعية	مقر الموقع
7.	وكالة سما الإخبارية	/http://www.samanews.com/ar	مستقلة	غزة
8.	وكالة فلسطين اليوم الإخبارية	/http://paltoday.ps/ar	حركة الجهاد الإسلامي	غزة
9.	وكالة فلسطين الآن	/http://paltimes.net	حركة حماس	غزة
10.	وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا	/http://www.wafa.ps	السلطة الفلسطينية	رام الله
11.	وكالة فلسطين برس للإعلام	/http://www.palpress.co.uk	مستقلة / مقربة من محمد دحلان	بريطانيا
12.	غزة نيوز	/http://www.gazanews.com	مستقلة	غزة
13.	المركز الفلسطيني للإعلام	https://www.palinfo.com	حركة حماس	فلسطين
14.	موقع أجناد الإخباري	/http://ajnad-news.com	مستقل	الضفة المحتلة
15.	فلسطين اليوم	/http://www.palestinetoday.net	مستقلة	غزة
16.	فينيق نيوز	/http://feneeqnews.com	مستقلة	أراضي 48
17.	وكالة القدس الآن الإخبارية	/http://www.alqudsalaan.com	مستقلة	القدس
18.	وكالة وطن للأنباء	http://www.wattan.tv/ar	مستقل	رام الله
19.	وكالة مجد الإخبارية	/http://www.samozico.com	مستقلة	الضفة المحتلة
20.	موقع رام الله الإخباري	/http://www.ramallah.city	مستقل	رام الله
21.	الطيبة نت	/http://www.taybee.net	مستقل	الطيبة
22.	حصاد نت	/http://www.7sad.net	مستقل	عكا
23.	الوطن اليوم	/http://www.alwatanoday.net	مستقل	غزة

م	اسم الموقع الإخباري	الموقع الإلكتروني	التبعية	مقر الموقع
.24	مسار الإخبارية	/http://www.msarnews.com	مستقل	غزة
.25	صفد برس	/http://www.saffad.com	مستقل	غزة
.26	شبكة وصل الإخبارية	/http://ar.waselnews.com	مستقل	غزة
.27	البلد اليوم	/http://www.albalddtoday.com	مستقل	طولكرم
.28	شبكة بيت لحم الإخبارية	/http://www.bethlehemnews.ps	مستقل	بيت لحم
.29	شبكة عيون الإخبارية	/http://www.eyesnews.com	مستقل	الضفة المحتلة
.30	وكالة الساعة الأولى للأنباء	/http://www.f-hour.com	مستقل	غزة
.31	وكالة زاد نيوز للأنباء	/http://www.zadnews.com	مستقل	رام الله
.32	الأخبار	/http://www.alakhbar.ps	مستقل	الضفة المحتلة
.33	إعلام الإخبارية	/http://www.i3lam.ps	مجموعة صحفيين	غزة
.34	وكالة فلسطين للأنباء	/http://www.pal-news.net	مجموعة صحفيين	الضفة المحتلة
.35	وكالة الحياة برس الإخبارية	/http://www.alhayatp.net	مستقلة	غزة
.36	وكالة أسوار برس	/http://www.aswarpress.com/ar	مستقل	غزة
.37	شبكة مجال الإخبارية	/http://www.magalpress.ps	مستقل	الضفة المحتلة
.38	القدس أون لاين	/http://www.alqudsonline.com	مستقل	القدس
.39	وكالة الحرية الإخبارية	/http://www.hr.ps	مستقل	الخليل
.40	شاشة نيوز	/http://www.shasha.ps	مستقل	الضفة المحتلة
.41	شبكة راية الإعلامية	/http://www.raya.ps	مستقل	رام الله

م	اسم الموقع الإخباري	الموقع الإلكتروني	التبعية	مقر الموقع
.42	أمد للإعلام	/http://www.amad.ps/ar	مستقلة	الضفة المحتلة
.43	موقع الثورة الإخباري	/http://www.thawra.ps/ar	حركة فتح	غزة
.44	شمس نيوز	/http://shms.ps/ar	مستقل	غزة
.45	وكالة أنباء النورس	/http://www.nawrasnews.ps	حركة فتح	رام الله
.46	وكالة نبأ الإخبارية	/http://www.naba.ps/arabic	مستقلة	القدس
.47	وكالة فلسطين 24 الإخبارية	/http://www.pal24.net	مستقلة	الضفة المحتلة
.48	وكالة معاً الإخبارية	/https://www.maannews.net	مستقلة	فلسطين
.49	وكالة قدس نت للأنباء	/http://www.qudsnet.com	حركة الجهاد الإسلامي	غزة
.50	وكالة صفا للأنباء	/http://safa.ps	مقربة من حركة حماس	غزة
.51	صحيفة دنيا الوطن	/http://www.alwatanvoice.com	مستقلة	غزة
.52	وكالة الاتحاد برس	/http://www.itehad.ps	الاتحاد الإسلامي للنقابات المهنية	غزة
.53	الكوفية برس	/http://kofiapress.net	حركة فتح	غزة
.54	زمن برس	/http://zamnpres.com	مستقلة	الضفة المحتلة
.55	سكاي نيوز	/http://www.skypres.ps	مركز عبد العزيز الوادي للدراسات والبحوث	غزة والضفة
.56	وكالة ميلاد	/http://www.milad.ps/arb	مستقلة	الضفة المحتلة
.57	قليلية الآن	/http://ar.qalqilia.com	مستقلة	قليلية

م	اسم الموقع الإخباري	الموقع الإلكتروني	التبعية	مقر الموقع
58.	دوز الإخباري	/http://www.dooz.ps	مستقلة	نابلس
59.	أوراسيا	www.orassia.com	مستقلة	الضفة المحتلة
60.	وكالة سوا الإخبارية	/http://palsawa.com	بيت الصحافة / مستقلة	غزة
61.	الوطن اليوم	/http://www.alwatanoday.net	مستقلة	غزة
62.	متصل	/http://www.motsil.com	مستقلة	غزة
63.	شبكة غزة الإخبارية	/http://ps-gaza.com	مستقلة	غزة
64.	الكاشف نيوز	/http://elkashif.net	مستقلة	الضفة المحتلة

• المصدر: جرد بواسطة الباحث من خلال التعريف بالموقع الإخباري، وآراء القائمين بالاتصال أثناء الحلقة النقاشية.

المرحلة الثانية: تحديد المواقع الإخبارية محل دراسة القائمين بها: في هذه المرحلة - وبسبب عدم وجود وسائل اتصال واضحة لبعض المواقع الإخبارية، وعدم قدرة الباحث على التواصل مع القائمين على تلك المواقع، حيث لاحظ الباحث أنه في غالبية تلك المواقع لا يوجد معلومات اتصالية، أو إدراج عنوان وتفاصيل حولهم - قام الباحث بالرجوع إلى الدليل الإعلامي الحكومي للمواقع الإخبارية للعام 2014م في طبعته الثالثة، حيث وجد أن المواقع الإخبارية المسجلة لدى وزارة الإعلام هي (10) مواقع إخبارية*، إلا أن الباحث وفي إطار الحصول على نتائج حقيقية تمثل مجتمع الدراسة الحقيقي للمواقع الإخبارية الفلسطينية، قام باستطلاع بسيط لعينة من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية بلغ قوامها (30) مبحثاً حول أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية الفاعلة في قطاع غزة والضفة الفلسطينية غير الواردة في الدليل الحكومي، فتبين أن هناك مجموعة أخرى من المواقع الرائدة في المجال الإخباري على شبكة الإنترنت - حسب رأيهم - وعاملة في الأراضي الفلسطينية بشكل فاعل، وعلى إثرها قام الباحث بضم مجموعة أخرى من المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية.

المرحلة الثالثة: في هذه المرحلة قام الباحث بمجموعة من الخطوات للتعرف على مشكلة الدراسة يوجزها فيما يلي:

* وزارة الإعلام الفلسطينية، الدليل الإعلامي (ص 91-93).

- 1- تصميم استمارة صحيفة استبيان مكونة من ثلاثة محاور (المحور الأول يتحدث عن البيانات الأساسية للمبحوثين، والمحور الثاني يتناول الخبرات المهنية والأداء المهني، والمحور الثالث يتناول العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال) للتعرف على طبيعة وخصائص القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية.
- 2- قام الباحث باختيار عينة عشوائية من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية السابقة الذكر، وتوزيع الاستمارة عليهم بواقع (30) مفردة.
- 3- توصل الباحث لمجموعة من النتائج من أهمها:
- أ- بلغت نسبة العاملين في المواقع الإخبارية تبعاً للجنس (83.3%) من الذكور، ومن الإناث (16.7%).
- ب- بلغت نسبة الرواتب التي يحصل عليها العاملين في المواقع الإخبارية (أقل من 1000 شيكل (6.7%)، من 1000-15000 (50%)، من 15000-20000 (33.3%)، 2000 فأكثر (10%).
- ج- بلغت نسبة الخبرة في العمل لأقل من سنتين (23.3%)، ومن ثلاث سنوات إلى 5 سنوات (46.7%) وخمس سنوات فأكثر (30.0%).
- د- بلغت نسبة العاملين حسب الوظيفة صحفي (13.3%)، ومحرر (16.7%)، ومراسل (36.7%)، ونائب رئيس تحرير (10%)، ورئيس تحرير (10%)، ومدير تحرير (3.3%)، ومتابع للمواقع الإخبارية (10%).
- هـ- تبين أن طريقة الحصول على العمل في الموقع الإخباري من خلال التدريب أثناء فترة الدراسة بنسبة (30%)، ومن خلال العلاقات الخاصة والمعارف (36.7%)، ومن خلال تقديم أعمال صحفية (13.3%)، ومن خلال وظيفة رسمية (20%).
- و- أن أسباب العمل في الموقع الإخباري تمثلت في الموهبة وحب المهنة بنسبة (30%)، المساهمة في حل مشكلات المجتمع (26.7%)، وتحقيق الشهرة (10%)، وتحقيق الكسب المالي (20%)، والانتماء الحزبي (13.3%).
- ز- تبين أن أهم المهارات التي يجب أن يمتلكها العاملين في المواقع الإخبارية: امتلاك مهارات التعامل مع التكنولوجيا بنسبة (22.7%)، والمعرفة بأساليب النشر الإلكتروني (23.4%)، والحصول على مؤهل متخصص في الصحافة بنسبة (18%)، والثقافة الواسعة بنسبة

(13.3%)، أما الموهبة والرغبة في العمل الصحفي فكانت بنسبة (18.8%)، وأخرى تمثلت في الانتماء الحزبي بنسبة (3.9%).

ح- فيما يتعلق بالقائمين بالاتصال الحاصلين على دورات بلغت نسبتهم (8.3%)، والذين لم يحصلوا بنسبة (16.7%).

ط- أما عن أهم العوامل التي تؤثر على أداء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية فكانت أهم النتائج ما يلي:

1- فيما يتعلق بتأثير قيم المجتمع على القائم بالاتصال، بلغت نسبة ألقا إلى الحذف عندما يتعارض الخبر مع قيم المجتمع مؤيد بدرجة كبيرة جداً بنسبة (66.7%)، ومؤيد بدرجة كبيرة (23.3%).

2- فيما يتعلق بتأثير المعايير الذاتية للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية بلغ الدافع الأساسي لامتهاني العمل الصحفي المهنة والرغبة في التخصص نسبة (80%) مؤيد بدرجة كبيرة جداً، ومؤيد بدرجة كبيرة نسبة (20%). أما يتناسب الدخل مع طبيعة عملي في الموقع الإخباري فبلغت معارض جداً نسبة (86.6%)، ومعارض بنسبة (26.7%).

3- وفيما يتعلق بالمعايير المهنية للقائم بالاتصال فبلغت نسبة تتماشى السياسة التحريرية مع سياسة السلطة الحاكمة بنسبة (73.3%) مؤيد بدرجة كبيرة جداً، وبدرجة كبيرة (10%). وعن العلاقة بالمصادر بلغت نسبة (40%) مؤيد بدرجة كبيرة جداً، ونسبة (26.6%) مؤيد بدرجة كبيرة. وبلغت نسبة تدخل المصادر في أولوية النشر مؤيد بشكل كبير جداً (65%)، ومؤيد بشكل كبير بنسبة (15%).

4- أما عن أثر الجمهور على القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية فبلغت نسبة اهتم بتحديد وتصنيف الجماهير المستهدف بنسبة (63.3%) معارض بشكل كبير جداً، ومعارض بشكل كبير بنسبة (12.2%). وأحرص على التواصل مع الجمهور بشكل مستمر بنسبة (75%) معارض بشكل كبير جداً، ومعارض بشكل كبير بنسبة (20.3%).

ي- أما عن أهم المشكلات التي تعترض عمل القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية، فكانت النتائج على النحو الآتي:

1- بلغت نسبة عدم تتاسب الراتب مع طبيعة العمل (19.9%).

2- بلغت نسبة تعارض السياسة التحريرية مع الموضوعية (12.1%).

- 3- عدم الاحترام المتبادل بين الزملاء بنسبة (1.4%).
- 4- عدم توفير أجهزة ومعدات حديثة (15.6%).
- 5- التوفيق بين العمل وعلاقاتي الاجتماعية (11.3%).
- 6- عدم تقدير الإدارة لإنجازاتي بنسبة (19.1%).
- 7- عدم الخضوع لدورات تدريبية في الإعلام الإلكتروني بنسبة (5%).
- 8- عدم وجود معايير خاصة بالنشر الإلكتروني بنسبة (15.6%).

من خلال النتائج السابقة يتضح للباحث مجموعة من المؤشرات التي من شأنها أن تعزز المضي في هذه الدراسة، فهي توضح أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على أداء القائم بالاتصال منها الدخل، والأجهزة والمعدات وسياسة المؤسسة التحريرية كما تم توضيحه في النتائج السابقة.

رابعاً: مشكلة الدراسة:

تزرخ فلسطين بالعديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية التي أصبحت تحظى باهتمام الجمهور الفلسطيني في التعرف على الأخبار، والأحداث المحيطة بهم، وهذا يتطلب من القائمين بالاتصال العمل على بقاء ارتباط الجماهير بتلك المواقع، مما يتطلب قدرًا عاليًا من الأداء المهني. ويتعرض القائمون بالاتصال لمجموعة من العوامل التي تؤثر على أدائهم المهني فمنها: ما يتعلق بخصائص القائم بالاتصال الذاتية، ومنها ما يرجع إلى الانتماءات والجماعات المرجعية، ومنها ما يتعلق بالضغوط المهنية وعلاقات العمل، ومنها ما يتعلق بالعلاقة بمصادر الأنباء، وكذلك تأثير السياسات الخارجية والداخلية، إضافةً إلى التوقعات الخاصة بالجمهور، لذلك فمشكلة الدراسة تكمن في معرفة العوامل التي تؤثر على القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، والوقوف على الواقع المهني الخاص بهم، والتحديات التي تواجههم، والمقترحات التي من شأنها أن تزيل تلك التحديات والمعوقات.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من خلال أنها تعالج موضوعاً مهماً في الجانب الإعلامي، خاصة بعد ظهور تكنولوجيا الاتصالات، واستخدامها في العمل الصحفي، وظهور المواقع الإخبارية الإلكترونية، التي تعتمد بالمعيار الأول على المهنية في تقديمها للأخبار والموضوعات، فهي

تسلط الضوء على العوامل التي من شأنها أن تؤثر على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية، وإلى جانب ذلك فأهمية الدراسة تتمثل في:

1- تعد هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تعالج الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية - حسب علم الباحث، رغم أهمية هذا الموضوع وحدثته بعد دخول الإنترنت لعالم الإعلام.

2- تعد القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية من أهم الدعائم التي يقوم عليها نجاح تلك المواقع، وعلى الرغم من ذلك فلم يحظ هذا الموضوع بالاهتمام البحثي الكافي بشكل عام.

3- ترصد هذه الدراسة العوامل المهنية التي تؤثر على عمل القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وبالتالي فنتائج هذه الدراسة قد تساهم في دعم مهنية القائمين على المواقع الإخبارية الإلكترونية، بما يعزز مفهوم العمل الإخباري خاصةً في ظل انتشار المواقع الإخبارية الإلكترونية في فلسطين.

4- تعمل الدراسة على رصد علاقة القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية وقيم المجتمع الفلسطيني.

5- ترصد هذه الدراسة تأثير استخدام التكنولوجيا الحديثة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

6- تساعد هذه الدراسة في التعرف على العوامل المهنية، والغير مهنية التي من شأنها أن تؤثر على أساليب الممارسة الصحفية.

7- تعمل هذه الدراسة على رصد جوانب القوة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية، وتقديم رؤية من أجل تعزيزها، وكذلك الكشف عن مواطن الضعف، والخلل والعمل على معالجتها.

خامساً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية بشكل أساسي إلى التعرف على العوامل التي تؤثر في أداء القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، إضافةً إلى ذلك تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية منها:

1- التعرف على السمات العامة للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية.

2- التعرف على الدوافع وراء امتحان القائمين بالاتصال للعمل في المواقع الإخبارية الإلكترونية.

- 3- التعرف على الواقع المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- 4- تسليط الضوء على طبيعة العلاقة بين القائمين بالاتصال، وجمهور المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية.
- 5- التعرف على الطرق التي يتم من خلالها صياغة المادة الخبرية، والوسائل الحديثة المستخدمة في ذلك.
- 6- التعرف على تأثير النظم الاجتماعية في أداء القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية من خلال تأثير العادات والتقاليد والقيم.
- 7- تسليط الضوء على علاقة القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، بمصادر الأخبار، وتأثير ذلك على الأداء المهني.
- 8- التعرف على طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية، وتؤثر على أدائه المهني.
- 9- التعرف على تصور القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية لمهامهم، وأدوارهم الإخبارية في معالجتهم للأخبار.
- 10- التعرف على تأثير السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- 11- تسليط الضوء على المعوقات التي تواجه القائم بالاتصال لأدائه المهني في المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- 12- التعرف على أهم المقترحات التي من شأنها أن تدعم الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

- تتمحور مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: " ما هي العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية؟
- ويتفرع من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي تتمثل في :
- 1- ما السمات الديموغرافية للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية من حيث (النوع الاجتماعي-أعداد العاملين-التخصصات الأكاديمية-سنوات الخبرة)؟ وما الدوافع وراء امتحان العمل في المواقع الإخبارية؟

- 2- ما مدى توفر الإمكانيات الصحفية والتقنية للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية؟ وما مدى اهتمامهم بتطوير مهاراتهم المهنية؟
- 3- ما هو تأثير قيم المجتمع وعاداته على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية؟
- 4- ما هي الطرق التي يتم من خلالها صياغة المادة الإعلامية على الموقع الإخباري؟ وما هي الوسائل الحديثة في نشرها؟
- 5- ما طبيعة وتأثير الضغوط التي يتعرض لها القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وتؤثر على الأداء المهني من حيث القيم والعادات المجتمعية، والنظام السياسي السائد، والسياسة التحريرية؟
- 6- ما علاقة أداء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية بالجمهور المحلي في عرضه للأخبار حول الأحداث المحيطة؟
- 7- ما تأثير مصادر الأخبار، وعلاقات العمل على المضمون الإخباري للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية؟
- 8- ما هي المعايير التي يبني على أساسها القائمين بالاتصال علاقتهم بالجمهور في ترتيب أولوياته الإخبارية؟ وما مستوى التفاعلية بينهم وبين الجمهور؟
- 9- ما التحديات التي من شأنها أن تؤثر على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية؟
- 10- كيف يتعامل القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية مع المعوقات التي تؤثر على أدائهم المهني؟
- 11- ما هي الحلول والمقترحات التي يراها القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تعمل على زيادة فاعلية أدائه في المواقع الإخبارية؟

سابعاً: فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الخصائص المهنية (النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، الدخل الشهري) للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى الأداء المهني.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفاعلية للجمهور والقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى الأداء المهني.

3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الأيديولوجية الخاصة للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين المعرفة بأساليب التحرير والنشر الإلكتروني.

5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الضغوط التي يتعرضون لها.

المدخل النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في بنائها النظري على نظرية القائم بالاتصال من خلال مدخل حارس البوابة (Gate Keeper)، حيث تعد نظرية حارس البوابة أحد المداخل النظرية التي يمكن الاستفادة منها على أساس أن القائم بالاتصال في أي مؤسسة إعلامية يدين بالولاء للسياسات الخاصة بالقائمين عليها، والتي ربما تكون معلنة، وربما تكون مستترة، حيث يجد القائم بالاتصال نفسه أمام مجموعة من اللوائح، والتعليمات التي تؤثر على أدائه المهني، من حيث اختياره للموضوعات الإخبارية، وطبيعة تحريرها، الأمر الذي يعني أن الرسالة الإعلامية تمر عبر مجموعة من البوابات من الصحفيين أو المحررين أو رؤساء التحرير، فيقومون بالحذف والتعديل، أو الإضافة إلى أن تصل إلى الجمهور، وهذا الأمر بحاجة إلى ضبط في صالات التحرير، وتركيز الجهود حتى تخرج الرسالة الإعلامية معبرة عن سياسة المؤسسة الإعلامية. ويتأثر حارس البوابة في ضوء هذه النظرية بمجموعة من العوامل والتي منها (معايير المجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده، ومعايير ذاتية تشمل عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم، والاتجاهات والميول والانتماءات والجماعات المرجعية، ومعايير خاصة بالجمهور، ومعايير مهنية). وهذه النظرية ملائمة لطبيعة الدراسة حيث أنها تعمل على التعرف على العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية⁽¹⁾.

ويرجع الفضل في تطوير نظرية حارس البوابة الإعلامية إلى العالم النمساوي كيرت لوين (Lewin Kurt)، الذي استخدم هذا المصطلح لأول مرة للدلالة على الأشخاص، أو الجماعات الذين يتحكمون في سير المواد الإخبارية في قناة الاتصال⁽²⁾. فانقلق المادة الإخبارية عبر قنوات اتصال خاصة يعتمد على حقيقة مغزاها، أن هناك مناطق خاصة تعمل فيها هذه القنوات كبوابات،

(1) مكاري والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ص 176-177).

(2) الحاج، تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري... (ص 45).

ويتم التحكم في نقاط هذه البوابات من خلال حراس بوابة يتمتعون بالقوة والسلطة في صنع القرار الذي يحدد ما يمر وما لا يمر (1).

وهناك فرق بين القائم بالاتصال وحارس البوابة يتمثل فيما يلي (2):

1- من حيث درجة المباشرة في صياغة الرسالة الإعلامية: فالقائم بالاتصال يساهم فيها بشكل مباشر وإبداعي إلى حد ما، في حين يبدو دور حارس البوابة غير مباشر من خلال قراره بتمرير الرسالة الإعلامية، أو تعديلها، أو حتى حذفها.

2- من حيث المسؤولية عن الدور: فالقائم بالاتصال مسؤولياته تجدد من خلال إسهاماته المباشرة في صياغة، وإنتاج الرسالة الإعلامية، في حين مسؤولية حارس البوابة عن قراره بحذف مادة معينة، أو تحريرها حتى تصل إلى المتلقي، وقد يمارس القائم بالاتصال دور حارس البوابة غير أن المحك الرئيسي في توظيفه، يظل في مدى الإسهام المباشر في صنع الرسالة الاتصالية، ومسئوليته المباشرة عنها.

وتعد نظرية حراسة البوابة أحد المداخل النظرية التي يمكن الاستفادة منها باعتبار أن القائم بالاتصال داخل أي مؤسسة إعلامية يدين بالولاء للسياسات التحريرية التي يرسمها أصحاب المؤسسة، أو القائمون عليها، ومن ثم يجد نفسه أمام عدد من التعليمات الإعلامية والتوجهات التي تؤثر على اختياراته في بناء، وتقييم الرسالة الإعلامية (3).

وأشار لوين (Lewin) إلى أربعة عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية هي (4):

1. معايير المجتمع وقيمه وتقاليد.

2. المعايير الذاتية للقائم بالاتصال.

3. المعايير المهنية للقائم بالاتصال.

4. معايير الجمهور.

(1) Jones & Jones, Mass media (p.89)

(2) المشاقبة، الرقابة الإعلامية (ص99).

(3) عمران، معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي... (ص119).

(4) مناف، فلسفة الاعلام والاتصال (ص163).

أما عبد الحميد، فيرى أن القوى والعوامل التي تؤثر على الأداء المهني للقائم بالاتصال تتلخص في التالي⁽¹⁾:

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

واعتمد الباحث في دراسته على نظرية القائم بالاتصال من خلال مدخل حارس البوابة، وأهم العوامل التي تؤثر على أدائه المهني في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، حيث إن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال تم الإشارة إليها مسبقاً، فالقائم بالاتصال هو الذي يقوم بصياغة المادة الإعلامية، ويصبح صاحب القرار في تمريرها للمتلقي، أو عدمه، وكذلك تعديلها أو حذف بعض مضامينها بما يتناسب مع البيئة المحيطة به من حيث السياسة التحريرية، وقيم المجتمع وعاداته، واهتمامات الجمهور، والسياسة التشريعية.

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

1- نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية " التي تستهدف وصف الظاهرة، والتعرف على عناصرها، ومكوناتها مستخدمةً جمع المعلومات، والبيانات وتحليلها وتفسيرها، من أجل تقديم صورة دقيقة بعيدة عن التحيز للظاهرة المتناولة"⁽²⁾، حيث تقوم الدراسة بالتعرف على العوامل التي تؤثر في أداء القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية.

(1) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص93).

(2) حسين، بحوث الإعلام (ص ١٤).

2- منهج الدراسة:

استخدم الباحث منهج المسح كونه "يتم من خلاله جمع معلومات وبيانات عن ظاهرة ما أو حادث ما بقصد التعرف على الظاهرة"⁽¹⁾، حيث قام الباحث بإجراء عملية مسح للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، للصحفيين والمراسلين والمحريين ونواب رؤساء التحرير، ورؤساء ومدراء التحرير العاملين في المواقع الإخبارية، معتمداً على مسح أساليب الممارسة المهنية، حيث إن المضمون الإخباري يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة للقائم بالاتصال وخصائصها، وعلى الجانب الآخر تتأثر الممارسة المهنية للقائم بالاتصال بمجموعة من العوامل التي تؤثر في أدائه المهني مثل: التأهيل الأكاديمي، والعلاقات الاجتماعية والوظيفية في العمل مع مختلف المستويات الإدارية داخل المؤسسات الإعلامية، وكذلك السياسة التحريرية الخاصة بهذه المؤسسات، إضافة إلى ذلك مجموعة من العوامل في البيئة الخارجية مثل العادات والتقاليد والسياسة العامة للنظام السائد.

3- أدوات الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على أداتين هما:

1- صحيفة الاستقصاء:

تعد صحيفة الاستقصاء أحد الأساليب الهامة التي تستخدم في جمع المعلومات، والبيانات مباشرة من العينة المختارة، أو جميع مفردات مجتمع الدراسة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة، والمعدة مسبقاً، وذلك بهدف التعرف على خصائص معينة، أو وجهات نظر المبحوثين، واتجاهاتهم أو الدوافع أو المؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة⁽²⁾. وتعتمد هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء من أجل التعرف على العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية.

وتم بناء صحيفة الاستقصاء بعد اطلاع الباحث على أهم الدراسات السابقة في المجال الإعلامي، وخاصة الدراسات التي عالجت الأداء المهني للقائم بالاتصال في وسائل الإعلام بشكل عام، وفي المواقع الإخبارية بشكل خاص، ويوضح الباحث هنا إلى أنه بسبب ندرة الدراسات التي عالجت الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية - حسب علم الباحث - قام الباحث بتطوير العديد من العبارات التي أوردها في صحيفة الاستقصاء بناءً على خبرته في مجال التدريس الأكاديمي، وبناء على ممارسته اليومية في الاطلاع على المواقع الإخبارية الفلسطينية،

(1) مطر، مناهج البحث العلمي (ص 61).

(2) حسين، بحوث الإعلام (ص 206).

واستشارته لبعض المتخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات، والصحافة الإلكترونية، إضافةً إلى الاستعانة بالأكاديميين في الجامعات الفلسطينية، حيث قام ببناء الاستمارة من خلال مجموعة من الخطوات يوردها فيما يلي:

1- مراجعة الأدبيات الخاصة بنظرية القائم بالاتصال، من أجل تحديد المحاور الرئيسية التي شملتها صحيفة الاستقصاء.

2- البدء بصياغة الأسئلة وال فقرات التي تتلاءم وتحقق أهداف الدراسة.

3- استشارة المشرف في طبيعة المحاور، والفقرات التي شملت كل محور.

4- عرض الاستبانة على المتخصصين في مجال الإعلام الإلكتروني، من الممارسين، والأساتذة الأكاديميين على مستوى الوطن، ومستوى الوطن العربي.

5- تعديل الاستبانة بناءً على ملاحظات المحكمين، واعتمادها بعد اطلاع المشرف عليها.

حيث تم تقسيم محاور الاستبانة إلى:

- **المحور الأول:** ويشمل البيانات الأساسية للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

- **المحور الثاني:** ويشمل العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية حيث شمل هذا المحور مجموعة من الأقسام الفرعية شملت ما يلي:

أ- الأداء المهني.

ب- الرضا الوظيفي.

ج- أثر استخدام التكنولوجيا.

د- المشكلات التي تواجه القائمين بالاتصال.

2- **المقابلة المعمقة المقننة:**

تعد المقابلة من أدوات جمع البيانات في البحث العلمي، حيث اعتمد الباحث على المقابلة (المعمقة المقننة)، من خلال توجيه بعض الأسئلة للمبحوثين (من رؤساء ونواب التحرير ومدراء التحرير) العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية، بالإضافة إلى الاستعانة بأراء الخبراء والأكاديميين، والصحفيين ذوي العلاقة بموضوع الدراسة، والتي كانت معدة مسبقاً، ومعلومة الزمان والمكان، ومحددة الإجابة، وذلك للاستعانة بأرائهم في المباحث النظرية في هذه الدراسة.

تاسعاً: مجتمعاً الدراسة وعينتها:

1- مجتمع الدراسة: يشمل مجتمع الدراسة القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية (قطاع غزة والضفة الفلسطينية)، حيث قام الباحث بحصر المواقع الإخبارية الفلسطينية، والتي تقدم الخدمة الإخبارية عبر صفحاتها الإلكترونية، بحيث تكون عاملة في الأراضي الفلسطينية (قطاع غزة والضفة المحتلة)، وقام الباحث بتطبيق الدراسة على القائمين بالاتصال في تلك المواقع ممن يمتنون الإعلام، ويعملون بمجال الصحافة بأسلوب الحصر الشامل والذين بلغ عددهم (109) مبحوثاً حسب السجلات الرسمية المتوفرة في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية محل الدراسة.

2- عينة الدراسة:

قام الباحث باختيار عينة القائمين بالاتصال بأسلوب الحصر الشامل تشتمل على (الصحفيين، والمحريين والمراسلين والمندوبين، والمصورين، ونواب رؤساء التحرير ورؤساء ومدراء التحرير) وبلغ عددهم (109) مبحوثاً، وذلك في (17) موقعاً إخبارياً إلكترونياً فلسطينياً تم اختيارها بشكل عمدي وهي: (وكالة فلسطين اليوم الإخبارية، سما الإخبارية، فلسطين الآن، وكالة الرأي الفلسطينية، وكالة معا الإخبارية، وكالة القدس نت الإخباري، وكالة صفا للأخبار، صحيفة دنيا الوطن، وكالة الحياة برس، وكالة الاتحاد برس، شاشة نيوز، وكالة وطن للأخبار، المشرق نيوز، صفا برس، شبكة فلسطين الإخبارية، شبكة نوى الإخبارية، زمن برس).

ويعزو الباحث لاختيار عينة الدراسة من المواقع الإخبارية الإلكترونية سابقة الذكر لأنها:

1- تمثل التيارات الحزبية المختلفة في فلسطين.

2- تشمل المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية العاملة في قطاع غزة، والضفة المحتلة.

3- تتضمن المواقع الإخبارية الإلكترونية صاحبة الإقبال والريادة حسب موقع اليكسا (Alexa)* الذي يهتم بترتيب المواقع الإلكترونية على المستوى العالمي والمحلي.

4- سهولة التواصل مع القائمين على تلك المواقع الإخبارية الإلكترونية واستعدادهم للتعاون في إنجاح الدراسة، وتم استبعاد بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية التي رفضت الاستجابة لأن تكون ضمن عينة الدراسة.

* موقع اليكسا هو موقع يبين امكانية معرفة ترتيب المواقع على العالم والترتيب الخاص للدولة من خلال الرابط www.alexa.com

5- المزج بين المواقع الإخبارية حديثة النشأة، والمواقع الإخبارية ذات الأسبقية في النشأة، بما قد يخدم أهداف الدراسة.

حيث قام الباحث بالتواصل مع القائمين على أهم المواقع الإخبارية في الضفة الفلسطينية، والاتفاق معهم على تصميم الاستبانة بشكل إلكتروني عن طريقة خدمة (Google doc) من أجل تعبئتها بشكل إلكتروني.

والجدول (2) يوضح توزيع عينة الدراسة من المواقع الإخبارية.

جدول (1.2): يوضح عينة المواقع الإخبارية الإلكترونية

م	اسم الموقع	التبعية	الموقع الجغرافي
1.	وكالة فلسطين اليوم الإخبارية	حركة الجهاد الإسلامي	غزة
2.	سما الإخبارية	مستقلة	غزة
3.	فلسطين الآن	حركة المقاومة الإسلامية حماس	غزة
4.	وكالة الرأي الفلسطينية	المكتب الإعلامي الحكومي	غزة
5.	وكالة معا الإخبارية	مستقلة	فلسطين
6.	وكالة قدس نت الإخباري	حركة الجهاد الإسلامي	غزة
7.	وكالة صفا للأخبار	حركة المقاومة الإسلامية حماس	غزة
8.	صحيفة دنيا الوطن	مستقلة	غزة
9.	وكالة الحياة برس	مستقلة	غزة
10.	وكالة الاتحاد برس	الاتحاد الإسلامي للنقابات المهنية	غزة
11.	شاشة نيوز	مستقلة	الضفة المحتلة
12.	وكالة وطن للأخبار	مستقلة	الضفة المحتلة
13.	المشرق نيوز	مستقلة	غزة
14.	صفد برس	مستقلة	غزة

م	اسم الموقع	التبعية	الموقع الجغرافي
15.	شبكة فلسطين الإخبارية	مستقلة	الضفة المحتلة
16.	شبكة نوى الإخبارية	مستقلة	الضفة المحتلة
17.	زمن برس	مستقلة	الضفة المحتلة

• المصدر: اجتهاد من الباحث حسب النبذة التعريفية للمواقع الإخبارية، والمعلومات من القائمين بالاتصال
أما عن عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية فبلغت (109) مبحوثاً،
والجدول رقم (3) يوضح توزيع عينة الدراسة على المواقع الإخبارية الفلسطينية، في قطاع غزة
والضفة الفلسطينية.

جدول(1.3): يوضح التكرارات والنسب المئوية حسب الموقع الاخباري الإلكتروني

#	الموقع الإخباري	العدد	النسبة المئوية%
1.	وكالة فلسطين اليوم الإخبارية	4	3.7
2.	سما الإخبارية	4	3.7
3.	فلسطين الآن	11	10.1
4.	وكالة الرأي الفلسطينية	6	5.5
5.	وكالة معا الإخبارية	8	7.3
6.	وكالة قدس نت الإخباري	11	10.1
7.	وكالة صفا للأخبار	3	2.8
8.	صحيفة دنيا الوطن	10	9.2
9.	وكالة الحياة برس	10	9.2
10.	وكالة الاتحاد برس	9	8.3
11.	شاشة نيوز	4	3.7
12.	وكالة وطن للأخبار	7	6.4
13.	المشرق نيوز	4	3.7
14.	صفد برس	7	6.4

#	الموقع الإخباري	العدد	النسبة المئوية%
15.	شبكة فلسطين الإخبارية	3	2.8
16.	شبكة نوى الإخبارية	3	2.8
17.	زمن برس	5	4.6
	المجموع	109	100.0

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته (10.1%) هم من الذين يعملون في موقع فلسطين الآن، وقدس نت الإخباري، بينما ما نسبته (9.2%) هم من الذين يعملون في موقع صحيفة دنيا الوطن، ووكالة الحياة برس، بينما ما نسبته (8.3%) هم من الذين يعملون في موقع وكالة الاتحاد برس، بينما ما نسبته (7.3%) هم من الذين يعملون في موقع وكالة معًا الإخباري، بينما ما نسبته (6.4%) هم من الذين يعملون في موقع وكالة وطن للأبناء، وصفد برس، بينما ما نسبته (5.5%) هم من الذين يعملون في موقع وكالة الرأي الفلسطينية، بينما ما نسبته (4.6%) هم من الذين يعملون في موقع زمن برس، بينما ما نسبته (3.7%) هم من الذين يعملون في موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية، وسما الإخبارية، وموقع شاشة نيوز، و المشرق نيوز، بينما ما نسبته (2.8%) هم من الذين يعملون في موقع وكالة صفا للأبناء، و شبكة فلسطين الإخبارية، و شبكة نوى الإخبارية.

خصائص عينة الدراسة:

يوضح الجدول رقم (4) خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث: (النوع والسن والحالة الاجتماعية والسكن والمؤهل العلمي والتخصص والدخل).
والجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة.

جدول(1.4): يوضح التكرارات والنسب المئوية للخصائص والبيانات الأساسية

النسبة المئوية%	العدد	فئات السمة	السمة الشخصية
65.1	71	ذكر	النوع
34.9	38	أنثى	
%100	109	المجموع	

النسبة المئوية%	العدد	فئات السمة	السمة الشخصية
50.4	55	20 أقل من 26 سنة	العمر
35.8	39	26 أقل من 32 سنة	
13.8	15	32 سنة فأكثر	
%100	109	المجموع	
40.4	44	أعزب	الحالة الاجتماعية
59.6	65	متزوج	
%100	109	المجموع	
14.7	16	دبلوم متوسط	المؤهل العلمي
72.5	79	بكالوريوس	
12.8	14	دراسات عليا	
%100	109	المجموع	
12.8	14	مراسل أو مندوب	المسمى الوظيفي
48.6	53	محرر	
11.9	13	مصور	
4.6	5	مخرج	
3.7	4	نائب رئيس تحرير	
10.1	11	رئيس تحرير	
5.5	6	مدير تحرير	
2.8	3	أخرى	

النسبة المئوية%	العدد	فئات السمة	السمة الشخصية
100%	109	المجموع	
16.5	18	أقل من 1000 شيكل	متوسط الدخل الشهري
40.4	44	1000 أقل من 1500 شيكل	
24.8	27	1500 أقل من 2000 شيكل	
18.3	20	2000 فأكثر	
100.0	109	المجموع	

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين الآتي:

- **النوع:** تبين من الجدول السابق أن ما نسبته (65.1%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية هم من الذكور، وما نسبته (34.9%) هم من نوع الإناث. ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن المجتمع الفلسطيني مجتمعاً محافظاً، يرى في عمل الأنثى في المجال الإعلامي قد يعرضها للمخاطر، والمشاق، فبذلك تكون الأفضلية للذكور على حساب الإناث في العمل الإعلامي.
- **العمر:** تبين من الجدول السابق، أن ما نسبته (50.4%) هم من الذين أعمارهم تتراوح ما بين (20 - أقل من 26 سنة)، وما نسبته (35.8%) من الذين أعمارهم تتراوح ما بين (26 - أقل من 32 سنة)، وما نسبته (13.8%) هم من الذين أعمارهم 32 سنة فأكثر. ويفسر الباحث هذه النتيجة لأن تخصص الإعلام، يعتبر من التخصصات الحديثة مقارنة بالتخصصات الأخرى كالتخصصات التربوية، إضافةً إلى أن اعتماد الجامعات الفلسطينية لبرامج الإعلام لم يكن يشمل جميع الجامعات، وإنما كان مقصوراً على بعض الجامعات الفلسطينية، إلا أنه في الوقت الحاضر نجد أن الغالبية العظمى أصبحت تعتمد هذا التخصص لما له من أهمية خاصة في الحالة الفلسطينية التي تتميز بسخونة الأحداث فيها.
- **الحالة الاجتماعية:** تبين من الجدول السابق أن ما نسبته (40.4%) هم من غير المتزوجين، وما نسبته (59.6%) هم من المتزوجين. ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن طبيعة المجتمع الفلسطيني تتميز بأن سن الزواج يكون في المتوسط في الفترة العمرية ما بين (20 سنة وما فوق) وبالتالي نجد أن غالبية هذه الفترة العمرية من المتزوجين.

- **المؤهل العلمي:** تبين من الجدول السابق أن ما نسبته (14.7%) هم من الذين يحملون شهادة الدبلوم المتوسط، وما نسبته (72.5%) هم من يحملون الشهادة الجامعية الأولى (البكالوريوس)، وما نسبته (12.8%) هم من يحملون شهادات عليا (ماجستير ودكتوراه). ويفسر الباحث هذه النتائج بأن الجامعات الفلسطينية بالأساس تقبل على طرح برامج البكالوريوس في تخصص الإعلام، وأن الاعتماد على برامج الدبلوم المتوسط ظهراً حديثاً، أما عن الدراسات العليا فإنه ليس بإمكان جميع الخريجين من تخصص الإعلام إكمال دراستهم العليا بسبب ارتفاع كلفتها، وأحياناً كثيرة يتطلب الأمر الحصول عليها من خارج البلاد.

- **المسمى الوظيفي:** تبين من الجدول السابق أن ما نسبته (12.8%) هم من الذين مساهم الوظيفي مراسلين أو مندوبين، بينما ما نسبته (48.6%) هم من الذين مساهم محررين أخبار، بينما ما نسبته (11.9%) هم من الذين مساهم مصورين، بينما ما نسبته (4.6%) هم من الذين مساهم مخرجين، بينما ما نسبته (3.7%) هم من الذين مساهم نواب رؤساء تحرير، بينما ما نسبته (10.1%) هم من الذين مساهم رؤساء تحرير، بينما ما نسبته (5.5%) هم من الذين مساهم مدراء تحرير، بينما ما نسبته (2.8%) هم من الذين لهم مسميات أخرى مثل مساعد محرر، ومدقق إملائي. ويفسر الباحث هذه النتائج بأن ارتفاع نسبة المحررين في المواقع الإخبارية كون أن عملية التحرير هي العملية الأساسية في العمل الصحفي، إضافة إلى قدرة جميع الصحفيين إتقانها، أما عن قلة أعداد المراسلين والمصورين والمخرجين فربما يعود ذلك -وجهة نظر الباحث- إلى أن هذه الوظائف تتطلب مهارات لا تتوفر في جميع الصحفيين.

- **متوسط الدخل الشهري:** تبين من الجدول السابق أن ما نسبته (16.5%) هم من الذين متوسط دخلهم أقل من 1000 شيكلاً، بينما ما نسبته (40.4%) هم من الذين متوسط دخلهم يتراوح ما بين 1000 أقل من 1500 شيكلاً، بينما ما نسبته (24.8%) هم من الذين متوسط دخلهم يتراوح ما بين 1500 أقل من 2000 شيكلاً، بينما ما نسبته (18.3%) هم من الذين متوسط دخلهم 2000 فأكثر. ويفسر الباحث أن المتوسط الأعلى للراتب الذي يحصل عليه القائمون بالاتصال هو (1500-1000) شيكلاً كون أن تلك المواقع تعتمد بشكل أساسي على عائدات الإعلان، ودعم بعض الفصائل الفلسطينية والجهات الأخرى لها، وهذا يجعل متوسط الراتب غير مرتفع مقارنة ببعض الوظائف الأخرى، وأن نسبة (18.3%) من القائمين

بالاتصال يحصلون على 2000 فأكثر فيعود ذلك لتقلدهم مناصب إدارية وإشرافية داخل الموقع الإخباري الإلكتروني.

حادي عشر: إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: إجراءات الصدق:

صدق الاستبيان Validity: صدق الاستبانة يعني " أن يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه"⁽¹⁾، كما يقصد بالصدق "شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها"⁽²⁾. وقد تم التأكد من صدق الاستبانة من خلال الآتي:

1- صدق المحكمين (الصدق الظاهري)

يقصد بصدق المحكمين "هو أن يختار الباحث عددًا من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة"⁽³⁾ حيث تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (12) متخصص من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الفلسطينية والمصرية، ومختصين في مجال الإدارة، والمهنيين الممارسين للعمل الإلكتروني، وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين، وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية -انظر الملحق رقم(1).

(1) الأستاذة المحكمون للاستبانة:

- أ. د. عبد الصبور فاضل - أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر - مصر .
 - د. أحمد حماد - أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الأقصى - غزة .
 - د. أحمد مغاري - أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الأقصى - غزة .
 - د. أمين وافي - أستاذ الصحافة المساعد بالجامعة الإسلامية - غزة .
 - د. جمال الزعانين - أستاذ المناهج وطرق التدريس المشارك بجامعة الأقصى - غزة .
 - د. عبد الرحمن شوقي محمد - أستاذ الإعلام التربوي المشارك بجامعة عين شمس - مصر .
 - د. عبد الكريم فرج الله - أستاذ الإحصاء المشارك بجامعة الأقصى - بغزة .
 - د. ماجد تريان - أستاذ الصحافة المساعد بجامعة الأقصى - غزة .
 - د. نبيل الطهراوي - أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الأقصى - غزة .
 - د. ياسر أبو مصطفى - أستاذ الإدارة المساعد بجامعة فلسطين - غزة .
 - د. م. يوسف حمودة - أستاذ الحاسوب المساعد بجامعة الأقصى - غزة .
 - أ. محسن الإفرنجي - مدرس الصحافة بالجامعة الإسلامية - غزة .
- (2) عبيدات، البحث العلمي مفهومه وأساليبه وأدواته (ص160).
- (3) المرجع السابق، ص107.

2- صدق الاتساق الداخلي : Internal Validity :

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للاستبيان وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

نتائج الاتساق الداخلي:

يوضح جدول (5) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبيان والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (1.5): معامل الارتباط بين كل فقرة من الفقرات، والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه

#	الفقرة	معامل بيرسون الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig)
الأداء المهني			
1.	الإلمام بمهارات التفاعلية مع الجمهور.	0.531	*0.004
2.	مهارات التحرير للأخبار الإلكترونية	0.541	*0.002
3.	التعامل مع الوسائط المتعددة	0.552	*0.000
4.	تحمل ضغط العمل	0.562	*0.001
5.	الإلمام بفن الإخراج الصحفي الإلكتروني	0.465	*0.010
6.	القدرة على الاختزال في عرض المعلومات (مهارات الكتابة)	0.714	*0.005
7.	إتقان مهارات النشر الإلكتروني	0.738	*0.000
الرضا الوظيفي			
1.	طبيعة عمل توفر لي فرصة للتطور والإبداع.	0.593	*0.001
2.	النظام الإداري المتبع يفرض قيوداً على أدائي المهني.	0.591	*0.001

#	الفقرة	معامل بيرسون الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig)
3.	يتناسب الأجر الذي أتقاضاه مع طبيعة المهام الموكلة إلي.	0.558	*0.001
4.	السياسية التحريرية تتوافق مع توجهاتي الفكرية.	0.821	*0.000
5.	أشعر أنني لا أقدم قيمة للمجتمع من خلال طبيعة عملي.	0.777	*0.000
6.	رئيسي في العمل يصدر التعليمات دون مناقشة.	0.629	*0.000
7.	أحظى بالشهرة والاهتمام من قبل المجتمع الفلسطيني.	0.410	*0.025
8.	أشعر بعدم الأمان الوظيفي لتذبذب صرف الراتب.	0.633	*0.000
9.	أشعر بالرضا التام عن عملي في الموقع الإخباري.	0.520	*0.005
أثر استخدام التكنولوجيا			
1.	سرعة الحصول على المعلومات.	0.813	*0.000
2.	زيادة القدرة على المنافسة والاقناع.	0.648	*0.000
3.	تتمية القدرة على البحث والاستطلاع.	0.613	*0.000
4.	التغلب على بعض المشكلات الفنية.	0.799	*0.000
5.	التميز والدقة في العمل الصحفي.	0.594	*0.001
6.	سرعة إنجاز المهام الصحفية.	0.620	*0.000
7.	تقديم المادة الصحفية بأشكال متنوعة.	0.632	*0.000
المشكلات الفنية			
1.	انقطاع الكهرباء لساعات طويلة.	0.690	*0.000
2.	صعوبة التواصل مع المصادر الإخبارية.	0.709	*0.000
3.	عدم ملائمة بيئة العمل لطبيعة الإخباري.	0.813	*0.000

#	الفقرة	معامل بيرسون الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig)
4.	تعذر الوصول إلى مقر الموقع الإخباري لمتابعة الأخبار.	0.715	*0.000
المشكلات التقنية (التكنولوجية)			
1.	بطء الإنترنت والسيرفرات الخاصة بالموقع.	0.706	*0.000
2.	التعرض لمحاولات الاختراق الإلكتروني (الهكر).	0.763	*0.000
3.	عدم توفر الأجهزة الحديثة.	0.895	*0.000
4.	عدم القدرة على مجاراة التطورات السريعة في مجال النشر الإلكتروني.	0.665	*0.000
المشكلات المهنية			
1.	عدم وجود المتخصصين في مجال العمل الصحفي الإلكتروني.	0.804	*0.000
2.	عدم إعطاء دورات تواكب التطور في مجال الإعلام الإلكتروني.	0.853	*0.000
3.	عدم تناسب الدخل مع طبيعة المهام الصحفية.	0.660	*0.000
4.	التمييز الوظيفي حسب الانتماء الحزبي.	0.559	*0.001
المشكلات المجتمعية			
1.	الملاحقات العشوائية والعائلية.	0.703	*0.000
2.	تعارض بعض القضايا مع القيم والعادات الفلسطينية.	0.789	*0.000
3.	عدم وعي بعض فئات المجتمع بأهمية العمل الصحفي.	0.900	*0.000
4.	تخوف بعض فئات المجتمع من الإدلاء بالمعلومات حول بعض القضايا.	0.576	*0.001

#	الفقرة	معامل بيرسون الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig)
المشكلات القانونية			
1.	عدم وجود نقابة للصحفيين الإلكترونيين.	0.760	*0.000
2.	غياب التشريعات والقوانين الإعلامية.	0.650	*0.000
3.	عدم اعتراف نقابة الصحفيين بالصحفي الإلكتروني.	0.501	*0.005
4.	الفوضى في عدم تطبيق القانون الفلسطيني.	0.770	*0.000
المشكلات الأمنية			
1.	التعرض للملاحقات من الأجهزة الأمنية.	0.814	*0.000
2.	الملاحقات من قبل سلطات الاحتلال الإسرائيلي.	0.633	*0.000
3.	النزاعات الناتجة عن الانقسام السياسي.	0.774	*0.000
4.	الملاحقات من قبل المجهولين واستهداف الصحفيين.	0.783	*0.000
المشكلات المالية			
1.	عدم استقرار مصادر الدخل للموقع الإخباري.	0.848	*0.000
2.	قلة الإعلانات مدفوعة الثمن.	0.783	*0.000
3.	التذبذب في موعد صرف الرواتب.	0.919	*0.000
4.	إجمالي المصاريف يفوق العائد المالي للموقع.	0.681	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

3- الصدق البنائي Structure Validity :

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات

الاستبيان. وللتحقق من الصدق البنائي تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة كما في جدول (6).

جدول (1.6) يوضح معامل الارتباط بين كل مجال من مجالات الاستبانة مع الدرجة الكلية للاستبانة.

#	مجالات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية (.Sig)
1.	الأداء المهني	0.831	*0.000
2.	الرضا الوظيفي	0.833	*0.000
3.	أثر استخدام التكنولوجيا	0.810	*0.000
4.	المشكلات التي تواجه العمل	0.984	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

ثانياً: إجراءات الثبات Reliability:

أما ثبات أداة الدراسة فيعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات (1). وقد أجرى الباحث خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية الخاصة بالقائمين بالاتصال والتي بلغ قوامها (30) مبحثاً بطريقتين هما: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) كطريقة أولى لقياس الثبات و طريقة التجزئة النصفية (Split-Half Coefficient) حيث تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل محور وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان براون للتصحيح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة الآتية: معامل

$$\text{الثبات} = \frac{r^2}{r+1}$$

حيث r معامل الارتباط والجدول (6) يبين النتائج :

(1) العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية (ص107).

جدول (1.7): معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل طريقة التجزئة النصفية للاستبانة.

#	المجالات	معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
			معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح
1.	الأداء المهني	0.722	0.592	0.743
2.	الرضا الوظيفي	0.771	0.513	0.678
3.	أثر استخدام التكنولوجيا	0.761	0.594	0.744
4.	المشكلات التي تواجه العمل	0.892	0.737	0.848

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوي دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات للأداء المهني تساوي (0.722)، ومعامل الثبات للرضا الوظيفي تساوي (0.771)، ومعامل الثبات لأثر استخدام التكنولوجيا يساوي (0.761)، ومعامل الثبات للمشكلات التي تواجه العمل تساوي (0.892)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات تطمئن الباحث إلى تطبيقها على عينة الدراسة، كما أن قيم معاملات الارتباط المعدل (سبيرمان براون) (Spearman Brown) مرتفعة ودالة إحصائياً، وبذلك تكون الاستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (1) قابلة للتوزيع، وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة، مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة، وصلاحياتها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار فرضياتها

سادساً: المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم تفرغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي "Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)".

تم استخدام الأدوات الإحصائية الآتية:

1- النسب المئوية، والتكرارات، والوزن النسبي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، ويتم الاستعادة منها في وصف عينة الدراسة المبحوثة .

2- طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وطريقة (Split-Half Coefficient) للتحقق من الثبات ومعامل التصحيح (Spearman Brown Coefficient).

- 3- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)؛ لقياس درجة الارتباط، ويقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تم استخدامه لحساب الاتساق الداخلي، والصدق البنائي للمقياس ، والعلاقة بين المتغيرات.
- 4- اختبار T في حالة عينتين (Independent Samples T-Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
- 5- اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis of Variance -ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات، أو أكثر من البيانات.
- 6- اختبار العلاقة بين المتغيرات (Chi Square test) لمعرفة العلاقة بين المتغيرات الترتيبية.

المفاهيم الأساسية للدراسة:

1- المواقع الإخبارية:

هي مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينها، والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات (1).

ويعرفها الباحث إجرائياً: عبارة عن المواقع الإلكترونية الإخبارية العاملة في الأراضي الفلسطينية (قطاع غزة، والضفة المحتلة)، وتخصص في المجال الإخباري، ولا يوجد لها أصل ورقي كمواقع الصحف الورقية.

2- الأداء المهني:

الأداء (Performance) بمفهومه الشامل هو سلوك تنظيمي مهم يرتبط بإنتاج السلعة أو تقديم الخدمات، ويعبر عنه غالباً بعملية إنجاز المهام (Task Achievement) (2).

ويشير مفهوم الأداء المهني إلى الوظائف أو المهن ذات المكانة العليا التي تشمل على خبراء مدربين تدريباً فنياً متخصصاً، ويقوم بدور متخصص جداً في المجتمع، وتحتاج المهن الفنية العليا إلى معارف وخبرات ومهارات متعددة بتطلبها المجتمع (3).

ويعرف الباحث الأداء المهني إجرائياً بأنه: مجموعة المهارات والكفايات المعرفية والفنية التي تمنح القائم بالاتصال القدرة على إنتاج المادة الإعلامية، ونشرها عبر الموقع الإخباري،

(1) تريان، فن التقرير الصحفي ... (ص10).

(2) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (ص9).

(3) خوخة، الرقابة في المؤسسات الصحفية (ص26).

ويتضمن ذلك جميع المهارات التي تشمل تلك العملية منذ لحظة الحصول على الخبر الإعلامي، وحتى نشره على الصفحة الإخبارية، وتفاعل الجمهور معها.

3- القائم بالاتصال:

هو ذلك الشخص الذي يتولى مهمة وظيفية داخل المؤسسة الإعلامية، ويسهم في صناعة المادة الإعلامية وإنتاجها وتمريرها عبر وسائل الإعلام إلى جمهور المتلقين⁽¹⁾.

ويعرف الباحث القائم بالاتصال إجرائياً: بأنه ذلك الشخص الذي يسهم ويتحكم بإنجاز المادة الإخبارية للرسالة الاتصالية، وتمريرها عبر المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية إلى جمهور المتلقين ويحمل صفة (صحفي أو مراسل أو مندوب أو مصور أو محرر أو رئيس تحرير أو مدير تحرير).

تقسيمات الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول، حيث يحتوي الفصل الأول على الإجراءات المنهجية للدراسة، ويضم المقدمة والدراسات السابقة، التعليق على الدراسات السابقة، تحديد مشكلة الدراسة، وأهمية الدراسة وأهدافها، بالإضافة إلى تساؤلات الدراسة ونوع الدراسة، ومنهجها وأدوات الدراسة، وكذلك مجتمع وعينة الدراسة.

أما الفصل الثاني ويشتمل على الإطار النظري وهو بعنوان "القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية"، ويشتمل على المبحث الأول: المواقع الإلكترونية الإخبارية (المفهوم والخصائص)، المبحث الثاني: المواقع الإخبارية في فلسطين، المبحث الثالث: الأداء المهني للقائم بالاتصال.

الفصل الثالث ويتناول الجانب العملي للدراسة، ويحتوي على ثلاثة مباحث، حيث يتناول المبحث الأول، مناقشة نتائج الدراسة، والمبحث الثاني، يتناول نتائج فروض الدراسة، والمبحث الثالث يتناول أهم النتائج والتوصيات والمقترحات.

(1) الزويني، حرية الإعلام بين المرغوبة الاجتماعية ... (ص1016).

الفصل الثاني: الإطار النظري (القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية)

المبحث الأول: المواقع الإلكترونية الإخبارية (المفهوم والخصائص)

تمهيد:

شهدت السنوات الأخيرة تطورات مذهلة في عالم الاتصالات والمعلومات، الأمر الذي جعل العالم كله أشبه بقرية صغيرة، بسبب التكنولوجيا التي شملت كل مناحي الحياة، بما فيها عالم الإعلام. وقد أفرزت هذه التكنولوجيا تطورات مذهلة في تناقل الخبر، وطريقة عرضه، وحتى أثرت على الوسيلة التي يتم من خلالها تقديم الخبر للجمهور، وهذا التطور الحاصل " في علم الاتصال أدى إلى إنتاج إشكاليات جديدة، لا يمكن حلها إلا بالرجوع إلى مقاربات جامعة، وشاملة، تأخذ بعين الاعتبار تعقد العناصر الفاعلة في عملية التواصل، ووضعها الديناميكي، والمتغير من جهة إلى أخرى"⁽¹⁾.

هذا التطور ساهم بشكل أساسي في تطور الوسيلة، وصاحبه تطور في طبيعة الجماهير، وطبيعة المعلومات التي يتم عرضها، وطرق صياغتها، بما يتناسب مع تكنولوجيا الاتصال الرقمي، وعلى سبيل المثال " فقد شهدت الصحافة نتيجة لذلك تطورا هائلا تجسد فيما يسمى بالصحافة الإلكترونية التي تعددت أسماؤها فقد أطلق البعض عليها اسم الصحافة الإلكترونية Electronic Journalism أو الصحافة الرقمية Digital Journalism أو الصحافة الفورية Journalism on line"⁽²⁾. وقد وفرت الصحافة الإلكترونية خدمات إعلامية لا تستطيع الصحف التقليدية القيام بها، في ظل عالم يتصف بالسرعة، وكثرة الأحداث، وتطورها، وحاجة الجمهور إلى التحقق من طبيعة الأخبار، من خلال الوسائط المتعددة (الصوت والصورة).

إن النجاح الذي استطاعت الصحافة الإلكترونية تحقيقه من جذب الجمهور نحوها، حدا بأصحاب العقول الإعلامية للتفكير في وسائل أكثر تطوراً، وأكثر ليونة من مجرد نشر إلكتروني على شكل صفحات (PDF) للصحف الورقية، ليتناسب مع طبيعة الأحداث، وسرعتها، وانتشارها، ولا محدودية التحديث في الدقائق للموضوعات الإخبارية المتلاحقة، هذا الأمر نجم عنه ولادة المواقع الإلكترونية الإخبارية التي استطاعت في زمن قياسي أن تجعل أنظار الجماهير تلتفت نحوها، وتقبل عليها، وتتابعها بشكل أصبح يهدد الوسائل التقليدية والتي راحت بدورها تتماشى مع هذا التطور، وتنشئ مواقع خاصة بها، تدرج الأخبار والمعلومات، وتقوم بخدمات البث المباشر، والمسجل لبرامجها، وتقاريرها، وتحليلاتها.

(1) الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد (ص12)

(2) حمدان، المواقع الإخبارية العربية: دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة العنكبوتية (ص6)

المطلب الأول: مفهوم المواقع الإلكترونية وأنواعها

أولاً: مفهوم الموقع الإلكتروني:

يعرف الموقع الإلكتروني بأنه: "مجموعة من الصفحات والنصوص والصور والمقاطع المرئية المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد محدد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الإنترنت"⁽¹⁾.

ويعرف الموقع الإلكتروني بأنه: "عبارة عن مجموعة صفحات إلكترونية مرتبطة مع بعضها البعض يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات (Web Browser) كما يمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية التطبيقات اللاسلكية (Web) وهذه الصفحات موجودة فيما يسمى بالخادم"⁽²⁾. ويطلق عليها أيضاً: "Web sites" ويتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر (Uniform Resource Locator URL) أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب، ولها أنواع وأشكال مختلفة"⁽³⁾. ويعرف الموقع الإلكتروني وفق أحكام القانون السوري بأنه وبحسب المادة الأولى من قانون تنظيم التواصل على الشبكة ومكافحة الجريمة المعلوماتية السوري الصادر بالمرسوم التشريعي رقم 17 تاريخ 2012/2/8 بأنه: "منظومة معلوماتية لها اسم أو عنوان يعرفها وتتضمن معلومات أو خدمات يمكن الوصول إليها عن طريق الشبكة وخاصة الإنترنت"⁽⁴⁾.

ويلاحظ الباحث من خلال التعريفات السابقة أن هناك مجموعة من العناصر يتكون منها الموقع الإلكتروني وهي:

- 1- صفحة ثابتة، وعنوان محدد على شبكة الإنترنت.
- 2- احتوائه على مضمون يوضح نشاط الموقع (ترفيهي، إخباري، اقتصادي، تجاري.. إلخ).
- 3- يرتبط الموقع الإلكتروني بخوادم (Servers)، وهذه الخوادم هي التي تبقى تلك المواقع نشطة، وقيد الاتصال، وبدونها لا يمكن للمتصفح عرض محتوى الموقع الإلكتروني.

(1) الزعبي و الشراعية، الحاسوب والبرمجيات الجاهزة (ص352).

(2) آل زيدان، المواقع الإلكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين (ص19).

(3) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص102).

(4) تقوي، المسؤولية المدنية للمواقع ... (ص445).

4- يحتوي في بنائه، وتكوينه على مزيج من النصوص، والوسائط المتعددة: كالصور، والفيديو وملفات الصوت.

5- ترتبط الصفحات على تلك المواقع بروابط تشعبية (Links)، حيث يتم من خلالها التنقل بين الموضوعات بالنقر عليها.

من خلال العرض السابق يرى الباحث أن الموقع الإلكتروني هو عبارة عن مجموعة من الصفحات المتعاقبة والمرتبطة ببعضها البعض من خلال مجموعة من الروابط التشعبية، والتي لها عنوان ثابت، وتعمل من خلال مجموعة من الخوادم الإلكترونية، وتقدم معلومات في مجال معين.

ثانياً: مزايا المواقع الإلكترونية:

تتميز المواقع الإلكترونية بالعديد من المزايا التي تحقق لها المتابعة من قبل الجمهور، ومن أهم تلك المزايا ما يلي (1):

1- يمكن للموقع الإلكتروني أن يوصل رسالتك ويراها الملايين من الناس:

حيث يمكن لملايين من الناس من جميع أنحاء العالم، الدخول إلى الإنترنت وإلى موقعك أيضاً مهما كان نوع عملك، فأنت لا تستطيع إهمال هؤلاء الناس، فلكي تريحهم أنك مهتم بخدمتهم من خلال عملك، فإنك بحاجة لأن تكون على الإنترنت كي تتواصل معهم.

2- قدرة الموقع على تحسين صورتك:

سهّل الموقع الإلكتروني إبراز الهوية والأعمال التي يتم إنجازها، فحتى أصغر الأعمال حجماً يمكن أن يكون لها حضوراً على الإنترنت، ويمكن أن تتنافس مباشرة مع المؤسسات الكبيرة لنفس نوع العمل، لذا عليك الاستفادة من ذلك وإعطاء صورة أفضل للعمل من خلال الموقع الإلكتروني بحيث تكون أكثر إثارة وأفضل إعلاماً حتى من المؤسسات ذات الحجم الأكبر.

3- القدرة على زيادة الإنتاجية:

يمكن لأي شخص يجيب على الاستفسارات التليفونية أن يخبرك بأن وقته ضاع في الإجابة على نفس الأسئلة التي تتكرر مرات ومرات، أما إذا ما وضعت الإجابات على هذه الأسئلة التي تتكرر دائماً (Frequently Asked Questions) في الموقع، فإن ذلك يعني توفير وقت العاملين معك، وعدم تعاملهم مع تلك الأسئلة الروتينية.

(1) أبو شنب وحسين، الإعلام التفاعلي والتواصل الاجتماعي (ص34-36).

4- الرسالة الإعلامية متجددة دائماً:

في بعض الأحيان تتغير المعلومات حتى قبل خروجها من المطبعة، في هذه الحالة فإن عليك دفع تكلفة باهظة تترتب على إعادة تحديثها وإعدادها للطباعة، أما ما طبعته فيصبح ورقاً عديم الفائدة، أما في النشر الإلكتروني يمكنك تحديث المعلومات على الموقع خلال دقائق، وعلى الأغلب فإنك تستطيع فوراً الإعلان عن طرح منتج جديد، وتحديد أسعار البيع الجديدة، وطرح المعلومات، وتحديث العروض الجديدة، فإن عملية النشر الإلكترونية هذه يمكن تغييرها حسب الحاجة.

5- التغذية الراجعة:

يمكن من خلال الموقع الإلكتروني إجراء عملية بحث متكامل عن متطلبات العملاء عن طريق استطلاعات الرأي والدراسات الاستقصائية لمعرفة ما أكثر ما يعجب العملاء وما هو رأيهم في أمر معين في العمل؟ ومن ثم يمكن تحسين المنتج وتحديد الطريقة التي تدير بها الأعمال، طبقاً لما يسعد العملاء ويتم ذلك من خلال الموقع نفسه وبتكاليف أقل بكثير من أي وسيلة بحث أخرى.

6- السعة الكبيرة في تخزين المعلومات للموقع:

تتميز المواقع الإلكترونية بقدرتها على إمكانية تخزين محتوى مكتبة بكاملها وقد نجد موسوعات علمية مخزنة مع كل ما تحتويه من وسائل الإيضاح كالجداول والرسومات البيانية و الصور الثابتة والمتحركة صورةً وصوتاً عبر تلك المواقع الأمر الذي يقلل من المساحة ويوفر على القائمين مشاكل المساحة ونفقاتها⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن هذه المميزات وغيرها للمواقع الإلكترونية جعلت الشركات، والمؤسسات الكبرى تتجه للاعتماد عليها في الترويج والإعلان، فنادرًا ما نجد مؤسسة أو شركة دون موقع إلكتروني خاص بها، يعرّف عنها وعن أنشطتها، حتى أن الدول العظمى مثل أمريكا ودول أوروبا تعتمد على الشراء الإلكتروني بشكل أساسي عبر تلك المواقع، وهذا يحقق لتلك الشركات والمؤسسات الانتشار، والترويج بأبسط التكاليف.

(1) قنديلجي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها (ص20).

ثالثاً: أنواع المواقع الإلكترونية:

امتألت شبكة الإنترنت بالعديد من المواقع الإلكترونية، وهذه المواقع تنوعت واختلقت فيما بينها حسب طبيعة كل موقع، والخدمات التي يقدمها، وقد أورد العديد من الباحثين العديد من التصنيفات للمواقع الإلكترونية، ومن أهم تلك التصنيفات وأكثرها شمولاً ما يلي:

أولاً: من حيث المضمون⁽¹⁾:

- 1- مواقع تجارية تسويقية: حيث يتم عرض منتجات الشركات والمؤسسات التابعة لها للمساعدة في تسويقها من خلال خدمة البيع عن طريق الإنترنت.
- 2- مواقع تجارية إعلانية: وهي تقوم بالتعريف عن السلع والخدمات التي تقدمها الشركة، ولا تتيح إمكانية الشراء عبر الإنترنت.
- 3- مواقع إخبارية: حيث تركز على تقديم الخدمة الإخبارية أولاً بأول، وتضيف إليها بعض التحليلات والتقارير الإخبارية.
- 4- مواقع شاملة: تضم نطاقات اهتمام واسعة، ومتنوعة من حيث التخصص، والقوالب الفنية، والمناطق الجغرافية لتهتم بمساحات جغرافية محددة.
- 5- مواقع إعلامية مساندة: تساند المؤسسات الإعلامية الأخرى مثل: الصحف والإذاعات والفضائيات.

ثانياً: من حيث الاحتراف⁽²⁾:

- 1- مواقع الهواة: حيث غالباً ما يقوم عليها شخص أو أشخاص من الهواة غير المتفرغين، ويرغبون في عرض أفكارهم، والتعبير عن آرائهم.
- 2- مواقع محترفة: وتقوم على هذه المواقع مؤسسات محترفة، ومتخصصة، وتستعين بكادر متخصص.
- 3- مواقع آخذة في الاحتراف: وهي تطوير لمواقع الهواة، أو بعض المواقع الشخصية الذين يرغبون في تطوير مواقعهم.

(1) جعفر، الصحافة الإلكترونية ... (ص 238-239).

(2) القيسي، الأخبار في الصحافة الإلكترونية: موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجاً (ص 109).

ثالثاً: من حيث التمويل⁽¹⁾:

1- تمويل شخصي: حيث يأخذ عدة أشكال:

أ- الاستفادة من إمكانية الحصول على مساحات مجانية للمواقع الشخصية التي توفرها بعض الشركات أو البوابات الكبرى كنوع من الدعاية، مقابل وضع إعلان في الموقع الشخصي.
ب- شراء مساحة على الشبكة، مع قيام صاحب الموقع بتصميمه، وبنائه، وتحديثه بصورة بدائية، أو الاستعانة بأشخاص محترفين في بناء الموقع، وتحديثه وصيانته.

2- تمويل مؤسسات: وتكون غالباً شركة، أو منشأة صناعية، أو مؤسسة اقتصادية، أو اجتماعية، وتحمل المؤسسة كلفة الموقع الذي يعبر عنها بصورة أساسية.

3- تمويل خيري: وتعتمد هذه المواقع في الأساس على التبرعات الخيرية، والمساهمات التطوعية، وغالباً ما تكون لهذه المواقع أهداف إنسانية أو دعوية.

4- تمويل تجاري: وتمول عن طريق العمليات التجارية، والتسويق عبر شبكة الإنترنت.

5- تمويل ترويجي: ويتم عن طريق مخصصات الإعلانات التي ترصدها بعض الشركات للإعلان عن تجارتها، والتعريف بأنشطتها.

6- تمويل ذاتي: وتهتم هذه المواقع بتقديم خدمة إعلانية وفكرية، وتسعى لتمويل هذه الخدمات من خلال الإعلانات والاشتراكات، ورعاية الصفحات والملفات.

رابعاً: من حيث الجمهور المستهدف⁽²⁾:

1- مواقع تستهدف جمهوراً متخصصاً: أي يكون توجهها نحو تخصص علمي، أو اجتماعي، فيكون محتواها للأطباء، أو المهندسين، أو الإعلاميين.. إلخ.

2- مواقع تستهدف جمهوراً عاماً: حيث تعرض مادة متنوعة تستهدف عموم الجمهور الذي يزورون الإنترنت.

3- مواقع تستهدف جمهوراً نوعياً: وهي مخصصة لمخاطبة جمهور نوعي داخل المجتمع، مثل الشباب، والمرأة، والطفل.. إلخ.

(1) تريان، الإعلام الفلسطيني الإلكتروني (ص72-73).

(2) حسن، الصحفي الإلكتروني (ص83-84).

خامساً: من حيث الهيكلية⁽¹⁾:

- 1- هياكل بسيطة: تتكون من مجموعة من العاملين، منهم صاحب الموقع، مع عدد محدود من العاملين في المجالات الصحفية والتحريرية والتقنية.
- 2- هياكل معقدة: تحتاج إلى فريق عمل كبير من المتخصصين في كافة المجالات.
- 3- هياكل ممتدة: لا تكون الهياكل الإدارية الممتدة إلا داخل المواقع ذات التركيبة الإدارية المعقدة، وتمتد في مساحات جغرافية متعددة من خلال المكاتب الإقليمية.

سادساً: من حيث التكوين⁽²⁾:

- 1- مواقع بسيطة: محددة الأقسام والمواد ومتباعدة فترات التحديث.
- 2- مواقع كثيفة: وتتميز بكثرة المواد المطلوب نشرها، وسهولة تقسيم المواد في عدد محدود من الأقسام، وتقارب فترات التحديث.
- 3- مواقع مركبة: وتتميز بكثافة المادة المطلوب نشرها، وكثرة التقسيمات والتصنيفات بصورة كبيرة وتقارب دورية التحديث.

سابعاً: من حيث العرض⁽³⁾:

- 1- مواقع تعتمد على الإبهار: حيث يتم التركيز على استخدام الألوان الصارخة، الشديدة الجذب للجمهور، والتعامل مع البرامج التي تعطي إمكانية الحركة والإبهار.
- 2- مواقع تعتمد على المعلومة والجذب: حيث تقوم على عرض معلومات بصورة مشوقة، ورائعة.
- 3- مواقع معلوماتية للمشاركين: حيث لا تحتاج إلى جذب عدد من الجمهور لها، وإنما تعتمد على عدد الجمهور الراغب في الحصول على المعلومات.

ويرى الباحث من خلال العرض السابق أن تلك الأنواع ليست الوحيدة فبعض الباحثين قاموا بإدراج تقسيمات أخرى، إلا أنها تنفرع من تلك التقسيمات، إضافةً إلى أنه يمكن استحداث أنواع أخرى، ويعلل الباحث ذلك إلى طبيعة التطور في المجال الإلكتروني، والخدمات التي تقدمها بعض المواقع الإلكترونية من إمكانيات خاصة تتلاءم مع احتياجات وطبيعة الجماهير.

(1) القيسي، المواقع الإخبارية العربية... (ص110-111).

(2) تريان، الإعلام الفلسطيني الإلكتروني(ص74).

(3) حسن، الصحفي الإلكتروني (ص80).

المطلب الثاني: المواقع الإلكترونية الإخبارية (المفهوم والخصائص)

أولاً: المواقع الإلكترونية الإخبارية:

لقد اكتسبت المواقع الإلكترونية الإخبارية شعبية بشكل سريع، وتحتل الآن موقعاً هاماً في المشهد الإعلامي، الأمر الذي جعل معظم الصحف الورقية تعمل على إنشاء مواقع إلكترونية لنسخها الورقية، حيث كانت في البداية عبارة عن نسخ إلكترونية من الصحيفة (PDF)، ثم أصبحت في الوقت الحالي تعمل على تطوير الوسائل المتعددة من خلالها، كالتقارير الإخبارية، والتحديثات أولاً بأول للأخبار، وتجاوز حدود الصحيفة الورقية، "وبما أحدثته الإنترنت من تطورات تكنولوجية، لها تأثير على الإعلام، نجد أن غالبية الصحف اليومية تدير مواقع إلكترونية خاصة بها، وتصدر نسخاً إلكترونية لصفحتها المطبوعة، فقد استطاع الإنترنت بسرعة كبيرة احتواء وسائل الإعلام التقليدية التي أقرت بهذا بشكل غير مباشر، فسارعت معظم وسائل الإعلام، من صحف ومجلات ومحطات تلفزة إلى التكيف مع هذا التطور الجديد، عبر إنشاء مواقع إلكترونية لها بشكل مواز؛ لمواكبة تلك التطورات، وتوسيع دائرة التواصل مع قرائها محلياً وخارج حدود الدولة الفلسطينية، الأمر الذي أسهم في تحقيق حضور لها في ذلك العالم الافتراضي (الإنترنت)⁽¹⁾.

ظاهرة الصحافة الإلكترونية وطغيانها عبر شبكة الإنترنت " حفزت الأجواء لانطلاق شكل آخر جديد من الصحافة أطلق عليه (المواقع الإخبارية الإلكترونية)، ورغم دلالات هذا الاسم إلا أنها لم تخرج عن كونها صحيفة متكاملة من حيث مضامينها وتخضع لذات المحددات الإلكترونية تبويماً وذلك في طريقة عرضها لموضوعاتها وأسلوب تحرير موادها وقد عُرف عن هذه المواقع استقلاليتها وعدم تبعيتها أي صحيفة أخرى وهي ثمرة من ثمرات الفضاء التفاعلي، ويلاحظ أن هذه المواقع أثبتت نجاحاً وحضوراً فاعلاً⁽²⁾. لتصبح المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت المواقع الخبرية الرئيسية على الشبكة، وما زالت تمثل المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة لمستخدمي الإنترنت، ففي حالة وقوع حدث مهم يتوجه المستخدمون مباشرة إلى المواقع الإخبارية على الشبكة وفي مقدمتها مواقع الصحف الكبرى للحصول على المعلومات الإخبارية.

(1) حبيب، التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية (ص 71).

(2) الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ص 214).

ثانياً: مفهوم المواقع الإلكترونية الإخبارية:

هناك عدة تعريفات أوردها الباحثون في مجال الإعلام الإلكتروني للمواقع الإلكترونية الإخبارية ومن أهم تلك التعريفات:

- وسيلة جديدة أوجدها التطور التقني في مجال الاتصالات، وهي تقدم الخدمة الإخبارية عن طريق الإنترنت مستخدمةً في ذلك ما أتاحتها النظم الرقمية الحديثة من وسائل للاتصال ووسائط تفاعلية مع الجمهور⁽¹⁾.
- هي مجموعة من النوافذ على شبكة الإنترنت تعرض الأخبار المستحدثة، وتعتمد بالأغلب على وكالات الأنباء أو مراسلين خاصين بالمواقع، إضافةً إلى نشر المقالات الخاصة بالموقع أو نقلاً عن مواقع أخرى، قد تعهد بعضها إلى عقد بروتوكولات مع مواقع أخرى لتبادل الموضوعات الصحفية الأخرى⁽²⁾.
- هي مواقع تقدم الخبر الصحفي فور وقوعه، وهي مواقع انتشرت في الويب العربي في الآونة الأخيرة بشكل كبير، والمحتوى فيها متجدد بشكل سريع ومعتمد على ما يستجد من أحداث ووقائع في الغالب تكون المواقع الإخبارية متخصصة ضمن حدود جغرافية معينة، مثل المواقع الإخبارية المختصة بدولة أو مدينة أو نطاق جغرافي محدد، وهي إما أن تكون امتداداً لصحف أو مجلات موجودة على أرض الواقع، أو يكون منبتها الأصلي في الإنترنت ولا يوجد لها جذور ورقية⁽³⁾.
- وتعرف بأنها أكثر المواقع تحديثاً في المحتويات وهي التي تكون غالباً كشكل إلكتروني من النسخ الورقية للجرائد الورقية، أو للقنوات التلفزيونية الإخبارية، وقد لاقت رواجاً ومتابعة ضخمة مع بداية ظهورها وذلك لأنها تحوي الجزء التفاعلي مع الزوار قبل قدوم ما يعرف (بالويب 2) الذي دعا إلى إنشاء الشبكات الاجتماعية والمواقع الإخبارية التي تعتبر أكثر أشكال المحتويات العربية من ناحية الموثوقية⁽⁴⁾.
- يعرفها الباحث إجرائياً: بأنها صفحات منتشرة على شبكة الإنترنت تحت عنوان ثابت، ولا ترجع في نشأتها إلى أصل مطبوع، تقدم الخدمة الإخبارية بالمقام الأول من خلال مجموعة من الروابط فائقة السرعة، معتمدةً في ذلك على النص والصورة والفيديو، وتتضمن أخباراً

(1) حمدان، المواقع الإخبارية العربية ... (ص6).

(2) الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ص173).

(3) تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية (ص113).

(4) حمدان، المواقع الإخبارية العربية .. (ص75).

وتحليلات سياسية وغيرها، إضافة إلى تقديمها مجموعة من الخدمات الإعلامية المصاحبة للخدمة الإخبارية، وتعطي مساحة للتفاعلية بينها وبين المرئادين بما يحقق لها التغذية الراجعة بأفضل صورها وأسرعها.

فالمواقع الإخبارية تعد أحد ظواهر الصحافة الإلكترونية، فهي كما يتضح من التعريفات السابقة " لم تخرج عن كونها صحيفة متكاملة من حيث مضامينها وتخضع لذات المحددات الإلكترونية تبويباً وكذلك في طريقة عرضها لموضوعاتها وأسلوب تحرير موادها وقد عرف عن هذه المواقع استقلاليتها، وعدم تبعيتها لأي صحيفة أخرى، فهي ثمرة من ثمرات ما يسمى اليوم بالفضاء التفاعلي، ويلاحظ أن هذه المواقع أثبتت نجاحاً وحضوراً فاعلاً إلى درجة أن بعضهم تشجع، واندفع باتجاه إصدار مجلات أو نشرات أو صحف ورقية ومنها صدور مجلة (Wired) التقنية والتي صدرت إلكترونياً ثم صدر العدد الورقي منها بعد ذلك، وهذا ما أطلق عليه البعض بالهجرة المعاكسة"⁽¹⁾.

ثالثاً: الخدمات التي تقدمها المواقع الإخبارية الإلكترونية:

توفر المواقع الإلكترونية الإخبارية بشكل أساسي الخدمة الإخبارية، ومن خلال تقديم الخدمة الإخبارية تتوفر مجموعة من الخدمات للقراء أثناء التجول عبر الصفحات الإخبارية داخل الموقع ومن هذه الخدمات:

1- خدمة البحث:

حيث تتيح المواقع الإلكترونية الإخبارية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل الويب، حيث يحدد المستخدم مكان البحث داخل الموقع، ويتم اختيار كلمة مفتاحية لتظهر بعد ذلك جميع المتشابهات لتلك الكلمة المفتاحية⁽²⁾.

وهناك طريقتان للبحث في المواقع الإلكترونية الإخبارية هما⁽³⁾:

أ- **البحث البسيط:** يقوم به معظم المتعاملين مع الموقع الإخباري، خاصة ممن يجهلون تقنيات البحث المتقدم ويكون البحث عن طريق وضع كلمة أو مصطلح دون وضع أية علامات، أو إشارات، ثم إجراء عملية البحث.

(1) الدليمي، إشكاليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة... (ص32).

(2) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصادقية (ص57).

(3) Quarterman & MitchellCarl, The Internet connection, system connectivity and configuration (p.410).

ب- **البحث المتقدم:** حيث يمكن البحث عن المعلومات بطريقة محددة، حيث تتيح للمستخدم إمكانية البحث من خلال ربط عدد من العناصر مع بعضها البعض، وأيضاً تحديد العلاقات بين المصطلحات المطلوبة، لذا فإن النتائج تكون أفضل من نتائج البحث البسيط.

2- خدمة الاتصال:

وهي مختلفة من موقع لآخر، حيث يتم توجيه رسالة إلكترونية إلى محرري الموقع، أو إنشاء بريد إلكتروني على الموقع يمكن من خلاله استقبال وإرسال الرسائل.

3- خدمة خريطة الموقع (Sit Map):

وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة، وسهلة للمستخدم، خاصة إذا كان الموقع مزدحماً بالتفاصيل⁽¹⁾.

4- خدمات مجموعات الحوار:

وهي خدمة يتمكن من خلالها المستخدمون من التعبير عن آرائهم في القضايا والمعلومات التي يهتمون بها⁽²⁾. وتنقسم مجموعات الحوار إلى⁽³⁾:

1- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة سابقاً.

2- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بموضوعات سابقة، وموزعة وفقاً لأقسام الموقع الرئيسية، مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا وغيرها.

5- استطلاعات الرأي:

تتميز المواقع الإلكترونية الإخبارية بصفة عامة بتقديم خدمة إجراء استطلاعات فورية خاصة تجاه عدد من الموضوعات والقضايا المهمة لاستطلاع الرأي تجاهها، وهي محاولة من الموقع الإخباري لإشراك القراء في الشأن العام، وتتميز هذه الاستطلاعات بإمكانية معرفة نتائجها فوراً على شكل رسوم أو أشكال أو أرقام توضح نتائج هذه الاستطلاعات⁽⁴⁾.

(1) أمين، الصحافة الإلكترونية (ص104).

(2) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصادقية (ص59).

(3) أمين، الصحافة الإلكترونية (ص104).

(4) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (ص154-155).

6- خدمة البريد الإلكتروني (E-mail):

وفرت العديد من المواقع الإلكترونية خدمة إنشاء بريد إلكتروني خاص بالعاملين فيها، إضافة إلى إمكانية تعبئة استمارة للتواصل مع القائمين على تلك المواقع، "أما مواقع الصحف الإلكترونية الكبرى فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة؛ لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال، واستقبال الرسائل البريدية على أي جهاز متصل بشبكة الويب في أي وقت، كما تقدم نشرة إخبارية (Newsletter) يتم إرسالها يومياً للمستخدم على الويب إلى عنوان بريده الإلكتروني تتضمن ملخصات الأخبار"⁽¹⁾.

7- خدمة رجع الصدى:

حيث تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر في المواقع، وإرسال رسائل إلكترونية للمحرر يعلق فيها على ما نشر، أو يقدم اقتراحاً⁽²⁾.

8- غرف الدردشة (chat) والمراسلات الفورية:

حيث تسمح المواقع بتطبيق بعض برامج الدردشة لمستخدمي الإنترنت بالاتصال ببعضهم، عن طريق الكتابة في الزمن الفعلي، وتوجد هذه البرامج عادة كخدمة إضافية تقدمها بعض المواقع، حيث يمكن لزوار هذه المواقع الدخول إلى غرف الدردشة لتبادل معلومات تهمهم، وتعد ظاهرة المراسلات الفورية شكلاً آخرًا من أشكال الدردشة، فعن طريقها يمكن لأي مستخدم للشبكة الاتصال بأي مستخدم آخر متصل حالياً بالشبكة ومحادثته كتابياً⁽³⁾.

9- خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة:

وهي خدمة تقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الموقع، والتي يمكن أن يطالعها من العنوان، دون الدخول إلى تفاصيل الموقع.

10- خدمة الإجابة عن الأسئلة:

وتتضمن إجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع⁽⁴⁾.

(1) نصر، الانترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية (ص117).

(2) شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية (ص51).

(3) محمد، وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت (ص66).

(4) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصاديق (ص60).

11- خدمة الربط بالمواقع الأخرى:

وهي خدمة يقترح الموقع على المستخدم عدداً من المواقع التي يراها مهمة، أو ذات علاقة من خلال اتفاق معها. ويرى الباحث أن هذه الخدمة تساعد المرئاد للموقع في التواصل مع بعض المنظمات أو الجمعيات أو المواقع التي قد تهمة، وتقدم له معلومات بكل سهولة، وغالباً ما تكون تحت بند (مواقع صديقة أو مواقع ذات صلة، أو مواقع مشابهة) (1).

6- خدمة الأخبار القصيرة العاجلة (SMS):

حيث يرى الباحث أنها خدمة تقدمها بعض المواقع الإخبارية مقابل مبلغ مالي بسيط يدفع شهرياً، حيث تقوم المواقع الإخبارية بإرسال رسائل على الهواتف النقالة لبعض الأخبار العاجلة، أو الأخبار التي ته الجمهور في المحيط الذي يعيش فيه، ومن أوائل المواقع الإخبارية الفلسطينية التي تبنت هذا اللون موقع وكالة معاً الإخبارية، وقد أثبتت هذه الطريقة الجاذبة للجمهور من قبل المواقع الإخبارية الفلسطينية نجاحها، خاصةً في ظل الانقطاع المتكرر للتيار الكهربائي والذي يمتد لساعات طويلة بشكل يومي، إضافةً لأنها تتناسب مع بعض فئات الجمهور أصحاب الأعمال، والشخصيات الرفيعة التي لا تجد وقتاً كافياً لمتابعة تلك المواقع بشكل مستمر.

وتجدر الإشارة هنا أن هذه الخدمات ليست الوحيدة التي تقدمها المواقع الإلكترونية الإخبارية، فهناك على سبيل المثال لا الحصر خدمات الإعلان والترويج، وحجز تذاكر القطار والطيران، والخدمات الترفيهية، وأسعار العملات.. إلخ.

رابعاً: الاعتبارات الهامة التي يجب مراعاتها قبل وأثناء إنشاء الموقع الإلكتروني الإخباري:

هناك مجموعة من الاعتبارات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند إنشاء موقع إلكتروني إخباري وهي (2):

- 1- ضمان نفاذية الموقع وقابليته للاستخدام (Accessibility and Usability).
- 2- ينبغي الأخذ بعين الاعتبار قواعد عدة مثل سرعة التحميل وتوظيف عناصر التصميم لخدمة موضوع الموقع وعدم الإسراف في وسائل الإبهار.
- 3- توفر شبكة الإنترنت عدداً من الأدوات التفاعلية لمساعدة الصحفي في الاتصال بالقارئ، مثل وصلات البريد الإلكتروني المباشر، والنشرة الإلكترونية، وساحة الحوار والأدوات.

(1) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (ص156).

(2) الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقيمة (ص67-68).

4- استطلاع الرأي المباشر، وأدوات الاستبيان التي تظهر نتائجها فوراً، ومجموعات الحوار.

خامساً: مميزات المواقع الإلكترونية للأخبار:

تتميز المواقع الإلكترونية الإخبارية بمجموعة من المميزات التي تجعلها صاحبة ريادة في

العمل الإخباري ومن أهمها:

1- عدم اقتصار خدماتها على تتبع أخبار السياسة على مدار الساعة، بل تقدم أخباراً رياضية وثقافية وفنية وأدبية، وتوفر معلومات اقتصادية ومحركات بحث ومنتديات نقاش ومنصات إرسال للهواتف المحمولة⁽¹⁾.

2- إتاحة مصادر معلومات إضافية يمكن الرجوع إليها حول الأخبار، وتقديم الأخبار بأشكال متنوعة (صوت وفيديو ونص)، وتوفير خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، وإعداد ملفات صحفية مميزة عن الأحداث المهمة، وتقديم خدمات تفاعلية مثل البريد الإلكتروني واستطلاع الرأي، إضافة إلى تحديد مصادر الأخبار والمعلومات المنشورة، ثم شهرة المؤسسة الإعلامية التي تصدر الموقع وسمعتها، ومراعاة التحديث وإتاحة الانتقال لمصادر معلومات مرجعية ومواقع ترتبط بالمادة⁽²⁾.

3- **الفورية:** وتعني السرعة في نقل الخبر، وهي بذلك تتنافس مع الفضائيات في نقل الأخبار العاجلة، وربما تسبقها في نقل تفاصيل الأخبار خاصة وأن الفضائيات تلتزم بمواعيد نشرات ثابتة تكون على رأس الساعة وإن كانت تحاول التعويض عن ذلك من خلال الأخبار العاجلة التي تظهر على الشاشة.

4- إمكانية إدارتها وتحريرها بصورة لا مركزية⁽³⁾.

5- **العمق:** فرغم أن الأخبار على المواقع الإخبارية تتميز بالجمل وال فقرات القصيرة فذلك لا يمنع من تحقيق العمق من خلال الإحاطة بالقضية بالروابط

(1) الشهري، واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت، دراسة مسحية شاملة... (ص15).

(2) رجب، استخدامات الشباب المصري للمواقع الإخبارية (ص45).

(3) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصاديق (ص43).

التشعبية والمرفقات الملحقة بالخبر، فضلاً عن إمكانية تناول القضية في الأخبار ثم التقارير ثم التحليلات وغيرها من الفنون الأخرى⁽¹⁾.

6- **التنوع:** نقصد بها قدرة المواقع الإخبارية على تقديم المادة الإعلامية في أكثر من شكل صحفي، فضلاً عن الروابط والمرفقات واستخدام الوسائط المتعددة⁽²⁾.

7- **التفاعلية:** أهم ما يميز الإعلام الجديد عموماً هو التفاعلية، بحيث لم يعد المتلقي مجرد طرف سلبي يتلقى ما ينشر أو يذاع ولكنه أصبح مشاركاً من خلال التعليقات وحلقات النقاش واستطلاع الرأي والمواطن الصحفي⁽³⁾.

8- **الأرشفة:** حيث توفر المواقع إرشيفاً إلكترونياً خاصاً بها أو بالقنوات التي أصدرتها مما يسمح للمستخدم بالرجوع للموضوعات التي يريدها في أي وقت⁽⁴⁾.

9- قدرة المواقع الإخبارية على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الإنترنت⁽⁵⁾.

10- وفرت المواقع الإخبارية فرصة كبيرة للقنوات الفضائية لتقديم البث الحي لها مما وفر لها إمكانية الوصول إلى أعداد كبيرة من المشاهدين في بلدان لا تسمح السلطات فيها ببث القنوات الفضائية وهي ميزة خاصة للمواقع الإخبارية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية كالجريدة، والعربية، والسي إن إن.

ويحدد جورج (George,2010) عدة ميزات للمواقع الإلكترونية الإخبارية تمثلت في العناصر الآتية⁽⁶⁾:

1- تدعيم الديمقراطية عبر إتاحة الفرصة للجمهور للنقاش والتعبير عن آرائه وإتاحة الفرصة للتوجهات المختلفة للوصول إلى الجمهور.

(1) الشهري، واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت، دراسة مسحية شاملة... (ص16).

(2) المرجع السابق (ص15).

(3) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصداقية (ص44).

(4) حمدان، المواقع الإخبارية العربية ... (ص62).

(5) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص130).

(6) Lazaroiu, The Development Of Online News Production And The Empowering Of The Audience In Digital Media (p.295) .

- 2- إتاحة مساحة الاختيار، والتعرض أمام الجمهور عبر العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية متنوعة المضامين والأنواع.
- 3- ساهمت في بناء أولويات الجمهور عبر تركيزها على أحداث وقضايا معينة، إلى جانب المشاركة في وضع الأولويات للجهات المسؤولة.
- 4- ساهمت في تفعيل الحوار السياسي بين أفراد المجتمع عبر قدرتها على الانتشار والوصول إلى مختلف الجماهير.
- 5- ساهمت في تفعيل المشاركة الاجتماعية وإحاطة الجمهور بالقضايا الاجتماعية عبر توظيفها لأدوات التواصل الاجتماعي وإشراك الجمهور في عمليات المساهمة للتعامل مع هذه القضايا.
- 6- تفعيل عمليات مراقبة المجتمع وإحاطة الجمهور بسرعة بأوجه القصور ودفعه إلى المشاركة بالرأي والمقترحات في إصلاح السلبيات التي يتم الكشف عنها.

الخصائص الاتصالية للمواقع الإلكترونية الإخبارية:

تناولت بعض الدراسات الخصائص الاتصالية للمواقع الإلكترونية الإخبارية من زاوية الارتباط بتكنولوجيا الاتصال، وآخرون يتناولونها من زاوية الدراسات السياسية والاجتماعية ومن أهم الخصائص الاتصالية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ما يلي:

- 1- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت، بالإضافة إلى إمكانية إنتاجها بناءً على طلب المستخدم، في إطار ما يعرف بخدمة (News on demand) أي الأخبار عند الطلب.
- 2- إمكانية تعديل مضمون المواقع الإخبارية في أي وقت، لتلبي حاجات المستخدم وإتاحة الفرصة للمستخدم لتحديد ما يريد أن يراه من معلومات، من خلال تجهيز قائمة خاصة بذلك، يختار منها ما يرغب في الاطلاع عليه، فور قيامه بالدخول إلى الموقع الإخباري.
- 3- إدماج المواقع الإخبارية الإلكترونية لآليات التواصل الأفقي والجمعي، التي تقوم على نمط جديد من التفاعلية، عن طريق إيجاد فضاءات: الدردشة والحوار، وتخصيصها مساحات للتعليق على ما تنشره من موضوعات، بالإضافة إلى توظيفها للوسائط المتعددة بشكل أثر عمقاً.
- 4- إن الميزة الأكثر أهمية للمواقع الإلكترونية الإخبارية، وفقاً لـ(نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte) هي أنها خرجت من سيطرة السلطة، التي تتمثل في: قادة المجتمع، والقبيلة، والكنيسة، والدولة، وانتقلت إلى أيدي الناس جميعاً.

5- وفقاً لـ (زيغن لي Xigen li) تتمثل أهم خصائص المواقع الإخبارية الإلكترونية في إعطائها معلومات نصية أولية في النشر، دون الصور، أو الفيديو، أو الصوت، وقد يقتصر وجود تلك المعلومات في بعض الأحيان، على الصفحة الرئيسية.

6- تعمل المواقع الإخبارية على توفير كم هائل من المعلومات، والتي يتم فرزها ونقلها، إلى عدد غير محدود من الجماهير، الذي يمكنهم إجراء عملية اتصال بينهم في آن واحد، في بيئة تسمح لكل فرد مشارك، بفرص متساوية من درجات التحكم⁽¹⁾.

7- قدرة المواقع الإلكترونية الإخبارية على الاتصال الشخصي، أو الاتصال الجمعي، مع تحقيق التفاعلية في صورتها المباشرة: التعليق على المواد المنشورة، وغرف الحوار، أو تحقيقها للتفاعلية في صورتها غير المباشرة، مثل: خدمات البريد الإلكتروني، أو الرسائل النصية القصيرة إلى الهواتف الخلوية⁽²⁾.

سادساً: الفرق بين الصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية:

على الرغم من التشابه الواضح بين الصحافة الإلكترونية والمواقع الإلكترونية الإخبارية إلا أن هناك مجموعة من الفروق بين الصحيفة الإلكترونية والمواقع الإخبارية نوردتها في التالي:

1- من حيث طبيعة النشأة:

من حيث طبيعة النشأة نجد أن الصحيفة الإلكترونية نشأت أولاً لصحيفة ورقية ولكن مع التطور التكنولوجي والمنافسة بين وسائل الإعلام ارتأى القائمون على أمر الصحف الورقية ضرورة الأخذ بأسباب التكنولوجيا الحديثة، والتواجد على الإنترنت من خلال موقع إلكتروني للصحيفة هو بمثابة نسخة كربونية من الصحيفة الورقية وفي تطور لاحق لم تعد مجرد نسخة كربونية بل نسخة فريدة ومنقحة، حيث يتم تحديث الأخبار وفي خطوة أكثر تطوراً ظهرت صحف إلكترونية ليس لها أصل ورقي. أما الموقع الإخباري فليس له أصل ورقي وإنما نشأ مباشرة على الإنترنت وبشكل مستقل حتى وإن كان مرتبطاً بوسيلة إعلامية أخرى كالفضاءات⁽³⁾.

(1) الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد... (ص 27-28).

(2) صادق، الإعلام الجديد ... (ص 171).

(3) حمدان، المواقع الإخبارية العربية (ص 76).

2- طاقم العمل (القائمون بالاتصال):

طاقم العمل في الصحيفة الإلكترونية في أغلبه مجموعة من الفنيين يتولون رفع محتويات الصحيفة الورقية، ونشرها على الموقع الإلكتروني، أما المواقع الإخبارية فيتسع فريق العمل بداخلها ليشمل مكونات غرفة الأخبار بما تحويه من رئيس تحرير ومحررين وصحفيين ومدققي لغة، ومعلومات، وقسم للوسائط المتعددة(1).

3- من حيث سرعة تحديث الأخبار:

في الصحيفة الإلكترونية يرتبط زمن تحديث الأخبار بدورية صدور الصحيفة، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني الإخباري فالتحديث يتم عدة مرات خلال اليوم، إلى جانب الأخبار العاجلة(2)، وإن كانت غالبية الصحف الإلكترونية قد تنبعت إلى خطورة عدم التحديث فعمدت إلى تحديث صفحة الأخبار على الأقل مع بقاء الصفحات الأخرى على ما هي عليه أو تزويدها ببعض القصص أو المقالات الجديدة والضرورية خشية انصراف القراء إلى الوسائل الإعلامية الأخرى، وهو ما تفعله اليوم الصحف الأجنبية والعربية كذلك(3).

4- من حيث الإنتاجية:

فإن المواقع الإخبارية تتقدم على الصحف الإلكترونية بشكل كبير سواء بسبب عملية التحديث المستمرة، أو وجود حجم كبير من فريق العاملين والمراسلين، فضلاً عن تنوع المادة وتنوع أشكالها والاستخدام المتقدم والمواكب لكل ما هو جديد في تكنولوجيا الإعلام(4). هذا الأمر نجم عنه استخدام قوالب تحرير جديدة تتناسب مع طبيعة المواقع الإخبارية، كي تتناسب مع غزارة المعلومات الخيرية وإنتاجها بشكل يتناسب مع طبيعة الجمهور واهتماماتهم(5).

(1) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصاديق (ص52).

(2) الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية ... (ص243).

(3) حمدان، المواقع الإخبارية العربية (ص77).

(4) الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية ... (ص244).

(5) الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية (ص62).

سابعاً: الفرق بين المواقع الإلكترونية الإخبارية ووسائل الإعلام الأخرى:

تتميز المواقع الإلكترونية الإخبارية بمجموعة من المميزات التي تتفرد فيها عن وسائل الإعلام الأخرى وهي⁽¹⁾:

1- زمن تحديث الأخبار في الصحيفة الإلكترونية يرتبط بزمن التحديث بدورية صدورها، أما بالنسبة للوسائل الإعلامية الأخرى فهي مرتبطة بزمن النشرة الإخبارية، أو النشرة الموجزة بموعد محدد، أما الموقع الإخباري فهو في صراع مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها أو حال ورودها من المصادر الموثوقة. ويرى الباحث أن وسائل الإعلام التقليدية لها محاولات في تسريع وتيرة تحديث أخبارها لجماهيرها فمثلاً أصبحت الفضائيات تقوم بعرض شريط إخباري يقوم بسرد عناوين الأخبار، وإضافة الأخبار العاجلة والسريعة بشكل مخصص من خلال شريط مخصص يتم وضعه أسفل الشاشة، ليتم عرضه بشكل أفضل تفصيل في النشرة الإخبارية، أما في الإذاعات فنجد أن الإذاعات الفلسطينية على وجه الخصوص قامت باستحداث منظومة للخبر العاجل، حيث تقوم بقطع البث لأي برنامج كان لتقوم بعرض الخبر العاجل بشكل سريع.

2- تعمل المواقع الإلكترونية الإخبارية على بث ما يعرف بالأخبار العاجلة بصورة تجعلها تتفوق على الإذاعة والتلفزيون، فيما يتعلق بزمن النشر قياساً إلى زمن حدوث الخبر، لأن أنظمة النشر تتيح لتلك المواقع أن تنشر ما يسمى "الخبر العاجل" بمجرد الانتهاء من كتابته، أو بعبارة أخرى تسمح بكسر دورة إنتاج الخبر العادي الذي يمر بمراحل مختلفة وعديدة.

3- الموقع الإخباري ينشر الأخبار بصورة مكتملة لعمل التلفزيون، ويعرض مزيداً من التفاصيل عن الأخبار تكون مثبتة على الإنترنت ومواصفاتها أقدر على تحمله، عكس الخبر التلفزيوني الذي يكون مقتضباً قدر الإمكان ومحدداً بزمن لا يسمح في الغالب بإيراد التفاصيل اللازمة سواء (اللاحقة أو القادمة).

ويرى الباحث أن هناك الكثير من الفضائيات الإخبارية والإذاعات تقوم بعد الانتهاء من النشرة الإخبارية بالتنويه إلى الجمهور بمتابعة المزيد من التفاصيل، والتحليل عبر الموقع الإلكتروني الخاص بها، كموقع الجزيرة نت الإخباري، وفضائية الأقصى الفلسطينية.

ويضيف الباحث إلى ما سبق ما يلي:

(1) صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام (ص200).

4- يتميز الموقع الإخباري بإمكانية تتبع الخبر، وربطه بأحداث سابقة لنفس موضوع الخبر، أو لأخبار مشابهة، حيث راحت المواقع الإخبارية تضع أسفل أخبارها الموضوعات المتشابهة لنفس الموضوع تحت رابط إلكتروني بعنوان: "موضوعات مشابهة أو ذات علاقة" هذا الأمر يجعل المتصفح للموقع الإخباري قادر على تتبع الخبر منذ بدايته، خاصةً إن كان على غير دراية بتفاصيل الخبر.

5- يتميز الموقع الإخباري بالتفاعلية بسيطة التكاليف مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، حيث يمكن للقارئ أن ينشر تعليق له على الخبر، يشاركه مجموعة أخرى من الجمهور المتابع، أو إدارة الموقع الإخباري بتكلفة بسيطة، ودون جهد، مقارنةً بتكلفة التفاعلية أو المشاركة عبر الاتصال أو الفاكس للفضائيات الإخبارية أو الإذاعات خاصةً إذا كانت خارج حدود إقليم المشارك.

6- أصبح الموقع الإلكتروني الإخباري مصدراً مهماً للأخبار لوسائل الإعلام الأخرى حيث تقوم العديد من الفضائيات والإذاعات والصحف بالاستشهاد ببعض ما ينشر عبر المواقع الإخبارية في نشراتها الإخبارية، أو حتى البرامج الحوارية والتحليلية، خاصةً إذا كانت هذه المواقع تابعة لشخصية معينة، أو ناطقة باسم حزب أو فصيل، وقد ظهر ذلك جلياً في العدوان على قطاع غزة عام 2014م، حيث راحت الفضائيات العربية تتسابق على المواقع الإخبارية الفلسطينية للحصول على المعلومات مثل موقع كتائب الشهيد عز الدين القسام في أخذ البيانات والتصريحات الرسمية، إضافةً إلى ذلك قامت الإذاعات الفلسطينية بإذاعة العديد من الأخبار الإذاعية من خلال ترجمة ما ينشر عبر المواقع العبرية خاصةً موقع (واللا العبري).

7- يتميز الموقع الإخباري عن وسائل الإعلام الأخرى بإدراجه الصور والفيديو والصوتيات التي يمكن للجمهور أن يقوم بتحميلها إلى حواسيبهم الشخصية لإعادة استخدامها والاستماع إليها ونشرها عبر صفحات الفيس بوك، وهذا غير متوفر لدى وسائل الإعلام التقليدية.

سابعاً: التطورات المصاحبة للمواقع الإلكترونية الإخبارية في نقل الأخبار:

لاشك أن المواقع الإلكترونية الإخبارية أحدثت انقلاباً كبيراً في عالم الصحافة، وأدخلت تطويراً فنياً وعملياً ليس فقط على مستوى القارئ بل على مستوى الصحفي نفسه، وفي مصادره،

وكذلك في شكل الموقع الإخباري وتناول المادة الإخبارية بأشكالها المتعددة، ويمكن تقسيم هذا التطور إلى عدة أقسام على النحو الآتي⁽¹⁾:

أولاً: تطور خاص بالصحفي:

أصبح القائم بالاتصال مطالباً بتمكنه من الأدوات الحديثة من معرفة جيدة بالحاسب الآلي، وبقدرته على الكتابة بشكل جيد على أحد برامج الكتابة على الكمبيوتر، وعلى استخدام الإنترنت بشكل جيد، وأحياناً ببعض برامج الجرافيك لاستخدامها في إدخال صورة على الكمبيوتر وتعديلها من حيث الحجم والشكل لتناسب النشر على الإنترنت. كما يجب أن يكون لديه بريداً إلكترونيّاً يتابعه بشكل مستمر، ويجب على القراء وعدم إهمالها، إضافة إلى ذلك "قدرته على الإلمام ببعض برامج الجرافيك وسرعة التعامل مع الخبر ومتابعته، وتحديثه المستمر، وأن يدعم هذا الخبر بدلائل صوتية أو مصورة"⁽²⁾.

ثانياً: تطور خاص بالقارئ:

انتقلت معظم الدراسات أن معظم مستخدمي الإنترنت من الشباب، وبالتالي فإن القارئ غالباً من الشباب، فهناك تطور حدث لقارئ الأخبار من حيث تلقيه للخبر، حيث أصبح لدى القارئ الفرصة لتمرير الخبر الذي يريده إلى العديد من الأصدقاء بمجرد الضغط على زر إعادة التوجيه، أو ما يسمى بالمشاركة (share)، ولديه الفرصة للتعليق على الخبر بشكل مناسب، ونشر رده في نفس اللحظة⁽³⁾.

إضافة إلى ذلك يرى الباحث أن القارئ أصبح مراسلاً فيمكنه تصوير بعض الأحداث ورفعها على شبكة الإنترنت على مجال مخصص يعلن عنه الموقع الإخباري من أجل مراجعته وإعادة نشره إن كان يستحق النشر، وظهر هذا الأمر جلياً في أحداث ثورة 25 يناير 2011م حينما قامت السلطات المصرية بحظر عمل الصحفيين، واعتمدت قناة الجزيرة الإخبارية على ما يتم تصويره من قبل الجمهور وإعادة تحميله على شبكتها الخاصة. ولا يغفل على الباحث الحالة الفلسطينية أثناء العدوان على قطاع غزة المتكرر يلجأ العديد من الشباب إلى تصوير مواقع القصف الصهيوني، والشهداء، والتوغلات من خلال الهواتف المحمولة والكاميرا الرقمية وإرسالها

(1) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص213-217) بتصرف.

(2) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصادقية(ص39-40).

(3) المرجع السابق (ص40).

إلى المواقع الإلكترونية الإخبارية كونها شاهداً على الحدث ولكن هذه المرة شاهد عيان ليس بالقول وإنما بالصوت والصورة.

ثالثاً: تطور خاص بالخبر:

لاشك أن سرعة تناول الخبر وبثه هي أهم ما يميز التطور الذي حدث مع مواقع الأخبار على الإنترنت، إلا أن هناك ميزة مهمة أخرى وهي إمكانية وضع لقطات فيديو معبرة عن الخبر، وهي ميزة لن تتوافر بأي حال في الصحافة المطبوعة، بل تتفوق على الفضائيات الإخبارية⁽¹⁾. ويتميز الخبر على المواقع الإلكترونية الإخبارية بحرية أكثر بكثير من الصحف الورقية، فلا يوجد رقيب يمنع أو يراجع، وحتى في حالة عمل (فلترة) أو حجب مواقع لبعض المواقع، يتم عمل وسائل بديلة لتوصيل الخبر لقراء الدولة التي حُجب عنهم ذلك الموقع، بوسائل عديدة ومنها إرساله من خلال الايميل، أو وضعه على المنتديات، أو بثه من خلال المجموعات البريدية، أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والتي أهمها الفيس بوك. إضافةً إلى ذلك توجد ميزة أخرى ميزت المواقع الإلكترونية الإخبارية عند نقلها للأخبار وهو إمكانية إلحاق مقاطع فيديو معبرة عن الخبر، ووضع روابط لها علاقة بموضوع الخبر، أو الإشارة إلى مصدر الخبر أسفله⁽²⁾.

رابعاً: تطور خاص بالمصادر الصحفية:

لم تعد المصادر الصحفية هي فقط تصريحات الوزير أو وكيل الوزارة أو حتى أي مسئول، بل إن المواطن العادي أصبح مصدراً صحفياً، وبالتالي لم تعد هناك مصادر محددة للصحفي يستقي منها أخباره، بل تنوعت هذه المصادر⁽³⁾ وهو تطور خطير أحدث انقلاباً في عالم الصحافة، فالمواطن هو المصدر لأنه هو الذي يشارك في الأحداث، وربما هو من يصنعها، وهذا أصبح لوناً مهماً في المواقع الإلكترونية الإخبارية، يستقى القائمون على تلك المواقع الأخبار والمعلومات من المواطن نفسه. إضافةً إلى ذلك لم تعد هناك مصادر محددة للصحفي يستقي منها أخباره، فقد تكون رسالة جاءت على البريد الإلكتروني، وقد تكون تجربة شخصية لمواطن يتم بناء تقرير خبري عليها.

(1) الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية (ص276-277).

(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص213-217) بتصرف..

(3) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصادقية (ص40).

ويضيف الباحث أن المصادر الخاصة بالمواقع الإلكترونية الإخبارية أصبحت في فضاء مفتوح تستطيع المواقع الإلكترونية الإخبارية الحصول على المعلومات الإخبارية من مواقع إخبارية أخرى دون الحاجة للاستئذان منها، ويكون أمامها خياران:

الأول: أن تقوم بذكر المصدر الذي استقت منه المعلومات والأخبار، وهذا ما تلتزم به المواقع الإخبارية الريادية والمهنية.

الثاني: التعديل في الخبر ونسبه إليها دون مراعاة للمهنية الإعلامية، وهذا ما يعاب على الكثير من المواقع الإلكترونية الإخبارية الغير مهنية، ومواقع الهواة، وبعض المواقع الشخصية.

وهذا ربما يعتبر من أبرز السلبيات التي تتصف بها المواقع الإلكترونية الإخبارية، والتي قد تجعل الجمهور يحجم عن متابعة موقعاً إخبارياً بعينه، والاتجاه إلى المصادر الحقيقية للخبر، أو متابعة مواقع إلكترونية إخبارية تتميز ويشهد لها بالنزاهة والموضوعية.

خامساً: تطور على مستوى الصحافة:

حيث أوجدت المواقع الإخبارية بتقنياتها المتعددة ما يسمى بصحافة (الميديا) "الوسائط المتعددة" (Multimedia)، حيث يرفق الخبر أو الموضوع بالصور وملفات الصوت، وملفات الفيديو، إضافةً إلى تعليقات القراء، وإضافة الروابط ذات الصلة، مما جعل المواقع الإخبارية تختلف كوسيلة إعلامية في مفهومها، ليتسع ويحتوي على عدد من الوسائل الإعلامية الأخرى، وهو ما لم يستعد منه أصحاب الصحف الورقية عندما صمموا موقع لصحفهم على الإنترنت⁽¹⁾.

سادساً: ويضيف الباحث إلى ما سبق التطور الخاص بالوسيلة نفسها:

حيث إن التقدم التكنولوجي والتطور الهائل مكن مرتادي المواقع الإخبارية من متابعة تلك المواقع عبر الوسائط التكنولوجية المتقدمة كالهواتف الذكية المختلفة الأحجام والأشكال، والتقنيات، ويرى الباحث أنه في الحالة الفلسطينية -وبسبب الانقطاع المستمر للتيار الكهربائي- أصبح الجمهور الفلسطيني يعتمد على هاتفه النقال في الولوج إلى شبكة الإنترنت، ومتابعة الأخبار والقضايا الفلسطينية بعيداً عن الحواسيب الشخصية التي تعتمد على التيار الكهربائي بشكل أساسي. إضافة إلى ذلك وفي ظل هذا التقدم راحت الشركات الفلسطينية (كشركة جوال الفلسطينية) تقوم بتقديم حزم إنترنت يستطيع الجمهور تفعيلها عبر هواتفهم الذكية للولوج إلى شبكة الإنترنت دون الحاجة لوجود التيار الكهربائي لضمان الاتصال بالإنترنت.

(1) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (ص 69-70).

المطلب الثالث: التفاعلية في المواقع الإلكترونية الإخبارية

أولاً: مفهوم التفاعلية:

هناك عدة تعريفات للتفاعلية عبر المواقع الإلكترونية حيث "يقصد بالتفاعلية قدرة المواقع الإلكترونية الفورية على إتاحة الفرصة لمشاركة الجمهور في إنتاج الرسائل والمضامين الإعلامية وتبادلها، وتقييمها والتعليق الفوري عليها"⁽¹⁾، ويرى آخرون أن التفاعلية هي: "الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة وبرامجها ومحتواها، التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت بقدر حاجاته وتفضيله واهتماماته"⁽²⁾، وقد عرفها (Durlak) بأنها: "العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة الاتصال عن بعد، كما عرفها ريفيلي (Refaeli) بأنها: "أحد القنوات التي يمكن نقل فرد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة"⁽³⁾.

ويعرف الباحث التفاعلية في ضوء مفاهيم الدراسة بأنها: "عملية اتصال مزدوجة بين إدارة الموقع الإخباري والجمهور المرتاد لها من جهة، وبين الجمهور المرتاد للموقع وبعضه البعض من جهة أخرى، بشكل متزامن أو غير متزامن، من خلال المشاركة والتعليق على المحتوى المنشور على الشبكة الإخبارية".

وهناك أربعة مستويات في المواقع الإخبارية للتفاعلية وهي⁽⁴⁾:

- 1- التفاعل بين المستخدم والمحرر: ويتمثل ذلك في خدمة البريد الإلكتروني للتواصل مع إدارة المواقع والقائم بالاتصال فيه.
- 2- التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين: وأبرز تطبيقاته استخدام جماعات المناقشة والنشرات الإلكترونية.

(1) فكري، استخدامات النخبة العلمية لوسائل الاتصال المصرية (ص 103).

(2) عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت (ص 65).

(3) أبو العطاء، المرجع الأساسي لمستخدمي الإنترنت (ص 147).

(4) اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع (ص 27-28).

3- أن يصبح المستخدم نفسه مصدراً للمواد الصحفية حين تتأتى له إمكانية النشر أو التعليق على المادة المنشورة، ونشر رأيه فيها. "أو أياً كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين"⁽¹⁾.

4- التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال التحكم في محاور وأشكال المعلومات التي يتعرض لها.

وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الإلكترونية الإخبارية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لأصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات والانشطة ، كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية إلى جانب تلك التي تتوفر عند الإنترنت.

ثانياً: إمكانيات التفاعلية في المواقع الإخبارية:

توفر المواقع الإخبارية العديد من الإمكانيات للتفاعلية بينها وبين المترددين عليها، بعضها يتطلب توافر قائم بالاتصال ليتولى الرد على رسائل المستقبل، والبعض الآخر يكتفي ببرنامج كمبيوتر يستطيع التفاعل مع المترددين على الموقع، وتأخذ التفاعلية المتاحة من خلال المواقع الإخبارية الموجودة على شبكة الإنترنت العديد من الأشكال وقد قام أوتينج بتحديد الإمكانيات التي يمكن استغلالها لتحقيق التفاعلية في العناصر الآتية⁽²⁾:

1- قياس رأي الجمهور تجاه بعض القضايا وذلك من خلال إتاحة فرصة للمترددين على الموقع لوضع رأيهم فيما يتعلق بالموضوعات الهامة، ويتم الإعلان عن نسبة مئوية للمؤيدين والمعارضة عن إدخال مساهمات جديدة في هذه القياسات.

2- إرسال بطاقات بريدية للمشاركة في مختلف المناسبات، فعدد من المواقع تتيح لمستخدميها اختيار إحدى البطاقات البريدية وإرسالها لمعارفهم لمشاركتهم مختلف المناسبات. وتوفر المواقع الإخبارية هذه الخدمة باعتبارها تسهل عملية الاتصال بين الأفراد، فالإنترنت تعتبر وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه (Two-way communication) لذا تسعى العديد من المواقع على العمل على ربط الأفراد بعضه ببعض ولا تكتفي بتردد الأفراد عليها.

(1) شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية (ص38).

(2) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصادقية (ص65).

3- ساحات المناقشة (Discussion forum) فالعديد من المواقع الإخبارية تتيح للمتريدين عليها مناقشة الموضوعات المطروحة وخاصة تلك التي تكون مثار لاختلاف وجهات النظر، الأمر الذي يتيح للمتريدين على هذه المواقع وضع آرائهم الشخصية في الأحداث ولا يكتفون فقط بمعرفة تطورات الأحداث.

4- إتاحة عنوان بريد إلكتروني للمحررين للتعليق، لإتاحة الفرصة للقراء لمناقشة المحرر في موضوع المادة الخبرية أو المقالات التي يكتبها.

5- استخدام تعليقات المتريدين على الموقع كجزء من المادة التحريرية للتحقيقات الصحفية.

وهناك من يرى أنه لكي تصل ظاهرة العلاقات الاتصالية إلى مستوى اتصال تفاعلي حقيقي يجب أن تلبى الخصائص الآتية⁽¹⁾:

1- أن تمتلك شكلاً للتبادل ثنائي الاتجاه أو متعدد الاتجاه.

2- أن تتمتع بإمكانية قلب الأدوار بين المرسل والمتلقي.

3- أن تعزز النشاط التشاركي للمتلقين حتى في حالة قيامه بدور استقبال بسيط.

4- الانتباه إلى تأثير العمل الاتصالي.

5- الميل إلى الاستعداد لاعتبار العلاقة الاتصالية نشاطاً تبادلياً متساوياً، وبالتالي شكلاً من المحادثة التي يمكن أن تتحقق.

ثالثاً: خصائص الكتابة والتحرير للمواقع الإلكترونية الإخبارية:

لقد أوجدت المواقع الإلكترونية الإخبارية مفهوماً جديداً للمضامين الإعلامية المكتوبة لما تتمتع به من خصائص تختلف عن باقي الوسائل الأخرى مرتبطة بالطبيعة الخاصة بالإنترنت. وتمثل شبكة الإنترنت الوسيلة الإعلامية الأفضل على الإطلاق لنشر أي مادة إعلامية، حيث أنها تجمع بين المباشرة والقوة البصرية للتلفزيون، وعمق الطباعة، وقدرة الصحفي على أن يتفرع في اتجاهات متنوعة، ولكن تظل الكلمات هي الأهم في قلب الشبكة، ويلاحظ على المواقع الإلكترونية الإخبارية كثرة الأخطاء الكتابية وذلك لكونها تعتمد على عدد أقل من المراجعين، كما أن المعلومات توضع على الموقع بسرعة أكبر، ووجود قدر محدود من الأخطاء الكتابية على الموقع أمر لا يمكن تلافيه، ومع ذلك لا بد من الاهتمام بمقروئية النص المكتوب.

إن التطور في مفهوم صناعة وتحرير وكتابة الأخبار الإلكترونية والمقالات، جعل المحررين ينظرون إليها على أنها رسائل موجهة إلى القراءة وليست مجرد موضوعات، وهذا

(1) مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية (ص416).

التطور أظهر مفهوم التحرير الإلكتروني (E-editing) لكن حتى الآن لم تستقر تقاليد أو قواعد محددة متفق عليها.

ويعرف التحرير الإلكتروني بأنه: "التحرير الذي يتم على إحدى شاشات الكمبيوتر، حيث يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب، وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة على ملفات داخل جهاز الكمبيوتر"⁽¹⁾.

أما المفهوم الواسع للتحرير الإلكتروني فإن المسألة فيه تتجاوز الجانب المتعلق بالمحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعاً صحفياً بالاستعانة بأداة تكنولوجية إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة وفي هذه الحالة يعتمد التحرير الإلكتروني على نظام الشبكة المحلية التي تربط كافة عناصر العلية الإنتاجية داخل الصحيفة⁽²⁾.

ويعمل محرر الموقع الإلكتروني الإخباري على جذب انتباه القارئ، فأمام مستخدم الإنترنت العديد من الخيارات والمواقع التي يمكن الحصول منها على الأخبار، وهو ما يحتم على محرر الأخبار على الموقع الاهتمام بطريقة تحرير الخبر، وهنا تظهر أهمية المقدمة (Lead) أو الفقرة الأولى من الخبر، وكذلك الفقرة الثانية بحيث تتضمن معلومات مترابطة عن الحدث وحقائق مفيدة للقارئ⁽³⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن المواقع الإلكترونية الإخبارية أحدثت طرقاً جديدة في فن التحرير الصحفي، في صياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره ويمكن إدراجها على النحو التالي:

- 1- زمن تحديث الأخبار وتحريرها ففي المواقع الإخبارية يكون كاتبها أمام وقت مفتوح يتيح له إمكانية تعديلها في الوقت الذي يشاء وذلك يجعل كاتبها في صراع مع المواقع الإخبارية الأخرى لنشر الأخبار حال حدوثها وورودها من المصادر المختلفة الموثوقة ففي كل موقع إخباري يوجد لها غرفة أخبار مستقلة تحكم عملية النشر على الموقع الإلكتروني .
- 2- كما أن الموقع الإلكتروني على الإنترنت في هذه الحالة ينشر الأخبار بصورة مكاملة لعمل التلفزيون ويعرض مزيداً من التفاصيل عن الأخبار تكون بيئة الإنترنت ومواصفاتها أقدر على تحمله، عكس الخبر التلفزيوني الذي يكون مقتضياً قدر الإمكان ومحدوداً بزمن معين لا يسمح في الغالب بإيراد التفاصيل.

(1) خليل، الاتجاهات الحديثة في استخدام الحاسب ... (ص49).

(2) Shamp, Prospects for Electronic publication in communication (p.298).

(3) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصاديق (ص93).

3- إمكانية إضافة صور، أو فيديو، أو صوت بدقة عالية من الوضوح، بجانب المادة الإخبارية المكتوبة، وذلك يعطي أثراً أكبر من الكتابة بدون مرفقات كهذه، ويعطي دليل يعزز من قوة المادة الإخبارية المكتوبة.

4- خاصية الإعلام التفاعلي (هايبير لينك) والتي تؤدي للقارئ لموضوع متصل بالموضوع الموجود بالموقع حين تكتب الكلمة، أو الجملة التي تكون محور الموضوع فتجعل القارئ يذهب إلى ويكيبيديا مثلاً فيصبح أمامه مجالاً أكبر من المعلومات للموضوع ذاته من موقع آخر.

5- خاصية الاختصار حيث أصبحت الكتابة بالمواقع الإلكترونية بنسبة النصف من حجم الكتابة في الصحيفة المكتوبة، وتقتصر في الكتابة للمواقع الإلكترونية على أهم ما ذكر من معلومات دون تفصيل.

6- إمكانية الكتابة في المواقع الإلكترونية بأي وقت يشاء الكاتب، وأي كان الكاتب فلا يشترط أن يكون متخصصاً، فمن الممكن أن يكون من الهواة.

7- إمكانية إيصال الناشر أخباراً عديدة من ناشرين آخرين في المنطقة ذاتها، وبذلك يحصل على معلومات أكبر بتفاصيل مهمة.

8- أصبح بالإمكان الكتابة بمساحات كبيرة في المواقع الإلكترونية الإخبارية، مثل التحقيقات أو التقارير الطويلة، وتخزينها لفترة طويلة، وذلك ما لا يتوفر في الصحيفة المكتوبة.

9- إمكانية معرفة أثر الرسالة في المتلقي، فيصبح الكاتب على علم في نجاح رسالته، أم لا لأن رجع صدى رسالته يكون فوراً.

10- إمكانية كتابة الأخبار العاجلة فور حدوثها دون الانتظار كالصحيفة المطبوعة⁽¹⁾.

11- إمكانية عمل مقاييس لعدد قراء كل خبر، أو موضوع على حدة، فمن خلال الأعداد يتعرف الكاتب الصحفي على اتجاهات قرائه، وأي من الأخبار يتم قراءتها أكثر، ومن ثم يمكن تعديل اتجاهات الموقع الإخباري لتناسب قرائها⁽²⁾.

رابعاً: المبادئ الأساسية للكتابة للمواقع الإلكترونية الإخبارية:

يورد المركز الدولي للصحفيين مجموعة من المبادئ الأساسية للكتابة للمواقع الإلكترونية

الإخبارية وهي:

(1) رملية، خصائص ومواصفات الكتابة على المواقع الإلكترونية الاخبار [مدونة القدس].

(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص220).

1- الكتابة الواضحة والمختصرة هامة في كل وسائل الإعلام لكنها أكثر أهمية عند الكتابة للمواقع الالكترونية بسبب مجموعة من العوامل مثل: أن مستخدمو الإنترنت الذين يريدون المعلومات بسرعة وانخفاض سرعة القراءة على الشاشة، الأسلوب البسيط والمباشر هو لذلك الأفضل، وجعل الجمل والفقرات قصيرة: من ثلاث إلى خمس جمل قصيرة كحد أقصى، وترك فواصل بين الفقرات، واستخدام صيغة المبني للمعلوم، والكتابة في زمن المضارع، وتجنب صيغة المبني للمجهول، لأنها تُعقد الجملة.

2- الأقصر أفضل على الإنترنت، في معظم الحالات. ومع أن المساحة على الويب غير محدودة عملياً، فإن التقارير الطويلة عادةً لا تكون مناسبة لقراء الإنترنت. لذا يجب ألا تتخطى معظم التقارير 800 كلمة.

3- العناوين الرئيسية تؤدي الوظيفة نفسها في المواقع الإلكترونية كما في الصحافة المطبوعة: وهي إيصال المعلومات وجذب انتباه القراء. لكن ما ينجح في الصحافة المطبوعة قد لا ينجح دائماً على الإنترنت، حيث العناوين المباشرة هي الأفضل. ولا تُعتبر العناوين الغير المباشرة والمبهمة فعالة للأسباب التالية:

- يريد مستخدمو الإنترنت أن يحصلوا على المعلومات بسرعة. فلا تغريهم العناوين التي تتركهم يتكهنون حول موضوع تقرير ما.

- عادة ما يبحث مستخدمو الإنترنت عن المعلومات عبر محركات البحث. العناوين الرئيسية التي لا تتضمن كلمات مفتاحية ترتبط بالموضوع بصورة مباشرة لا تلتقطها محركات البحث.

4- العناوين الفرعية المدرجة في النص بعد كل بضع فقرات يمكن أن تساعد في توجيه الأعين نحو « مداخل » حيث يمكن للقراء أن يبدأوا في القراءة من عند هذه المداخل. وينبغي أن تكون موجزة ومباشرة، ويفضل أن تكون من ثلاث إلى سبع كلمات، ما يعطي القراء إشارة واضحة عما سيأتي بعد ذلك.

5- القوائم تمثل طريقة فعالة أخرى لتقسيم تقرير طويل و تسهيل القراءة وجذب الانتباه، حيث أنها تجعل من استيعاب المعلومات أمراً أكثر سهولة. يمكن استخدامها في وسط التقرير أو في بدايته لتسليط الضوء على أكثر النقاط أهمية في تقرير ما.

6- إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتضيف خدمة إذاعية، وأحياناً بثاً مباشراً للأحداث مثلها مثل الفضائيات.

- 7- قياس الرأي العام وتحليله في عدد كبير من القضايا من خلال الاستطلاعات التي يقوم بها عدد كبير من المواقع وهي تتم بكل إلكتروني فوري⁽¹⁾.
- 8- أهمية وجود الصورة الموضوعية بعيداً عن الصور الشخصية فقط⁽²⁾.

من خلال العرض السابق يتضح للباحث الاختلاف الجذري بين المواقع الإخبارية كوسيلة إعلامية متطورة، ووسائل الإعلام الأخرى، حيث إن تلك المواقع أصبحت تمثل صدارة تلك الوسائل في عصر أصبح سمته الأساسية السرعة، إضافةً إلى أن العالم اليوم أصبح مليئاً بالأحداث، والقضايا التي لا تستطيع الوسائل الأخرى اللحاق بها بشكل آني، وشامل مقارنةً بقدرة المواقع الإخبارية على نشر الأخبار والمعلومات بشكل لحظي ومتنوع ومتسارع.

(1) المركز الدولي للصحفيين، الكتابة للمواقع الإخبارية وكيفية تحسين الكتابة للمواقع الالكترونية (على الإنترنت).

(2) الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية (ص150).

المبحث الثاني: المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين

تمهيد:

لقد مرت الصحافة والإعلام الفلسطيني في عدة محطات ومراحل خلال العقود الأخيرة، والتي أسهمت في بلورة شكلها وتوجهاتها، وهي⁽¹⁾:

- 1- المرحلة الأولى: مرحلة النشأة في ظل الحكم العثماني، وتبدأ من عام (1876-1918م).
- 2- المرحلة الثانية: مرحلة الانتداب البريطاني من عام (1918-1948م).
- 3- المرحلة الثالثة: مرحلة خضوع الضفة الغربية، وقطاع غزة إلى الحكيم الأردني، والمصري، وتبدأ هذه المرحلة من عام (1948-1967م).
- 4- المرحلة الرابعة: مرحلة الاحتلال الإسرائيلي من عام (1967-1994م).
- 5- المرحلة الخامسة: مرحلة دخول السلطة الفلسطينية من 1994/5/4 وحتى الآن.

ومع النظرة التقييمية للبعض بضعف أداء الصحف الفلسطينية، إلا أنها مقارنة بالواقع

الصحفي الفلسطيني سترك أثراً إيجابياً في المستقبل على توجيهه وبلورة الرأي العام الفلسطيني، بالرغم من العراقيل الخارجية والداخلية، في ظل المساعي لتنظيم العمل الصحفي وتشريع قوانين لترسيخ تلك العلاقة مع الصحافة⁽²⁾.

وعلى الرغم من الظروف السياسية الصعبة التي تعيشها الأراضي الفلسطينية، من سطوة الاحتلال الإسرائيلي، وممارسته البشعة على أرض الواقع، وظروف الانقسام الفلسطيني التي أثرت بشكل سلبي على جميع مناحي الحياة الفلسطينية، إلا أن المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية استطاعت أن تشق طريقها بسرعة، وتتربع على عرش الوسائل الإعلامية الفلسطينية، لتحظى باهتمام الجمهور الفلسطيني.

وفي هذا المبحث سيتم التحدث عن نشأة المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، ثم أنواع المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، وأهدافها، وأهم المعوقات التي تواجه عملها، ثم الحديث عن أهم المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية.

(1) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (ص 76).

(2) المرجع السابق، ص 76.

المطلب الأول: نشأة المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين

أولاً: نشأة المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية:

لقد عرفت الضفة الغربية وقطاع غزة الصحافة الإلكترونية مبكراً، " إذا ما قورنت بعدد من الدول العربية، فالرغم من الإمكانيات المحدودة لوسائل الإعلام الفلسطينية، ونقص الخبرات في مجال النشر الإلكتروني، بالإضافة إلى الظروف السياسية والاقتصادية إلا أن التواجد الإعلامي الفلسطيني على الإنترنت كان في منتصف التسعينات من القرن الماضي"⁽¹⁾.

إن الحاجة لوجود إعلام إلكتروني في فلسطين يعتبر من المقومات الأساسية لنشأة الدولة، خاصةً في ظل الحروب الإعلامية التي يخوضها الإعلام الفلسطيني ضد ماكينة الدعاية الصهيونية على الصعيدين: المحلي والعالمي، " والواضح أن الفلسطينيين حاولوا محاكاة الاحتلال أو ما يسمى بدولة (إسرائيل)، لاعتقادهم بأن الصحافة على الإنترنت عنصر أساسي في الصراع القائم، وقد كان من أبرز المؤسسات الإعلامية السبّاقة في هذا المجال هي مؤسسة "الأيام للمطبوعات والنشر"، ومقرها في مدينة رام الله، والتي تصدر عنها جريدة الأيام اليومية الفلسطينية، إذ يقول القائمون عليها بوجودها على الإنترنت منذ شهر تشرين أول 1995م"⁽²⁾، وترى إدارة صحيفة الأيام أنها الأولى على مستوى فلسطين في تدشين موقع إلكتروني خاص بها، إلا أن " سجلها لدى شركة (نت ويرك سليوشن Net work solution) يشير إلى أنها بدأت باسمها الحالي في 1996/6/8م، وفي المقابل يرى مدير شركة أمين الإعلامية أن موقع "شبكة أمين الإعلامية" انطلق في شهر آذار عام 1996م ليبرز كأول موقع إلكتروني إخباري"⁽³⁾.

لنتوالى ظهور المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف الفلسطينية فقد "ظهرت صحيفة القدس والحياة الجديدة والبلاد في حزيران (يونيو) 1996م، على موقع أمين www.amin.org الذي تملكه مؤسسة الأنترنيوز بمنطقة الشرق الأوسط والأيام في تموز (يوليو) 1996م، تبعتها صحفاً أخرى منها: الرسالة، والاستقلال، والكرامة، والمنار، وأخبار الخليل وغيرها، إذ أصبح لمعظم الصحف الفلسطينية مواقع على شبكة الإنترنت، علماً أن غالبية محتواها منقول عن النسخ

(1) تريان، الإعلام الفلسطيني الإلكتروني(ص118).

(2) معالي، أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين ... (ص66).

(3) الشيخ، الصحافة الإلكترونية ... (ص23).

المطبوعة، وهو يشمل أخبار وتقارير ومقالات ورسوم كاريكاتير وصوراً وبعض الصفحات المتخصصة⁽¹⁾.

ثم توالى الصحف الإلكترونية في الصدور ففي عام 1998م دشنت أربع صحف فلسطينية مواقع لها على شبكة الإنترنت وهي: الصنارة، وكل العرب، وعرب 48 الصادرة من الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948م، وصحيفة المنار الأسبوعية السياسية الصادرة من مدينة رام بالضفة الغربية⁽²⁾.

وتمتاز المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية أنها جميعاً تقدم خدماتها بالمجان، وباقتصارها على الأخبار الفلسطينية، وفضح السياسات والجرائم الصهيونية على الأرض، وبإبراز التعاطف الدولي والإقليمي للقضية الفلسطينية، وتضم شبكة الانترنت العديد من المواقع الفلسطينية الإلكترونية⁽³⁾. ويرى الباحث أن تلك المواقع الإلكترونية الإخبارية استطاعت أن تجذب الجمهور إليها بشكل ملفت، واستطاعت أن تقدم بعض الأخبار العاجلة على شكل رسائل مدفوعة الثمن ترسل عبر الجوال الفلسطينية.

ثانياً: طبيعة المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين:

إن المتابع لعمل المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين، يجد أن هذه المواقع استطاعت أن تنتشر بقوة، وسرعة منقطعة النظير، فأصبح الاعتماد الأول للمواطن الفلسطيني على تلك المواقع في الحصول على المعلومات والأخبار، وهذا الأمر يجعلنا نرى الأمر بعين الخطورة بعيداً عن التفاؤل في تطور الإعلام الفلسطيني الإلكتروني، فكثرة هذه المواقع يعني ضبابيتها، وعدم جودتها، وتكرار موضوعاتها حرفياً، واستخدامها أحياناً لتمرير الأخبار والمعلومات دون التحقق من صحتها، خاصة وأن الكثير من تلك المواقع، ليس لها صاحب معروف، أو مرجعية واضحة، وفي ظل غياب التشريع الإلكتروني المنظم لعمل تلك المواقع يبقى ذلك العالم الافتراضي أرضاً خصبة لنشر الأخبار دون التحقق من مصداقيتها، أو تحمل المسؤولية عن نشرها.

إن واقع المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين متدرج من حيث المهنية حيث: "نشأت مواقع إلكترونية إخبارية ليس لها امتداد لوسائل إعلام تقليدية لكنها أثبتت مستوى عالٍ من التميز والمهنية، وفي ذات الوقت ظهرت مواقع تتدرج في مهنتها هبوطاً إلى حد انعدام المهنية بشكل

(1) الدلو، الصحافة الإلكترونية واحتمالات ... (ص1279-1280).

(2) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص119).

(3) القراء، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية في نشر ثقافة حقوق الإنسان (ص60).

كامل؛ هذا إضافة إلى مواقع حزبية لا تتحرى الحقيقة، وتتلقط الأخبار والمعلومات التي تسيء إلى خصومها، ولا تقيم اعتبار لمبادئ المهنة في العمل الصحفي، وتعمل بعيداً عن الالتزام بأخلاقيات المهنة⁽¹⁾.

ويرى الأستاذ (أحمد أبو عامر) مدير موقع فلسطين الآن الإخباري " أن تجربة الإعلام الإلكتروني في فلسطين تجربة ناجحة، واستطاعت أن تحصد العديد من المتابعين، حتى أن وسائل الإعلام الأخرى أصبحت تعتمد بشكل أساسي في عرضها للأخبار على ما ينشر في تلك المواقع، كمصدر للمعلومات والأخبار، إلا أن ذلك لا يعني التربع على عرش الإعلام الفلسطيني لتلك المواقع، خاصة في ظل انتشار المواقع الإخبارية دون حسيب أو رقيب، وغياب المصدقية، والعمل المهني الحر، فكثير من تلك المواقع أصبحت تنشر أخباراً مجهلة دون الإشارة إلى مصدرها، أو تقوم بعمل نسخ مطابقة لما ينشر على مواقع إخبارية أخرى، دون التحقق من صحتها، وهذا يعني الدخول في نفق مظلم من اللاوعي الإعلامي بطبيعة العمل الإخباري الإلكتروني⁽²⁾.

إن الحكم على جودة المواقع الإخبارية الفلسطينية أمر ليس بالسهل، فليس من المنطقي الأخذ بعين التعميم بنفي أو إثبات جودة تلك المواقع، وهذا ما أكده القائمون على المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، حيث أكدوا أن " التعميم بشأن جودة وإتقان العمل على جميع وسائل الإعلام الإلكترونية أمر خاطئ، حيث إن هناك تفاوتاً في الأداء الذي يعتمد بالأساس على موضوع التمويل والدعم المادي، ومدى قدرة الموقع الإخباري على الاعتماد على عائداته وتمويله، من أجل البحث عن الحقيقة بشكل مهني مستقل⁽³⁾.

أما عن تأثير المواقع الإخبارية الفلسطينية على الانقسام الفلسطيني، فيرى (د. درادح الشاعر) أستاذ علم النفس في جامعة الأقصى بأن تلك المواقع ساهمت بشكل كبير، في تحريك مشاعر التعصب، والحزبية، لدى الجمهور بشكل سلبي، من خلال ما كانت تنشره تلك المواقع الإخبارية من أخبار حول الصراع بين قطبي الانقسام، من خلال إدراج العديد من المصطلحات الإعلامية التي ما كانت لتوجد لولا تركيز تلك المواقع عليها، واستحداث بعضها، كميليشيات

(1) أبو وردة، الصحافة الإلكترونية... (ص19).

(2) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015).

(3) أبو وردة، الصحافة الإلكترونية... (ص19).

حماس، وعصابات السلطة، وحكومة دايتون .. إلخ، هذا بدوره ضاعف من وتيرة الاحتقان الداخلي لدى الجمهور الفلسطيني⁽¹⁾.

وبدوره يرى (أ. أدهم حسونة) المحاضر في جامعة غزة بأن تبعية المواقع الإخبارية الفلسطينية للأحزاب والفصائل الفلسطينية عمل على تغييب الحقيقة وتحويرها بما يضمن نقاء الصورة أمام الجمهور لأطراف الصراع الداخلي الفلسطيني، فهذه المواقع تعمل وفق السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي تتبع وتنتهج السياسة العامة للحزب، هذا يعني غياب المهنية والاستقلالية للأخبار التي يتم نشرها عبر تلك المواقع، وهذا بدوره يعمل على تغييب الجماهير عن الأحداث، وحرف بوصلة الإعلام عن مساره الحقيقي⁽²⁾.

وقد كان للمواقع الإخبارية دور سلبي في موقفها من قضية الانقسام الفلسطيني حيث أن "غالبية المواقع الإخبارية ساهمت في زيادة الانقسام الفلسطيني من خلال نشر الأخبار، والمقالات، والتقارير المغلوطة، التي لم يكن لها هدف سوف الاستفادة المادية من بعض الجهات المتنفذة، وفي نفس الوقت عززت بطريقة غير مسبوقه من حدة الانقسام، وفي نفس الوقت أن مشاركة بعض المواقع الإخباري في الترشق الإعلامي والتخوين، والتكفير، أفقدها مصداقيتها أمام الجمهور، وقلل من نسبة متصفحها، وهذا ما يلاحظ على الكثير من تلك المواقع التي تورطت بهذا الشأن المعيب"⁽³⁾. فلم تعد هناك ضوابط مهنية ولا أخلاقية تنظم العمل الصحفي الإلكتروني الفلسطيني وخاصة في المواقع الإخبارية، التي أصبحت ساحة مواجهة من طراز آخر تخلو من المحرمات. فالتشهير واختلاق القصص والأكاذيب هي في نظرهم إبداع ووجه جديد من أوجه الصحافة العصرية. فليس غريباً أن تستيقظ وتجد في صفحات تلك المواقع قصة عنك من الخيال تسبح في فصول حياتك وجوانبها السرية والمعلنة وتضعك في إطارات ليست لك ولا في حساباتك⁽⁴⁾.

من أجل ذلك يرى الباحث أنه لا بد من أن يرتكز عمل المواقع الإخبارية في فلسطين على ضرورة إصدار قوانين وتشريعات جديدة، تكفل العمل الإعلامي على الإنترنت، وتحمي العاملين به، وتنظم عملهم، من خلال إنشاء كيان تنظيمي يوضح الحقوق، ويفصل الواجبات، بما يجعل

(1) درداح الشاعر، قابله علاء عيد (13 سبتمبر 2015).

(2) أدهم حسونة، قابله علاء عيد (11 سبتمبر 2015).

(3) أبو وردة، الصحافة الإلكترونية ... (ص19).

(4) اللوح، المواقع الإخبارية: صراع بوقود مختلف (على الإنترنت).

القائمين على تلك المواقع يقفون أمام مسئولياتهم الأخلاقية، والاجتماعية، والقانونية تجاه ما ينشروه على مواقعهم الإخبارية، بما يحقق أهداف الإعلام الحقيقي.

ثالثاً: أهداف المواقع الإلكترونية الفلسطينية:

تتعدد الأهداف التي تسعى المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين إلى تحقيقها، إلا أنها في حقيقة الأمر تنصب في هدف واحد وأساسي ألا وهو الدفاع عن الحق الفلسطيني بأرضه، وفضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي بحق الشعب الفلسطيني، ويمكن إجمال مجموعة من الأهداف والتي من أهمها

- 1- التواصل مع العالم الخارجي لحشد التأييد لها، وتمتين المواقف الداعمة للقضية الفلسطينية.
- 2- فضح المشروع الصهيوني والمخاطر التي تهدد الشعوب العربية والإسلامية.
- 3- إبراز معاناة الشعب الفلسطيني تحت الاحتلال الإسرائيلي.
- 4- دعم المقاومة الفلسطينية إعلامياً، والدفاع عنها.
- 5- الاستفادة من الإمكانيات الإعلامية المتوفرة لصالح الشعب الفلسطيني.
- 6- العمل على تعزيز العلاقة مع المؤسسات الإعلامية بهدف تأمين إيصال الرؤية إلى أوسع نطاق بهدف التصدي لحملات التشويه والتضليل الإعلامي التي تهدف إلى طمس الحقائق وتزييف إرادة الشعب الفلسطيني الذي يقوم به الاحتلال الصهيوني والمنظمات التابعة له.
- 7- الدفاع عن القضايا الوطنية وهذا ما تتميز به المواقع الإخبارية الفلسطينية بتبني العديد من القضايا الوطنية التي تهم الشعب الفلسطيني ويطلق عليها فلسطينياً الثوابت الوطنية، وتطرح القضايا من أركان خاصة بها، مثل قضايا الدفاع عن الأسرى، وقضية القدس، وقضايا اللاجئين.
- 8- فضح الانتهاكات الصهيونية في الأراضي الفلسطينية من خلال نقل ما يحدث من انتهاكات صهيونية ضد السكان الفلسطينيين.
- 9- إطلاع القارئ على ما يدور داخل المجتمع الإسرائيلي "اعرف عدوك"، حيث تخصص غالبية المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية جانب من عملها لنشر ما تضمنته وسائل الإعلام الصهيونية وترجمته وتقدم تعريف ببعض الأحداث أو الأشخاص، ونقل التصريحات التي تصدر عن القادة الصهاينة⁽¹⁾.

(1) القراء، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية في نشر ثقافة حقوق الإنسان (ص 61).

- 10- إمكانية التواصل داخل الوطن الواحد، وفي هذا محاولة للتغلب على المعوقات الإسرائيلية المتعلقة بإغلاق المدن الفلسطينية، والحصار الشامل للمناطق بين الفينة والأخرى⁽¹⁾.
- ويضيف الباحث مجموعة من الأهداف التي تسعى المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين إلى تحقيقها من خلال متابعته لتلك المواقع وهي:
- 1- إطلاع الجمهور على الوضع الداخلي الفلسطيني، من خلال طرح قضاياها ومتابعة مشاكله، بعبارة أخرى (البقاء على اتصال دائم مع الجمهور خاصة في القضايا الداخلية).
 - 2- كانت المواقع الإلكترونية الإخبارية ولا زالت تقف بجانب المواطن الفلسطيني، لا سيما في وقت الأزمات، فراحت تقدم المعلومات، والنصائح والإرشادات للمواطنين في كيفية التعامل مع المشكلات المختلفة، وظهر ذلك جلياً في الدور الذي لعبته المواقع الإلكترونية الإخبارية في العدوان على قطاع غزة عام 2014م على وجه الخصوص.
 - 3- تقديم خدمات إخبارية وموضوعات متنوعة من العالم العربي أو العالمي، في السياسية، أو الفن، أو، الرياضة، أو الموسيقى .. إلخ وذلك في محاولة منها جذب الجمهور الفلسطيني نحوها، وجعل نفسها الوجهة الأساسية لاشباعاته ورغباته.
 - 4- تحقيق الأرباح بما يضمن لها الاستمرارية والبقاء، حيث زخرت العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين بألوان متعددة للإعلانات التجارية، إضافة إلى استضافتها لمساحات مخصصة للترويج عن مواقع أخرى مقابل عائد مالي.
 - 5- مساندة الحزب أو الفصيل التابع له الموقع الإلكتروني الإخباري، وذلك من خلال تسليط الضوء على أخباره وإنجازاته وأنشطته في محاولة منه لاستقطاب عناصر جماهيري جديدة، وللبقاء على اتصال بمؤيديه الحاليين.

(1) حبيب، التفاعلية في المواقع الإلكترونية ... (ص 79).

المطلب الثاني: أنواع المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية وأهدافها

تزرخ البيئة الفلسطينية بالعديد من المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية التي كان لها حضورٌ واسعٌ على الساحة الفلسطينية، حيث أقبّل عليها الجمهور الفلسطيني بلهفة لمتابعة آخر الأخبار والمستجدات على الساحة الفلسطينية بشكل خاص، وعلى الساحة العربية والدولية بشكل عام.

وعلى الرغم من حداثة هذه المواقع الإخبارية الإلكترونية إلا أنها استطاعت أن تحظى باهتمام الباحثين، الذين قاموا بالعديد من الدراسات، من أجل التعرف على تأثير تلك المواقع على الجمهور الفلسطيني بشكل خاص.

وفي الآونة الأخيرة ازداد عدد المستخدمين للمواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، وتعددت استخداماتها بشكل ملحوظ وسريع على مستوى دول العالم أجمع، ودول الوطن العربي، وفلسطين على وجه الخصوص، وذلك نتيجة الأحداث المتلاحقة، فأصبحت منافساً شرساً لوسائل الإعلام التقليدية، وأصبحت هذه المواقع تستأثر قبول فئات كبرى من الجماهير المتنوعة من أجل الحصول على المعلومات والأخبار.

تتنوع أشكال المواقع الإلكترونية الفلسطينية إلى عدة أنواع حسب الموضوع والاختصاص، ويمكن حصر أنواع المواقع الإلكترونية الفلسطينية فيما يأتي:

أولاً: أنواع المواقع الإخبارية الإلكترونية:

1- مواقع الصحف الإلكترونية:

وتنقسم على شبكة الإنترنت إلى نوعين هما:

1-1 الصحف الإلكترونية الكاملة:

وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم) ويتميز هذا النوع بتقديم الخدمات الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية، من أخبار وتقارير وأحداث وصور، وتقديم خدمات إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها مثل خدمات

البث داخل الصحيفة، أو في شبكة الويب كلها، وخدمات الربط بالمواقع الأخرى، وأيضاً تقديم خدمات الوسائط المتعددة النصية، والصوتية والمصورة⁽¹⁾.

2-1 النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية:

ونعني بها مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت، والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية، مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية، وخدمة تقديم الإعلانات لها، والربط بالمواقع الأخرى⁽²⁾.

2- مواقع إلكترونية إخبارية:

فهناك العديد من المواقع الإلكترونية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، سواء باللغة العربية أو الإنجليزية، وتعمل هذه المواقع على نقل الحقيقة، والدفاع عن القضية الفلسطينية التي تطمس صورتها آلة إعلامية صهيونية عبر القارات الخمس⁽³⁾. ومن أمثلة ذلك موقع فلسطين الآن الإخباري، وموقع سما، وموقع الحياة برس.

أي أنه لا يوجد لها أصل مطبوع، وتعتمد فقط على النشر الإلكتروني المتكامل والمتفاعل، حيث تقوم ببث رسائل إلكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافياً، فهي بذلك صحف قد نشأت في بيئة الإنترنت، أو ما يسمى بالفضاء التفاعلي⁽⁴⁾، وهذا القسم يمثل جزءاً كبيراً من مساحة الصحافة الإلكترونية في فلسطين، ومن الأمثلة على ذلك صحيفة دنيا الوطن، ووكالة معاً الإخبارية.. إلخ.

ويورد الباحث - بسبب عدم وجود مراجع - تقسيماً ميدانياً للمواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين، فقد قام الباحث بالبحث في تلك المواقع الإخبارية التي تم حصرها في الدراسة، ليخرج بتقسيم لتلك المواقع على النحو التالي:

أولاً: تقسيم المواقع الإلكترونية الإخبارية حسب الملكية:

1- المواقع الإلكترونية الإخبارية التابعة لحزب أو فصيل:

(1) نصر، الانترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية (ص101).

(2) مرجان، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات ... (ص47).

(3) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص114).

(4) معالي، أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية (ص36).

وهي مواقع إخبارية تدعم سياسة فصيل أو حزب فلسطيني، وتعمل على نشر أخباره، ونشاطه سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، حيث تحتل الأخبار الخاصة بالفصيل أو الحزب صدارة الأخبار في موقعها الإخباري، إلى جوار التغطية الإخبارية للأحداث الفلسطينية.

ويرى الدكتور أحمد مغاري أستاذ الإعلام بجامعة الأقصى بغزة أن: " هذا اللون من المواقع الإلكترونية الإخبارية منتشر في الفضاء الإلكتروني الفلسطيني، خاصة في قطاع غزة، حيث نجد أن هناك مجموعة من المواقع الإخبارية تتبع للفصائل الرائدة مثل فلسطين اليوم التابعة لحركة الجهاد الإسلامي، وموقع فلسطين الآن التابع لحركة حماس، والكوفية برس التابع لحركة فتح، والهدف الأساسي من وراء إنشاء هذه المواقع الإخبارية الترويج للفصيل الفلسطيني، من أجل دعم وزيادة شعبيته، وإطلاع أنصاره على أخبار ذلك الفصيل⁽¹⁾.

2- مواقع إلكترونية إخبارية حكومية:

وهي مواقع إخبارية تعود ملكيتها إلى جهات حكومية، مثل وكالة الرأي الفلسطينية، حيث أنها تتبع للحكومة في قطاع غزة، حيث أكد مدير الموقع محمد حبيب في حفل انطلاق الموقع الإلكتروني الإخباري بأن شبكة الرأي الفلسطينية "هدفها في التعبير عن سياسة الحكومة ومواقفها، والعمل على التواصل المباشر مع كافة شرائح المجتمع لتقريب الرؤية الحكومية للجمهور الفلسطيني، وتوضيح مواقفها من مختلف القضايا على الساحة الفلسطينية والعربية والدولية"⁽²⁾. حيث تقوم بتدشين الأخبار الخاصة بالمصالح الحكومية، ونشر التصريحات الرسمية من الساسة في المواقع الحكومية المختلفة، إضافة إلى تقديم الخدمة الإخبارية المتنوعة على المستوى المحلي والعربي والعالمي.

3- المواقع الإلكترونية الإخبارية الداعمة (المقربة من فصيل أو حزب):

وهذا اللون من المواقع الإلكترونية الإخبارية يدعي أنه يعمل بشكل مهني مستقل ولا يدعم من أي حزب أو فصيل، ولا يشكل مرآة لأي جهة كانت، إلا أنه في حقيقة الأمر، وعند تصفح الموقع الإلكتروني نجد أن طبيعة الأخبار والمصادر التي يعتمد عليها الموقع، تكشف لنا حقيقة عدم استقلالية الموقع الإخباري، ومثال على ذلك موقع وكالة صفا الإخبارية فهي مقربة من حركة حماس، وكذلك موقع قدس نت الإخباري المقرب من حركة الجهاد الإسلامي.

(1) أحمد مغاري، قابله علاء عيد (21 أغسطس 2015).

(2) موقع وكالة الرأي الحكومية، أهداف الموقع (على الإنترنت).

ويرى الدكتور ماجد تريان أستاذ الصحافة الإلكترونية بجامعة الأقصى أن: "الهدف من وراء إنشاء هذا النوع من المواقع الإخبارية هو دعم الحزب أو الفصيل بشكل غير مباشر، وغير ظاهري، دون الإفصاح عن حقيقة ذلك علانية، وإنما من خلال التركيز على تصريحات وأخبار البارزين في ذلك الحزب أو الفصيل"⁽¹⁾.

4- المواقع الإلكترونية الإخبارية المستقلة:

وهي أنشئت على يد مجموعة من الشخصيات (المهنية أو مؤسسات أهلية) من أجل نشر الحقيقة بعيداً عن التلون الحزبي أو الحكومي، حيث تنقل الخبر كما هو دون التلاعب أو التحريف فيه، وأحياناً تقوم بشن هجوم على شخصيات سياسية وتقديم تقارير استقصائية حول قضايا معينة تهم المجتمع الفلسطيني، مثل صحيفة دنيا الوطن، وشبكة فراس الإعلامية، وغالباً ما تعتمد في تمويلها على الإعلانات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها الإخبارية، أو من خلال خدمة الرسائل القصيرة (SMS) المدفوعة الثمن للجمهور الفلسطيني.

4- المواقع الإلكترونية الإخبارية الخاصة بالهواة:

وهي مواقع إخبارية يقوم بإنشائها مجموعة من الشباب الهواة، منهم ما هو متخصص في عالم الصحافة الإلكترونية، أو هاوٍ لمجال العمل الإخباري الإلكتروني، وذلك من أجل جني المال من شركة جوجل من خلال المتابعات الإخبارية لأعداد الجماهير والأخبار الأكثر قراءة على مواقعهم.

ويقول (محمد القطراوي) صاحب موقع بكرة نيوز الإخباري: "إن الفكرة الأساسية لإنشاء الموقع جاءت لتقديم الخدمة الإخبارية المميزة والكاملة، مقابل مبلغ من المال يتقاضاه من شركة جوجل على الإنترنت في حال تميز الخبر بأكبر عدد من المشاهدات، ويوضح آلية عمله بأنه يقوم بتتبع المواقع الإخبارية الريادية في عالم الأخبار الإلكتروني، ويقوم بجمع المعلومات حول خبر معين يكمل نواقصه من خلال المواقع المختلفة ليقوم بنشره على موقعه الإلكتروني الإخباري حيث يغير في مضمونه وعنوانه. ويضيف قائلاً: بأنه هذه العملية ليست سهلة أو بالأمر الهين لأن شركة جوجل ضمن أهم شروطها عدم نقل الخبر دون الإشارة لمصدره، وأن يكون حصرياً للموقع، وفي حال كشفت شركة جوجل التلاعب تقوم بحذف الموقع من نتائج البحث لمحركها الإلكتروني"⁽²⁾.

(1) ماجد تريان، قابله علاء عيد (20 أغسطس 2015).

(2) محمد القطراوي، قابله علاء عيد (19 أغسطس 2015).

ثانياً: أنواع المواقع الإلكترونية الإخبارية حسب المضمون:

حيث قام الباحث بتقسيم المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين حسب مضمونها إلى

التالي:

1- إخباري فلسطيني سياسي:

حيث تقدم تلك المواقع الإلكترونية الإخبارية للأخبار الفلسطينية بالمقام الأول، بشكل خاص ومكثف، مثل موقع وكالة وفا الإخباري، مع إضافة بعض الأخبار العربية والدولية التي لها علاقة بالجمهور الفلسطيني، خاصة الأخبار المصرية، أو لها علاقة وتأثير على القضية الفلسطينية فيما يتعلق بمواقف الدول الكبرى من تطورات القضية الفلسطينية.

2- إخبارية متنوعة:

حيث تقدم مجموعة متنوعة من الأخبار الاقتصادية والسياسية، والاجتماعية والرياضية، مكثفة نشاطها الإخباري على ما يتعلق بالأخبار الفلسطينية، مثل صحيفة دنيا الوطن، ووكالة معاً الإخبارية.

3- إخبارية اقتصادية:

حيث تقدم الأخبار الاقتصادية فقط، فيما يتعلق بأسواق المال الفلسطينية، والبورصة، وأسعار العملات، وميزانيات وأرباح الشركات والبنوك، وأخبار المعابر، وحركة البضائع، كموقع الاقتصادي الفلسطيني.

4- إخبارية رياضية:

وهي تقوم على تقديم الأخبار الرياضية المتنوعة، خاصة كرة القدم، وغالبية هذه المواقع تركز على الدوري الإسباني والإنجليزي لكرة القدم بشكل أساسي، وانتقالات اللاعبين، وترتيب المجموعات.. الخ. ويلاحظ على هذا النوع من المواقع الإخبارية أن القائمين عليها من الهواة، الذين يهدفون بالمقام الأول جني الأرباح من شركة جوجل مثل موقع دربي نيوز.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه من خلال استطلاع المواقع الإخبارية الفلسطينية التي تم حصرها في هذه الدراسة عدم وجود مواقع إخبارية خاصة بأخبار المرأة، أو خدماتية، أو إخبارية تعليمية، هذا يعني من وجهة نظر الباحث أن تخصص المواقع الإلكترونية الإخبارية لازالت تسير بخطئ بطيئة، إلا أنه يشار إلى وجود مواقع إخبارية نقابية، وهي متخصصة بنشر أخبار النقابات كموقع نقابة الموظفين في الوظيفة العمومية، وكذلك وجود بعض المواقع الإخبارية التعريفية التي

تقدم خدمة الأخبار للمؤسسات والجامعات، ومواقع الوظائف كموقع وظائف وكالة غوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين.

ثانياً: المشكلات التي تواجه عمل المواقع الإخبارية الإلكترونية في فلسطين:

هناك العديد من المشكلات التي تعاني منها المواقع الإلكترونية الإخبارية فلسطين يمكن إجمالها على النحو التالي⁽¹⁾:

1- مشكلات اقتصادية:

تتمثل المشكلات الاقتصادية في حاجة القائمين على المواقع الإلكترونية الإخبارية إلى وجود تمويل دائم حتى يستطيع القائمون عليها الإيفاء بالالتزامات المالية والمصروفات الخاصة بتشغيل الموقع والتي منها على سبيل المثال: (رواتب العاملين، وحجز النطاق الإلكتروني، وخدمات ومصروفات الإيجار للمكاتب ..إلخ). هذا يتطلب البحث عن ممولين ومعلنين لتغطية تلك النفقات بما يضمن الاستمرارية لعمل تلك المواقع، ويتجلى ذلك واضحاً في ضعف الموارد المادية للمواقع الإخبارية الصحفية المستقلة والتي ترغب في المنافسة ولا تجد المال الكافي من أجل القدرة التشغيلية⁽²⁾.

ويرى الباحث أن ذلك من شأنه أن يجعل المعلنين أو الممولين يتحكمون في طبيعة الأخبار المقدمة، ومضمونها، بما يتماشى مع مصالحها، ويؤثر على المضمون الإخباري المهني والموضوعي.

2- مشكلات حزبية:

وهي مشكلة كبيرة جداً تواجهها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، لأن تبعية الموقع إلى حزب سياسي يجعله يتطرق للخبر بحزبية دون الاهتمام بالموضوعية والدقة، وأحياناً تعمل هذه المواقع على تحريف المعلومات بما يتوافق مع مصلحتها العليا⁽³⁾.

ويرى الباحث أن ذلك ظهر جلياً بعد أحداث الانقسام الفلسطيني الداخلي بعد العام 2007م، حيث راحت المواقع الإلكترونية الإخبارية الحزبية تتلاعب بالأخبار، وتتقاذف الاتهامات، وتختلق مصطلحات خاصة بها، بما يتناسب مع سياسة الحزب القائم على الموقع الإخباري.

(1) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص133).

(2) كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية (ص33).

(3) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص133).

3- قرصنة المعلومات:

قرصنة المعلومات تعني إمكانية الوصول للمعلومات دون إذن صاحبها، وفي عالم المواقع الإلكترونية الإخبارية فإن ذلك يعني أن تلك المواقع تقوم باقتباس المعلومات من المواقع الأخرى دون الإشارة إلى مصدر تلك المعلومات، حيث "أصبحت تلك المواقع عبارة عن نسخ كربونية من بعضها البعض، دون الإشارة إلى مصدر تلك المعلومات، أو وجود السبق الصحفي في بعض الأخبار"⁽¹⁾، مما يجعل الجمهور يفقد الثقة في تلك المعلومات بسبب "فقدان المصداقية لدى الكثير من الناس بهذا الإعلام بسبب النقل الغير أخلاقي"⁽²⁾. ويشير الباحث هنا إلى أن بعض الهواة في المجال الصحفي في فلسطين يقوموا بإنشاء مواقع إخبارية خاصة بهم، بمجهود ذاتي، مقابل مبالغ بسيطة لحجز الناطق الإلكتروني، في سبيل إشهار تلك المواقع وجني المال من شركة جوجل، وذلك من خلال قيامهم بالحصول على المعلومات الإخبارية من مواقع أخرى، ثم العمل على إعادة صياغتها بطريقتهم الخاصة، ونشرها عبر صفحاتهم الإلكترونية. وهذا لون جديد من ألوان القرصنة الإخبارية الإلكترونية؛ إضافة إلى ذلك فإن بعض الصحفيين والمحريين الذين يسند إليهم مهام جمع الأخبار من فلسطين لوسائل إعلامية خارجية، يقوموا بنفس ما تم الإشارة له مسبقاً من خلال جمع المادة الإعلامية من المواقع الفلسطينية المختلفة، وإعادة صياغتها وإرسالها للشبكات الإخبارية العربية مقابل مبالغ مالية محددة متفق عليها.

4- المضمون الإخباري:

لا زالت عدد من مواقع الصحافة الإلكترونية الفلسطينية تعاني من ضعف المحتوى وقلة الاهتمام بتحليل المعلومات بعمق، وافتقارها إلى المصداقية في نقل الأحداث لأنها لا تعتمد على معلوماتها من مصادر موثوقة ومسؤولة، فبعض المواقع تعمل على نسخ الخبر كما هو من موقع آخر دون الإشارة للمصدر أو التأكد من صحته، إضافة إلى المبالغة والتهويل وعدم الدقة في نقل الحدث وهذا يضعف المهنية في العمل الصحفي. كما أنها تعاني من العشوائية والفوضى الإعلامية نتيجة نقص التشريعات القانونية الناظمة للعمل الإلكتروني والتي تعمل على تأسيس عمل مهني احترافي يؤمن بأخلاقيات مهنة الصحافة، وتساير التطور التكنولوجي وتواكب التحولات في هذا المجال. ولأن الصحافة الإلكترونية الحرة تستمد قوتها من ارتباطها بقضايا المجتمع، والتزامها بالقيم الوطنية والمسئوليات الأخلاقية في العمل الصحفي، إلا أننا نجد أن العديد من مواقع

(1) المرجع السابق ص134.

(2) كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية (ص33).

الصحافة الإلكترونية الفلسطينية تفتقد إلى الرؤية الواضحة في التعاطي البناء مع قضايا المجتمع، والقدرة على العمل المشترك لخدمة قضايا الوطن ونلاحظ بأنها تقوم بجهود فردية تسعى من خلالها لتحقيق مصالح ذاتية بعيداً عن الصالح العام⁽¹⁾.

5- مشكلات مهنية:

وتتمثل في عدم وجود مراسلين متخصصين للصحف الإلكترونية، وكذلك عدم وجود صحفيين إلكترونيين⁽²⁾. كما ويمثل " متابعة تقنيات الويب الحديثة عائقاً لما تحدثه من تأثيرات سمعية وبصرية تجعل المواقع أكثر جمالاً وحيوية، ومثال على ذلك قيام بعض المواقع الفلسطينية الإخبارية بوضع شريط إخباري متحرك على رأس موقعها الإلكتروني يحمل عناوين آخر المستجدات في الأخبار العالمية والمحلية، كذلك بالنسبة لمشاهدة الأخبار المصورة المتحركة، حيث بإمكان المستخدم التحكم في هذا الشريط وتحريكه وإيقافه كيفما يريد ووقتما يشاء"⁽³⁾. إلا أن الباحث يرى أن المشكلات الإلكترونية أصبحت في تضاًؤل خاصة بعد اعتماد بعض الجامعات لتخصص الصحافة الإلكترونية، وإدراج مساقات خاصة بالتحليل والنشر الإلكتروني، حيث أصبح هناك مجموعة من الخريجين القادرين على إدارة المواقع الإلكترونية، والكتابة والتحليل والنشر الإلكتروني، حيث تخرج كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة التابعة لجامعة الأقصى الحكومية دبلوماسياً متخصصاً في الصحافة الإلكترونية منذ العام 2010م معتمداً من وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطينية⁽⁴⁾، وذلك لا يعني انتهاء المشكلات المهنية بشكل أساسي، فهؤلاء الطلبة بحاجة إلى تدريب وتطوير للمهارات النظرية التي تمت دراستها أثناء فترة الدراسة.

6- غياب الرقابة:

حيث لا يوجد في فلسطين هيئة رقابية تقوم بمراقبة عمل المواقع الإلكترونية الإخبارية فلسطين، وتكتفي وزارة الاتصالات في فلسطين بفرض الرقابة الإدارية على المواقع الحكومية فقط، كما أن الهيئة الفلسطينية لمسميات الإنترنت لا تقوم بأي رقابة رسمية إلا على المواقع الإلكترونية المسجلة ضمن النطاق الفلسطيني (PS)⁽⁵⁾.

(1) المدهون، دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة ... (ص59).

(2) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص134).

(3) المدهون، دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة ... ص59.

(4) كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة، دليل الطالب الإرشادي (ص8).

(5) تريان، الإعلام الإلكتروني الفلسطيني (ص134).

ويرى الباحث هنا إلى أن الملاحظات القانونية تعتمد على الجانب الأمني لتلك المواقع الإلكترونية الإخبارية، خاصة بعد أحداث الانقسام الفلسطيني عام 2007م، فعندما يقوم موقع إخباري بنشر أخبار معادية أو أخبار تمس الأمن الفلسطيني فإن الجهات الأمنية تقوم بملاحقة العاملين في ذلك الموقع الإخباري، ومثال على ذلك ملاحقة العاملين في موقع فلسطين برس بسبب قرب الموقع من النائب في المجلس التشريعي الفلسطيني محمد دحلان بعد خلافه مع القيادة الفلسطينية في الضفة المحتلة، الأمر الذي اضطر القائمين على ذلك الموقع إلى إعادة تفعيله من خارج الأراضي الفلسطينية.

ثالثاً: سلبات المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين:

هناك مجموعة من السلبات تعاني منها المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين وهي⁽¹⁾:

- 1- الضحالة في المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور، وقلة الاهتمام بتحليل المعلومات بعمق.
- 2- العشوائية والفوضى الإعلامية نتيجة نقص التشريعات القانونية للعمل الإلكتروني، والتي تعمل على تأسيس عمل مهني واحترافية تؤمن بأخلاقيات مهنة الصحافة، وتساير التطور التكنولوجي وتواكب التحولات في هذا المجال.
- 3- الافتقار إلى الرؤية الواضحة في التعاطي البناء مع قضايا المجتمع، والقدرة على العمل المشترك لخدمة قضايا الوطن، والملاحظ أنها تقوم بجهود فردية تسعى من خلالها إلى تحقيق مصالح ذاتية بعيداً عن الصالح العام.
- 4- عدم استغلال المواقع الإلكترونية الإخبارية للتقنيات المتاحة على شبكة الإنترنت، وعدم الاستفادة الكاملة من الإمكانيات المتطورة التي توفرها بيئة العمل الإلكتروني.
- 5- تشجع بعض المواقع الإلكترونية الفلسطينية على الاحتزاب والفتنة والافتتال الداخلي وهتك وتدمير النسيج المجتمعي.
- 6- بث مواد إعلامية وبشكل لافظ رغم وصوله عبر البريد الإلكتروني من جهات غير مهنية وأحياناً تكون مجهولة.
- 7- بث نتائج استطلاعات الرأي إذا خدمت طرف ما وتجاهل نتائج استطلاعات رأي أخرى إذا كانت النتائج معاكسة.

(1) حبيب، التفاعلية في المواقع الإلكترونية (ص 81-82).

8- العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية وتحديداً المختصة بالشئون السياسية والأحداث اليومية والتي أصبحت تنتشر بشكل متزايد في عصر العولمة والتقدم التكنولوجي لا تراعي في المواد المنشورة على صفحاتها أدنى شروط المهنية، ولا تقوم بمراجعة وتدقيق المواد المرسله إليها، لا تحريراً ولا صياغةً ولا نشرأ، وهي تخط الحابل بالنابل وتبث أفكارها في كل الاتجاهات، فقرأه بعض التعليقات على المواد المنشورة فيها تصيب الفرد بحاله من الإحباط(1).

9- الاعتماد على كوادر غير مؤهلة أو مدربة، وليس لديها الخبرة الكافية في العمل الصحفي الإلكتروني، بسبب قلة الإمكانيات، وأسباب أخرى، مما يتسبب في ضعف أدائها، وافتقارها إلى التمييز في ظل الانتشار الكثيف للمواقع الإلكترونية الإخبارية عبر الشبكة العنكبوتية(2).

10- تركيز المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على الجمهور الداخلي، وإغفال حقيقة أن هناك رواداً كثر من مختلف بقاع المعمورة، يتابعون الموقع ويزورونه، فالزائر يتوقع أن قضاياه في أقسامه المختلفة، مع هامش معين من التعرض للقضايا العالمية والإقليمية، وتوفير المجال لإبداء الرأي والمساهمة في التعقيب والإثراء(3).

11- بقاء مواد محددة لساعات وأحياناً لأكثر من يوم لأنها تخدم جهة ما وإبقائها في الصدارة مقابل التعاطي بشكل مغاير مع مادة أخرى لأنها لا تخدمها(4).

ويرى الباحث أن غياب التشريعات المنظمة للعمل الإعلامي الإلكتروني أثر سلباً بشكل أساسي على جودة ومهنية عمل المواقع الإخبارية الفلسطينية، فلا يوجد في فلسطين قانون يوضح طبيعة العمل الإعلامي الإلكتروني، وآليات الرقابة مبعثرة تحت بند حرية التعبير. ويشار إلى أن مشكلة عدم وجود قوانين تنظيم العمل الإعلامي الإلكتروني ليست قائمة فقط في فلسطين، فجميع الدول العربية تعاني من ذلك، وعلى الرغم من التطور في البلدان المتقدمة كأمریکا، وأوروبا إلا أن محاولات اعتماد قانون ينظم العمل الإعلامي الإلكتروني لا يزال يعاني من القدرة على السيطرة، والتنفيذ. وقد عُقدت العديد من المؤتمرات والندوات الإعلامية التي حاولت أن تضع قانوناً لأخلاقيات المهنة على شبكة الإنترنت، إلا أنها لازالت في طور الإنشاء، والصعوبة في التطبيق، والتنفيذ.

(1) معالي، أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية (ص79).

(2) المدهون، دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة ... (ص60).

(3) أبو وردة، أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية (ص88).

(4) أبو وردة، انحراف ممنهج للصحافة الإلكترونية الفلسطينية عن المهنة (ص25).

المطلب الثالث: أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية

يشهد الفضاء الإلكتروني الفلسطيني عدداً كبيراً من المواقع الإخبارية، والتي كما أشرنا إليها تتنوع بتنوع الملكية، أو المضمون الإخباري، ونظراً لغزارة تلك المواقع، وإمكانية ظهور موقع إلكتروني إخباري جديد في كل لحظة، اكتفى الباحث بتسليط الضوء على بعض المواقع الإخبارية الفلسطينية محل الدراسة، وذلك على النحو التالي:

أولاً: المواقع الإخبارية الإلكترونية محل الدراسة:

1- موقع وكالة سما الإخبارية⁽¹⁾:

هي وكالة أنباء فلسطينية مستقلة، انطلق موقعها الإلكتروني الى فضاءات الشبكة العنكبوتية في 29 يناير 2005م، وتصدر عن مؤسسة "براق" للإنتاج الإعلامي المرخصة من السلطة الوطنية الفلسطينية. تهتم وكالة "سما" بالشأنين الفلسطيني والإسرائيلي، وتقاطعتهما العربية والاسلامية والدولية مستهدفةً فتح آفاق جديدة، ومتعددة لفهم الظاهرة الإسرائيلية عبر رؤية تحليلية موضوعية؛ تقدم للقارئ والباحث صورة حقيقية، وشاملة عن الأوضاع والتفاعلات الإسرائيلية والفلسطينية المختلفة، وتشابكاتها وتسلط الأضواء حول أهم القضايا، والرؤى والمتغيرات التي تعصف بالظاهرة الإسرائيلية، وتأثيراتها الإقليمية الدولية.

وتؤمن وكالة "سما" أن الإعلام الحر والحقيقي له دور طبيعي في الدفاع عن حقوق الناس الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وحقهم في المعرفة والمعلومة دون قيد ودون النظر الى انتماءاتهم السياسية والحزبية، وتؤمن أيضاً أن رسالتها تكمن في قدرتها على إيصال الحقيقة ناصعة دون تزيف ودون تجريح أو قذف.

وتؤكد وكالة "سما" ان الجرأة والموضوعية في طرح قضايا، وهموم الناس، وتطلعاتهم على كافة المستويات هي نتاج جهد متنوع تشارك فيه كل القطاعات المجتمعية بلا استثناء، فيما يلعب الاعلام دوراً مركزياً في إيصال الرسالة، والحفاظ على المكتسبات المتنوعة، وتطويرها لما فيه من تأصيلٍ للحرية، والانعتاق الى آفاق رحبة من المعرفة، والبناء الايجابي المتميز، لما فيه مصلحة الأمة، والدفاع عن مستقبلها.

(1) موقع سما الإخباري، أهداف الموقع (على الإنترنت).

2- فلسطين الآن (1):

تعد وكالة " فلسطين الآن " من الوكالات الإخبارية الأولى على مستوى فلسطين، التي تهتم بتغطية جميع الأحداث والموضوعات على امتداد الوطن، لحظة بلحظة، إضافةً إلى أهم الأحداث العربية والدولية، مراعيةً الدقة، والمصداقية، والموضوعية، وتحوز على متابعة محلية وعربية ودولية كبيرة، ومتزايدة، وتتخذ الوكالة من مدينة غزة مقراً لها، وقد أنشئت عام 2005م.

وتعتمد وكالة " فلسطين الآن " في تغطيتها الإخبارية على طاقم متميز مكون من عشرات المحررين والمراسلين الموزعين على كافة أنحاء قطاع غزة، والضفة المحتلة، وبعض مناطق الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948م، لتمكين الجمهور من التمتع بتغطية فورية متكاملة، وشاملة.

وتهدف الوكالة من خلال تغطيتها للأخبار الفلسطينية إلى تقديم خدمة إخبارية بالسرعة والمصداقية على مدار الساعة، وتسليط الضوء على قضايا الشعب الفلسطيني الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وفضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي بحق أبناء الشعب الفلسطيني، ومناهضة التيارات الهدامة التي تحاول النيل من صورته المشرقة، ومقاومته الباسلة.

3- وكالة فلسطين اليوم (2):

تعتبر وكالة فلسطين اليوم الإخبارية من الوكالات الرائدة في الإعلام الإلكتروني الفلسطيني، فهو موقع إلكتروني إخباري فلسطيني بدأ العمل به مطلع فبراير (2003م)، وتمثل صوتاً ناطقاً لحركة الجهاد الإسلامي في فلسطين.

ويتابع الموقع الأحداث الجارية في فلسطين، وكل ما يهم الشأن الفلسطيني داخل الأراضي المحتلة، وخارجها، ومن أهم المحاور التي يغطيها الموقع: هي أحداث الساعة، ومقابلات وتقارير، فلسطينيات، والقدس، والأسرى الفلسطينيين، وتاريخ فلسطين، وسرطان الاستيطان، والتقارير والأخبار الصهيونية، والشئون العربية والإسلامية، وقضايا اجتماعية..إلخ.

(1) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015).

(2) موقع وكالة فلسطين، أهداف الموقع (على الإنترنت).

4- وكالة الرأي الفلسطينية(1):

انطلقت وكالة الرأي الحكومية في الثاني والعشرين من سبتمبر 2013م لتشكّل وكالة فلسطينية إعلامية رسمية ناطقة باسم الحكومة الفلسطينية، ومعبرة عن الثوابت الوطنية للشعب الفلسطيني الأصيل، وحاملة لهماومه ومتبنية لمواقفه وقضاياها.

ومن بين أهداف الوكالة ترتيب وتطوير العمل الإعلامي الحكومي نحو الأفضل ليكون نافذة العالم على فلسطين، ولإثراء الحالة الإعلامية الفلسطينية وصولاً إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة.

كما أنها تتبنى قضايا الشعب الفلسطيني المختلفة، وأنها تعمل على الدفاع عن هذه القضايا ودعوة العالم لمناصرتها، وتوعية الرأي العام الفلسطيني والعربي والإقليمي والدولي بالقضية الفلسطينية، وفضح جرائم الاحتلال (الإسرائيلي) بحق أبناء شعبنا الفلسطيني في مختلف القضايا. ومن خلال هذه النافذة الإعلامية الإلكترونية؛ يأمل القائمون عليها تحقيق الرسالة التي يحملها الموقع ويؤمن بها ويطمح لتحقيقها، أن تكون هذه الوكالة الإعلامية هي إحدى البوابات الإعلامية الرئيسية المعبرة عن أصالة الشعب الفلسطيني وحضارته، وأن تجسد الوكالة شعارها الذي أختير بعناية (نافذتك إلى فلسطين)".

5- وكالة معاً الإخبارية(2):

منذ انطلاقتها في العام 2005 دأبت "وكالة معاً" على نشر الأخبار على مدار الساعة باللغتين العربية والإنجليزية، وتعتبر من أكثر المواقع الإلكترونية التي يزورها القراء في الأراضي الفلسطينية إذ ينوف عدد زوار الموقع ثلاثة ملايين شهرياً.

"وكالة معاً" الإخبارية هي جزء المتمم "شبكة معاً"، وهي مؤسسة إعلامية غير ربحية تأسست عام 2002 بهدف تعزيز الإعلام المستقل في فلسطين، وإقامة علاقات بين وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية وكذلك تعزيز حرية الكلمة والتعددية في التغطية الإعلامية كعناصر محورية لتعزيز مفهوم الديمقراطية وحقوق الإنسان. "شبكة معاً" عبارة عن كيان مشترك يضم عددًا من الصحفيين المستقلين في أنحاء فلسطين بما في ذلك تسع محطات تلفزيونية محلية وتوسع محطات إذاعية. وبالإضافة إلى "وكالة معاً" الإخبارية، تقوم "شبكة معاً" بنشاطات أخرى

(1) موقع وكالة الرأي الحكومية، أهداف الموقع (على الإنترنت).

(2) موقع وكالة معاً الإخبارية أهداف الوكالة (على الإنترنت).

مثل الأعمال التلفزيونية وتصوير الفيديو والإنتاج الإذاعي، كما تقيم دورات تدريبية للصحفيين الفلسطينيين ورجال الإعلام.

وتقدم "وكالة معاً" الإخبارية تقاريرها الإخبارية بكل مهنية لقرائها المحليين، والعالميين، كما تقدم الموضوعات المميزة والتحقيقات الصحفية، والتحليل الإخبارية والمقالات التي يقدمها نخبة من الكتاب. وتيمنا "بشبكة معاً" فإن "وكالة معاً" الإخبارية تتوخى أقصى درجات الحيادية في سياستها لتحرير الأخبار، وتهدف تسهيل وصول المعلومة وتعزيز حرية الرأي والتعددية الإعلامية في فلسطين. ومن خلال صفحاتها باللغة الإنجليزية تكافح "وكالة معاً" لتقديم للقارئ العالمي صورة عن مظاهر الحياة في فلسطين من عدة جوانب ولتوفر كذلك منبراً يستطيع من خلاله الفلسطينيون أن يخاطبوا المجتمع الدولي.

6- صفا وكالة الصحافة الفلسطينية⁽¹⁾:

تعد وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) إحدى أكثر وكالات الأنباء نمواً وعراقة على الساحة الفلسطينية، مدعومة بخبرة واسعة النطاق في مجال التغطية الإخبارية في كافة محافظات الوطن. ويتمحور نطاق عمل وكالتنا في فضح جرائم الاحتلال بحق الشعب الفلسطيني كأولوية وطنية وإعلامية. كما تقوم تغطية الوكالة أيضاً على إبراز إنجازات ونجاحات وإسهامات حياة شعبنا الفلسطيني، وإبراز تعدديته البناءة من خلال تغطية تحظى باحترام كافة الأطراف والآراء والمواقف، بعيدة كل البعد عن التجريح والقذف بحق الأفراد أو المؤسسات أو الهيئات. لدى وكالة "صفا" فريق عمل متعدد الثقافات ويضم نخبة من ذوي الكفاءات العالية الذين يجمعهم الفكر الإبداعي والفهم والخبرة الواسعة في صناعة الإعلام عبر ترسخ معاني الوحدة الوطنية والحوار والاحترام المتبادل وتنظيم أدب الخلاف، والاعتماد على الأدلة والبراهين والوثائق، وعدم الاتهام الجزافي وغير الموثوق، إلى جانب الالتزام بالتقاليد الفلسطينية والعربية الأصيلة، والالتزام بقوانين الصحافة الفلسطينية المرعية المعمول بها. واستناداً إلى منهجية الموقع الإعلامية المبتكرة ونظرتنا المستقبلية، فقد نجحت "صفا" في تحقيق سلسلة من النجاحات اللافتة والإنجازات النوعية التي ساهمت في ترسيخ مكانتها كإحدى أبرز الوكالات الرائدة في مجال توفير الخدمة الإخبارية الفورية المكتوبة والمصورة عن آخر المستجدات على الساحة الفلسطينية.

(1) موقع صفا وكالة الصحافة الفلسطينية، أهداف الوكالة (على الإنترنت).

7- صحيفة دنيا الوطن⁽¹⁾:

تأسست دنيا الوطن عام 2003 كأول صحيفة إلكترونية فلسطينية تهتم بالشأن الفلسطيني وتواكب الأحداث المحلية والعربية والعالمية، واستطاعت دنيا الوطن منذ نشأتها الوصول إلى الصدارة من خلال تركيزها على القضايا التي تهتم القارئ الفلسطيني وإتاحتها مساحة من الرأي والتعبير الحر في وقت تراجعت فيه الصحف الورقية وعجزت وسائل الإعلام الرسمية عن مجارة اهتمام القارئ.

وواصلت دنيا الوطن صعودها حتى تمكنت في مطلع العام 2013 من الإطاحة بالموقع الأكثر شهرة في العالم "فيس بوك" وتصدرت المركز الأول بلا منازع في فلسطين وفق العداد العالمي لقياس الزوار اليكسا واجتازت بذلك عددا من المواقع الهامة مثل جوجل ويوتيوب وياهو وتويتر.

وتعد دنيا الوطن من أوائل المواقع المستقلة التي فتحت باب المشاركة والحوار وإبداء الرأي أمام الجمهور من دون أي قيود، كما تحرص دنيا الوطن على مد القارئ بكل روافد المعرفة والاطلاع من خلال تغطيتها الصحفية الجريئة والمؤثرة عبر المواد الصحفية والقصص الإخبارية والمواد التفاعلية والوسائط كالفديوهات والصور وفتح باب التعليقات ومشاركات القراء على مختلف الموضوعات والأقسام في الموقع.

8- وكالة الحياة برس⁽²⁾:

تأسست وكالة الحياة برس الإخبارية عام 2008 من ثم توقفت وعادت للعمل عام 2012، وهي وكالة إخبارية تتبع في سياستها المهنية والشفافية والاستقلالية. قد بدأت الوكالة مسيرتها بعون الله بالعمل على صفحات التواصل الاجتماعي في الفيسبوك وتويتر. ثم تم تطويرها وقد تم انشاء الموقع الخاص بالوكالة على الشبكة عام 2013. بالعنوان (www.alhayatp.net).

وكالة الحياة برس تهتم بالشأن الفلسطيني والعربي والدولي، وتتابع الاخبار بدقة متناهية بعيداً عن التجاذبات السياسية والافكار الحزبية والعمل دائماً بنظام الشفافية والوقوف على مسافة واحدة من جميع الاطراف.

(1) موقع صحيفة دنيا الوطن، أهداف الصحيفة (على الإنترنت).

(2) موقع وكالة الحياة برس، أهداف الوكالة (على الإنترنت).

ومن الأنشطة التي تقوم بها الوكالة، تغطية الأحداث الدائرة في قطاع غزة والضفة الغربية بكل الطرق المتاحة، والعمل على توثيق المهرجانات والندوات الثقافية بالتصوير الفوتوغرافي والتقرير الصحفي المكتوب، وتغطية عمل المؤسسات الاجتماعية والانسانية.

9- وكالة اتحاد برس(1):

هي مؤسسة إعلامية فلسطينية خاصة تعمل على نشر الأخبار والصور والتقارير والمقابلات في الساحة الفلسطينية والعربية والدولية على الموقع الخاص بالوكالة على شبكة الانترنت، وتحاول تحقيق سبق الصحفي في الحصول على المعلومات الجديدة ونشرها، وتقوم بتغطية مختلف النواحي الحياتية اليومية من قضايا سياسية وثقافية ورياضية ومعيشية، ونقله للمتلقي في إطار التوجه والسياسة العامة للوكالة، وبعد التأكد من صحة وتفاصيل الخبر.

وتهدف وكالة اتحاد برس تعمل على مدار الساعة لنقل الصورة الحقيقية كما هي وتقوم بنقل لأحداث المتسارعة في الساحة الفلسطينية والدولية، وتقوم الوكالة بصياغة الأخبار وتقديمها للمتلقي حسب سياسة محايدة وتوجه خاص بها، كما تقوم بعمل مقابلات مع صناعات القرار وطرح الأسئلة والمواضيع عليهم ضمن نفس هذه السياسة، وبالنسبة لوكالة اتحاد برس وباعتبارها وكالة فلسطينية خاصة تحاول الوصول لتغطية محلية ودولية واسعة للخبر، فإنها تحمل في طيات سياستها الصبغة الوطنية والاسلامية المقاومة، وفي نفس الوقت تتعامل مع القضايا الإقليمية والدولية بشفافية ومهنية وانسانية في الاطار عينه الذي يخدم توجهات وسياسات الوكالة والقضية الفلسطينية.

10- شاشة نيوز(2):

شاشة نيوز موقع فلسطيني عربي اخباري ترفيهي مستقل، يسعى لتقديم خدمات الأخبار والترفيه للمواطنين الفلسطينيين والعرب في شتى انحاء العالم، وليس لديه أية أجندات سياسية، وينحاز للحقيقة، وهموم المواطن العربي على الموقع الإلكتروني (www.shasha.ps).

وتتبنى شاشة توجهاً وطنياً تحريراً ليبرالياً إنسانياً، وتلتزم بالقوانين العربية، وبمبادئ حقوق الإنسان المقررة عالمياً، وتستند إلى توجه اجتماعي يتماشى مع حرية الفكر والكلمة ومع حرية ومع عمل المرأة. وتراعي النظرة الاجتماعية السائدة في قضايا الجنس والدين. وتكون ضد كل ما يحرمه القانون من فساد ورشوة، واعتداء على الكرامة والممتلكات. وضد العنصرية، والمذهبية، وتخضع

(1) موقع وكالة اتحاد، أهداف الوكالة (على الإنترنت).

(2) موقع شاشة نيوز الإخباري، أهداف موقع شاشة (على الإنترنت).

نفسها للرقابة الذاتية بشكل يتماشى مع الصالح العام ولا يلحق الأذى بفئة أو جماعة اجتماعية أو دينية، أو بمشاعر المواطنين الدينية أو الوطنية.

وتهدف شاشة نيوز إلى تقديم الإعلام الحر، والمهني، بالأخبار والمنوعات والمواد الترفيهية الهادفة غير المبتذلة، و مراعاة السرعة، والجرأة، والوضوح مع عمق التناول، والحياد، والدقة، في تناول الأخبار. وتوفير المعلومات والتتوير للمواطنين العرب برؤية وطنية وإنسانية منفتحة

11- وكالة وطن للأخبار⁽¹⁾:

موقع إخباري مستقل يسعى لتقديم إعلام وطني ديموقراطي وهو جزء من منظومة إعلامية " تلفزيون وطن، مركز وطن للإعلام، وطن للإنتاج التلفزيوني " ، يهتم بكل ما يرتبط بالقضية الفلسطينية من مستجدات وتطورات، سياسية واقتصادية، وحقوقية، وثقافية ورياضية، إضافة إلى الاهتمام بالقضايا المرتبطة بالثوابت كاللاجئين، وحق العودة والأسرى، والقدس ومقاومة الجدار، وتغطية ذلك من خلال زاوية التلفاز الالكتروني (web.tv) الذي ننفرد به، إلى جانب الخبر والتحليل المدعم بالصورة .

يعمل القائمون على تطوير الموقع ليغدو مرجعاً مهماً، يتمتع بمصداقية حول كل ما يتعلق بالقضية الفلسطينية وتاريخ شعبها وثقافته وحضارته. كما يهدف من خلال موقعه إلى مد جسور المحبة، والأخوة مع أهلنا في الشتات، وإلقاء الضوء على اوضاعهم واخبارهم والتواصل معهم .

كما يقدم موقع وطن للأخبار للمتابع فرصة للتعرف على اخبار فلسطين السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بالصوت والصورة عن طريق (www.wattan.tv) حيث يمكن متابعة التقارير والمقابلات المتلفزة والبرامج التلفزيونية التي ننتجها.

كما يقدم موقع وطن للأخبار خدماته المميزة للجمهور باطلاعه على المستجدات بواسطة خدمة النشرة البريدية الإلكترونية.

(1) موقع وكالة وطن للأخبار، أهداف الوكالة (على الإنترنت).

12- صحيفة المشرق نيوز⁽¹⁾:

انطلقت صحيفة المشرق نيوز بشكل تجريبي في السادس من شهر يونيو من العام 2013م، ثم انطلقت بشكل رسمي في التاسع من سبتمبر من العام 2015م كموقع إخباري فلسطيني، وذلك تلبيةً لحاجة الإنسان إلى المعلومات والحقيقة، ومن هنا كان التزاماً على صاحب القلم وحامل لواء المعرفة، ورافع مشعل الحقيقة أن ينبري ليؤدي دوره المناط به، ألا وهو الصحفي الذي عشق مهنة المتاعب، واستمتع ركوب الصعاب، واستمر في خوض الشدائد من أجل الحقيقة؛ فجاءت صحيفة المشرق الإلكترونية الإخبارية.

وتعتمد صحيفة المشرق نيوز على الخريجين في تخصصات الصحافة والإعلام، في تغطيتها الإخبارية بالإضافة إلى طاقم خاص بها ليقوم بجمع الأخبار والمعلومات.

ومن هنا فان الرؤية للصحيفة هي الإعلام الهادف المتزن المحايد الجريء الذي يصب في خدمة المجتمع المدني القائم على روح الديمقراطية والمسؤولية الاجتماعية، واحترام السلطات والفصل بينهم باعتبار أن الصحافة هي السلطة الرابعة التي تستطيع أن تمزج بين السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية بقالب راق متحضر.

13- موقع صغد برس⁽²⁾:

موقع الكتروني اجتماعي ثقافي متنوع، يبحث عن كل ما هو جديد، ويسعى إلى التميز في البحث عن ما وراء الخبر، والإلمام بتفاصيل قد تكون في كثير من الأحيان أهم بكثير من الخبر نفسه من غزة المحاصرة في فضائها وبحرها وبرها، انطلق "صغد برس" للمرة الأولى في 11-11-2010، وانطلق بشكل فعلي في 12-5-2013 يطلق مكتب "صغد برس" للصحافة المرخص من السلطة الوطنية الفلسطينية.

وتهدف إلى تقديم خدمة إخبارية خاصة بالجمهور الفلسطيني بشكل خاص، بكل الأحداث والمجريات، بعيداً عن المحسوبة، والحزبية، ومعلومات حول الشأن العربي والدولي.

14- وكالة قدس نت⁽³⁾:

تتبع وكالة قدس نت لمركز قدس نت للدراسات والإعلام والنشر الإلكتروني بغزة، حيث انطلقت بتاريخ 1 محرم 1424هـ الموافق 4 مارس 2003م، لتقديم خدمة راقية تنقل المتعاملين

(1) موقع صحيفة المشرق نيوز، أهداف الصحيفة (على الإنترنت).

(2) موقع صغد برس، أهداف موقع صغد (على الإنترنت).

(3) مركز قدس نت للدراسات والمعلومات والنشر الإلكتروني. نشرة تعريفية مطبوعة (ص2-3).

خطوة نوعية إضافية إلى الأمام، ومن هنا فقد اجتمعت عزائم وجهود وبصائر مجموعة من المتخصصين في المجال الفكري والإعلامي؛ لتحديد رؤية "المركز" وأهدافه ووسائله.

ويرتكز "قدس نت" في تحديد رؤاه وسبل عمله على قاعدة راسخة وواسعة من الخبرات المتخصصة، والمتمثلة في نخبة من العلماء والباحثين والمفكرين والسياسيين والكتاب، والذين يسعون باستمرار لقياس الاحتياجات المتجددة للواقع وسبل الاستجابة لتلك الاحتياجات.

وتقدم قدس نت خدمة إخبارية على شبكة الإنترنت تتنوع الموضوعات التي تتعرض لها؛ لتقدم الخبر بأنواعه، والتقارير الموسعة، بالإضافة إلى استطلاعات الرأي التي تهدف إلى استقصاء اتجاهات الرأي العام الفلسطيني والعربي تجاه القضايا المصيرية التي تهم الشعب الفلسطيني والأمة العربية بشكل عام. وتمتلك الوكالة شبكة واسعة من المراسلين في جميع أنحاء فلسطين.

وقد وضعت الوكالة نصب أعينها هدفاً واضحاً: أن تصبح "مصدراً للخبر" بعد أن مرّ على أمتنا وقت كانت فيه تستمد أخبارها من وكالات الأنباء العالمية ذات المواقف المعادية لأمتنا ولقضيئتنا.

15- شبكة فلسطين الإخبارية⁽¹⁾:

تأسست شبكة فلسطين الإخبارية في العام 2003م حيث ظهرت على الشبكة العنكبوتية لأول مرة، وفي العام 2003م، انضمت اللغة الانجليزية إلى الشبكة وتظهر الشبكة بحلة جديدة، وبعدها انطلقت اللغة الفرنسية.

ومع مرور الوقت اكتسبت شبكة فلسطين الإخبارية ثقة الجماهير، وكذلك وكالات الأنباء المحلية والعالمية، من خلال سرعة الوصول إلى الخبر ونشره، بدقة وصدق وموضوعية تامة.

وتهدف شبكة فلسطين إلى تقديم التغطية الخبرية للأحداث والقضايا التي تدور على الأراضي الفلسطينية بكل صدق وموضوعية، معتمداً على ما وفرته التكنولوجيا الحديثة عبر شبكة الإنترنت.

(1) موقع وكالة فلسطين، أهداف الموقع (على الإنترنت).

16- شبكة نوى الإخبارية⁽¹⁾:

شبكة نسوية إعلامية إلكترونية تنتهج الصدق والموضوعية ولا تتكر تحيزها لفئات المجتمع المهمشة: من نساء، وأطفال وشباب، عمالاً ومعطلين عن العمل، وتتخذ من رام الله مقراً لها، مع وجود طاقم لها في قطاع غزة.

أهداف الشبكة:

- 1- تقديم إعلام نسوي مجتمعي .
- 2- تصحيح الفهم المغلوط عن الإعلام النسوي
- 3- تقديم خدمة إخبارية صادقة وموضوعية

17- زمن برس⁽²⁾:

إخبارية إلكترونية فلسطينية شاملة، تقدم باقة إخبارية سياسية، اجتماعية، اقتصادية، رياضية، ترفيهية، وخدماتية واسعة، وعلى مدار الساعة. فضلاً عن مواكبتها للأخبار العاجلة وتعاملها مع الأحداث الطارئة. وهي مؤهلة كذلك لاستقبال ونشر آراء ومساهمات الكتاب والمنقذين الراغبين في التواصل مع الجمهور الفلسطيني والعربي.

تقدم زمن برس عبر "حفريات" مساحة حرة للإبداع الفكري، وتعطي فرصة حقيقية رحبة لنشر أفكار الشباب وآرائهم حول قضايا الفكر والسياسة والمجتمع. حيث يرسلون عباراتهم إلى "حفريات" ويتشاركون فيها مع الناس -كل الناس- على اختلاف آرائهم وتوجهاتهم.

وتهدف شبكة زمن إلى تغطية الشأن الإخباري فلسطينياً وعربياً ودولياً، وتقديم إضاءة وافية على الإعلام الإسرائيلي. والعمل على توفير مادة صحفية وإعلامية وافية لقراءها وزائريها؛ توفر عليهم عناء البحث مطولاً في صفحات الإنترنت، فلديها أهم الأخبار والقضايا، والمقالات والحفريات التي تهتم الزائر الفلسطيني تحديداً والعربي بشكل عام، وتروي تعطشه للمعلومة الصحيحة المنسوبة إلى مصادرها.

ثانياً: ملاحظات على المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية:

يورد الباحث مجموعة من الملاحظات على المواقع الإخبارية الفلسطينية يجمُلها في

الآتي:

(1) موقع شبكة نوى الإخبارية، أهداف الشبكة (على الإنترنت).

(2) موقع شبكة زمن برس، أهداف الشبكة (على الإنترنت).

- 1- هناك مجموعة من المواقع الإلكترونية الإخبارية تتميز بالسبق في نشر الأخبار عبر صفحاتها، لتحقيق سبق الصحفي الإلكتروني مثل صحيفة دنيا الوطن، وصفا الإخبارية، وفلسطين الآن، ووكالة معاً، إلا أن الطابع العام لغالبية المواقع الإلكترونية الإخبارية تقوم بنشر أخبار منقولة عن وسائل إعلامية أخرى مثل وكالات الأنباء وقنوات التلفزة، والإذاعات، مما يفقدها عنصر التوقيت والسرعة والتشويق.
- 2- يغلب على تلك المواقع طابع الانتقائية في نقل الأخبار، وليس على أساس القيمة الخبرية، فغالباً ما تكون الأخبار تابعة لسياسة الموقع وتوجهاته الحزبية، وعدم الاستقلالية وبالتالي يفقد الموقع الإلكتروني الإخباري صفة الحياد والموضوعية التي يجب أن يتحلى بها.
- 3- انتشار ظاهرة التحيز الإعلامي خاصةً الحذف الاختياري، وإهمال بعض عناصر الخبر، ويظهر ذلك جلياً في المواقع الإلكترونية الحزبية، التي تلجأ إلى الحذف من أجل إخفاء بعض الحقائق واختلاق بعض الوقائع التي لم ترد بالفعل في الخبر الأساسي عندما تم نشره في مواقع إلكترونية إخبارية أخرى، أو أية وسائل إعلامية.
- 4- نادراً ما يكون هناك توازناً بين أخبار الشخصيات السياسية والحزبية، وبين الأحداث الخبرية، خاصةً في المواقع الحزبية والحكومية، حيث تركز الأخيرة على الشخصيات والأحداث المحيطة بها، على حساب الأحداث الإخبارية، وربما يعود ذلك إلى قلة المراسلين لتلك المواقع مما يجعل المصادر الإخبارية شحيحة، وبالتالي شح الموضوعات الإخبارية.
- 5- لا تشير الكثير من المواقع الإلكترونية الإخبارية إلى مصادر الأخبار التي تنشرها عبر صفحاتها، وهذا يجعلها أقرب إلى نادٍ تثار فيه الشائعات من هنا وهناك، مما يجعل الجمهور غير قادر على التحقق من صدق الأخبار، ويجعله يبحث عن مصادر أخرى للتحقق منها.
- 6- التضارب في نشر الأخبار، فكثيراً ما تقوم المواقع الإلكترونية الإخبارية بنشر أخبار، ثم تقوم بنشر مجموعة من الأخبار التي تنفي الأخبار السابقة لنفس الموضوع، دون توضيح ذلك من قبل إدارة الموقع الإخباري، وظهر ذلك جلياً في أثناء العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة عام 2014م، حيث قامت صحيفة دنيا الوطن بنشر خبر حول التهدة على لسان أحد قيادات حركة الجهاد الإسلامي، وبعد مدة قصيرة قامت بإدراج خبر معاكس لمضمون الخبر السابق لنفس القيادي، وبقي الخبران بجوار بعضهما، مما جعل القارئ يشعر بالحيرة في كيفية التعامل مع مثل هذه الأخبار، والمعلومات.

7- تهتم المواقع الإلكترونية الفلسطينية بإنشاء صفحات لها على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة (الفييس بوك)، حيث إن جميع المواقع التي تم حصرها في هذه الدراسة يوجد لها صفحات على شبكة الفييس بوك، حيث تقوم بإدراج الأخبار الهامة والبارزة والتي تخص المجتمع الفلسطيني بشكل أساسي.

8- تتنوع المواقع الإلكترونية الإخبارية في ملكيتها ما بين (الحزبية الفصائلية، والحكومية، وشبه المستقلة، والمستقلة، وجهود الهواة من الشباب الصحفي)، كما تتنوع في المضمون الإخباري فمنها ما هو (إخباري بحت: يختص بالأخبار السياسية بشكل أساسي، وإخباري متنوع: يهتم بكل ميادين الأخبار كأخبار السياسة والاقتصاد، والفن، وعالم الجريمة، والرياضة ..إلخ).

المبحث الثالث : الأداء المهني للقائم بالاتصال

تمهيد :

يمثل القائم بالاتصال الشريان الرئيسي للعملية الاتصالية، فمن خلاله تحدث عمليات التعلم والتثقيف، وزرع السلوك الاجتماعي الجماهيري، فهو حجر الزاوية في العملية الاتصالية باعتباره منتجها ومبدعها، " ووفقاً لهذا السياق المجتمعي والتاريخي الذي يعيش في إطاره القائم بالاتصال فإنه يترك بصماته على الرسالة الإعلامية، ويشكلها وفق معايير ومقاييس وضغوط مؤسسته، إلا أنه في الوقت نفسه مسئول عما يصل إلى الجمهور"⁽¹⁾. هذا يعني أن عمل القائم بالاتصال يتمثل في انتقائه للموضوعات، والمعلومات التي يسعى إلى إيصالها إلى الجمهور بشكل مهني، يصور الواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي للمجتمع بأسره.

ولعلّ تشابك العوامل الداخلية والخارجية في تأثيرها على أداء القائم بالاتصال أدى إلى "صعوبة الاتفاق على تعريف عام يوضح الحدود والمهنية والسمات الوظيفية التي ينفرد بها العاملون في مجال الإعلام والاتصال، وأصبح الأمر أكثر تعقيداً نتيجة التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وتزايد الأنشطة الاتصالية التي استحدثتها الثورة التقنية والعلمية"⁽²⁾.

حيث فرضت التكنولوجيا تقنيات حديثة زادت من طبيعة الضغوط على الأداء المهني للقائم بالاتصال، خاصة في ظل تنامي ظاهرة المواقع الإلكترونية الإخبارية، بما تحويه من مهارات تقنية تكنولوجية، دائمة التطور والتحديث، ليجد نفسه مضطراً لمواكبة هذا التطور العلمي، ومجاراته خاصة في عصر أصبحت السرعة السمة الأساسية له.

ويعاني القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية من العديد من المشكلات التي تؤثر على أدائه المهني، وتجعله يعيش عالماً من الضغوط سواء على المستوى الداخلي، أو على المستوى الخارجي، هذا الأمر يجعل هناك حاجة ملحة لدراسة تلك العوامل التي تؤثر على أدائه المهني، وهذا ما سنتناوله في هذا المبحث.

(1) الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور... (ص176).

(2) إبراهيم، الاتجاهات الحديثة... (ص181).

المطلب الأول: القائم بالاتصال (المفهوم والخصائص)

أولاً: مفهوم القائم بالاتصال:

- هناك العديد من التعريفات التي ناقشت مفهوم القائم بالاتصال ومن أهم تلك التعريفات:
- أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية، ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من محررين، ومندوبين، وكتاب، ومراسلين، ومصورين، ورسامين، وأيضاً مختصين بالإخراج، وحيث يتخذون الصحافة مهمة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف⁽¹⁾.
 - يعرف (محمد عبد الحميد) القائم بالاتصال على أنه: "الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة، أو الرأي، أو المعلومات، وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فرداً آخر كما يظهر واضحاً في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات، أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها، أو إعدادها أو للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى إلى جمهور المتلقين"⁽²⁾.
 - ويعرفه (بسام المشاقبة) بأنه: "هو شخص يعمل داخل فريق العمل ينتمي لإحدى المؤسسات الإعلامية يضطلع بمسئولية ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية بدءاً من وضع الفكرة أو السياسة العامة، ومراحلها المختلفة، وانتهاءً بإخراجها، وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير"⁽³⁾.
 - ويعرف الباحث القائم بالاتصال إجرائياً بما يخدم أهداف الدراسة بأنه: "العاملون في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، ويشرفون على عمليات إعداد المادة الخبرية، وتحريرها، وتقييم مدى صلاحيتها للنشر على الموقع الإخباري"
- وقد ذكرت بعض الدراسات العلمية للقائمين بالاتصال في مجال الإبداع الفني أن المهمة الأساسية للقائم بالاتصال المبدع هي التفسير، حيث يتعامل القائم بالاتصال المبدع مع النص والأحداث بفكر خاص نابع من ذاته وثقافته، وكذلك من القيم المهنية التي يتعلمها ويكتسبها بممارسته للعمل، وتزامله مع بقية أفراد المهنة، ومن إحساسه بقضايا مجتمعه، وتنتج هذه المعرفة

(1) حافظ، القائم بالاتصال ... (ص113).

(2) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص37).

(3) المشاقبة، الرقابة الإعلامية: دراسة مقارنة (ص79).

بالتنشئة الاجتماعية للقائم بالاتصال والمكونة من خصائصه الشخصية، وقيمه، ومعرفته بالجمهور وبالمجتمع، ومعرفته بالمؤسسة التي ينتمي إليها، وكذلك الخصائص التي تجعله ينفرد عن غيره⁽¹⁾.

ثانياً: القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

اهتمت المواقع الإلكترونية الإخبارية بطاقم العمل لديها حرصاً على تمييزها بين المواقع الإلكترونية الإخبارية الأخرى، وأدى اختلاف حجم هذه المواقع، وعدم تماثلها إلى اختلاف طبيعة، وحجم طاقم العمل، وأعداد الصحفيين العاملين فيها، ويرتبط حجم طاقم العمل بعدة عوامل تتمثل في حجم الموقع، والميزانية الخاصة به، وجودة وانتشار الموقع، وما إذا كان يقدم أخباراً محلية أو دولية.

ويعرف القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية بأنه: "الصحفي الذي يحرر الأخبار على شبكة الإنترنت فقط، ولا يعمل أصلاً في صحيفة مطبوعة، وهذا الصحفي أو الكاتب بشكل عام يعاني من مشاكل عديدة، فقد يكون على كفاءة مهنية عالية، ولديه مهارات لا تتواجد في صحفيين يعملون بالصحف الورقية، إلا أنه غير معترف به من جانب النقابات الصحفية أو الاتحادات لأنها كلها كيانات ما زالت لم تتلاءم مع هذا التقدم والتقنيات الحديثة التي فرضت نفسها على كل شيء إلا على هذه الكيانات الروتينية الصماء"⁽²⁾.

ويعرفه (عباس حسن) بأنه: "من يقوم بتحرير أو المساعدة في تحرير المادة الإعلامية للموقع الإخباري مهما كان حجمها، أو نوعها، أو طبيعتها"⁽³⁾.

ويعرف أيضاً بأنه: "مقدم الخدمات الإلكترونية الإعلامية لجمهور الإنترنت، والذي يقوم بصياغة رسالة محتوى في شكل مكتوب أو مصور أو مرئي، ويستفيد من إمكانيات الإنترنت وخصائصه لتلبية احتياجات جمهوره من المعرفة والتواصل"⁽⁴⁾.

وقد لاقى مفهوم القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية معارضة شديدة من قبل الباحثين، ويبررون ذلك بأن بيئة الإنترنت أصبحت متاحة للجميع، حيث يستطيع الجمهور الوصول إلى المعلومات التي يريدونها دون رقيب، إلا أن هناك آراء استطاعت أن تؤكد أهمية دور القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية حيث يرون " بأن نظرية حراسة البوابة لا تزال ملائمة للبيئة الإلكترونية،

(1) عكاك، القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية ... (ص 195-196).

(2) بخيت، كيف تصبح صحفياً إلكترونياً؟. (على الإنترنت).

(3) حسن، الصحفي الإلكتروني (ص 163).

(4) الحنبلي، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ... (ص 20).

ويمكن أن تنطبق على الإعلاميين وحراسة البوابة الجدد، بالرغم من تغير طبيعة الأدوار التي يقومون بها في عملية صناعة الأخبار بسبب التغير في البيئة التي يعملون بها، بل يؤكد أنصار هذا الفريق أن مفهوم حراسة البوابة في البيئة الإعلامية الجديدة يوفر أساساً قيماً جديدة لاختيار ونشر الأخبار أكثر مما يبدو ظاهرياً، ويتساءلون عن الآثار التي يمكن أن تتجم عن اختفاء حراسة البوابة في البيئة الإلكترونية، ويقولون أنه بالرغم من أن الويب سمحت بوجود أصوات إعلامية لا تتعرض للفلتر أو التنقيح أو المراجعة، فإنه يتواجد أيضاً إعلاميون متميزون يقومون بوظيفة حراسة البوابة على خير وجه، سواء في اختيار نوعية المواد التي يعرضونها على جمهورهم أو في التزامهم بالقيم المهنية⁽¹⁾.

إن استخدامات الإنترنت الصحفية جاءت محققة لعدة أهداف للقائم بالاتصال في العملية الاتصالية، وهي⁽²⁾:

- 1- الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية.
- 2- استكمال موضوعات الأعمال الصحفية.
- 3- استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات المختلفة.
- 4- الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات مواقع متعددة والاستفادة منها.
- 5- تطوير المهارات الصحفية.
- 6- استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي.
- 7- استخدام الإنترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة (Create his own newspaper).
- 8- الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى.
- 9- الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة كأرقام التليفونات والعناوين والبريد الإلكتروني.
- 10- إرسال واستقبال المواد الصحفية من وإلى الصحيفة.
- 11- الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية.
- 12- تطوير وسائل جمعه للمادة الصحفية مثل عقد المؤتمرات عن بعد، ومؤتمرات الفيديو، نقاشات ودرشة، البريد الإلكتروني.
- 13- استخدام البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية.

(1) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص149).

(2) القيسي، الأخبار في الصحافة الإلكترونية ... (ص126-127).

ورغم عدم توظيف تقنية الإنترنت بشكل متكامل على مستوى الصحافة، فإن العديد من الدراسات أكدت على التأثير الذي أحدثته هذه الوسيلة على صناعة الصحافة والقائمين عليها. فقد وجد (ضيف) أن هناك ارتباطاً إيجابياً بين استخدام تكنولوجيا المعلومات ومنها الإنترنت، وبين تأثير هذه التكنولوجيا على الأداء الإعلامي من حيث تحسين المضمون، ومن حيث سرعة الإنجاز وإجادة الأداء، وبالرغم من بعض الإشكاليات المرتبطة بتوفر ومعرفة التعامل مع الإنترنت من قبل القائمين بالاتصال⁽¹⁾.

لذا يجب أن يمتلك الصحفيون العاملون في المواقع الإخبارية الإلكترونية المهارات التي يمتلكها نظرائهم ممن يعملون في وسائل الإعلام الأخرى مثل: مهارات إجراء المقابلة، والقدرة على البحث، والسرعة والدقة والمرونة والكتابة الواضحة، إضافةً إلى التدريب على كيفية التعامل مع الإنترنت من حيث إضافة الوصلات الفائقة، وتدعيم المواد من خلال ملفات الصوت والصورة والمواد التفاعلية، وإمكانيات البحث داخل الموقع، إلى جانب إدراك الاختلاف بين طبيعة القصص الإخبارية المنشورة على المواقع الإلكترونية الإخبارية، ونظيرتها في الصحف المطبوعة، إلى جانب امتلاكه لعنوان بريد إلكتروني حتى يتمكن المستخدمون من التواصل معه، والإلمام بالجوانب الإدارية والاقتصادية للموقع، وإجادة استخدام بعض البرامج، والتعرف على كيفية تصميم المواقع، وكيفية إنتاج وتشغيل ملفات الصوت والصورة، واستيعاب أهداف وسياسات الموقع⁽²⁾.

ثالثاً: خصائص القائم بالاتصال في ظل البيئة الحديثة للاتصال:

حدد داجرون (Dagron) مجموعة من الخصائص للقائم بالاتصال في ظل بيئة الاتصال الحديثة التي تؤثر على أدائه في عدة عناصر هي⁽³⁾:

- 1- الإلمام الأكاديمي بعلم الاتصال المعزز بالخبرة المهنية.
- 2- الحس العالي في التعامل مع كافة الطبقات الاجتماعية.
- 3- القدرة على إدراك الحقائق الاجتماعية.
- 4- القدرة على التعامل مع التقنيات الاتصالية الحديثة بكفاءة عالية.

(1) الأحمدي، استخدام الصحف السعودية ... (ص339).

(2) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصاديق (ص54).

(3) Dagron, Communication for social change: The new communicator (p. 4-5).

5- امتلاك مهارات الاتصال الشخصي بكفاءة عالية، حيث تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات والمعرفة.

6- القدرة على إدراك التغييرات الثقافية.

7- إدراك أن التكنولوجيا تمثل أداة مساعدة وليس جوهرياً.

8- إدراك أن الاتصال كأداة للتغيير الاجتماعي يرتبط بفهم واعٍ للثقافة بعناصرها المختلفة.

وقد حددت لجنة منح بطاقات هوية الصحفيين الإلكترونيين في فرنسا في 14 مايو 1998م عدة شروط يجب توافرها جميعاً لإضفاء صفة الصحفي على من يمارس المهنة على الإنترنت وهي (1):

1- أن يكون طالب البطاقة منضماً إلى الاتفاقية الجماعية الوطنية للصحفيين.

2- أن يكون طالب البطاقة تابعاً لأحد فروع أي مشروع صحفي أو لأي كيان يتمتع بالشخصية القانونية المستقلة كمؤسسة أو جمعية أو موقع إخباري.

3- يجب أن يتعلم النشر عبر الإنترنت بالأحداث الجارية وبصفة دورية.

4- يجب أن يكون النشر الإلكتروني دورياً.

5- يجب أن يكون لطالب الهوية الصحفية عنوان نشر إلكتروني خاص به.

6- يقتصر عمل طالب الهوية على العمل الصحفي كتحرير المقالات ونشر الأخبار عبر الإنترنت.

وقد فرض الفضاء الإلكتروني واقعاً مهنيّاً جديداً فيما يتعلق بالقائم بالاتصال، وإمكانياتهم، وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانات التقنية، وبشروط الكتابة للإنترنت، وللصحافة، ونمط التلفزيون المرئي، ونمط الحاسوب، ونمط المواقع الإخبارية، وأن يضع في اعتباره أيضاً عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها، وما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها (2).

رابعاً: صفات ومهارات القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية:

إن المفهوم الجديد للقائم بالاتصال الإلكتروني يتطلب مهارات عديدة: كالقدرة على التصوير بكاميرا الفيديو، والتصوير الرقمي، وكذلك الإلمام بتصوير جديد لكتابة القصة الإخبارية أو التحقيق، مع إضافة تلك العناصر لإثراء النص بشكل مميز، فهذه المهارات الإلكترونية باتت

(1) قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية: دراسة ميدانية (ص36).

(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص132).

واقعاً ملموساً لآبد للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية أن يلم بها حيث تزداد فيها الجرعة الإلكترونية.

ويجب أن يلم القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية بعدد من المؤهلات التي دونها لا يمكنه التعامل مع مثل هذه النوعية من الصحف الإلكترونية مثل⁽¹⁾:

1- التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، خاصة برنامج الكتابة، وبرامج الصور لزود إدخال الصور على الحاسوب، وإرسالها إلكترونياً للموقع.

2- التعامل مع شبكة الإنترنت، فيعرف كيف يبحث على الإنترنت، وكيف يتجول على مواقع الإنترنت المختلفة.

3- يكون له بريد إلكتروني يرسل منه للموقع، ويستقبل من خلاله الرسائل من المصادر المختلفة، ولا بد أن يكون مدركاً لحجم بريده الإلكتروني، وسعته حتى لا يتسبب جهله في منع وصول رسالة بها خبر مهم في الوقع المناسب.

4- لديه خبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي مثل البرامج المضادة للفيروسات والبرامج المضادة للتجسس، وما إلى ذلك حتى يتمكن من التعامل مع أي طارئ يسيطر على حاسبه.

5- متابعة ما يقوم بنشره وردود الفعل حتى يمكنه الرد عليها إن احتاج الأمر، أو نشرها على حسب طبيعة موقعه الإخباري.

6- إجادة تحرير الكتابات إلكترونياً والقدرة على التعامل مع صفحة التحكم الخاصة بنشر الأخبار على الموقع الإخباري⁽²⁾.

كما تتعدد المهام التي يقوم بها القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومن أهم تلك المهام⁽³⁾:

1- نشر المعلومات والأخبار على الموقع الإخباري.

2- تقديم تغطية متعمقة للأحداث، وإعداد ملفات خاصة بها مدعومة بروابط تفاعلية.

3- فتح مجال النقاش والحوار مع مستخدمي المواقع الإخبارية.

(1) الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ص282-283).

(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص185).

(3) نصر، الانترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية (ص55-57) بتصرف.

- 4- استخدام الوسائط المتعددة في دعم الخبر المنشور بملفات صوتية أو مرئية أو جرافيكية.
- 5- شرح وتفسير الأحداث باستخدام الوسائط المتعددة كالصور وملفات الفيديو والصوت.
- 6- تقديم مواد مسلية إلى المستخدمين عبر الموقع الإخباري وخدمات مضافة (كأسعار العملات وحالة الطقس).
- 7- العمل على التأثير على الرأي العام من خلال طرحه القضايا الهامة، والتي تؤثر في المجتمع.

وأوضح روبرت (Rebert) ثلاثة مبادئ أساسية يجب على المحرر الإلكتروني الالتزام بها لتدعيم قدرته الاتصالية عبر الموقع الإخباري، وتتلخص في⁽¹⁾:

1- **التعلم**: يجب على محرر الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية أن يكتسب مهارات متعددة تتعلق بالجانب التقني والبحث من خلالها وإنتاج موادها، إلى جانب مهارات الكتابة والتحرير للمواقع الإلكترونية الإخبارية، والإلمام بأخلاقيات التعامل مع الشبكة، والاعتبارات القانونية التي تحكم استخدامها.

2- **حتمية التواصل مع الجمهور**: فعلى المحرر الإخباري بالمواقع الإلكترونية إدراك أهمية التواصل مع الجمهور، والعمل على ربط هذا الجمهور بالموقع، وبالموضوعات المنشورة خلاله.

3- **تدعيم التفاعلية مع الجمهور**: فالمحرر الإلكتروني يستخدم أدوات التفاعل المتاحة على الإنترنت مثل غرف الحوار والمنتديات لاشتراك الجمهور في تقديم المضمون وإنتاجه وكذلك التعرف على رد فعله وآرائه نحو ما ينشر.

وعلى القائم بالاتصال أن يتذكر دائماً أن استيعاب تقنية المواقع الإخبارية التي يعمل بها، حتى يستطيع أن يعلي شأن موقعه، ويجعله أكثر مصداقية واهتماماً من قبل الجمهور، بل يثري الحوار والديموقراطية معاً⁽²⁾.

وتحدد (موسى) أهم السمات والمهارات الواجب توافرها في القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية فيما يلي⁽³⁾:

(1) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصداقية (ص85-86).

(2) اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية ... (ص96).

(3) موسى، المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصداقية (ص89-91).

أولاً: الاعتماد على مصادر متنوعة:

لابد أن يسأل الصحفي الإلكتروني نفسه مجموعة من الأسئلة لتقييم مصدر المعلومة،

وهي:

- 1- لماذا يجب أن أصدق هذه المعلومات؟
- 2- من هو الشخص الذي يمدني بالمعلومات؟
- 3- هل منصب أو موقع هذا الشخص يمكنه من معرفة هذه المعلومات؟
- 4- ما هدف الشخص من نشر المعلومات؟
- 5- هل يتعامل هذا الشخص مع الصحفي بموضوعية أم أن له أغراضاً خاصة؟

ثانياً: تعدد الأدوار التي يقوم بها:

حيث إن القائم بالاتصال يعد ما يلي:

- 1- منتجاً للمعلومات (للمحتوى) فهو يقوم بعد مهام لنشر الخبر أو المعلومة بداية بالتغطية مروراً بالكتابة والتحرير وكتابة العناوين، والتصميم وغيرها من المهام مثل البحث والمتابعة.
- 2- مستخدماً لوسائط متعددة متنوعة لنشر الحدث، فالإنترنت كوسيلة قادرة على تقديم المعلومة عبر العديد من الوسائط مما يفرض على الصحفي استخدامها واستغلال إمكانات هذه الوسيلة.
- 3- قادراً على تضمين العديد من المعلومات في الخبر، وربطه بأخبار وأحداث أخرى سابقة أو حالية، إلى جانب ربطه بتحليلات ووجهات نظر متعددة، وهذا بالتالي يدعم الخبر ويعطي له عمقاً.
- 4- متابعاً للحدث للتعرف على تطوراته أو تداعياته أو ردود الفعل عليه، وتحديث الخبر المنشور على الموقع الإلكتروني وإضافة هذه التطورات له.
- 5- قادراً على التعامل مع خاصية التفاعلية، واستخدامها ودفع القارئ لاستخدامها، من خلال ردود القراء وتعليقاتهم وإبداء وجهات نظرهم في الحدث، وتبادلهم لهذه التعليقات سواء مع المحرر أو القراء الآخرين.

ثالثاً: التعامل مع بيئة إعلامية مختلفة:

يتعامل القائم بالاتصال على الموقع الإلكتروني في ظل بيئة تمتاز بالآتي:

- 1- المنتج الإعلامي على الإنترنت متعدد، ومختلف باختلاف المواقع وأهداف المستخدمين.
- 2- إمكانية تغيير المحتوى بصورة سريعة وفورية.
- 3- رد الفعل من الجمهور فوري، وملاحظ، ويمكن تسجيله.
- 4- إمكانية نشر الأخبار السريعة فور حدوثها.
- 5- متابعة الروابط الموجودة لمواقع أخرى، والتأكد من فاعليتها.
- 6- اختلاف طريق عرض المضمون، فهناك مضامين مكتوبة، وأخرى صوتية ومرئية.
- 7- إمكانية عمل أرشيف للمواد المنشورة، والأخبار المختلفة على الإنترنت يمكن الرجوع إليه في أي وقت.
- 8- الجمهور المستهدف متعدد ومتنوع ومتزايد بصفة مستمرة.
- 9- لا بد أن يراعي المحرر المساحة المتاحة على الشاشة، وأن تكون الرسوم والصور واضحة وذات مساحة ملائمة للشاشة.

رابعاً: المهارات على المستوى المهني:

حيث إن هناك مجموعة من المهارات التي يجب على القائمين بالاتصال إتقانها لمساعدتهم في أدائهم المهني وهي⁽¹⁾:

- 1- الحصول على المعلومات والصور والرسوم البيانية في مصادرها وتقيده في عمله.
- 2- الحصول على الأخبار والمعلومات الفورية والتي تقع في بؤر الصراع والمناطق الساخنة حول العالم.
- 3- البحث والاستقصاء من خلال إجراء البحوث والاستقصاءات عن طريق الإنترنت.
- 4- التفاعل مع الجمهور من خلال الإنترنت.

ويرى الباحث أن بيئة العمل الإلكترونية استطاعت أن توفر جيلاً من الصحفيين الهواة أو المتطوعين الذين ينقلون الأخبار ويصورونها وينشرونها لحظياً، وهم صحفيون ليسوا محترفين

(1) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص184).

وليس لهم علاقة بالصحافة بشكل مباشر، ولكن لديهم الهواية والرغبة في نقل وقائع قد تغيب عن الناس أو يجهلونها، من خلال بعض المواقع، والمننديات والبلوَجَات، وهي كلها أنواع منتشرة على شبكة الإنترنت ومتاحة للجميع أن يكتب فيها ما يريد بمجرد الاشتراك الذي لن يكلف سوى كتابة الإيميل وكلمة سر خاصة به، ويصبح عضواً مشتركاً في هذه المجموعة أو المنتدى.

خامساً: أهم الفروقات بين القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية والوسائل التقليدية:

تتزرخ أكبر المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، وأكثرها مزاراً بالعديد من حلقات اتصال للحصول على تغطية عامة للأخبار، وبذلك تعطي المستهلكين الفرصة للتنقل بين القصص على رأس القائمة نزولاً إلى أسفل إلى موضوعات محددة بمجرد نقرة. وهذا "يتطلب وجود محررين لصفحات تلك المعلومات، وهم أشخاص يتخذون القرارات بشأن القصص التي تعرض بشكل بارز جداً (تماماً مثل القصة الرئيسية في جريدة أو الخبر الأول في نشرة الأخبار)، وكمية التفاصيل التي تتضمنها. وما هي عناصر الإعلام المتعددة التي يتم ربطها بكل قصة. وأعظم الأشياء أهمية هو أنه يجب على محرري الويب أن يطبقوا في مواقعهم على الإنترنت المعايير الصحفية ذاتها وهي الدقة والموضوعية اللتان يطبقونها في الصحف ومحطات الإذاعة، وهذا يعني بشكل أو آخر أن تحرير موقع ويب هو عمل أكثر صعوبة من تحرير صحيفة أو نشرة أخبار، لأنه يجب أن تطبق عليه المعايير ذاتها بسرعة محطة التلفزيون والإذاعة"⁽¹⁾.

وقد حدد (بخيت) أهم الفروقات بين القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية ووسائل الإعلام التقليدية تمثلت في⁽²⁾:

أولاً: عدد أفراد حراس البوابة:

بينما يصل عدد حراس البوابة إلى المئات في وسائل الإعلام التقليدية، لكل منهم دور ووظيفة، ومهام يقوم بها عند مرحلة معينة من مرور المادة الإعلامية، فإن وسائل الإعلام الجديدة في البيئة الإلكترونية، قلصت عدد حراس البوابة التي يضطلعون بالمهام التحريرية للمادة الإعلامية، واتخاذ القرارات الخاصة بالنشر والبيت والإذاعة. ويرى (د. حسين سعد) المحاضر الإعلام بجامعة فلسطين "بأن القائم بالاتصال في البيئة الإلكترونية أصبح يقوم بعدد من المهام الإعلامية، مما

(1) الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ص32).

(2) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص150).

أدى إلى زيادة عدد القرارات التي يتخذها القائم بالاتصال، وتقليل عدد القوى التي تتدخل في اتخاذ قرارات حراسة البوابة"⁽¹⁾.

ثانياً: عدد بوابات الحراسة:

قلصت الإنترنت إلى حد كبير من عدد البوابات الإعلامية التي تمر بها المادة الإعلامية، فلم يعد من الضروري مرورها بعدة بوابات من المصدر إلى الإعلامي، فالأقسام الإعلامية والصحفة المتعددة التي تتخذ قرارات حيال المادة، ثم الأقسام الإنتاجية المختلفة، حيث يمكن أن تختزل هذه البوابات في بوابة واحدة أو أكثر، تتجمع فيها مفردات عملية حراسة البوابة"⁽²⁾. هذا الأمر جعل هناك "سرعة في انجاز الموضوعات الصحفية، سواء أكان ذلك من ناحية المضامين وذلك بالرجوع إلى ما يوفره الكمبيوتر من موضوعات لخلفيات الأحداث أو في عملية النقل والبت المباشر من مواقع الأحداث حال وقوعها وبالسرعة في معالجة المعلومات والبيانات والسرعة في اتخاذ قرار النشر بسبب السرعة في الحصول على المعلومات ومعالجتها"⁽³⁾.

ثالثاً: طريقة توصيل الأخبار والمعلومات:

أفرزت البيئة الإعلامية الإلكترونية أشكالاً ووسائل جديدة من توصيل الأخبار والمعلومات، لم تعهدها وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبح بمقدور القائم بالاتصال دفع المادة الإعلامية باستخدام الـ (Push Technology) والبرامج الجديدة التي تساعد في توصيل المادة الإعلامية إلى الجمهور بطريقة جديدة، وعلى أسطح أجهزة حواسيبهم مثل برامج (Point Cast)، وهي آلية تساعد كل من القائم بالاتصال، والجمهور على المشاركة في اتخاذ القرارات الإعلامية بشأن ما يبث وما يقرأ وما يشاهد"⁽⁴⁾. "وبالرغم من أن معظم الدول تستخدم وسائل مختلفة لفرض الرقابة على عمل القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية، ومنع وصول بعض الجماهير إلى مواقع معينة، إلا أن تلك الرقابة ما تزال هي الأصعب من ناحيتها حيث من الصعب إحباطها وإفشالها"⁽⁵⁾. ويرى الباحث أن التطور في طريقة إيصال المعلومات من قبل القائم بالاتصال للجمهور ساعد بشكل أساسي في تطوير الفنون الخبرية وطريقة تقديمها للجمهور، لتظهر بذلك

(1) حسين سعد، قابله علاء عيد (10 سبتمبر 2015).

(2) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص150).

(3) هاشم، انعكاس البيئة الاعلامية على القائم بالاتصال ... (ص116).

(4) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص151).

(5) أبو حمام، تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الإنترنت العربية... (ص34).

الميزة التنافسية لدى القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية في مدى قدرتهم على الإبداع في تطويع تلك الطرق من أجل جذب الجمهور نحو مواقعهم الإخبارية.

رابعاً: المضمون الرقمي وحراسة البوابة:

مع تزايد الاعتماد على المعالجة الرقمية في البيئة الإلكترونية، تغيرت مراحل العمل التقليدية في مجال حراسة البوابة، سواء في طريقة إنتاج المواد أو استهلاكها، كما أثرت في كم وكيفية وسرعة إنتاج هذه المواد، وكذلك في طريقة استقبالها أو بثها، وسهولة التعامل معها وتحريرها وصياغتها ونسخها واسترجاعها⁽¹⁾، هذا الأمر أوجد إشكالية في أخلاقيات العمل الإعلامي في الحفاظ على خصوصية الأفكار الإعلامية، وسرقة الأخبار، حيث يؤكد (د. ماجد تريان): "أن تفرد القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية في اتخاذ القرار قد ينتج عنه تعديلاً على ممتلكات الآخرين ونسبها لغير أصحابها من القائمين بالاتصال الأصليين، إضافةً إلى التعديل المشوه والمحرف لمضمون المادة الإعلامية"⁽²⁾. ويرى الباحث أنه في ظل العالم الافتراضي المفتوح أصبح من السهل جداً - خاصة في المواقع الإخبارية الفلسطينية التي ينشئها الهواة والراغبين في الربح - الحصول على الأخبار من المواقع الإخبارية الأخرى، والتعديل فيها، ومن ثم إعادة نشرها، وهذا يعتبر انتهاكاً صارخاً لقوانين العمل الإعلامي.

خامساً: طبيعة عمل حارس البوابة:

بالرغم من السمات الخاصة والتميزة للبيئة الإعلامية الإلكترونية، فإن حراس البوابة في هذه البيئة لا يزالون يقومون بنفس المهام في بيئة العمل لوسائل الإعلام التقليدية، وإن حدث تغير في أولويات بعض المراحل عن غيرها، وزادت أهمية بعضها عن غيرها، كما أضيف إليها مراحل أخرى باعتبار إن للبيئة الإعلامية الإلكترونية سماتها الخاص، والتي ترض مهام جديدة على حراس البوابة العاملين بها، بحيث لم يقتصر عملهم على اتخاذ قرار بنشر مادة معينة، وحجب غيرها، إذ أصبح عليهم اتخاذ قرارات أخرى تتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة، والروابط المتضمنة فيها، والصور الرقمية الخاصة بها، ونوعية الأصوات المصاحبة.. إلخ⁽³⁾. "وقد يجري الحجب والتعديل أيضاً بسبب بعض المحددات السياسية أو الاجتماعية مثلما فعل موقع (ويكيليكس) أيضاً حينما امتنع عن نشر الكثير من الوثائق خصوصاً المتعلقة بإسرائيل"⁽⁴⁾.

(1) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص151).

(2) ماجد تريان، قابله علاء عيد (20 أغسطس 2015).

(3) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص152).

(4) أبو حمام، تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الإنترنت العربية... (ص33).

سادساً: الأشكال والصيغ الإعلامية:

لقد أثرت البيئة الإعلامية الجديدة على طبيعة العمل الإعلامي، وعلى الأساليب الإعلامية والتحريرية المستخدمة في العمل الإعلامي، حيث أصبح أقل رسمية، وروتينية، مع تراجع في تأثير بعض العوامل التنظيمية والمؤسسية والروتينية على منتجاتها، في مقابل تزايد الاعتبارات الشخصية والذاتية، توفر العديد من الخيارات أمام القائم بالاتصال، أثناء اتخاذ قرار بتمرير مادة إعلامية ما، سواء فيما يتعلق بنشرها، أو توقيتها، والاحتفاظ بها، أو إبرازها في عدة أشكال أو توزيعها، أو بثها، وهو ما يجعله يعمل في بيئة تطلق ملكاته وقدراته الإعلامي، ولا تقيد به قيود مثل المساحة أو التوقيت أو أمر طبع أو موعد توزيع⁽¹⁾.

سابعاً: علاقة حراسة البوابة بالأطراف التقليدية في العمل الإعلامي:

فقد غيرت البيئة الإعلامية الإلكترونية من الصورة القديمة للعلاقة بين حراس البوابة وغيرهم من الأطراف المنخرطة في حراسة البوابة، ففيما يتعلق بالمصادر، تغيرت نوعيتها، بحيث أصبح معظمها من النوع الإلكتروني، وفيما يتعلق بعلاقة حراسة البوابة بالجمهور، فإنه من بين الملامح الأساسية في البيئة الإعلامية الإلكترونية، هي تراجع التوجه الأحادي القديم، حيث أصبح يتخذ شكلاً تفاعلياً وتبادلياً للمواقع كمصدر وكمتلقي، ما تغيرت حركة اضطلاع المثالث التقليدي في العلاقة بين المصادر وحراس البوابة والجمهور، حيث أصبح بمقدر الجمهور الاتصال المباشر بالمصادر الأصلية دون المرور بحراسة البوابة، ولم يعد الجمهور متلقياً سلبياً، في هذه العلاقة، بحيث أصبح بمقدوره تقرير ما يتعرض له، ويتوافق مع اهتماماته⁽²⁾.

ثامناً: فضائية النشر:

ويعني ذلك - من وجهة نظر الباحث - أن القائم بالاتصال يستطيع أن ينشر الخبر على صفحة الموقع الإخباري أئى تواجد، في البيت، أو المقهى، أو مكتبه في العمل، أو في أثناء إجازته بمجرد وصول الخبر إليه، والتواصل مع المصادر المختلفة للتحقق من ذلك الخبر، وذلك لأن القائم بالاتصال لديه لوحة تحكم خاصة به، يتم الدخول عليها من خلال اسماً وكلمة مرور خاصة به، فمجرد الحصول على المعلومات أو الأخبار يستطيع الدخول إلى لوحة التحكم الخاصة به، ونشر الخبر بسهولة، دون الحاجة إلى الذهاب إلى مقر الصحيفة، والحصول على أمر النشر، وانتظار صدور الصحيفة، وهذا يحقق للقائم بالاتصال سبق الصحفي أينما تواجد. "إذ يقوم

(1) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص153).

(2) المرجع السابق، ص154-155.

النشاط الصحفي على مفهوم الحركة المستمرة وعدم الثبات، والتنقل. وتسمح المعلوماتية المحمولة في مختلف الأنشطة الميدانية كالتحقيقات والريپورتاجات، وكأن الصحفي يصطحب معه مكتبه برمته مما يساعده من التحرر من قيود المكان"⁽¹⁾.

(1) الحمامي، قضيتان للطرح والحوار ... (ص 7-8).

المطلب الثاني: أخلاقيات القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية

إن التزام القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية بمعايير ومبادئ أخلاقية المهنة يشكل مصلحة عامة لكل وسائل الإعلام، ولالإعلاميين بشكل عام، لذلك برزت العديد من الدعوات من الباحثين وأصحاب القرار إلى ضرورة إيجاد صيغة تحكم التزام القائمين على المواقع الإلكترونية الإخبارية بأخلاقيات مهنة الإعلام، وقد حدد الباحثان أرانت وأندرسون القضايا الرئيسية بالنسبة لصناعة الأخبار على الإنترنت وهي(1):

- 1- التوصل إلى بروتوكولات أخلاقية في مجال النشر الإلكتروني وصناعة الأخبار على شبكة الإنترنت، والمواقع الإخبارية، وأن تعالج هذه البروتوكولات القضايا والمشكلات التي تواجه العمل في الوسائل الاتصالية الجديدة.
- 2- التوصل إلى وسائل للتأكد من صحة الحقائق، وتحرير الأخبار على الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.
- 3- تحديد سياسات غرف المناقشة بشكل واضح.
- 4- التوصل إلى صيغة محددة لبيع المعلومات والمواد الأرشيفية.
- 5- التوصل إلى معايير مهنية حول تشكيل الصور والتلاعب فيها.

لذلك يجب على القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الالتزام بمجموعة من المواثيق التي تحكم عملية جمع الأخبار وإنتاجها، ونشرها على الإنترنت، ويوردها أ.د سليمان صالح فيما يلي(2):

1- التأكد من صحة المعلومات:

حيث أشارت المواثيق إلى ضرورة أن يلتزم محررو المواقع الإخبارية بالتأكد من صحة ما ينشرونه من حقائق ومعلومات وأخبار، وها ما أكده الإعلان الصادر عن مؤتمر معهد (بونيتير) عام 1997م، حيث أشار إلى أن المادة إذا وضعت على الموقع أو الإنترنت والقيام بتحريرها أو اختصارها، أو إجراء أي تغييرات عليها، فإنه لا بد من التأكد من الالتزام بالمعايير المهنية، والتأكد أن هذه التغييرات لا تؤدي إلى التقليل من دقة المادة أو مصداقيتها.

(1) Arant & Anderson, Online media ethics: A survey of us daily newspapers editors (p.82).

(2) صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام (ص 299-301).

2- البحث عن الحقيقة:

أشارت بعض الموثيق والإعلانات إلى أن الصحفيين في الصحف الإلكترونية، والمواقع الإخبارية يلتزمون مهنيًا وأخلاقياً بالبحث عن الحقيقة، وأضاف إعلان معهد (بونيتير) إلى ضرورة الالتزام بالتغطية الشاملة والعادلة للأحداث والاستقلال عن مصادر المعلومات.

3- الدقة:

تعتبر الدقة من أهم المعايير التي أجمعت عليها الموثيق خلال القرن العشرين، ومع ذلك فإن هناك حاجة ملحة لتوضيح مفهوم الدقة، خاصةً في المعلومات التي تنشرها المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية؛ فبسبب غزارة المعلومات أدى ذلك إلى عدم دقتها، فمن هو المسئول عن دقة المعلومات عبر الإنترنت؟ ومن المسئول عن الأخطاء والأضرار؟. ومع ذلك فقد أشار إعلان معهد (بونيتير) أن محرري الصحف الإلكترونية يتعهدون بأن تكون قواعد البيانات دقيقة ويتم تحديثها بشكل مستمر، بالإضافة إلى القيام بعملية تقييمها من قبل القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية.

4- مصادر المعلومات:

سارت الصحافة الإلكترونية على نهج الصحافة التقليدية بالحفاظ على أسرار المصادر وحمايتها، فقد أشار ميثاق (ACM)* إلى التزام القائم بالاتصال باحترام سر المهنة، وأن لا يكشف عن مصادر المعلومات أو المعلومات التي تطلب عدم الكشف عنها.

5- منع الضرر:

هناك اتفاق في الموثيق التي تناول الصحافة الإلكترونية على هذا المبدأ، فمنها على سبيل المثال نص ميثاق (ACM) على أن عضو المنظمة يتعهد بتجنب تعرض الآخرين للضرر، أما ميثاق معهد (بونيتير) فطور هذا المبدأ حيث نص على التزام القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية بالتحكم التحريري في المواد الضارة، والالتزام بتحذير الجمهور من المواقع التي يمكن أن تتضمن مواد مسيئة أو مضرّة.

* هيئة الحوسبة الآلية Association of Computing Machinery أكبر هيئة على مستوى العالم في الحاسبات الآلية، وتقدم الكثير من الموارد الخاصة التي تساعد في تعلم الحاسبات كعلم ومهنة، ويمكن من خلالها تحقيق التنمية المهنية وتعزيز السياسات والبحوث التي تفيد المجتمع. كما تستضيف هيئة الحوسبة الآلية أكبر مكتبة رقمية رائدة في صناعة الحوسبة تقوم بإمداد أعضائها من العلماء والمهنيين والخبراء بالدوريات والمجلات والمؤتمرات وورش العمل والمنتديات الإلكترونية، ومراكز التعلم، وتشر هيئة الحوسبة الآلية أكثر من 50 دورية تقدم بحوثاً أصلية ووجهات نظر المفكرين والرواد في تقنية الحوسبة والمعلومات من جميع أنحاء العالم.

إن المسؤولية الأساسية التي تقع على عاتق القائم بالاتصال في أي مجتمع ديمقراطي هي نقل المعلومات بدقة ونزاهة وإنصاف، لذلك إن تمسك الصحافة بالمبادئ الأخلاقية والمهنية عنصر أساسي لنجاح عمل المواقع الإخبارية على المدى المنظور، ويقول جون بيرتران أستاذ القواعد الأخلاقية في معهد الصحافة الفرنسي في جامعة باريس إن القواعد الأخلاقية تشمل على ثلاثة عناصر أساسية هي (1):

- أ- القيم الأساسية: احترام الحياة، والتضامن الإنساني.
 - ب- محظورات أساسية: أن لا تكذب أو تسبب أذى أو تنتحل لنفسك أعمال شخص آخر.
 - ج- مبادئ صحفية: الدقة والنزاهة والاستقلالية.
- وترى الدكتورة (أمل خطاب) أنه يجب على القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الالتزام بأخلاقيات المهنة، من خلال ما يلي (2):
- 1- عدم الاستغلال غير الأخلاقي لتكنولوجيا الصحافة مثل التزييف الإلكتروني للمواد الصحفية المصورة، سواء كانت صوراً فوتوغرافية، أو رسومات باستخدام الحاسبات الإلكترونية.
 - 2- عدم سرقة وثائق مجهولة المصدر، سواء كانت وثائق مطبوعة أو إلكترونية، مثل أقراص واسطوانات الكمبيوتر إلا بعد التحقق منها.
 - 3- حماية سرية المصادر وعدم الكشف عنها إلا كبديل أخير.
 - 4- عدم الابتزاز أو الملاحقة أو المطاردة أو التصوير في أماكن خاصة دون الحصول على موافقة أصحابها إلا في ضوء بعض الظروف، وعدم نشرها على صفحات المواقع الإخبارية إلا بعد توفير غطاء قانوني لأخباره.
 - 5- احترام خصوصية الأفراد، وعدم الخوض في جوانبهم الشخصية، أو استهداف أخبار أسرهم وممتلكاتهم، حيث إن الانترنت فضاء شاسع لجميع الجماهير، مما يعرض خصوصيتهم للانتهاك.
 - 6- تجنب التمييز العنصري من خلال تعمد إهمال تقديم تغطية خبرية لبعض الجماعات، أو الأقليات السياسية أو الدينية أو الطبقية.
 - 7- الاعتراف بالأخطاء والعمل على تصحيحها والإشارة إليها عبر الموقع الإخباري بوضوح، حتى يكسب مصداقية أعلى لدى الجماهير.

(1) الدبسي، المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية... (ص92-93)
(2) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (25-26)

المطلب الثالث: الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية

إن الأداء المهني للقائم بالاتصال هو الوسيلة التي يمكن من خلالها الحكم على سلوك الصحفي، ومدى التزامه بالمعايير الخاصة بالعمل الإعلامي، وقبل الخوض في الحديث عن الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية لابد من توضيح مفهوم الأداء المهني.

أولاً: مفهوم الأداء المهني:

يشير مفهوم الأداء المهني (Profession) إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير، وكذلك تقتضي توافر مهارات معينة تكتسب جزئياً من خلال الدورات التدريبية التي تستند إلى أسس نظرية، وليس من خلال الممارسة فقط. ويشير المفهوم إلى الوظائف أو المهن ذات المكانة العليا التي تشتمل على خبراء مدربين تدريباً فنياً متخصصاً، ويقوم بدور متخصص جداً في المجتمع، وتحتاج المهن الفنية العليا إلى معارف وخبرات ومهارات متعددة بتطلبها المجتمع⁽¹⁾.

ويرى الباحث من خلال التعريفات السابقة أن الأداء المهني سلوك وظيفي هادف يقوم به الفرد لإنجاز العمل المكلف به، فبناء على هذا المستوى يتحدد أداء الفرد وجودته، وهذا يتوقف على عدة عوامل خارجية تتضمن مؤثرات البيئة الخارجية كمناخ العمل، والعلاقة بالزملاء والرؤساء والتجهيزات، ومستوى الضغوط التي يتعرض لها، وعوامل داخلية: تتضمن قدرات ومهارات الفرد، واستعداده واتجاهاته نحو العمل، ورضاه الوظيفي، ونوع التعلم والخبرات المكتسبة، والوسط الثقافي الذي عايشه.

ثانياً: تعريف الأداء المهني للقائم بالاتصال:

هو تلك العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة والتي تتضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة المهنية وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز تلاءم السلوك المهني وتطور الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسة الإعلامية، وأهم العوامل التي تؤثر به: التأهيل والتدريب،

(1) خوخة، الرقابة في المؤسسات الصحفية (ص26).

والإشراف، والعمل في أكثر من وظيفة، وطرق الالتحاق بالوظيفة، الضغوطات والصعاب التي تعترض العمل، والعلاقة بين الزملاء والرؤساء⁽¹⁾.

كما يقصد بالأداء المهني: هي الممارسة الصحفية بمعنى إنتاج المادة الصحفية منذ أن تكون فكرة، وجمع المعلومات والحقائق من مصادرها ومعالجتها في شكل فني معين، وعرضها على صفحات الصحيفة في شكل جذاب ومشوق⁽²⁾.

ويطرح (أحمد زكريا) مفهوماً للأداء الإعلامي بأنه: "مخرجات العملية الاتصالية أو المنتج النهائي لهما متمثلاً في النص الإعلامي، الذي يعد نظاماً عاماً تتكون ملامحه وخصائصه نتيجة تفاعل عوامل أو نظم داخلية عديدة تدخل في تكوينه، بالإضافة إلى عوامل أو نظم أخرى مثل الإدارة الصحفية، والإعلانات، والتوزيع، والتكنولوجيا المطبقة"⁽³⁾.

أما عن الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية فإن الكثير من الدعوات أصبحت تركز على تطوير المهارات التقنية للعاملين في الإعلام الإلكتروني، وكأن هذا الإعلام يقوم فقط على التفوق التقني.. وإذا كان هذا صحيحاً؛ فلم لا يقوم بصناعته المطورون والمصممون والتقنيون الماهرون بالتكنولوجيا أكثر من أي أحد آخر؟.

الإجابة بالطبع كما يوضحها الدكتور (شريف اللبان) بأنه: "لا يمكن هذا، لأن صناعة الإعلام الإلكتروني تستعين بالمهارات التكنولوجية، شأنها شأن بقية القطاعات الإعلامية في الوسائل الأخرى، وإنما عمل القائم بالاتصال ينبثق من المهنية الصحفية الإعلامية والفهم لسمات واحتياجات الجمهور، وتطبيق السياسات التحريرية وأهداف الموقع، فضلاً عن مواكبة التغيرات التكنولوجية الدائمة والتي تؤثر في صناعة الرسالة"⁽⁴⁾.

ويرى د. (عسان حرب) المحاضر الإعلام بجامعة الأقصى بأن: "الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية يحتاج إلى إتقان الصحفي التقليدي لبعض المهارات التكنولوجية التي تساعده على القيام بمهامه الإعلامية، كالقدرة على استخدام الحاسوب، ونشر الخبر على

(1) وافي، الإعلام الفلسطيني والأداء المهني في انتفاضة الأقصى: دراسة ميدانية ... (ص25).

(2) خوخة، الرقابة في المؤسسات الصحفية (ص28-29).

(3) أحمد، تحرير المجلات النسائية العامة في مصر، وأثره على الصحافة في أداؤها الصحفي ... (ص95).

(4) اللبان، الإعلام الجديد بين التقنية والمهنية والتشريع (على الإنترنت).

صفحة الموقع الإلكتروني من خلال لوحة تحكم خاصة بكل صحفي، وقدرته على التعامل مع بعض البرامج الخاصة بتحرير الأخبار الإلكترونية⁽¹⁾.

أما (السيد بخيت) فيرى أن " الصحفي في المواقع الإخبارية أصبح مطالباً بتمكنه من الأدوات الحديثة من معرفة جيدة بالحاسب الآلي، وقدرته على الكتابة بشكل جيد على أحد برامج الكتابة على الكمبيوتر، وعلى استخدام الإنترنت بشكل جيد، وأحياناً ببعض برامج الجرافيك لاستخدامها في إدخال صورة على الكمبيوتر وتعديلها من حيث الحجم والشكل لتناسب النشر على الإنترنت، كما أنه يجب أن يكون لديه بريد إلكتروني يفتحه بصفة منتظمة ليطلع على رسائل القراء، وفي حالة عدم انتظامه في فتح هذا الإيميل غالباً يتم غلقه بشكل تلقائي من الشركات التي تعطي هذه الخدمة مثل الياهو والهوتميل ومكتوب وغيرها. وقد يخسر الصحفي الذي لا يرد على رسائل القراء على شبكة الإنترنت كثيراً حيث يفقد مصداقيته لدى القارئ، على العكس في الصحيفة المطبوعة حيث تصل أحياناً مئات الرسائل ولا يوجد الوقت لدى المحرر للرد عليها، والقارئ غالباً ما يكون قد نسي أنه أرسل رسالة بعد فترة من الزمن." (2)

هذا الأمر يتطلب مزيداً من الاهتمام بالجانب التقني للقائم بالاتصال من قبل إدارة المواقع الإلكترونية الإخبارية، وهذا ما أكده د. (شريف اللبان) حيث يرى أنه " لا بد أن تقوم المواقع بدور أكبر في تدريب محرريها والعاملين بها، ومحاولة تحسين أوضاعهم المادية والتأمين عليهم، فضلاً عن الاهتمام بعقد اجتماعات دورية حول أساسيات العمل، مثل تحديد طبيعة الجمهور ومتطلباته، وأهداف الموقع، ومناقشة السياسة التحريرية، وتقييم العمل بشكل دوري، والاهتمام بقياس الرضا الوظيفي"⁽³⁾.

فالأداء المهني يتحقق من خلال مجموعة من العناصر مجتمعة وهي⁽⁴⁾:

- 1- العنصر البشري (الأفراد) بمختلف فئاتهم، ونوعياتهم، ومهاراتهم ومستوياتهم الوظيفية.
- 2- الأعمال (الوظائف) التي تؤدي بواسطة هؤلاء الأفراد على اختلاف درجاتهم من الأهمية، والتعقيد والتشابك.
- 3- المعدات والتجهيزات، والموارد المالية التي يستعين بها الأفراد في أداء الوظائف.

(1) غسان حرب، قابله علاء عيد (9 سبتمبر 2015).

(2) بخيت، كيف تصبح صحفياً إلكترونياً؟. (على الإنترنت).

(3) اللبان، الإعلام الجديد بين التقنية والمهنية والتشريع (على الإنترنت).

(4) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (ص21).

وهناك عدة مستويات وآليات حددها الدكتور (محمود علم الدين) لتقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال وهي (1):

المستوى الأول: التقييم السريع أو الفوري للأداء المهني وذلك من خلال:

- 1- أرقام توزيع الجرائد.
- 2- اجتماعات مجالس التحرير.
- 3- ردود فعل القراء من خلال رسائلهم، أو مكالماتهم التلفونية.
- 4- بالنسبة للصحف المنشورة على شبكة الإنترنت يكون رد الفعل الفوري من خلال رصد عدد المترددين على الموقع الخاص بالصحيفة، وتعليقاتهم، ورد فعلهم من خلال البريد الإلكتروني.

المستوى الثاني: التقييم المستمر أو الدوري للأداء الصحفي:

ويتم ذلك من خلال التقييم المستمر، وبشكل دوري للتعرف على رجع الصدى للأداء الصحفي من خلال توظيف بحوث الاتصال الجماهيري وهي: بحوث القائم بالاتصال، وبحوث المضمون، وبحوث القراء، والتبوغرافياً..إلخ.

المستوى الثالث: التقييم الاستراتيجي للأداء المهني:

وذلك من خلال رصد إيجابيات الأداء المهني الصحفي وسلبياته في إطار معايير داخلية وخارجية للتقييم.

ثالثاً: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية الإلكترونية:

في الوقت الذي ضخمت فيه البيئة الإعلامية الجديدة من أهمية تأثير بعض العوامل على القائم بالاتصال، فقد تراجع تأثير بعض العوامل الأخرى. ومن بين العوامل التي تراجع تأثير قيود المساحة، أو ساعات البث، حيث تبدو ساحة النشر والبث على الإنترنت وكأنها بلا حدود، عن طريق استخدام الإحالات والروابط، والتي تسمح بنشر النصوص الكاملة للأعمال الإعلامية، كما ترشد القارئ إلى خلفية المعلومات والتفاصيل الملحقة والوثائق الأصلية وكل أشكال البيانات التي تجعل التغطية الإعلامية متكاملة، كما تزايدت قدرة الوسائل الجديدة، على نشر الأخبار والموضوعات التي لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية نشرها، كما تراجع تأثير نفوذ المصادر على عملية حراسة البوابة، بفعل تعدد المصادر، وكذلك تراجع تأثير بعض القيود الروتينية مثل

(1) علم الدين، مدخل إلى الفن الصحفي (ص319).

موعد الطبع أو الإذاعة، ومن ناحية أخرى زادت البيئة الإعلامية الإلكترونية من بعض ضغوط حراس البوابة مثل ضرورة التكيف مع مقتضيات سرعة البث، والنشر على الويب، حيث أصبح عامل السرعة في البيئة الإلكترونية من أهم العوامل التي تتدخل في معايير اختيار الأخبار ونشرها، إذ أصبح بمقدور حارس البوابة بث المادة الإعلامية على مدار الساعة، ليلاً أو نهاراً، وبمجرد الحصول عليها، وإصدار أكثر من طبعة من ذات العدد، بدون التقيد بعوامل أخرى، كما يمثل تحدياً في ذات الوقت لأهم القيم المهنية، وهي تحري الدقة، وضرورة التثبت من المعلومات قبل بثها أو نشرها.

ومن الضغوط الأخرى التي يتعرض لها حارس البوابة في البيئة الإعلامية الإلكترونية، جدة وحداثة الأدوات الفنية والتكنولوجية التي يتم توظيفها إعلامياً، فضلاً عن تغييرها وتطويرها المستمر، وكذلك كيفية مجابهة المنافسة مع الوسائل الإعلامية وغير الإعلامية الأخرى والموجودة على الإنترنت والتي تتراكم يومياً في الساحة الجديدة، فضلاً عن ضغوط الطلب المتزايد للحصول على الربح. كما يواجه القائم بالاتصال ضغوط كيفية إثبات مصداقيته الإعلامية وسط زخم هائل من الوسائط الإعلامية المتدفقة على الإنترنت، وكذا تحدي كيفية التثبت من مصداقية المصادر التي يتعامل معها، وخاصة المجهلة منها، وضخامة المعلومات التي تتدفق إليه، والتي تحتاج إلى جهد هائل في تبويبها وفهرستها، فضلاً عن تقييمها، وكذا الخلط بين المستقبلين والمرسلين كحراس بوابة، وعدم وجود فاصل دقيق بين الوظائف التحريرية والتسويقية والإعلانية⁽¹⁾.

وفيما يلي توضيح للعوامل التي تؤثر على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين:

أولاً: العوامل الذاتية:

تؤدي الخصائص الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل: النوع، والجنس، والعمر، والدخل، والطبقة الاجتماعية، والتعليم، والانتماءات الفكرية، أو العقائد، والإحساس بالذات⁽²⁾.

أما في البيئة الإلكترونية فيرى الدكتور حسين سعد بأن: "هذه العوامل تلازم القائم بالاتصال وتصاحبه منذ نشأته، وتتبلور معه في مراحل حياته المختلفة، إلى أن تصل به إلى المرحلة المهنية، فتؤثر بشكل أو بآخر في سلوكه الإعلامي، وطبيعة معالجة الأخبار، وحتى

(1) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة- الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص158-159).

(2) المزاهرة، نظريات الاتصال (ص270).

انتقائها من خلال مصادرها المتنوعة، وعلى الرغم من فضائية المصادر، وتنوعها، وغازرة المعلومات عبر شبكة الإنترنت، إلا أن القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية لا يتجه نحو أخبار تتعارض مع معتقداته الدينية، أو انتمائه الفكري؛ فهو يسعى لتحقيق ذاته من خلال اختياره للأخبار والموضوعات التي تتماشى مع العوامل سابقة الذكر⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن هذه العوامل من شأنها أن تؤثر في طريقة القائم بالاتصال في البحث عن الأخبار، والقنوات التي يسلكها من أجل التحقق من تلك الأخبار، فيلفظ القائم بالاتصال أحياناً بعض المعلومات التي تتعارض مع تلك العوامل، وقد يقوم بالتعديل فيها حسب قناعاته الناشئة عن تلك العوامل. إلا أن بيركوتز (Berkowitz) ومن خلال دراسة أجراها حول تأثير العوامل الذاتية على القائم بالاتصال يرى: "أن ذلك لا يمكن أن يتحقق في دول العالم الثالث إلا نادراً لأن اختيار القصة الإخبارية ينتج عنه نشاط جماعي أكثر من كونه قراراً فردياً"⁽²⁾. إلا أن الباحث يرى أن ذلك قد يتحقق في المواقع الإخبارية الفلسطينية التابعة لفصيل أو حزب معين، حيث إن غالبية القائم بالاتصال في الموقع الإخباري الحزبي ينتمون لذلك الحزب أو الفصيل، وبالتالي فالقرارات تأخذ صفة الشخصية الفردية، ويتم تعميمها على باقي أفراد الموقع الإخباري. وهذا ما يؤكد الأستاذ أحمد أبو عامر مدير تحرير موقع فلسطين الآن الإخبارية: "بأن تلك العوامل تعتبر لبنة أساسية في تركيبية شخصية القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، خاصة الانتماء الحزبي، حيث نجد أن القائم بالاتصال يقف موقف المدافع أثناء تغطية الأخبار الخاصة بالحزب أو الفصيل الذي ينتمي له، أو يعتقد بمعتقداته، إضافةً إلى أنه قد يتجنب الخوض في الأخبار أو تفاصيل الأخبار التي تسيء أو تمس هذا الحزب أو الفصيل، بناءً على أمرين: الأول: انتماء الشخص للحزب، الثاني: سياسة الحزب الإعلامية الواضحة في تركيبية الموقع الإخباري"⁽³⁾.

ثانياً: معايير المجتمع وقيمه وعاداته:

تعتبر معايير المجتمع، وقيمه وعاداته من أهم العوامل التي تؤثر على الأداء المهني للقائم بالاتصال في وسائل الإعلام بشكل عام، وفي البيئة الإلكترونية بشكل خاص، خاصة وأن هذه البيئة تتميز بفضائية النشر، فلا تحكمها روابط، أو حدود، ولا تشريعات، هذا الأمر يتطلب من القائم بالاتصال الحفاظ على قيم المجتمع، وعاداته، من خلال نشر الأخبار التي تحافظ على تلك القيم، والعادات، والابتعاد عما من شأنه أن يؤثر سلباً على تلك القيم والعادات.

(1) حسين سعد، قابله علاء عيد (10 سبتمبر 2015).

(2) عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة ... (ص202).

(3) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015).

ويرى الأستاذ (أدهم حسونة) أن: "المواقع الإخبارية الفلسطينية تنتهج سياسة واضحة وثابتة في الحفاظ على قيم المجتمع الفلسطيني، وتعمل على دعمها، من خلال طرح القضايا المجتمعية، والعمل على معالجة تلك القضايا بما يخدم المجتمع الفلسطيني، وتحارب كل القيم السلبية الدخيلة عليه"⁽¹⁾.

ويضيف الأستاذ (محمد عيد) الصحفي في جريدة فلسطين أن: "المواقع الإخبارية قد تضطر إلى التضحية بسبق صحفي إلكتروني تتوافر فيه كل المقومات الصحفية، وتتعمد تجاهل ذلك الخبر، وإهماله، من أجل الحفاظ على قيم المجتمع، وأمنه، ويضرب مثلاً على ذلك في قضية الفتاة التي تم اختطافها من معسكر البريج، حيث توافرت جميع الخيوط لتلك الحادثة، إلا أن المواقع الإخبارية لم تقم بنشر التفاصيل كاملةً، حفاظاً على سمعة الفتاة وأهلها، ومنعاً لبلث الفرع بين صفوف المواطنين، واكتفت بسرد التفاصيل الواردة من الجهات الرسمية، والالتزام بتعليمات النشر بخصوص هذه القضية"⁽²⁾.

هذا يعني أن القائم بالاتصال يعاني "ضغطاً يكاد يكون مزمناً خاصةً وأن العمل في بيئة إعلامية مليئة بالتناقضات والمفاجآت، والقوانين المعطلة يجعله أمام اجتهادات كثيرة، ومحاذير قد تصطدم في بعض الأحيان بقيم المجتمع، لذلك يحاول القائم بالاتصال أن يمارس عمله الإعلامي وفق مفهوم "الانتقائية" للرسائل الإعلامي التي تتسجم مع قيم المجتمع، والابتعاد كلما أمكن عن الرسائل الإعلامي التي تثير الحساسية لدى المجتمع"⁽³⁾.

ويرى الباحث أن هناك بعض القضايا والأخبار التي تتحاشى المواقع الإخبارية الخوض في تفاصيلها، خاصةً التي تمس الشرف، أو تتعلق بقضايا القتل على خلفيات الانقسام الفلسطيني، أو بعض القضايا السياسية، والأزمات المتلاحقة لقطاع غزة، حفاظاً على تماسك المجتمع الفلسطيني خاصةً في أوقات الأزمات والحروب.

ومن ناحية أخرى نجد أن بعض المواقع الإخبارية كموقع صحيفة دنيا الوطن أصبحت تخوض في تفاصيل بعض القضايا الشائكة، وتعالج ملفات الفساد بجرأة، وهذا ما يؤكد الأستاذ محمد أبو جربوع الصحفي فيها بقوله: "أن صحيفة دنيا الوطن الإلكترونية انتهجت نهجاً جديداً في معالجتها لقيم المجتمع، حيث راحت تغوص في تفاصيل تلك القضايا، وتفتح تحقيقات حصرية

(1) ادهم حسونة، قابله علاء عيد (11 سبتمبر 2015).

(2) محمد عيد، قابله علاء عيد (10 سبتمبر 2015).

(3) الزويني، حرية الإعلام بين المرغوبية ... (ص802).

لها، مدعمةً تفاصيلها بالصور، وأحياناً تحصل على موافقة خطية من أصحاب القضية من أجل تسليط الضوء عليها، وتقوم بإرفاق تلك الموافقة إلى جوار الخبر⁽¹⁾.

من خلال العرض السابق يرى الباحث أن القائم بالاتصال أمام أمرين: أحدهما رغبة الجمهور في التعرف على تفاصيل الحوادث والأخبار، وثانيهما: حواجز وقيم المجتمع التي تفرض عليه أحياناً عدم التعرض لتلك الأخبار، أو عدم الغوص في تفاصيلها، حفاظاً على تلك القيم والعادات.

ثالثاً: المعايير المهنية:

يتعرض القائم بالاتصال إلى مجموعة من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع السياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، وقد حصرها الباحثون في نوعين هما⁽²⁾:

1- **الضغوط الخارجية:** وتشمل السلطة السياسية، والجمهور، ونظام المجتمع، والنقد، ومصادر الأخبار.

2- **الضغوط الداخلية:** وتشمل سياسة المؤسسة التحريرية، والإنتاج، والمهنة، والمتابع الشخصية، وعلاقات العمل.

ويرى الأستاذ (أدهم حسونة) أن: "هذه العوامل تؤثر بشكل أساسي على أداء القائم بالاتصال مهما اختلفت الوسيلة الإعلامية، ولكن قد تظهر بدرجات متفاوتة من وسيلة إعلامية لأخرى، فعلى سبيل المثال نجد أن مساحة النقد المخصصة على المواقع الإلكترونية الإخبارية تأخذ حيزاً أكبر مقارنةً بالصحف والإذاعة، وهذا يمثل ضغطاً كبيراً على القائم بالاتصال، فيتحرى الدقة والموضوعية، ويراعي اتجاهات مختلف الجماهير، لأنه لا يخاطب جمهوراً محددًا، وإنما يخاطب جمهوراً متنوعاً وأكثر عدداً، مقارنةً بوسائل الإعلام الأخرى"⁽³⁾.

كذلك يوضح الدكتور (غسان حرب) بأن: "الإنتاج في المواقع الإخبارية يحتاج إلى امتلاك مهارات صحفية وتكنولوجية تختلف عن وسائل الإعلام الأخرى، إضافةً إلى التنوع والغزارة في عرض القضايا والموضوعات، والتوسع فيها، خاصةً في انتشار المواقع الإخبارية الفلسطينية، والتنافسية اللامحدودة. ويضيف بأن التكنولوجيا التطبيقية الحديثة للنشر الإلكتروني أدت إلى

(1) محمد أبو جريوع، قابله علاء عيد (10 سبتمبر 2015).

(2) الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور ... (ص212).

(3) أدهم حسونة، قابله علاء عيد (11 سبتمبر 2015).

ظهور بعض التطبيقات البرمجية الخاصة بالتحليل الإلكتروني للمواقع الإخبارية، كما أتاحت بعض الشركات على شبكة الإنترنت خدمة تصميم المواقع الإخبارية، مقابل عائد مادي أهمها شركة مجد سوفت، إضافة إلى بعض البرامج التي يمكن تثبيتها على الحواسيب لتصميم وتحليل المواقع الإخبارية أهمها برنامج المتميز الإخباري الذي يتسم بمرونة فائقة في إضافة الأخبار والتعديل عليها مع اضافته اسم كاتب المقال والجهة المنقول منها والحق صوتيات ومرئيات وملفات ومعارض صور للخبر لإضافة المزيد من المصداقية عن الخبر مع فتح امكانيه التعليق على الخبر او لإمكانية الطباعة*. هذا الأمر يجعل القائم بالاتصال بحاجة ماسة إلى تطوير مهاراته بشكل مستمر، ليستطيع مجاراة ذلك التطور، وهذا يشكل ضغطاً أخرى على القائم بالاتصال⁽¹⁾. فلاشك أن القائم بالاتصال ينتمي إلى مؤسسة، ولكنه في ذات الوقت فاعل، يشتغل في مجال إنتاج الأفكار، ومستقل إلى حد ما. وتسمح المعلوماتية بتعزيز استقلال الصحفي، وعدم تبعيته إلى تجهيزات المؤسسة الإعلامية، وبالانتفاع بجملة الموارد الوثائقية والإمكانات التواصلية المتاحة⁽²⁾.

وفيما يلي توضيح لبعض العوامل المتعلقة بالمعايير المهنية:

1- تأثير السلطة:

تعمل السلطة على تحديد العلاقة بينها وبين وسائل الإعلام، وهذه العلاقة تجعل إدارة الوسائل الإعلامية ترسم سياستها التحريرية في ضوء الحرية المتاحة، ومستوى الضغوط التي تتعرض لها.

"وتختلف أشكال الضغوط والتأثيرات السياسية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال، إذ أنها ليست ضغوط ناجمة من السلطة دائماً، وإن كانت ضغوط السلطة تمثل النحل الأكبر مقارنة بالضغوط الأخرى، التي يأتي بعضها من الميول السياسية للصحفيين، والتي تنعكس بالضرورة على المحتوى الإخباري، الذي تتضمنه مقالاتهم، وقصصهم الإخبارية"⁽³⁾.

أما في المواقع الإخبارية الفلسطينية فتأثير السلطة يأتي واضحاً من خوف القائمين بالاتصال من الملاحقات الأمنية، من خلال اعتقال أو إغلاق مقار المواقع الإخبارية، ومصادرة الأجهزة والمعدات في حال قيام تلك المواقع بمهاجمة سياسة السلطة الحاكمة، حيث لا توجد

* لمزيد من التفاصيل حول برنامج المتميز يمكن زيارة موقع البرنامج على الرابط <http://www.al-motamiz.com/v2/index.php>

(1) غسان حرب، قابله علاء عيد (9 سبتمبر 2015).

(2) الحمادي، قضيتان للطرح والحوار... (ص 7-8).

(3) الضمداوي، بيئة العمل الصحفي في العراق: دراسة تحليلية لتأثير... (ص 62).

تشريعات إعلامية تحمي الصحفيين الإلكترونيين، أو قانون ينظم العمل الإعلامي الإلكتروني في فلسطين، وقد تلجأ السلطة إلى حجب بعض المواقع الإخبارية لقيامها بمهاجمة سياسة السلطة الحاكمة، أو انتقاده لسلوك لأحد قياداتها الرسمية، أو تسليط الضوء على بعض مظاهر الفساد، أو الاعتقال السياسي في شطري الوطن، وهذا حدث مع موقع فراس برس حيث تم حجبه لمدة زمنية طويلة عن الجمهور الفلسطيني، ويؤكد الأستاذ (أحمد أبو عامر) أيضاً: "أن طاقم عمل موقع فلسطين الآن الإخباري يعمل في الخفاء في الضفة المحتلة، خوفاً من ملاحقة السلطة الفلسطينية، وذلك لتبعية الموقع لحركة المقاومة الإسلامية حماس بسبب الانقسام الفلسطيني، ومن جانب آخر خوفاً من الاعتقال من قوات الاحتلال الإسرائيلي"⁽¹⁾.

هذا يعني من وجه نظر الباحث أنه على الرغم من مساحة الحرية التي تحظى بها المواقع الإخبارية، إلا أنها ترسم سياستها التحريرية وفق السياسة العامة للسلطة الحاكمة على الأرض، فتعمل قدر الإمكان على أن تكون متوافقة مع سياستها فعلى سبيل المثال نجد المواقع الإخبارية الفلسطينية العاملة في قطاع غزة من الممكن أن تهاجم سياسة السلطة الفلسطينية في الضفة المحتلة، وهذا ظهر جلياً بعد خطاب الرئيس محمود عباس في الأمم المتحدة بتاريخ 2015/9/30م الذي كان من المتوقع أن يكون قنبلة حسب تصريحاته، إلا أن المواقع الإخبارية العاملة في قطاع غزة والتابعة لفصائل المعارضة هاجمت هذا الخطاب، واعتبرته أمراً عادياً، ولم يحقق الغرض منه، إضافةً إلى مهاجمة المواقع الإخبارية المقربة من فصائل المقاومة في قطاع غزة سياسة السلطة المتعلقة بشن حملات الاعتقال التي تقوم بها أجهزة السلطة الفلسطينية، واستمرار التنسيق الأمني مع الاحتلال الإسرائيلي. في حين أن المواقع الإخبارية العاملة في الضفة المحتلة، اعتبرت الخطاب نصراً سياسياً، وهاجمت انتقادات فصائل المعارضة بما فيها حركة حماس في قطاع غزة، وكثيراً ما تُتهم حركة حماس بالقيام بحملات اعتقال ضد المواطنين، أو الحديث عن فرض ضرائب على المواطنين. هذا يعني أن طبيعة تأثير السلطة على عمل المواقع الإخبارية الفلسطينية يخضع حسب السيطرة الجغرافية للسلطة الحاكمة على الأرض.

2- تأثير السياسة التحريرية:

السياسة التحريرية تحددها هيئة التحرير وفق مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي، وتظهر في سلوك الصحفي اليومي، وتعتمد الى تغييرها وفق الظروف الاجتماعية و السياسية .

(1) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015).

والسياسة التحريرية معيار مهم في تحديد مدى صلاحية المادة الإخبارية للنشر فإذا توافرت كل القيم الإخبارية في خبر ما؛ ولكنه لم يتفق مع السياسة التحريرية للصحيفة فإنه بالتأكيد يكون غير قابل للنشر. ويمكن تعريف السياسة التحريرية بأنها: "مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي، وتكون في الغالب غير مكتوبة، بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري، وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفي اليومي، وهي تخضع لقدر من المرونة تختلف درجتها من صحيفة لأخرى، وفي العادة يتم تقرير السياسة التحريرية عند تأسيس المؤسسة الإعلامية، ثم يجرى الحفاظ عليها أو تغييرها بمرور الزمن، نتيجة لتغير الظروف الاجتماعية والحياة السياسية"⁽¹⁾.

ويرى د. (عبد العزيز شرف) أن السياسة التحريرية هي الوجهة التي تختارها الصحيفة في إجابتها على سؤالين: ماذا؟ وكيف ستنتشر؟ و قوامها الإجراءات والقواعد والمبادئ التي أقرتها وسائل الإعلام لتستهدي بها في عملها، وهكذا فإن سياسة التحرير تهيمن على كل وجوه الوسيلة⁽²⁾. وتؤثر سياسة المؤسسة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بشكل قوي، وهذا التأثير ينتج عنه عدة مخرجات وهي⁽³⁾:

- 1- يضع القائم بالاتصال انتمائه إلى المؤسسة الإعلامية في مقدمة اهتماماته، وأولوياته سواء أكان القائم بالاتصال بوعي أو دون وعي، وبالتالي يتوقع تراجع الاهتمام بالجمهور وحاجاته في هذه الحالة.
- 2- ترتفع قيمة الانتماء إلى المؤسسة كما تعددت المكاسب التي يحققها القائم بالاتصال منها الانتماء، والتي يمكن أن تتبلور في مفهوم الثروة أو السلطة أو النفوذ.
- 3- نتيجة لدعم قيمة الانتماء إلى المؤسسة، تحدث حالة من التوحد بين القائم بالاتصال، وهذه المؤسسة في أهدافها، وتنفيذ سياساتها في مجالات الإنتاج والنشر والتوزيع.
- 4- يتأثر اقتراب القائم بالاتصال من مصادر المعرفة أو المعلومات، وتعامله معها بمفهوم التوحد، ونتائجه، وبالتالي فإن تنفيذ أهداف المؤسسة وسياساتها تتم بشكل آلي، ويؤثر بالتالي في ترتيب أجندة النشر (قائمة الاهتمامات)، وتوجيه الجمهور أو الرأي العام نحو القضايا أو الأحداث أو الأفكار السائدة.

(1) الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها (ص197).

(2) أبو طعيمة، وضع الإعلاميات وقدرتهن على التأثير على المشهد الإعلامي (على الإنترنت).

(3) عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ص380).

5- تثير هذه الصورة البحث في دور القوى التي تدعم وجود المؤسسات الإعلامية، واستخدامها في رسم الأجندة المشتركة للمؤسسة والقائم بالاتصال، وتحديد أولوياتها، وتحديد أساليب النشر بما يتفق مع المفاهيم السائدة في هذه الصورة.

أما في المواقع الإخبارية الفلسطينية، فيلتزم القائم بالاتصال بالسياسة التحريرية الخاصة بالموقع، خاصةً الحزبية منها، حيث يرى أستاذ أحمد أبو عامر: "أن سياسة الموقع الإخبارية مهمة للعمل الصحفي، حيث يتم استقائها إما من خلال تعليمات واضحة للعاملين بها، أو من خلال علاقات العمل، حيث يتعرف القائم بالاتصال على اللوائح التحريرية الخاصة بالموقع من خلال زملائه واحتكاكه بهم، ويتم الالتزام بها التزاماً كاملاً، أما الحالات الغير واضحة فيتم عرضها على إدارة التحرير للبت فيها، فهناك قضايا قد يتم توجيه الصحفيين للخوض فيها، وأخرى يمنع الاقتراب منها، وذلك إما لحساسية تلك القضايا، أو مخالفتها للنظام الحاكم، أو تتعارض مع مفاهيم ومبادئ الحزب الذي يتبع له الموقع الإخباري"⁽¹⁾.

أما الصحفية إسلام القانون العاملة في موقع الحياة برس، والمسئولة عن وحدة التدريب فيها، فتري: "أن السياسة التحريرية لموقع الحياة برس واضحة، ويلتزم بها العاملين في المجال الإخباري في الموقع، فلا يتم الخروج عنها، خاصةً التي تتعارض مع اللوائح والقوانين الخارجية للسلطة الحاكمة في قطاع غزة، خوفاً من التعرض للمساءلات القانونية، فلا يتم الخوض في القضايا ذات الجدل على الشارع الفلسطيني، إلا أن الموقع يلتزم بنشر الحقيقة، في حدود ما هو متاح من حرية التعبير، وحتى هذه اللحظة لم يشهد الموقع أي موضوعات أو قضايا يطرحها الصحفيون في الموقع كموضوع جدل، أو مخالف. وتضيف أنه يمكن أن نرى عدم التزام في بعض المواقع الإخبارية بالسياسة التحريرية من حيث طبيعة المواضيع، ومهاجمة السلطة الحاكمة خاصةً تلك المواقع التي لا تفصح عن نفسها، أو لا يوجد لا ترخيص حكومي، ولا تعمل على الأرض بشكل ظاهر، أو يشرف عليها الهواة"⁽²⁾.

وقد لخص بركينز (Berkowitz) الضغوط المهنية والبيروقراطية التي تقع على حارس البوابة في ثلاثة اتجاهات وفقاً لكتابات أصحابها⁽³⁾:

(1) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015).

(2) إسلام القانون، اسلام، قابله علاء عيد (25 أغسطس 2015).

(3) عكاك، القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة ... (ص209).

1- الصحفيون وسطاء للأخبار يتخذون قراراتهم بناء على القيم المهنية للعمل الإخباري، ويعتبر (Gans) من مؤيدي هذا الاتجاه.

2- الصحفيون عوامل تابعة للإيديولوجية السائدة ويعتبر جيرفيتش وولاكوت (Gurtvitch & Woolacott) من مؤيدي هذا الاتجاه.

3- الصحفيون مقيدون بدرجة لا تمكنهم من اتخاذ قرارات مهنية، وهذه القيود نابعة من احتياجات المؤسسة الإخبارية أكثر من كونها الإيديولوجية السائدة، ويعتبر (Epstein) من مؤيدي هذا الاتجاه.

من خلال العرض السابق يرى الباحث أن السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية تختلف حسب الملكية، فالمواقع التي تتبع فصيل معين تكون حريصة على عدم مهاجمة ذلك الفصيل، حتى وإن كانت القضية تهم الجمهور الفلسطيني، فيبقى القائم بالاتصال ملتزماً بحدود السياسة التحريرية، حتى وإن خالفت قناعاته، خوفاً على مستقبله المهني، والوظيفي، هذا يعني أن يعيش القائم بالاتصال في دولة من القوانين تحكم أفعالهم، " لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، فهم لا يعبرون عن أفكارهم، بل يقومون بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه"⁽¹⁾. أما المواقع الإخبارية التي تعمل دون ترخيص، أو تعمل في الخفاء فهي منطلقة بدون حدود في معالجتها للقضايا والموضوعات.

3- تأثير المصدر:

تشير غالبية الدراسات إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره، وصعوبة الاستغناء عن مصادره، إلا أن ذلك لا يعني بالضرورة تحكم مصادر الأخبار في القائمين بالاتصال، حيث أنه " يجب على الصحفي أن يبقى مستقلاً عن تلك القيود التي تتدخل في أدائه لعمله، وعلى نقله للأخبار، انطلاقاً من الدور الذي من المفترض أن يقوم به والمتمثل في خدمة الجمهور"⁽²⁾

ويطرح كل من جبير وجنسون (Gieber & Jonson) العلاقة بين كل من المصدر والقائم بالاتصال في ثلاثة مستويات هي⁽³⁾:

(1) أبو طعيمة، وضع الإعلاميات وقدرتهن على التأثير على المشهد الإعلامي (على الإنترنت).

(2) عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة ... (ص 218-219).

(3) Gieber & Johnson, The city hall beat: a study of reporter & source roles (p. 289-297).

1- وضعية الاستقلال: فلا يؤثر أحدهما على الآخر إلا من خلال الأطر المرجعية المستمدة من القيم والأدوار، والوظائف، والأبعاد الاجتماعية المختلفة، ويصبح تدفق المعلومات في هذا المستوى من المصدر إلى القائم بالاتصال رسمياً إلى حد كبير.

2- الاعتماد المتبادل بينهما: حيث يتفقان في بعض الأطر المرجعية، ويشتركان في بعض الأهداف من العملية الاتصالية، ومن خلال هذا المستوى يفقد القائم بالاتصال جزءاً من دوره كوكيل مستقل للجمهور وحاجته للمعرفة.

3- علاقة التبعية والاعتماد الكامل على المصدر: ويشير هذا المستوى إلى قوة المصدر، ويحدث نوعاً من التوحد في الأهداف بين وسائل الإعلام والسلطة كما يحدث في النظم الشمولية والسلطوية.

وهناك مجموعة من النماذج التي تحكم علاقة المصادر بالقائمين بالاتصال وهي⁽¹⁾:

1- نموذج العداء والصراع: حيث تعتبر حرية الحصول على المعلومات حق من حقوق الصحفي، والمسئول عنها، يتصرف بحذر وتخوف من الصحفيين، المصدر هنا يريد السيطرة على الصحفي، والصحفي يرفض.

2- نموذج الاعتماد: تعاون متبادل ويشير هذا النموذج إلى أن العلاقة بين القائمين بالاتصال والمصادر قائمة على التعاون المتبادل بين طرفي العلاقة.

3- نموذج التبادل الاجتماعي: تواصل اجتماعي ويعني هذا النموذج بكيفية استمرار العلاقة بين القائمين بالاتصال والمصادر على أساس من الاحترام والتواصل الاجتماعي.

ويرى الباحث أن المصادر تقوم بدور مهم في طبيعة الأخبار التي ينتقيها القائم بالاتصال، وقد تؤثر على طبيعة عمله في حال رغبة المصدر في السيطرة على المضمون الإخباري للموقع الإلكتروني، وتوجيه الجمهور نحو قضايا معينة، من خلال مده بالموضوعات الإخبارية التي يرغب في طرحها على الساحة، وقد تشهد هذه العلاقة صراعاً بين القائم بالاتصال والمصدر الإخباري، إذا قائم الأخير بتجاهل رغبة المصدر في نشره لأخباره، من خلال تجاهل قضايا برمتها، أو الحذف والتغيير في مضمون الإخباري لقضية أو واقعة معينة، وترى الدكتورة نرمين خضر أستاذة الإعلام الدولي بكلية الإعلام جامعة القاهرة: "بأن الإعلام أصبح يعاني من سيطرة المصادر على طبيعة المعلومات، خاصة في عصر الفضاء المفتوح (الإنترنت)، حيث يقوم

(1) القاضي، وآخرون، دليل الصحفي (ص14).

الإعلاميون في المواقع الإخبارية بالدخول إلى المواقع الإلكترونية والحصول على معلومات معينة من مصادر تخدم وجهة نظر المؤسسة الإعلامية، أو القائم بالاتصال نفسه، ويسرد الوقائع للجمهور على أنها حقائق، دون التحقق من صحة تلك المعلومات، وبالتالي يتداولها الجمهور على أنها حقائق ثابتة، وهذا ينذر بكارثة إعلامية في عصر التطور التكنولوجي الذي من المفترض أن تتوفر فيه صفة التنوع والإتاحة⁽¹⁾.

ويرى (نصر الدين العياضي) بأن: "المصدر لا يضيف مصداقية للخبر، ويؤكد واقعيته فقط، بل يمكن أن يلون الخبر الصحفي ويحمله وجهة نظر معينة إزاء الحدث أو الواقعة، هذا بصرف النظر عن الصيغ التعبيرية الملتوية التي تتفنن في تمويه الموقف، أو الرأي أو دفنه وسط جمل وكلمات محايدة"⁽²⁾.

ويرى الباحث أنه في المواقع الإخبارية الفلسطينية تنتوع المصادر في هذا الفضاء المفتوح، فيمكن للقائمين بالاتصال الحصول على المعلومات من شتى المصادر المتاحة عبر شبكة الإنترنت، والصحفي الناجح هو الذي يتأكد من تلك المعلومات التي توردها المصادر الإخبارية، سواء كانت هذه المصادر لمواقع تابعة لوزارات، أو منشآت حكومية، أو مواقع حزبية.. إلخ، أما القائمين بالاتصال التابعين لمواقع إخبارية حزبية، فإنهم مضطرون أحياناً للالتزام بتصريحات أصحاب الحزب، أو الشخصيات الحزبية البارزة، دون التحقق من مصداقية، أو تلاعب تلك المصادر في الأخبار.

4- علاقات العمل:

اتجه اهتمام الباحثين إلى دراسة القائم بالاتصال (الصحفيين) والوقوف على أساليب العمل في المؤسسات الإعلامية وأساليب تشكيل المضامين الإعلامية داخل وسائل الإعلام، كمنظمات إخبارية حيث أصبح الاهتمام بدراسة القائم بالاتصال لا يقل أهمية بأي حال عن المضمون الذي ينتجه⁽³⁾. وتقرض علاقات العمل عدداً من الضغوط على القائم بالاتصال يمكن إجمالها بما يلي⁽⁴⁾:

1. العلاقة بالقيادات الإعلامية ورؤساء الأقسام.

(1) محطة إذاعة في أقل من ساعة، (برنامج إذاعي مسجل).

(2) العياضي، وسائل الإعلام والمجتمع: ظلال وأضواء (ص98).

(3) رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (ص293).

(4) هاشم، انعكاس البيئة الاعلامية على القائم بالاتصال ... (ص106).

2. العلاقة بالزملاء المحررين.

3. العلاقة بالإدارة.

ويمكن للعلاقة بين الصحفي ورؤسائه في العمل أن تنعكس في مقدار الرضا المهني لدى القائم بالاتصال ، لما تعكسه من فرص التميز في المعاملة وتقييم الأداء والحوافز المادية والمعنوية والترقية وغيرها.

ويرى (عماد عيد) مدير موقع وكالة معاً الإخبارية أن: "القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية تتبلور له مجموعة من العلاقات بين زملائه في العمل، وبين رؤوسيه، التي قد تتخلل علاقات التفاهم والمودة، والاحترام والالتزام مع المرؤوسين، أو قد يشوبها الصراع التنظيمي الإداري، من حيث التقدير والتحفيز في حال الإنجاز، أو الإهمال والتوبيخ في حال التقصير. أيضاً قد تتبلور علاقات مهنية مع القائمين بالاتصال الجدد ونظرائهم القدامى لاكتساب المعرفة والخبرة، والتعرف على السياسة التحريرية الخاصة بالموقع الإخباري الذي يعمل في إطاره القائم بالاتصال، هذا يعني إيجاد جو من التنافس الذي تتراد معه الدافعية للعمل، وتحسين الأداء المهني للقائمين بالاتصال"⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن هذه العلاقة الإدارية تمثل أحد الضغوط التي يتعرض لها القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية، بعيداً عن حجرة الأخبار، فالأمان الوظيفي، وفرص الترقى، والإجازات والرواتب، وغيرها من القضايا الوظيفية تجعل القائم بالاتصال يعيش حالة من القلق والخوف تؤثر بشكل سلبي على أدائه المهني.

5- عامل الوقت والمساحة:

يعد عامل الوقت من العوامل الهامة التي تؤثر على عمل القائم بالاتصال في البيئة الإلكترونية، خاصة في ظل تسارع الأحداث في البيئة الفلسطينية، وسخونتها، الأمر الذي يجعل القائم بالاتصال مضطراً لإنجاز القضايا والقصص الإخبارية في زمن قياسي، مع التمتع بالمصداقية، وعرض الحقيقة على الجمهور، خاصة في ظل منافسة شديدة مع المواقع الإخبارية الأخرى المنتشرة في فلسطين، أو حتى على المستوى الخارجي، حيث إنه: "في خضم العمل الصحفي، والمتابعة المتواصلة للجديد من الأحداث، يبقى هاجس محدودية المساحة والوقت، تقلق الصحفيين دائماً، إذ أن الكثير من الجهود تضيع بعد أن تهمل الأخبار لتأخر وصولها في الوقت

(1) عماد عيد، قابله علاء عيد (30 سبتمبر 2015).

المحدد، أو لأن المساحة لا تكفي لنشر المزيد من الأخبار"⁽¹⁾، إلا أن الباحث يرى أنه في المواقع الإخبارية الإلكترونية لا تؤدي المساحة دوراً في ذلك، حيث إن المساحة كبيرة، ويمكن أن ينشر القائمين بالاتصال العديد من الموضوعات الإخبارية المتنوعة، ولكن تبقى المشكلة أمام القائم بالاتصال في ماهية ونوعية تلك الأخبار التي تهم الجمهور، ويرغب في التعرف على مزيد من التفاصيل حولها، وتقديم التحليلات التي ينفرد بها الموقع الإخباري عن المواقع الإخبارية الأخرى، ولكن يبقى التحدي الكبير أمام القائم بالاتصال هو السرعة في الحصول على معلومات حول الخبر، والتأكد من صحتها، من أجل الفوز بالسبق الإخباري في بيئة تعتمد على السرعة بشكل أساسي، فالجمهور بمجرد أن يتناهى إلى مسامعه معلومات عن قضية أو خبر، يتجه إلى الموقع الإخباري المفضل لديه، للتعرف على تلك المعلومات، وفي حال عدم وجود معلومات، يضطر إلى البحث عنها في مواقع إخبارية أخرى.

رابعاً: العلاقة مع الجمهور:

بدأت الدراسات الحديثة في التركيز على الدور الذي يؤديه الجمهور في صناعة المضامين الإعلامية، وإن خلصت هذه الدراسات إلى ضرورة مراجعة مثل هذه المفاهيم في ضوء واقع المجتمعات، حيث تتباين استخداماتها وتطبيقاتها من مجتمع لآخر، فعلى سبيل المثال، لم يسهم المستخدمون العرب بفاعلية في صناعة المضامين المنشورة على المواقع الإخبارية العربية، وحالت عدة عوامل دون وجود فاعل للمستخدمين على هذه المواقع⁽²⁾. وربما يرجع ذلك إلى عدم اهتمام القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية بالجمهور، واهتماماته الإخبارية، والإبقاء على السياسة الإعلامية التي يتبع لها الموقع الإخباري كما هي، دون النظر إلى طبيعة الجمهور وخصائصه، واهتماماته، وقد أظهرت الدراسات التجريبية التي قدمها راي مورد بور (Ray mord bauer) أن نوعية الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يوجه إليه الرسالة لها تأثير كبير في الطريقة التي يتم بمقتضاها اختيار المحتوى وتنظيمه، فوسائل الإعلام ينبغي أن ترضي جماهيرها، ولكي يتحقق ذلك يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة"⁽³⁾.

وفيما يتعلق بالعلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور في المواقع الإخبارية الفلسطينية فيرى الأستاذ (سفيان الشوربجي) الصحفي في صحيفة الاستقلال، والمسئول عن تحرير الموقع الخاص بالصحيفة بأن: "الإدارة تولي الجمهور أهمية كبيرة من خلال الاهتمام بالمواضيع والأحداث القريبة

(1) عكاك، القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة ... (ص 211-212).

(2) بخيت، الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة- الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية (ص 246-247).

(3) الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور ... (ص 215).

من اهتمامات القارئ سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو رياضية أو اقتصادية، والعمل على ملاحقة الأحداث الجديدة والتي يحرص الجمهور على الاهتمام بها ومتابعتها بشكل دوري. كما يتم الحرص على أن تكون الأخبار والتقارير وكافة الموضوعات الصحفية حيادية غير منحازة لطرف على حساب طرف آخر وهذا مما يكسب الموقع حجم متابعة كبيرة ، وكذلك يعمل موقع الاستقلال على تحري الدقة في التعامل مع الأخبار، وعرض أكبر قدر ممكن من المعلومات ، فضلا عن تطوير الموقع الإلكتروني بما يتناسب مع الأحداث، في الوقت الذي يتم فيه مراعاة أخلاقيات مهنة الصحافة⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن المواقع الإخبارية يرتادها جمهور عريض، فهي غير مقصورة على فئة محددة، وبالتالي فمن الصعب تحديد أولويات القائمين بالاتصال للأخبار التي يرغب الجمهور في متابعتها، وهذا يشكل عبئاً على القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية في فلسطين، إضافةً إلى ذلك فإن الباحث يرى أن هناك بعض المواقع الإخبارية الفلسطينية، التي استطاعت أن تحقق نجاحاً رائعاً على مستوى الوطن، وعلى مستويات قفزت خارج حدود الوطن، حيث تحظى بمتابعة الجمهور العربي بشكل عام، والجمهور الفلسطيني بشكل خاص، حيث إن هناك العديد من الجاليات الفلسطينية بالخارج التي بحاجة ماسة للاطلاع على الأحداث التي تدور على أرض الوطن، خاصة في ظل العدوان المتكرر على قطاع غزة من قبل الاحتلال الإسرائيلي، والممارسات التي يمارسها على أرض الواقع، وبالتالي هذا يجعل الجماهير متنوعة.

ويرى (محمد زريد) مدير شبكة الحياة برس الإخبارية أنه: "بسبب تسارع الأحداث، وسخونتها على الأراضي الفلسطينية، خاصةً في قطاع غزة، يجد الموقع صعوبة في التعرف على الاهتمامات التي يجب التركيز عليها في المضمون الإخباري المقدم للجمهور، إلا أن موقع الحياة برس يركز بشكل على الأحداث التي تطفو على السطح، فمثلاً عند دخول الأسرى الفلسطينيين اضرباً عن الطعام فيقوم الموقع بالتركيز على أخبار الأسرى، وطرح الموضوعات والقضايا التي تصاحب ذلك الخبر، وعندما يكون هناك حراك سياسي نحو المصالحة يتم التركيز على تلك الأخبار، ونشر التصريحات من الفصائل الفلسطينية، والشخصيات الرسمية التي لها علاقة بموضوع المصالحة، لأن ذلك من وجهة نظره يكون محور اهتمام الجماهير الفلسطينية"⁽²⁾. وتأخذ العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور ثلاث صور محتملة وهي⁽³⁾:

(1) سفيان الشورجي، قابله علاء عيد (29 أغسطس 2015).

(2) محمد ازريد، قابله علاء عيد (25 أغسطس 2015).

(3) الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور ... (ص 297-298).

1- انعدام التأثير بالرسالة الاتصالية: وهو ما يعني عدم تحقق العملية الاتصالية، التي تشترط وجود تغذية مرتدة من القائم بالاتصال للجمهور، وبالتالي لا توجد علاقة.

2- علاقة اتفاق وظيفي: حيث الوظيفة التي يستهدف القائم بالاتصال تحقيقها عبر استهلاك المضمون ذاته.

3- علاقة اختلاف أو اختلال وظيفي: حيث مضمون الرسالة الاتصالية يحقق وظيفة لدى الجمهور تختلف عن الوظيفة التي استهدف القائم بالاتصال تحقيقها عبر بنائه هذا المضمون.

رابعاً: معوقات عمل القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية:

لاشك أن البيئة التكنولوجية الحديثة للعمل الإخباري، فرضت مجموعة من المعوقات التي من شأنها أن تعيق عمل القائمين بالاتصال ومن أهم تلك المعوقات:

1- زيادة أعباء العمل:

لا يمكن لمحرر أو شخص هاوٍ قرر أن يمارس الصحافة الإلكترونية أن يدخلها بنفس المهارات القديمة التي سادت الصحافة المطبوعة، فمحرر المواقع الإلكترونية يتعامل مع بيئة متعددة الوسائط ومتعددة الخدمات⁽¹⁾، ولذلك يجب أن يجيد مهارات عديدة من أهمها⁽²⁾:

1- مهارات استخدام المسجلات الرقمية.

2- مهارات استخدام الكاميرات الرقمية.

3- مهارات العمل ميدانياً بالقلم والكاميرا والمسجل والحاسب والنقل.

4- مهارات استخدام برامج تحرير الصور.

5- مهارات استخدام برامج معالجة النصوص.

6- مهارات استخدام برامج التحميل على الويب.

7- مهارات استخدام برامج البريد الإلكتروني.

ويرى الباحث أن امتلاك القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يعد سلاحاً ذو حدين، فالقائم بالاتصال يمتلك العديد من المهارات التي تساعده على القيام بأكثر من مهمة من جهة، ومن جهة أخرى يجعلهم يقومون بأداء العديد من المهام، وهذا يتطلب منهم مجهوداً إضافياً، ويزيد من حدة أعباء العمل.

(1) غيطاس، الصحافة الإلكترونية (على الإنترنت).

(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص148-149).

2- العقد أو الأجر:

لا تتيح الكثير من المواقع الإلكترونية توقيع عقود خاصة بالعمل وإذا كان البعض منها يسمح بذلك إلا أنه يظل أمراً غير ثابت وغير محدد حتى الآن ولا توجد قاعدة عامة وواحدة مطبقة بشكل ثابت، وعادة تختلف حسب إدارة كل موقع وظروف إنشائه ولذلك ففي أحيان كثيرة قد لا يوجد أجر شهرية ثابتة وما يحدث هو أن يتقاضى الصحفي مكافآت أو رواتب غير كافية (ضعيفة) أو لا يأخذ راتباً من الأساس، أما عن الشأن القانوني فلا ضامن سوى الله ومن المحتمل أن يستغني الموقع عن خدمات الصحفي بعد أن يكون تم استغلاله معنوياً وجسدياً في مقابل تحقيق نجاح للموقع ويجد نفسه خارج طاقم العمل دون أدنى مسئولية منهم تجاهه نظراً لعدم وجود اتفاق مُبرم بين الطرفين منذ البداية⁽¹⁾.

3- تمدد الأعباء:

في الصحافة المطبوعة ينتهي العبء المُلقى على عاتق المحرر عند الحصول على المعلومات من المصادر وساحات الأحداث وإعدادها في شكل نص مكتوب بصورة نهائية و من ثم تقديمه ليُدخل في دورة النشر، لكن القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية تمد هذا العبء على المحرر وتطيل من دوره في إدخال نظام أو دولا ب العمل، فدور المحرر في المواقع الإخبارية لا ينتهي بإعداد النص المكتوب، أو الملف الصوتي أو المرئي الي جلبه من موقع الحدث أو مصدر المعلومة، فمن الوارد أن يكون عليه البحث عن خبراء في القضية وتجهيزهم للرد على أسئلة الجمهور عبر الموقع، والبحث عن مواقع ذات علاقة بالقضية التي يعالجها أو يفتح مجالاً للحوار والنقاش حولها عبر الموقع، ويقوم بمتابعته⁽²⁾.

4- حرص المتلقين على التعبير عن ردود فعلهم:

حيث وفرت المواقع الإخبارية طرق للتفاعلية مع الجمهور، وهذا مثلاً تحدياً آخر للقائم بالاتصال، حيث يعبر الجمهور عن استيائه أو رضاه نحو الخدمة الصحفية والآراء والتوجهات للكتاب عن طريق التفاعل، مما يزيد من العبء على القائم بالاتصال الذي أصبح لزاماً عليه التعامل مع ردود الفعل السريعة، والمتلاحقة⁽³⁾.

5- تغيير برامج التعليم والإعداد:

(1) محمود، معاناة الصحفي الإلكتروني (على الانترنت).

(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص149).

(3) خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي (ص22).

كان من الطبيعي أن تستجيب المؤسسات التعليمية والمناهج الدراسية المتعلقة بالعمل الصحفي الإلكتروني للتغيير الذي أحدثه الإعلام الإلكتروني وأسلوبه في العمل، فظهرت في المجتمع الأكاديمي التعليمي مناهج دراسية عديدة متخصصة في الصحافة الإلكترونية، تجسد تحولاً في الفكر التعليمي وفي المهارات التي يفترض أن يحصل عليها دارسي الصحافة في هذه الجامعات، حتى أصبحت المناهج والدورات التدريبية خليطاً مما يدرسه طالب الإعلام والصحافة وطالب الهندسة وطالب الحاسبات وتكنولوجيا المعلومات والبرمجيات(1).

6- الدقة والموضوعية:

يحصل القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية على الأخبار من آلاف المواقع الإلكترونية، وقد يكون بعض هذه المواقع كاذباً أو له أهداف دعائية، وهنا يظهر تحدياً آخرًا للقائم بالاتصال في كيفية تحري الدقة لتلك المعلومات مع المحافظة على السرعة في نشر الخبر. وهذا الأمر يتطلب من القائم بالاتصال القيام بالتحري من دقة تلك المعلومات والأخبار من خلال(2):

1- الاتصال بمصادر الأخبار.

2- التأكد من صحة الخبر بنقله من أكثر من موقع أو مواقع مشهود لها بالكفاءة والمهنية.

3- نقل الخبر بإسناده للمصدر.

أما عن أهم المعوقات التي تعيق عمل القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية فهي:

1- الانقسام الفلسطيني الداخلي:

لاشك أن الانقسام السياسي الفلسطيني بين شطري الوطن (الضفة المحتلة وقطاع غزة) أثر على كافة مناحي الحياة، بما فيها الإعلام، فأثر على المحتوى الإخباري، وعلى المصطلحات الإعلامية، وبالتالي أثر هذا الانقسام على أداء القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية حيث " كان له تأثير كبير من الناحية السلبية على عمل القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية بشكل خاص، حيث أصبح الإعلامي مخير بين أن يقف مع فتح أو مع حماس أو مع بعض الطروحات من الطرفين. فنجد أن الكثير من المواقع مسيسة وتتناقل الأخبار التي تزيد من حالة الانقسام، ومن القليل جدا أن تجد وكالة أو موقع يعمل بمهنية عالية وبروح مسؤولة عن

(1) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص149-150).

(2) المرجع السابق، ص 186.

قضية وطنية وبيتعد عن كل الأنباء التي تزيد من حالة الانقسام، وهذا بدوره أثر على الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية⁽¹⁾.

2- الاحتلال الإسرائيلي:

مما لاشك فيه أن الاحتلال الإسرائيلي يعتبر من أهم المعوقات التي تعيق عمل القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة، بما فيها القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية، حيث إن خدمة الإنترنت التي تصل إلى الأراضي الفلسطينية تابعة للمزودات والشركات الإسرائيلية، هذا يعني أن هذه الشركات تتحكم في طبيعة عمل تلك الشبكات، ويرى الأستاذ أحمد أبو عامر مدير التحرير في موقع فلسطين الآن أن: "جميع خطوط الإنترنت يتم التحكم فيها من خلال الشركات الإسرائيلية، فمن الممكن في أي لحظة أن تقوم بفصل خدمات الإنترنت عن الأراضي الفلسطينية، وهذا يهدد استمرار عمل المواقع الإخبارية في فلسطين، والقدرة على التواصل مع الجمهور، إضافةً إلى ذلك فإن سلطات الاحتلال الإسرائيلي تلاحق الصحفيين في الأراضي الفلسطينية وعلى وجه الخصوص في الضفة المحتلة، مما يعني عدم قدرتهم على إيصال المعلومات والأخبار للأحداث الواقعة في الضفة المحتلة، خاصةً المرسلين والصحفيين التابعين للمواقع الإلكترونية المقربة من فصائل المقاومة الفلسطينية كما هو الحال في موقع فلسطين اليوم التابع لحركة المقاومة الإسلامية حماس"⁽²⁾.

3- قلة أعداد القائمين بالاتصال:

تعاني المواقع الإخبارية الفلسطينية من قلة أعداد العاملين فيها بنظام ثابت، ووظيفة ثابتة، هذا الأمر يجعل تلك المواقع الإخبارية تقوم على نشر ما يصلها من محرريها فقط، فلا تتميز بالتنوع، وقد يتجه الأمر نحو استنساخ الأخبار من المواقع الأخرى، والتعديل فيها، حيث يرى الأستاذ عدن حمد مدير موقع الزيتونة الإخباري بأنه: "يتضح من متابعة المواقع الإلكترونية الإخبارية في فلسطين بأنها تكتفي بنشر ما يصل من محرريها من أخبار ولا تبتعد عن ذلك، نظراً لقلة عدد الموظفين في الشبكات الإخبارية الفلسطينية، ويضيف: أن هناك فقط محرران فقط يعملان في موقع الزيتونة؛ لهذا فإننا لا نملك الوقت لتحرير وإعادة الصياغة، والمراجعة بل نكتفي بنشر ما يصلنا، ونحاول أحياناً أن نقوم ببعض المتابعات واللقاءات والمقابلات، لكن ذلك يعد صعباً لقلة عدنا وكثرة الأحداث والأخبار"⁽³⁾، وهذا يعني من وجهة نظر الباحث الضعف في

(1) محمد ازريد، قابله علاء عيد (25 أغسطس 2015).

(2) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015).

(3) لاما، المواقع الإلكترونية الفلسطينية ... (ص24).

الأداء الإخباري، وعدم القدرة على متابعة الأحداث، وملاحقتها، خاصةً في فلسطين التي تتميز بوتيرة متسارعة في الأحداث.

4- سياسة الموقع:

تشكل السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية الفلسطينية عائقاً مهماً في عمل القائمين بالاتصال، خاصةً المواقع الحزبية والتي تنتمي لفصل أو حزب فلسطيني، حيث يجد القائم بالاتصال نفسه مضطراً أحياناً للحذف، والتعديل، وإخفاء بعض جوانب الخبر، أو شطب قصته الخيرية بالكامل إذا كانت تتعارض مع السياسة التحريرية لتلك المواقع، ويرى الدكتور غسان حرب أنه: "من الطبيعي جداً أن بعض المواقع الإخبارية الحزبية تقوم بتوجيه القائمين بالاتصال نحو الأخبار التي تتعلق بالانتماء الحزبي للموقع الإخباري، بما يخدم أهداف هذا الحزب، خاصةً في ظل الانقسام الفلسطيني، الذي جبر الإعلام لخدمة اتجاهات ومواقف تلك الأحزاب، حتى لو كان الأمر يتطلب التحريف في الحقائق، والتلاعب فيها"⁽¹⁾ وهذا يعني من وجهة نظر الباحث فقدان أهم مميزات الإعلام الحر والنزيه، وهو الإخبار الذي يركز على الحقيقة والمصداقية.

5- الأمان الوظيفي:

تعاني المواقع الفلسطينية من نقص التمويل، وبالتالي يؤثر ذلك على طبيعة المصروفات الإدارية التي تنفقها والتي أهمها الرواتب الخاصة بالقائمين بالاتصال، ولذلك يعيش الصحفي في حالة من عدم الأمان الوظيفي، كونه يعمل بعقد وظيفي غير ثابت، وبرواتب متدنية، ونادراً من نجد موظفين رسميين، حيث ترى عدن حمد بأن: "موقع الزيتونة الإخباري يعمل بتمويل ذاتي، حيث إننا لم نتلق أي قرش من أي أحد، لهذا فإن طاقم العمل عبارة عن موظفين اثنين فقط، وبرواتب رمزية"⁽²⁾. هذا يعني من وجهة نظر الباحث أن القائم بالاتصال حينما يرى صحفياً آخر قد بدأ العمل في الموقع الإخباري يشعر بالقلل تجاه مستقبله الوظيفي، خاصة في ظل نقص الموارد المالية للمواقع الإخبارية الفلسطينية.

6- الانتماء الحزبي:

تعتبر المواقع الإخبارية الرائدة في الإعلام الفلسطينية هي المواقع التي يقف وراءها حزب أو فصيل فلسطيني، فتحظى بالدعم المادي والمعنوي، وعندما يجد الصحفي نفسه عاملاً في أحد تلك المواقع التابعة للفصائل أو الأحزاب، فإنه أمام خياران: إما مخالفة معتقداته والسير على نهج

(1) غسان حرب، قابله علاء عيد (9 سبتمبر 2015).

(2) لاما، المواقع الإلكترونية الفلسطينية ... (ص 25).

سياسة الموقع الحزبية، أو مخالفتها والبقاء على مهنيته كأساس لعمله الإخباري، وهذا قد يهدد وظيفته في أي وقت، بحيث يتم الاستغناء عنه.

7- مشكلات تقنية:

يعد العامل التقني من أهم المعوقات التي تعيق عمل القائمين بالمواقع الإخبارية الفلسطينية، حيث يحتاج القائم بالاتصال إلى سيرفرات قوية، وخطوط نفاذ عالية السرعة من أجل رفع مقاطع الصوت والفيديو على الموقع الإخباري، وهذا الأمر يحتاج إلى تكاليف عالية الثمن، في ظل ضعف العائدات على المواقع الإخبارية العامة، ويرى أبو هنية رئيس تحرير شبكة فلسطين للإعلام بأن: "جوانب الضعف التي نواجهها هي تقنية بشكل عام؛ إذا أن (السيرفرات) التي من المفترض استخدام لي عمل الموقع بشكل سليم يجب أن تكون ضخمة، وهذا أمر مكلف جداً، لهذا فإن المواقع الفلسطينية تعاني دائماً من ضعف تقني ناجم عن ضعفها المادي، إضافةً إلى مشاكل خط الإنترنت الذي يعد بطيئاً وبخاصة حين يقرر المحرر تحميل فيديو أو صوت أو صورة، وهذا يشكل عائقاً آخر يواجه وسائل الإعلام الحديثة، ويمنع تطوير هذه المواقع والارتقاء بها لمستوى نظيرتها العالمية"⁽¹⁾

8- عدم وجود نقابة للصحفيين الإلكترونيين:

تعاني الصحافة التقليدية من فلسطين من ضعف نقابة الصحفيين، وعدم اهتمامها بمشاكل الصحفيين بشكل عام، أما في المواقع الإخبارية فنجد أنه لا توجد نقابة للصحفيين الإلكترونيين، أو حتى لم يطالب أحدهم بضمهم لنقابة الصحفيين، ومن هنا يرى د. حسين سعد أن: "عدم وجود نقابة للصحفيين الإلكترونيين يجعل الصحفي الإلكتروني يعيش حالة من الخوف والقلق، فمن يدافع عن حقوقه، ويضمن له الأمان الوظيفي، أو حتى الملاحظات من قبل السلطات الحاكمة في حال طرحه لموضوعات وقضايا هامة، هذا من شأنه أن يضعف الانتماء الوظيفي للمهنة، ويجعل الصحفي الإلكتروني أسيراً لسياسة الموقع الإخباري، الأمر الذي يؤثر على الأداء المهني له بشكل سلبي"⁽²⁾.

9- نقص الخبرات في مجال الإعلام الإلكتروني:

يرى الباحث أنه على الرغم من أن هناك بعض الجامعات الفلسطينية التي راحت تقدم مساقات متخصصة في الإعلام الإلكتروني، والصحافة الإلكترونية، حتى أن هناك بعض الكليات

(1) لاما، المواقع الإلكترونية الفلسطينية ... (ص 25).

(2) حسين سعد، قابله علاء عيد (10 سبتمبر 2015).

التي أنشأت أقساماً متخصصة في الصحافة الإلكترونية، إلا أن الطالب المتخرج من تلك التخصصات يعاني من ندرة التطبيق العملي، ويرى الباحث - نظراً لكونه يعمل مدرساً في قسم الصحافة الإلكترونية بكلية مجتمع الأقصى - أن تلك الأقسام ينقصها المراكز التدريبية، والمختبرات البدائية، إضافة إلى قلة الكادر المتخصص في الصحافة الإلكترونية، هذا يجعل الطالب بحاجة ماسة إلى التدريب على ذلك التخصص وسط جو حقيقي، ويواجه الطلبة عادة عند خروجهم للتدريب في تلك المواقع الإخبارية، من رفض القائمين على التدريب على منحهم جواً حقيقياً للخوض في العمل الإخباري الإلكتروني، وخوف القائمين بالتدريب على وظائفهم في حال تميز الطلبة، وبالتالي يخرج الطالب المتخصص لا يعرف كثيراً عن تخصصه، فيواجه صعوبة بالغة في الانغماس في سوق العمل، ويبقى تقليدياً لو تمكن من الحصول على فرصة عمل في أحد المواقع الإخبارية.

10- الحصار الإسرائيلي على قطاع غزة:

يرى الباحث أن الحصار الإسرائيلي على قطاع غزة يعتبر من أهم المعوقات التي تعيق عمل القائم بالاتصال، سواء من حيث التغطية الإخبارية لمناطق الضفة المحتلة، أو من حيث تطوير أدائه المهني، فعلى سبيل المثال يروي الأستاذ أحمد أبو عامر: "أنه قد حصل على دورة تدريبية في جمهورية مصر العربية خاصة بتكنولوجيا النشر الحديث، إلا أن الحصار الإسرائيلي وإغلاق المعابر حال دون قدرته على التوجه إلى مصر للحصول على تلك الدورة، إضافة إلى أن الحصار الإسرائيلي يحول دون القدرة على إدخال المعدات والأجهزة الحديثة التي أحياناً يتم مصادرتها على المعابر سواء المصرية الفلسطينية، أو الإسرائيلية الفلسطينية"⁽¹⁾. ويرى الباحث أن انقطاع التيار الكهربائي بسبب الحصار الإسرائيلي قد يحول دون إمكانية القائم بالاتصال من متابعة الموقع، أو الدخول على الموقع لنشر الأخبار والمعلومات، رغم محاولات التكيف من قبل إدارات تلك المواقع، من خلال توليد الطاقة عبر المولدات الكهربائية، والتي بحاجة إلى وقود لتشغيلها والذي أحياناً لا يتم إدخاله بسبب الإغلاق المتكرر للمعابر الإسرائيلية الفلسطينية، إضافة إلى أن ذلك يعتبر عبئاً مالياً آخرًا على المواقع الإخبارية الفلسطينية.

خامساً: مقترحات لتطوير الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية من وجهة نظر القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية:

(1) غسان حرب، قابله علاء عيد (9 سبتمبر 2015).

إن أداء القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية لم يعد بالأمر السهل، كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية، رغم التطور في تلك الوسائل إلا أن طبيعة عمل القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية تتطلب الاهتمام بتطوير أدائه المهني، ليتماشى مع سرعة التطور في الأداء والأدوات المصاحبة للإعلام الإلكتروني، ويمكن تأهيل الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية من خلال ما يلي:

- 1- العمل على عقد دورات متخصصة في مجال الإعلام الإلكتروني، خاصة النشر الإلكتروني، والتفاعلية، لجميع القائمين بالاتصال دون تمييز⁽¹⁾.
 - 2- ضرورة تفعيل نقابة الصحفيين، والعمل على دمج الصحفيين الإلكترونيين ضمن نقابة الصحفيين الفلسطينيين⁽²⁾.
 - 3- العمل على رفد المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية، بأحدث الأجهزة والمعدات، التي تساهم في تطوير الأداء المهني⁽³⁾.
 - 4- ضرورة الاستفادة من خدمات النشر الإلكتروني المتاحة، والعمل على تطبيقها في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية⁽⁴⁾.
 - 5- ضرورة أن تقوم وزارة الإعلام بعقد امتحان مزاولة خاص بخريجي الإعلام، قبل التحاقهم بالعمل في المواقع الإخبارية الإلكترونية، يتضمن أخلاقيات العمل الإلكتروني⁽⁵⁾.
- إضافة إلى ذلك يرى تريان أن هناك مجموعة من المقترحات التي من شأنها أن تعزز العمل الإخباري في المواقع الإخبارية الإلكترونية في فلسطين من أهمها⁽⁶⁾:
- 6- العمل على الاهتمام بالإعداد التقني للقائم بالاتصال بما يمكنه من التعامل مع التقنيات الحديثة، وتطويعها في العمل الإخباري الإلكتروني.
 - 7- عقد دروات تأهيلية في كافة المجالات (الثقافية، والتكنولوجية، واللغات.. إلخ) للقائم بالاتصال على حد سواء دون تمييز.

(1) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015) .
(2) عماد عيد، قابله علاء عيد (30 سبتمبر 2015).
(3) محمد ازريد، قابله علاء عيد (25 أغسطس 2015).
(4) اسلام القانون، اسلام، قابله علاء عيد (25 أغسطس 2015) .
(5) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015) .
(6) تريان، الإعلام الفلسطيني الإلكتروني (ص152-153).

8- العمل على تطوير الواقع الأكاديمي للعاملين في المواقع الإخبارية، ومساندتهم من أجل الحصول على شهادات متخصصة في مجال العمل الإعلامي، خاصة الإعلام الإلكتروني.

9- تنظيم دورات في اللغة الأجنبية للقائم بالاتصال في مجال الإعلام الإلكتروني لا سيما اللغة الإنجليزية.

ويضيف الباحث إلى ما سبق:

10- تفعيل التبادل التدريبي، والبعثات للقائم بالاتصال مع الدول صاحبة الريادة والتطور في مجال الإعلام الإلكتروني، من أجل نقل التكنولوجيا الحديثة، وتطبيقها على العمل الإعلامي الإلكتروني الفلسطيني، والعمل على تطويرها.

11- تشجيع القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية على الحصول على منح تدريبية بجهود ذاتية سواء داخل الدولة أو خارجها طالما أنها تصب في صالح تطوير الأداء المهني لهم.

12- القيام بعمليات تحفيز للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية من خلال عقد مسابقات تنافسية بينهم كمسابقة أفضل تحقيق صحفي، أو تقرير، أو عقد استفتاءات تفاعلية مع المترادين للموقع الإخباري لأفضل الصحفيين في الموقع الإخباري، مما يزيد من الحماسة والفعالية في العمل.

13- العمل على تحسين رواتب العاملين في المواقع الإخبارية، بما يتناسب مع طبيعة عملهم، ولحجم المهام التي يقومون بها.

14- تحسين فرص الترقى الوظيفي، واعتماد معايير مهنية من أجل إتاحة الفرصة للمثابرة والمنافسة للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية.

15- إنشاء نقابة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين، أو العمل على ضم الصحفيين الإلكترونيين إلى نقابة الصحفيين بما يحفظ حقوقهم، ويوضح مهامهم ومسئولياتهم في ظل الفراغ التشريعي للعمل الصحفي الإلكتروني.

من خلال العرض السابق يتبين لنا أن القائمين بالاتصال يعيشون في بيئة تتأثر بمجموعة من العوامل التي تؤثر في أدائهم المهني، فبعض هذه العوامل نابع من البيئة الداخلية لهم، مثل السياسة التحريرية، والعلاقة بالزملاء...إلخ، وبعضها نابع من البيئة الداخلية كسياسة السلطة الحاكمة، والعلاقة بالمصادر الصحفية. إضافةً إلى ذلك فإن هناك مجموعة من المعوقات التي تواجههم في عملهم في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية.

الفصل الثالث: العوامل المؤثرة على أداء
القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية
الفلسطينية

المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد:

يعرض هذا الفصل النتائج العامة للدراسة الميدانية حول الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وكذلك نتائج اختبار فروض الدراسة، وقد أجريت الدراسة على القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية بأسلوب الحصر الشامل بلغت (109) مفردة، بحيث تم توزيعها بشكل مطبوع على القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية في قطاع غزة، وتم تصميمها على شبكة الإنترنت للقائمين بالاتصال في الضفة الفلسطينية، وجاءت نتائج الدراسة على النحو الآتي:

أولاً: مستويات الاجابات المعتمدة في الدراسة :

لتحديد المحك المعتمد في الدراسة، فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (4=5-1)، ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (0.80=4/5)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (3.1): يوضح مستويات الاجابات المعتمد في الدراسة

طول الخلية	الوزن النسبي المقابل له	درجة الموافقة
من 1 - 1.80	من 20% - 36%	قليلة جدا
أكبر من 1.80 - 2.60	أكبر من 36% - 52%	قليلة
أكبر من 2.60 - 3.40	أكبر من 52% - 68%	متوسطة
أكبر من 3.40 - 4.20	أكبر من 68% - 84%	كبيرة
أكبر من 4.20 - 5	أكبر من 84% - 100%	كبيرة جدا

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحث على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للأداة ككل، ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحث درجة الموافقة حسب المحك المعتمد للدراسة.

ثانياً: الوصف الاحصائي لتساؤلات أداة الدراسة:

المحور الأول: العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال:

أ. المعايير الذاتية

1. الفترة الزمنية التي التحق القائمون بالاتصال خلالها للعمل:

جدول(3.2): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمدة العمل في المواقع الإلكترونية

النسبة المئوية %	التكرار	مدة العمل
37.6	41	من سنتين الى اقل من 4 سنوات
27.5	30	اقل من سنتين
21.1	23	من 4 سنوات الى اقل من 6 سنوات
13.8	15	6 سنوات فأكثر
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (37.6%) مدة عملهم تراوحت من سنتين إلى أقل من 4 سنوات، وأن ما نسبته (27.5%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية مدة عملهم أقل من سنتين، بينما ما نسبته (21.1%) مدة عملهم من 4 سنوات إلى أقل من 6 سنوات، ، بينما ما نسبته (13.8%) أكثر من 6 سنوات. ويعزو الباحث ارتفاع عدد العاملين في المواقع الإخبارية في السنوات الأخيرة من سنتين إلى أقل من أربع سنوات بنسبة (41%)، وذلك بسبب بداية انتشار هذه المواقع في الفترة الأخيرة، وزيادة إقبال الجمهور عليها، مما جعل الكثير من القائمين على تلك المواقع إلى زيادة التوسع في نشاطها، وتغطيتها الإخبارية، وهذا يتطلب وجود كادر متخصص قادر على القيام بهذه المهمة، وهذا ما أكدته النتيجة الخاصة بالاتحاق بالعمل قبل 6 سنوات حيث كانت نسبته (13.8%).

2. طريقة الحصول على الوظيفة في المواقع الإخبارية الفلسطينية.

جدول (3.3): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية الحصول على الوظيفة

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية الحصول على الوظيفة
34.9	38	تقديم أعمال صحفية للموقع الإخباري
26.6	29	التدريب أثناء فترة الدراسة
15.6	17	العلاقات الخاصة والمعارف
13.7	15	مسابقة رسمية
9.2	10	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (34.9%) حصلوا على الوظيفة من خلال تقديم أعمال صحفية للموقع الإخباري، بينما ما نسبته (26.6%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية حصولهم على الوظيفة كان من خلال التدريب أثناء فترة الدراسة، بينما ما نسبته (15.6%) من خلال العلاقات الخاصة والمعارف، بينما ما نسبته (13.7%) من خلال مسابقة رسمية، بينما ما نسبته (9.2%) من خلال طرق أخرى. ويرى الباحث أن المواقع الإلكترونية أصبحت تبحث عن المتخصصين في مجال العمل الإخباري الإلكتروني، فيتم اختيار الكادر من خلال قيام الراغبين بالعمل في هذا المجال بتقديم أعمالهم الصحفية للقائمين على المواقع الإخبارية، أو من خلال اقتناعهم بكفاءة القائم بالاتصال خلال فترة التدريب، وهذا لمسهم الباحث من طبيعة عمله، حيث يعمل الباحث مساعداً لرئيس قسم التدريب الميداني بكلية مجتمع الأقصى، حيث لاحظ الباحث أثناء تنفيذ الطلبة لمساق التدريب الميداني الخاص بتخصص الصحافة الإلكترونية أن كثيراً من الطلبة تم تعيينهم في المواقع الإخبارية التي تدريبوا بها، إما بشكل دائم، أو بنظام القطعة، إضافة إلى اتصال أصحاب المواقع على القسم من أجل ترشيح بعض أسماء الخريجين للعمل معهم، مصطحبين معهم مجموعة من أعمالهم الصحفية وهذا يبرر هذه النسب المرتفعة، أما لكيفية الحصول على فرصة العمل بواسطة مسابقة رسمية فيرى الباحث أن نسبة (13.7%) هي نسبة منطقية حيث نادراً ما يتم الإعلان عن وظيفة رسمية خاصة بالعمل في المواقع الإخبارية الإلكترونية. وتختلف هذه النتائج مع دراسة (الورفلي، 2014)، أوضحت

الدراسة أن النسبة الأعلى من القائمين بالاتصال في إذاعات أل (أف أم) الليبية التحقوا بالعمل عن طريق الإعلان حيث بلغت (65.1%)⁽¹⁾.

3. أسباب الرغبة في العمل في المواقع الإخبارية:

جدول (3.4): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب الرغبة للعمل في المواقع الإخبارية

النسبة المئوية %	التكرار	أسباب الرغبة للعمل في المواقع الاخبارية
43.1	47	الموهبة وحب المهنة
29.4	32	التخصص ومجال الدراسة
11.9	13	تحقيق الكسب المالي
7.3	8	المساهمة في حل مشكلات المجتمع
5.5	6	تحقيق الشهرة
2.8	3	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (43.1%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون سبب رغبتهم في العمل في المواقع الإخبارية يرجع إلى الموهبة وحب المهنة، بينما ما نسبته (29.4%) يرجع إلى التخصص ومجال الدراسة، بينما ما نسبته (11.9%) يرجع تحقيق الكسب المالي، بينما ما نسبته (7.3%) يرجع إلى المساهمة في حل مشكلات المجتمع، بينما ما نسبته (5.5%) يرجع إلى تحقيق الشهرة، بينما ما نسبته (2.8%) يرجع إلى أسباب أخرى. ويرى الباحث أن الموهبة وحب المهنة يعتبر عاملاً أساسياً ومهماً في الإبداع في المجال الصحفي وهذا يبرر حصولها على نسبة (43.1%) وكذلك التخصص ومجال الدراسة بنسبة (29.4%) حيث إن العمل في المواقع الإخبارية يحتاج إلى متخصصين في هذا المجال ممن لديه القدرة على التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة، والوسائل المتعددة. أما عن تحقيق الشهرة والمساهمة في مشكلات المجتمع فطبيعة المجتمع الفلسطيني لم تصل إلى درجة تحقيق الشهرة عن طريق العمل الصحفي كما هو الحال في البلدان

(1) الورفلي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات ال أف أم الليبية.

الأخرى كمصر من خلال التحقيقات الصحفية، أو كتابة المقالات... إلخ، كما أن طبيعة الأحداث في الأراضي الفلسطينية تركز بشكل أساسي على نقل الأخبار بشكل روتيني طبيعي بسبب سرعتها وتواترها، وهذا يفسر حصولهما على نسب متدنية (7.3%) و (5.5%) على التوالي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مريشد، 2009) التي أظهرت أن الموهبة وحب العمل حصل على المرتبة الأولى في الرغبة في العمل بمتوسط حسابي (4.8%)⁽¹⁾.

4. الشروط الواجب توافرها في العاملين بالمواقع الإخبارية من وجهة نظر القائمين بالاتصال:

جدول (3.5): يوضح التكرارات والنسب المئوية للشروط الواجب توافرها في العاملين بالمواقع الإخبارية

النسبة المئوية %	التكرار	الشروط الواجب توافرها في العاملين بالمواقع الإخبارية
22.1	64	الموهبة والرغبة في العمل الصحفي
21.1	61	امتلاك مهارات التعامل مع التكنولوجيا
20.4	59	الحصول على مؤهل متخصص في الصحافة
18.3	53	المعرفة بأساليب النشر الإلكتروني
15.9	46	الثقافة الواسعة
1.4	4	الانتماء لحزب أو فصيل.
0.7	2	أخرى
100.0	289	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (22.1%) يعتبرون الموهبة والرغبة في العمل الصحفي أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في العاملين بالمواقع الإخبارية، و أن ما نسبته (21.1%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون من الشروط الواجب توافرها في العاملين بالمواقع الإخبارية امتلاك مهارات التعامل مع التكنولوجيا، بينما ما نسبته (20.4%) يعتبرون الحصول على مؤهل متخصص في الصحافة، بينما ما نسبته

(1) بن مريشد، تأثير المادة الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين: دراسة وصفية على عينة من الصحفيين السعوديين.

(18.3%) يعتبرون المعرفة بأساليب النشر الإلكتروني، ، بينما ما نسبته (15.9%) يعتبرون الثقافة الواسعة ، بينما ما نسبته، بينما ما نسبته (1.4%) يعتبرون الانتماء لحزب أو فصيل، بينما ما نسبته (0.7%) يعتبرون بأن هناك شروطاً أخرى. ويعزو الباحث إلى حصول الموهبة والرغبة في العمل الصحفي على نسبة (22.1%) بأنها نتيجة منطقية تتوافق مع ما تم الإجابة عليه في أسباب الحصول على العمل في الموقع الإخباري بنسبة (43.1%)، فالصحفي الذي امتهن العمل في المواقع الإخباري بسبب حبه للعمل قادر على العطاء والإبداع، ولديهم قدرة على تطوير مهاراتهم أكثر من الذين امتهوا العمل من أجل أسباب تتعلق بالراتب على سبيل المثال، فيصبح القائم بالاتصال مجرد أداة لتنفيذ المهام الموكلة له دون عناء التطور والإبداع. كما أن طبيعة العمل في المواقع الإخبارية الإلكترونية تتطلب التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة، من حيث التعامل مع كيفية نشر الأخبار على صفحة الموقع الإخباري، وكذلك اختيار الوسائط وتحريرها، وكيفية نشرها لهذا جاءت نسبة امتلاك مهارات التعامل مع التكنولوجيا الحديثة بنسبة (21.1%). أما عن حصول الانتماء الحزبي على نسبة منخفضة فكانت بنسبة (1.4%) فيعزو الباحث هذه النتيجة لتنوع المواقع الإخبارية، وعدم تركزها في يد حزب أو فصيل فكثيرة هي المواقع الإخبارية المستقلة، والتي تضع شعاراً المهنية الموضوعية بعيداً عن الحزبية، فغالبية المواقع الإخبارية الفلسطينية أصبحت تنشئ بشكل فردي، من أجل تقديم المعلومات الإخبارية بشكل موضوعي.

وتتوافق هذه النتائج مع ما جاء في الإطار المعرفي حيث أشار (الدليمي) إلى أنه: "يجب أن يلم القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية بعدد من المؤهلات التي دونها لا يمكنه التعامل مع مثل هذه النوعية من الصحف الإلكترونية"⁽¹⁾، كذلك ما أشار إليه (أبو عيشة)، حيث أكد أن هناك مجموعة من المهارات التي يجب على القائمين بالاتصال إتقانها لمساعدتهم في أدائهم المهني.⁽²⁾

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (الغريزي، 2013)، حيث احتلت الثقافة الواسعة المرتبة الأولى بنسبة (16.5%)، واحتلت الموهبة على نسبة متدنية جداً بلغت (1.1%)⁽³⁾

(1) الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (ص282-283).

(2) أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني (ص184).

(3) الغريزي، المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري الإذاعي والتلفزيوني، دراسة مسحية للقائم بالاتصال (ص 94-108).

5. مدى حصول القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية على دورات:

جدول (3.6): يوضح التكرارات والنسب المئوية للحصول على الدورات بعد الالتحاق بالعمل

النسبة المئوية %	التكرار	الحصول على الدورات بعد الالتحاق بالعمل
73.4	80	نعم
26.6	29	لا
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (73.4%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية حاصلين على الدورات بعد الالتحاق بالعمل، بينما ما نسبته (26.6%) غير حاصلين على الدورات بعد الالتحاق بالعمل. ويعزو الباحث إلى حصول غالبية القائمين على دورات تدريبية بنسبة (73.4%) إلى أن جل العاملين في هذا المجال حاصلين على مؤهل علمي خاص بالعمل الصحفي بشكل عام، وليسوا متخصصين في مجال العمل الصحفي الإلكتروني، وعندما التحق القائمون بالاتصال بالعمل في المواقع الإخبارية وجدوا أن هناك حاجة ملحة -حسب رأي الباحث- لتطوير مهاراتهم في مجال العمل الصحفي الإلكتروني، بما يضمن لهم البقاء في العمل، والمنافسة مع زملائهم المتخصصين في مجال الإعلام الإلكتروني، خاصة في ظل تطور المسابقات الدراسية الجامعية بما يتلاءم مع الإعلام الجديد، وكذلك ظهور بعض التخصصات الخاصة بالصحافة الإلكترونية.

و تتفق هذه النتائج مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى نسبة (62.90%) من المبحوثين قد تلقوا دورات تدريبية متخصصة، وأن هذه الدورات صقلت مهاراتهم في التعامل مع التقنيات الحديثة⁽¹⁾. كما تتفق هذه النتائج مع دراسة (نوفل، 2006)، حيث أشارت نتائج الدراسة أن (75%) من أفراد عينة المراسل قد حصلوا على دورات تدريبية وكانت من أهمها الدورات الخاصة بالإعلام الدولي بنسبة (22.2%)، تلاها التحرير الصحفي بنسبة (20.9%)⁽²⁾.

(1) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

(2) نوفل، العوامل المؤثرة في الأداء الاتصالي ... (ص327-427).

ولا تتفق هذه الدراسة مع دراسة (عبد الله، 2011) حيث أظهرت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال الذين لم يحصلوا على دورات بلغت (75.8%)⁽¹⁾، ولا تتفق هذه النتائج مع دراسة (الدلو، 2007) حيث أظهرت نتائج دراسته أن (70.9%) من العاملين في المواقع الإلكترونية لم يلتحقوا بدورات تدريبية⁽²⁾. وكذلك دراسة (الورفلي، 2014)، حيث أشارت الدراسة أن النسبة الأعلى من القائمين بالاتصال في إذاعات أل (أف أم) الليبية لم يلتحقوا بدورات تدريبية حيث بلغت (75.8%)⁽³⁾. وكذلك لا تتفق مع دراسة (الحنبلي، 2012) حيث أظهرت نتائج الدراسة نسبة الذين حصلوا على دورات بلغت (56%)، مقابل على (44%) من القائمين بالاتصال لم يحصلوا على دورات تدريبية (44%)⁽⁴⁾. وكذلك لا تتفق مع دراسة (محمد، 2002) حيث أظهرت نتائج الدراسة أن (62.4%) لم يحصلوا على دورات في مجال العمل الصحفي المتخصص، في حين أن (37%) حصلوا على دورات.⁽⁵⁾

6. أسباب عدم التحاق القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية بالدورات:

جدول (3.7): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب عدم الالتحاق بالدورات

النسبة المئوية %	التكرار	أسباب عدم الالتحاق بالدورات
48.7	19	لا أجد وقتاً للمشاركة فيها
17.9	7	لا تضيف جديداً لي
12.8	5	عدم اهتمام إدارة الموقع
10.3	4	عدم وجود خبراء في هذا المجال
2.6	1	ليس لها علاقة بمجال عملي
7.7	3	أخرى
100.0	39	المجموع

* الاجابات من اختيار متعدد لمن لم يشاركوا في الدورات التدريبية.

(1) سلمان، البيئة الضاغطة للعمل الصحفي في العراق بعد عام 2003م (ص 223-256).

(2) الدلو، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية ...

(3) الورفلي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات أف أم الليبية.

(4) الحنبلي، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ...

(5) محمد، معوقات الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال في مجال الصحافة البيئية (ص 197-287).

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (48.7%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون سبب عدم التحاقهم بالدورات يرجع إلى عدم وجود وقتاً للمشاركة فيها، بينما ما نسبته (17.9%) يرجع إلى اعتقاد بأنها لا تضيف جديداً لهم، بينما ما نسبته (12.8) يرجع إلى عدم اهتمام إدارة الموقع ، بينما ما نسبته (10.3%) يرجع إلى عدم وجود خبراء في هذا المجال، بينما ما نسبته (2.6%) يرجع إلى أنها ليس لها علاقة بمجال عملهم، بينما ما نسبته (7.7%) يرجع إلى أسباب أخرى. ويفسر الباحث حصول لا أجد وقتاً للمشاركة فيها بنسبة (48.7%) وذلك بسبب طبيعة الأحداث المتواترة والمتلاحقة في الأراضي الفلسطينية مما يجعل القائم بالاتصال متأهباً لأي حدث يسارع إلى تغطيته، إضافة إلى قلة أعداد العاملين في الموقع الإخباري الواحد وقيامهم بأكثر من مهمة مما يجعل وقته محدوداً، كما أن طبيعة العمل في المواقع الإخبارية تتطلب من القائم بالاتصال ملازمة حاسبه الشخصي من أجل نشر الأخبار وقت حدوثها. أما عن حصول أسباب عدم المشاركة في الدورات بسبب عدم وجود خبراء في هذا المجال بنسبة (10.3%) وذلك بسبب حداثة هذا المجال في العمل الإخباري، فغالبيتها الحاصلين على درجات علمية عالية غير متخصصين في الإعلام الإلكتروني، إضافة إلى انشغال الأكاديميين المتخصصين في هذا المجال بالعمل في الجامعات الفلسطينية التي تستنزف وقتهم، فلا يجدون وقتاً كافياً لإعطاء هذه الدورات.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (الراجحي، 2014)، الذي أظهرت أن القائمين لم يحصلوا على دورات تدريبية بنسبة عالية بلغت (65.1%)⁽¹⁾. كما تختلف مع دراسة (الدلو، 2007)، حيث أظهرت النتائج أن أسباب عدم التحاقهم تعود إلى عدم شعورهم بالحاجة إليها بنسبة (48.7%)، وعدم مناسبة وقتها لهم بنسبة (25.6%)، وضعف اهتمامهم بها بنسبة (23.1%)⁽²⁾

7. أسباب المشاركة في الدورات من وجهة القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية:

جدول (3.8): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب المشاركة في الدورات

النسبة المئوية %	التكرار	أسباب المشاركة في الدورات
33.2	72	صقل مهاراتي في مجال التحرير الإلكتروني
25.3	55	تطوير مهارات التواصل مع الجمهور

(1) الراجحي، المسئوليات الأخلاقية والقانونية ... (ص 398-525).

(2) الدلو، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية ...

النسبة المئوية %	التكرار	أسباب المشاركة في الدورات
17.1	37	تطوير مهارات البحث الإلكتروني
16.1	35	صقل مهارات استخدام الوسائط المتعددة
7.4	16	تكليف إجباري من إدارة الموقع الإخباري
0.9	2	أخرى
100.0	217	المجموع

* الاجابات من اختيار متعدد للذين تلقوا دورات تدريبية.

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (33.2%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون سبب مشاركتهم في الدورات يرجع إلى صقل مهاراتي في مجال التحرير الإلكتروني، بينما ما نسبته (25.3%) يرجع إلى تطوير مهارات التواصل مع الجمهور، بينما ما نسبته (17.1%) يرجع إلى تطوير مهارات البحث الإلكتروني، بينما ما نسبته (16.1%) يرجع إلى صقل مهارات استخدام الوسائط المتعددة، بينما ما نسبته (7.4%) يرجع إلى تكليف إجباري من إدارة الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (0.9%) يرجع إلى أسباب أخرى.

ويفسر الباحث حصول صقل مهاراتي في مجال التحرير الإلكتروني على نسبة (33.2%) إلى أن غالبية القائمين بالاتصال لم يمارسوا التحرير الإلكتروني، وأن ما تعلموه من مساقات خاصة بالتحرير ينصب بشكل أساسي على التحرير للصحف الورقية، وهناك فروقات بين التحرير للإعلام الإلكتروني والتحرير للصحف الورقية، مما يجعلهم يوقنون بأنها تساهم في تعزيز مهارات التحرير للمواقع الإخبارية التي يعملون بها. أما عن حصول تطوير مهارات التواصل مع الجمهور بنسبة (25.3%) فيرجع ذلك أن طبيعة المواقع الإخبارية تقوم على أساس التواصل مع الجماهير، حيث توجد بها مساحة كبيرة لتعليقات الجمهور، ومشاركة الأخبار، والتواصل مع إدارة الموقع الإخباري، حتى أن بعض المواقع الإخبارية كصحيفة دنيا الوطن تتيح إمكانية نشر الأخبار من قبل المواطنين ليتم مراجعتها ومن ثم اعتمادها للنشر.

8. مجالات الدورات التي حصل عليه القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية:

جدول (3.9): يوضح التكرارات والنسب المئوية للمجالات الدورات التي تم الحصول عليها

النسبة المئوية %	التكرار	مجالات الدورات التي تم الحصول عليها
26.2	64	الإعلام والاتصال
22.1	54	فنون التحرير الإلكتروني
13.1	32	أخلاقيات النشر الإلكتروني
9.8	24	التواصل مع الجمهور
9.8	24	الموضوعية والمصداقية الإخبارية
8.6	21	التعامل مع المصادر الإخبارية
7.8	19	الإخراج الصحفي الإلكتروني
2.5	6	أخرى
100.0	244	المجموع

* الاجابات من اختيار متعدد .

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (26.2%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية حصلوا على دورات في مجال الإعلام والاتصال، بينما ما نسبته (22.1%) حصلوا في مجال فنون التحرير الإلكتروني، بينما ما نسبته (13.1%) حصلوا في مجال أخلاقيات النشر الإلكتروني، بينما ما نسبته (9.8%) حصلوا في مجال التواصل مع الجمهور، بينما ما نسبته (9.8%) حصلوا في مجال الموضوعية والمصداقية الإخبارية، بينما ما نسبته (8.6%) حصلوا في مجال التعامل مع المصادر الإخبارية، بينما ما نسبته (7.8%) حصلوا في مجال الإخراج الصحفي الإلكتروني، بينما ما نسبته (2.5%) حصلوا في مجالات أخرى. ويرى الباحث أن اعتماد القائمين بالاتصال على الدورات الخاصة بمجال الإعلام والاتصال بنسبة (26.2%) وذلك لكثافة هذا النوع من الدورات ووجود المتخصصين بها، إضافة إلى أن هذه الدورات تكون شاملة في مضمونها للفنون الخاصة بالعمل الصحفي، وكذلك تقديم بعض المؤسسات الخاصة بهذا المجال لتلك الدورات بأسعار بسيطة، أما عن حصول الإقبال على

الدورات الخاصة بمجال فنون التحرير الإلكتروني بنسبة (22.1%) وذلك - من وجهة نظر الباحث- لحرص القائمين على المواقع الإخبارية على تطوير مهارات العاملين لديها، بما يخدم مصلحة العمل، فتقوم بتوجيههم نحو مثل هذه الدورات، والعمل على التعاقد مع المتخصصين في هذا المجال لتطوير الكادر المهني لديها؛ إضافة إلى حرص القائمين بالاتصال على تطوير قدراتهم في مجال العمل الإخباري الإلكتروني .

وتختلف هذه النتائج إلى حد ما مع دراسة (الدلو، 2007) حيث أظهرت النتائج أن الدورات التي حصل عليها القائمون بالاتصال هي الكتابة الصحفية بنسبة (50%)، والحاسوب والإنترنت (37.5%)، والتصوير الصحفي بنسبة (18.8%)، والتصميم والإخراج بنسبة (12.5%)⁽¹⁾. وكذلك لا تتفق مع دراسة (الحنبلي، 2012) حيث أظهرت نتائج الدراسة نسبة الذين أهم موضوعات التدريب اكتساب اللغات غير العربية/ الأجنبية (22.2%)، في حين حصلت التعامل مع الوسائط المتعددة على (12.5%)⁽²⁾.

9. المهارات التي يجب أن تتوافر في القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية:

جدول(3.10): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب

#	أهم المهارات التي يجب أن تتوافر في القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
1.	الإلمام بمهارات التفاعلية مع الجمهور .	4.50	90.00	1
2.	مهارات التحرير للأخبار الإلكترونية	4.45	89.00	2
4.	تحمل ضغط العمل	4.22	84.40	3
7.	إتقان مهارات النشر الإلكتروني	4.20	84.00	4
6.	القدرة على الاختزال في عرض المعلومات (مهارات الكتابة)	4.16	83.20	5
3.	التعامل مع الوسائط المتعددة	4.03	80.60	6
5.	الإلمام بفن الإخراج الصحفي الإلكتروني	3.81	76.20	7

(1) الدلو، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية ...

(2) الحنبلي، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ...

تشير نتائج الجدول السابق أن أهم المهارات التي يجب أن تتوافر في القائم بالاتصال في المواقع الاخبارية كانت على النحو التالي:

1. الإلمام بمهارات التفاعلية مع الجمهور: حصلت على المرتبة الأولى حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المهارة (90.00%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة، ويعزو الباحث هذه النتيجة لأن طبيعة عمل المواقع الإخبارية تستهدف جمهوراً متنوعاً وغير ثابت، وهذا الجمهور يحتاج لمن يعرف كيفية التعامل مع رغباته وحاجاته الإخبارية، ويهتم بها، وكما أشرنا سابقاً بأن هناك العديد من المواقع الإخبارية تقدم لجمهورها خدمات التواصل، والنشر الإلكتروني، وإبداء الآراء والتعليقات حول الخدمات الإخبارية المقدمة.

2. مهارات التحرير للأخبار الإلكترونية: حصلت على المرتبة الثانية حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المهارة (89.00%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة، ويعزو الباحث هذه النتيجة المرتفعة بسبب أن طبيعة العمل في المواقع الإخبارية تتطلب مهارات التحرير والنشر الإلكتروني، وهذه المهارات قد لا تكون متوفرة في القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فقد يجد القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية صعوبة في نشر وتحرير الأخبار، والتعامل مع الواقع التكنولوجي إذا لم يكونوا على دراية وإتقان لتلك المهارات.

3. تحمل ضغط العمل: حصلت على المرتبة الثالثة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المهارة (84.40%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة

4. إتقان مهارات النشر الإلكتروني: حصلت على المرتبة الرابعة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المهارة (84.00%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة

5. القدرة على الاختزال في عرض المعلومات (مهارات الكتابة): حصلت على المرتبة الخامسة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المهارة (83.20%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة

6. التعامل مع الوسائط المتعددة: حصلت على المرتبة السادسة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المهارة (80.60%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة

7. الإلمام بفن الإخراج الصحفي الإلكتروني: حصلت على المرتبة السابعة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المهارة (76.20%)، وقد جاءت بدرجة تقدير كبيرة.

10. التنظيمات الإدارية التي يفضل القائمون بالاتصال الانضمام لها:

جدول(3.11): يوضح التكرارات والنسب المئوية للتنظيمات الإدارية التي تفضل الانضمام لها

النسبة المئوية %	التكرار	التنظيمات الإدارية التي تفضل الانضمام لها
37.6	70	الانضمام لنقابة الصحفيين
19.4	36	إنشاء نقابة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين
15.6	29	مجموعات الفيس بوك الخاصة بالصحفيين
8.6	16	المنتديات الإلكترونية الخاصة بالصحفيين
8.1	15	إنشاء شعبة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين في نقابة الصحفيين
8.1	15	الانضمام للكتل الصحفية الفلسطينية الغير رسمية
2.7	5	أخرى
100.0	186	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد .

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (37.6%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يفضلون الانضمام لنقابة الصحفيين، بينما ما نسبته (19.4%) يفضلون إنشاء نقابة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين، بينما ما نسبته (15.6%) يفضلون الانضمام إلى مجموعات الفيس بوك الخاصة بالصحفيين ، بينما ما نسبته (8.6%) يفضلون الانضمام إلى المنتديات الإلكترونية الخاصة بالصحفيين ، بينما ما نسبته (8.1%) يفضلون إنشاء شعبة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين في نقابة الصحفيين، بينما ما نسبته (8.1%) يفضلون الانضمام للكتل الصحفية الفلسطينية الغير رسمية، بينما ما نسبته (2.7%) يفضلون الانضمام إلى مجموعات أخرى.

ويفسر الباحث تفضيل القائمون بالاتصال للانضمام لنقابة الصحفيين بنسبة (37.6%) وذلك لأن نقابة الصحفيين تعتبر الجسم الشرعي والحقيقي القائم فعلاً، وهو القادر على الحفاظ على حقوقهم وحمايتهم - رغم تعطله- بسبب أحداث الانقسام الفلسطيني، أو بسبب ممارسات الاحتلال الصهيوني، إلا أن القائمون بالاتصال يرون فيه الجدار الواقي الذي يحميهم عند الوقوع

في المشكلات، أما عن حصول الانضمام لكتل صحفية فلسطينية غير رسمية بنسبة (8.1%) فيرى الباحث أن مثل هذه الكتل غير مؤهلة للدفاع عنهم، وغير حاصلة على الترخيص مما يجعلها بغير ذي فائدة في المواقف الصعبة التي قد يتعرض لها القائمون بالاتصال لها في حياتهم الصحفية المحفوفة بالمخاطر.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (كاظم، وآخرون، 2003)، حيث أظهرت تفضيل القائمين بالاتصال للانضمام لنقابة الصحفيين العراقيين بنسبة مرتفعة بلغت (69.1%)⁽¹⁾، كما تتفق مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث أشارت النتائج أن اتجاهات القائمين بالاتصال نحو الكيان التنظيمي الذي يفضلون الانضمام إليه هو الانضمام إلى نقابة الصحفيين المصريين بشعبة الصحافة الإلكترونية بنسبة (75%)، كما أوضحت النتائج أن أهم الإنجازات المتوقعة من إنشاء كيان تنظيمي يضم العاملين في المواقع الإلكترونية الإخبارية هو إصدار ميثاق شرف ينظم العمل الإعلامي على الانترنت⁽²⁾. وكذلك تتفق مع دراسة (الحنبلي، 2012) حيث أظهرت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال يفضلون الانضمام لنقابة الصحفيين بنسبة مرتفعة بلغت (89%)، في حين يفضل (73%) من المبحوثين أن يتم إنشاء شعبة للصحافة الإلكترونية بنقابة الصحفيين المصريين، وأن ينضموا إليها⁽³⁾.

11. الطريقة التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في صياغة الأخبار على الموقع الإخباري:

جدول (3.12): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية صياغة الأخبار على الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية صياغة الأخبار على الموقع الإخباري
52.3	57	مجهود ذاتي
26.6	29	التجديد المعتمد على الوسائط المتعددة
15.6	17	القوالب الصحفية التقليدية
5.5	6	النقل الحرفي
100.0	109	المجموع

(1) كاظم، حقوق وضمانات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعد التغيير في 2003/4/9م (ص389-406).

(2) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

(3) الحنبلي، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ...

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (52.3%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يصيغون الأخبار على الموقع الإخباري من خلال المجهود الذاتي، بينما ما نسبته (26.6%) من التجديد المعتمد على الوسائط المتعددة بينما ما نسبته (15.6%) من القوالب الصحفية التقليدية، بينما ما نسبته (5.5%) من خلال النقل الحرفي.

ويرى الباحث أن اعتماد القائمين بالاتصال على المجهود الذاتي في صياغة الأخبار بنسبة (52.3%) يرجع إلى حداثة هذا العلم الإعلامي، وعدم كفايتهم الأكاديمية بسبب قلة المتخصصين في هذا المجال، مما يجعلهم يصوغون الأخبار بالطريقة التي يرتئيها القائم بالاتصال، وتحقق الغرض منها، ومتابعة الجمهور لها، فيعمل على صياغة الأخبار وفق ما تعلمه في الكليات الأكاديمية، في قالب يحاول جاهداً أن يتناسب مع طبيعة الوسط التكنولوجي الخاص بالعمل في المواقع الإخبارية. في حين أن نسبة ليس بالقليلة ترى أنه لا بد من الاعتماد على الوسائط المتعددة في صياغة الأخبار الإلكترونية، ضمن مفهوم التجديد الخاص بطبيعة عمل تلك المواقع بنسبة (26.6%).

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (فولكتي، 2014)، حيث احتلت صياغة الأخبار بحسب الاجتهاد الشخصية على المرتبة الأولى بنسبة (35.1%)، واحتلت النقل الحرفي حسب المواقع الإلكترونية على نسبة متدنية جداً بلغت (15.0%)⁽¹⁾. وكذلك تتفق مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث أوضحت النتائج تعدد وتنوع التقنيات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وكان من أبرزها تقديم صور فيديو للحدث وتطورات بنسبة (57.7%)⁽²⁾.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (تلاحمة، 2012) حيث أشار أن غالبية المواقع الإخبارية تعتمد في بناء المحتوى كنوع من التجديد على الوسائط المتعددة بنسبة (100%)⁽³⁾.

12. الأساليب الحديثة التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في نشر الأخبار الإلكترونية:

(1) فولكتي .

(2) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

(3) تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت.

جدول(3.13): يوضح التكرارات والنسب المئوية للأساليب الحديثة التي يتم الاعتماد عليها في نشر الأخبار الإلكترونية

النسبة المئوية %	التكرار	الأساليب الحديثة التي يتم الاعتماد عليها في نشر الأخبار الإلكترونية
69.7	76	استخدام الوسائط المتعددة (صوت ، وفيديو ، وصور)
18.3	20	إنشاء روابط للموضوعات المتشابهة داخل الموقع.
6.5	7	إنشاء روابط خارجية لمصادر الخبر المنشور
5.5	6	استخدام تقنيات الإخراج والتصميم في الموقع
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (69.7%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتمدون على استخدام الوسائط المتعددة (صوت ، وفيديو ، وصور) كأسلوب حديث في نشر الأخبار الإلكترونية، بينما ما نسبته (18.3%) يعتمدون على إنشاء روابط للموضوعات المتشابهة داخل الموقع، بينما ما نسبته (6.5%) يعتمدون على إنشاء روابط خارجية لمصادر الخبر المنشور، بينما ما نسبته (5.5%) يعتمدون على استخدام تقنيات الإخراج والتصميم في الموقع. ويفسر الباحث هذه النتائج بأن المواقع الإلكترونية بشكل خاص تعتمد في طريقة نشرها للأخبار والموضوعات الصحفية على الوسائط المتعددة (الفيديو، أو ملفات الصوت، أو الصور) وهذه المقومات لا تتوافر بالصحيفة الورقية، وهذا يعطي للمواقع الإخبارية عنصر قوة في جذب الجمهور نحو متابعتها، فالجمهور أصبح بحاجة إلى ما يدعم الخبر، من خلال مشاهد الفيديو، أو الملفات الصوتية، أو الصور المصاحبة للخبر، وبذلك عمد القائمون بالاتصال على الاعتماد على استخدام الوسائط المتعددة بنسبة (69.7%). أما حصول استخدام تقنيات الإخراج والتصميم في الموقع فبلغت نسبتها (5.5%) وهذه نتيجة منطقية لعدة أسباب أهمها: أن القائمين بالاتصال متخصصين في مجال الصحافة والتحرير، أما موضوع الإخراج والتصميم فهو بحاجة إلى متخصصين في مجال التصميم من خلال مجموعة من البرامج كبرنامج (Photoshop – Corel drew - Adobe after effect) والعديد من البرامج الخاصة بالإخراج والتعامل مع المؤثرات الصوتية، والمونتاج.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (حبيب، 2014) إلى حد ما من حيث اعتماد المواقع الإخبارية على الوسائط المتعددة بنسبة متوسطة بلغت (46.6%)⁽¹⁾

ب. المعايير المهنية للقائم بالاتصال

13. طبيعة علاقة القائمين بالاتصال مع زملائهم في الموقع الإخباري:

جدول(3.14): يوضح التكرارات والنسب المئوية وصف العلاقة مع الزملاء في العمل

النسبة المئوية %	التكرار	وصف العلاقة مع الزملاء في العمل
81.6	89	علاقات يسودها الود والتفاهم
8.3	9	علاقات تسودها الأناية والمنافسة غير الشريفة
6.4	7	علاقات رسمية يغلب عليها الانتماء للعمل فقط
3.7	4	علاقات يغلب عليها الانتماء الحزبي
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (81.6%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يصفون علاقتهم بزملائهم في العمل بأنها علاقة يسودها الود والتفاهم، بينما ما نسبته (8.3%) علاقتهم تسودها الأناية والمنافسة غير الشريفة، بينما ما نسبته (6.4%) علاقتهم رسمية يغلب عليها الانتماء للعمل فقط، بينما ما نسبته (3.7%) علاقتهم يغلب عليها الانتماء الحزبي.

ويفسر الباحث هذه النتائج بأن غالبية العلاقات في الموقع الإخباري يسودها الود والتفاهم، وذلك بسبب أن طبيعة المجتمع الفلسطيني طبيعة يغلب عليها طابع الود والاحترام، والشراكة، فهم أصحاب نفس الهم الفلسطيني، والألم الناجم عن ممارسات الاحتلال الإسرائيلي، وبسبب العدوان المتكرر على قطاع غزة كثير من أبناء الشعب الفلسطيني فقد أحد معارفه أو أصدقائه، فأصبحت علاقات المودة والحب هي السائدة في جميع المعاملات بين الشعب الفلسطيني بما فيها علاقات العمل، وبذلك حصلت على نسبة (81.6)، إضافة إلى ذلك - من وجهة نظر الباحث- يرى أن النظرة الإدارية والبيروقراطية في العمل غير متوفرة لعدم وجود تدرج وظيفي في المواقع الإخبارية،

(1) حبيب، التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية.

فجميعهم موظفون يعملون بنفس المستوى الوظيفي، ولا يوجد هياكل تنظيمية واضحة في أغلب تلك المواقع. أما عن حصول العلاقات التي يغلب عليها الانتماء الحزبي على نسبة (3.7%) فحسب ما رصدته الدراسة فإن أغلب المواقع التي تم مسحها لا تتبع للفصائل الفلسطينية، وإنما أنشئت بمجهود فردي، حتى المواقع الإخبارية التي تنتمي إلى حزب أو فصيل فهي غالباً تفضل أن يعمل معها المنتمين لنفس الحزب، وهذا يجعل فئة الحزبية محدودة جداً في أضيق نطاق.

وتتفق هذه النتائج إلى حد كبير مع دراسة (الدلو، 2007) حيث أظهرت النتائج أن العلاقة بين العاملين يسودها الود والاحترام بنسبة (56.4%)، وروح العمل الجماعي بنسبة (16.4%)، والتنافس الشريف بنسبة (14.5%)، والأناية بنسبة (12.7%) من مجموع عدد العاملين بالمواقع الإلكترونية (1).

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (الورفلي، 2014)، حيث بينت الدراسة أن العلاقات في إذاعات الـ(FM) الليبية كانت علاقات يسودها الرسمية؛ حيث بلغت (81%)، يليها علاقات يسودها التعاون بنسبة بلغت (19%) (2).

14. طبيعة علاقة القائمين بالاتصال مع رؤسائهم بالعمل:

جدول(3.15): يوضح التكرارات والنسب المئوية للحكم بالعلاقة مع رؤساء العمل

النسبة المئوية %	التكرار	الحكم على العلاقة مع رؤساء العمل
78.9	86	ودية متعاونة
16.6	18	رسمية متحفظة
2.8	3	علاقة متوترة.
1.8	2	علاقة شخصية
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (78.9%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يرون أن علاقتهم برؤسائهم في العمل علاقة ودية متعاونة، بينما

(1) الدلو، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية ...

(2) الورفلي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات الـ أف أم الليبية.

ما نسبته (16.6%) علاقتهم رسمية متحفظة، بينما ما نسبته (2.8%) علاقتهم علاقة متوترة، بينما ما نسبته (1.8%) علاقتهم شخصية. و يفسر الباحث أن نتيجة الحكم على العلاقات مع رؤساء العمل بأنها ودية متعاونة بنسبة (78.9%) وذلك لكون إدارة المواقع الإخبارية لا تعمل بناء التدرج الوظيفي بشكل رسمي، كما تبين في الجدول السابق، فمن الطبيعي أن تكون العلاقات علاقة متعاونة، حيث إن الهدف الأساسي للموقع هو الحصول على انتباه الجماهير، فإدارة الموقع بحاجة لأن يبذل جميع العاملين جهودهم في إطار متعاون من أجل تحقيق الشهرة للموقع، وبناءً على أن أعداد العاملين قليلة في المواقع الإخبارية في كل موقع فإن ذلك يتطلب القيام بأكثر من مهمة في نفس الوقت، وبالتالي فالعلاقة تكون في إطار التعاون المشترك، وتتفق هذه النتيجة مع المقابلة التي أجراها الباحث مع أ. عماد عيد مدير وكالة معاً الإخبارية التي أكد من خلالها على أن العلاقات داخل موقع معاً بشكل خاص يغلب عليها طابع التعاون المشترك بين المدير وبين بقية القائمين بالاتصال، أما حصول علاقات شخصية على نسبة (1.8%) فأثناء تعبئة الاستمارات الخاصة بالدراسة لم يلاحظ الباحث أسماء مشتركة لنفس العائلة في الموقع، إلا حالات نادرة جداً كان طبيعة العلاقة الشخصية زملاء أثناء الدراسة.

وتتفق هذه النتائج إلى حد كبير مع دراسة (الدلو، 2007) حيث أظهرت النتائج أن علاقات جيدة تربط العاملين بإدارة المواقع الإلكترونية وهي كالتالي: ود واحترام بنسبة (60%)، وتعاون بنسبة (18.2%)، وعادية بنفس النسبة، وهو ما يشير إلى حسن العلاقة بين الطرفين⁽¹⁾.

15. العوامل التي تؤثر في نشر المضامين الإعلامية:

جدول(3.16): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأهم العوامل التي تؤثر في نشر المضامين الإعلامية

النسبة المئوية %	التكرار	أهم العوامل التي تؤثر في نشر المضامين الإعلامية
45.4	93	السياسة التحريرية للموقع الإخباري.
17.6	36	القيم الأخلاقية والقانونية
15.6	32	قيم المجتمع وعاداته
13.7	28	التوجهات الحزبية لرؤساء التحرير
7.8	16	حرية التعبير.
100.0	205	المجموع

* الإجابات من اختيار متعدد .

(1) الدلو، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية ...

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (45.4%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون أن أهم العوامل التي تؤثر في نشر المضامين الإعلامية هي السياسة التحريرية للموقع الإخباري، بينما ما نسبته (17.6%) يعتبرون القيم الأخلاقية والقانونية، بينما ما نسبته (15.6%) يعتبرون قيم المجتمع وعاداته، بينما ما نسبته (13.7%) يعتبرون التوجهات الحزبية لرؤساء التحرير، بينما ما نسبته (7.8%) يعتبرون حرية التعبير. ويفسر الباحث كون أن القائمين بالاتصال يخضعون للسياسة التحريرية للموقع الإخباري بأن الإعلام الإلكتروني لا يوجد له قانون خاص ينظم العمل به، وبالتالي فالقائمون بالاتصال يخضعون للسياسة التحريرية الخاصة بالموقع الإخباري عند نشر الأخبار والمعلومات عبر صفحاتهم الإلكترونية، وتتفق هذه النتيجة مع المقابلة التي أجراها الباحث مع الأستاذ أحمد أبو عامر مدير التحرير في موقع فلسطين الآن الإخباري حيث أكد أن العاملين يخضعون بشكل أساسي في العمل للسياسة التحريرية الخاصة بالموقع، ولا يخرجون عنها، أما الحالات المستعصية فيتم عرضها لرئاسة التحرير وإدارة الموقع من أجل البت بها. أما حرية التعبير فيفسر الباحث بأنها حصلت على نسبة (7.8%) بأن حرية التعبير تكاد تكون أحياناً محاصرة بعادات المجتمع وقيمه، أو المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي فمن الصعب أن تكون ذات صدارة كعامل أساسي في نشر الأخبار على شبكة الإنترنت للمواقع الإخبارية، خاصة بعد أحداث الانقسام الفلسطيني المرير، حيث يتمتع الكثير من القائمين بالاتصال من الإدلاء بأرائهم بصراحة في كثير من القضايا خوفاً من الملاحظات الفصائلية، والحكومية. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (غنتاب، 2012)، حيث أظهرت النتائج أن دافعية الإنجاز في نشر المضامين الصحفية حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (55.3%)⁽¹⁾. كما تتفق مع دراسة (الغريزي، 2013)، حيث احتلت الاتفاق مع السياسة التحريرية المرتبة الأولى بنسبة (46.3%)⁽²⁾، وكذلك تتفق مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث أوضحت النتائج أن أكثر العوامل التي تؤثر على نشر المضامين الإعلامية هي الالتزام بسياسة الموقع وذلك بنسبة (43.4%)، ثم جاء في المرتبة الثانية الالتزام بالضوابط القانونية والأخلاقية⁽³⁾. وتتفق كذلك دراسة (محمد، 2009)، حيث أوضحت النتائج أن السياسة التحريرية تصدر العوامل المؤثرة على معالجة الصحف المصرية لقضايا الصعيد بنسبة (55.7%) يليها الواقع الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع (48.6%)⁽⁴⁾. وكما تتفق هذه النتائج مع دراسة (عمران، 2003)

(1) غنتاب، دافعية الإنجاز لدى القائم بالاتصال ... (ص 110-127).

(2) الغريزي، المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري الإذاعي والتلفزيوني، (ص 94-108).

(3) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

(4) حنفي، دور الصحافة المصرية في معالجة قضايا الفقر في صعيد مصر: دراسة في المضمون والقائم بالاتصال (ص 1-28).

أن (72%) من المرسلين يواجهون معوقات في نشر موادهم الصحفية ومن أهمها تلك المعوقات تدخل مسؤولي التحرير في عملية النشر. (1) وتختلف هذه النتائج مع دراسة (الورفلي، 2014)، حيث إن المرتبة الأولى للأولويات التي تتحكم في عملية اتخاذ القرار لدى القائمين بالاتصال بشأن نشر المعلومات من عدمها كانت الدساتير المهنية. (2) كما تختلف هذه النتائج مع دراسة (Mark,2005)، حيث تؤدي العوامل الذاتية للصحفيين دوراً هاماً في تناول الصحفيين للأخبار والموضوعات حيث يقدموا ما يرون أن الناس بحاجة له. (3)

16. طرق التعرف على السياسة التحريرية للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية:

جدول (3.17): يوضح التكرارات والنسب المئوية للتعرف على السياسة التحريرية

التعرف على السياسة التحريرية	التكرار	النسبة المئوية %
من خلال رؤسائي بالعمل	63	36.0
من خلال طبيعة الأخبار في الموقع الإخباري	54	30.9
من خلال أحاديثي مع زملائي القدامى	30	17.1
من خلال دليل خاص بالموقع الإخباري	28	16.0
المجموع	175	100.0

* الإجابات من اختيار متعدد .

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (36.0%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية تعرفوا على السياسة التحريرية من خلال رؤسائهم بالعمل، بينما ما نسبته (30.9%) من خلال طبيعة الأخبار في الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (17.1%) من خلال أحاديثي مع زملائي القدامى، بينما ما نسبته (16.0%) من خلال دليل خاص بالموقع الإخباري. ويفسر الباحث هذه النتائج بكون التعرف على السياسة التحريرية من خلال رؤسائي بالعمل بنسبة (36.0%) حيث إن القائم بالاتصال حينما ينضم إلى فريق العمل للموقع الإخباري فإنه يجلس مع رئيس التحرير للتعرف على الأنظمة واللوائح الخاصة بالعمل،

(1) عمران، معوقات الأداء المهني للمرسل الصحفي ... (ص 197-287).

(2) الورفلي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات الأف أم اللببية.

(3) Mark, What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered (p.94-120).

وبالتالي يتعرف بشكل أساسي على السياسة التحريرية في الموقع، وأهميتها، وأنها العنصر الأساسي في العمل، أما عن التعرف عليها من خلال طبيعة الأخبار في الموقع الإخباري فإن الباحث أثناء توزيعه للاستمارات كان يلاحظ استطراد المبحوثين في الحديث عن أنهم كانوا يطالعون الأخبار الواردة في الموقع الإخباري الذي يعلموا به بكثب حتى يستطيعوا التعامل مع السياسة التحريرية الخاصة بالموقع بشكل عملي، كتعزيز لما تلقوه من تعليمات من رئيس التحرير حول السياسة التحريرية للموقع، حيث إن طبيعة التحرير للموقع الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال يمكن أن يبرز السياسة العامة لطرق التحرير في الموقع الإخباري، وآلية الاعتماد على الوسائط المتعددة، وطرق الإخراج، والعرض، وكذلك طبيعة التعرض للأخبار والموضوعات، وبالتالي فإن عملية المطالعة المكثفة للموقع الإخباري يجعل القائمون بالاتصال قادرين على التعرف على السياسية العامة للموقع الإخباري. وتختلف هذه النتائج مع دراسة (فوكولتي، 2014) حيث حصلت نتيجة ذكر التعرف على طبيعة العمل من خلال دليل إرشادي خاص بالموقع على نسبة عالية بلغت (80%).

17. أسباب خضوع القائمين بالاتصال للسياسة التحريرية في الموقع الإخباري:

جدول (3.18): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب الخضوع للسياسة التحريرية

النسبة المئوية %	التكرار	أسباب الخضوع للسياسة التحريرية
44.0	48	تتماشى السياسة التحريرية مع توجهاتي الوظيفية
34.0	37	الاحترام لإدارة الموقع لتوفيرهم فرصة عمل لي
11.0	12	الخوف من العقاب أو الفصل من العمل
9.2	10	التطلع لفرصة عمل إضافية من خلال عملي الحالي.
1.8	2	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (44.0%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يرون سبب خضوعهم للسياسة التحريرية يرجع إلى تماشى السياسة التحريرية مع توجهاتهم الوظيفية، بينما ما نسبته (34.0%) يرجع إلى الاحترام لإدارة

الموقع لتوفيرهم فرصة عمل لي، بينما ما نسبته (11.0%) يرجع إلى الخوف من العقاب أو الفصل من العمل، بينما ما نسبته (9.2%) يرجع إلى التطلع لفرصة عمل إضافية من خلال عملي الحالي، بينما ما نسبته (1.8%) يرجع إلى أسباب أخرى. ويفسر الباحث أن أهم أسباب الخضوع للسياسة التحريرية كونها تتماشى مع التوجهات الوظيفية بنسبة (44.0%) بأنها نتيجة منطقية كون أن القائم بالاتصال حينما يلتحق بالعمل في الموقع الإخباري فإنه يتعرف على طبيعة العمل وعلى السياسة التحريرية للموقع، فيختار إما البقاء أو عدم الالتحاق بالعمل، كونها لا تتعارض مع توجهاته الوظيفية، وكون أن الغالبية للمواقع الإخبارية غير تنظيمية فمن الطبيعي أن تتوافق السياسة التحريرية مع التوجهات الوظيفية للقائم بالاتصال، أما عن حصول التطلع لفرصة عمل إضافية من خلال عملي الحالي بنسبة (9.2%) فإن قطاع غزة بشكل خاص يعاني من شبه انسداد في الحصول على فرص عمل، حيث أن الحصار الإسرائيلي لقطاع غزة بشكل خاص ساهم في تقشي البطالة، عدم وجود فرص للخريجين للعمل وفق تخصصاتهم، وشهاداتهم العلمية، وبالتالي من الصعب أن يجد القائم بالاتصال فرصة جديدة للعمل في أماكن أخرى، خاصة وأن المواقع الإخبارية الفلسطينية لازالت حديثة النشأة والإقبال عليها قد بدأ بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة فقط، بسبب انتشار الفضاء الإلكتروني، وتغلغله في أوساط المجتمع الفلسطيني.

18. ذكر المصدر عند نشر الأخبار عبر الموقع الإخباري:

جدول (3.19): يوضح التكرارات والنسب المئوية لذكر المصدر عند نشر الأخبار عبر الموقع الإخباري

المؤشرات	دائماً	أكثر غالباً	أحياناً	نادراً	لا أذكر	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية (sig)
ك	50	28	25	3	3	4.09	81.80	0.000
%	45.9	25.7	22.9	2.8	2.8			

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (45.9%) هم من الذين دائماً يذكرون المصدر عن نشر الأخبار عبر الموقع الإلكتروني، بينما ما نسبته (25.7%) هم من الذين غالباً ما يذكرون المصدر، بينما ما نسبته (22.9%) هم من الذين أحياناً يذكرون المصدر، بينما ما نسبته (2.8%) هم من الذين نادراً ما يذكرون المصدر، بينما ما نسبته (2.8%) هم من الذين لا يذكرون المصدر، وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي (81.80%)، والقيمة الاحتمالية أقل من مستوى الدلالة (0.05) مما يشير على أن القائمين بالاتصال يذكرون

المصدر عن نشر الأخبار بشكل كبير. ويفسر الباحث هذه النتائج بأن المواقع الإخبارية تعلم جيداً أن الجمهور حينما يزور الموقع الإخباري الخاص بهم، فإنه من السهل جداً أن يغادر ليتابع موقعاً آخر، بسبب عدم ذكر المصادر الخاصة بالخبر الذي تم نشره، فيذهب إلى موقع آخر للتأكد من صحة الأخبار، وقد لاحظ الباحث أثناء تصفحه للمواقع الإخبارية أن غالبية المواقع تذكر المصدر الإخباري الخاص بها، وتضعه على شكل ارتباط تشعبي حتى يتسنى للجمهور متابعة الخبر من مصدره الأصلي، ونادراً ما تلجأ المواقع الإخبارية إلى المصادر المجهلة في بعض القضايا الحساسة، والأمنية، حيث تلجأ إلى عدم الإشارة إلى المصدر الإخباري الذي حصلت من خلاله على المعلومات، وهذا يجنبها أحياناً تحمل المسؤولية. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (فوكولتي، 2014) حيث حصلت نتيجة ذكر المصدر الإخباري بنعم على ما نسبته (80%). وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (الدبيسي، 2011) حيث أكدت أن الصحافة الإلكترونية الأردنية تذكر أحياناً بنسبة مرتفعة (44.5%)⁽¹⁾.

19. صعوبة القائمين بالاتصال في الوصول إلى مصادر المعلومات:

جدول (3.20): يوضح التكرارات والنسب المئوية لوجود صعوبة في الوصول إلى مصادر المعلومات

المؤشرات	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية (sig)
ك	4	27	54	17	7	3.04	60.80	0.147
%	3.7	24.8	49.5	15.6	6.4			

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (3.7%) هم من الذين يجدون صعوبة في الوصول إلى مصادر المعلومات دائماً، بينما ما نسبته (24.8%) هم من الذين غالباً ما يجدون صعوبة في ذلك، بينما ما نسبته (49.5%) هم من الذين أحياناً يجدون صعوبة، بينما ما نسبته (15.6%) هم من الذين نادراً ما يجدون صعوبة، بينما ما نسبته (6.4%) هم من الذين لا يجدون صعوبة في الوصول إلى مصادر المعلومات، وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي (60.80%)، والقيمة الاحتمالية أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يشير على أن القائمين يجدون صعوبة في الوصول إلى مصادر المعلومات بشكل متوسط. ويفسر الباحث بأن

(1) الدبيسي، المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية: دراسة مسحية لأساليب الممارسة ... (ص 1-32).

صعوبة الوصول إلى مصادر المعلومات بدائماً بأن القائمين بالاتصال أمام فضاء مفتوح، فمن السهل جداً الولوج إلى أي موقع إلكتروني للحصول على المعلومات، وبالتالي فإن صعوبة الوصول للمصادر تكون شبه معدومة، إضافة إلى ذلك فإن الباحث يرى أن غالبية المواقع الإخبارية تركز على الشأن الفلسطيني الداخلي، وبالتالي فمن السهل جداً على الموقع إرسال فريق العمل الخاص به لتغطية الحدث، ودون تكاليف مكانية أو زمانية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الخدام وآخرون، 2013) حيث إن النتائج أظهرت أن القائمين بالاتصال لا يجدون صعوبة في الحصول على المعلومات بنسبة مرتفعة (85.8%). كما وتتفق مع دراسة (حسينة، 2014) حيث إن النتائج حصول تعذر الوصول لمصادر المعلومات الرسمية بنسبة (30.0%)، والمصادر الغير رسمية بنسبة (10%) كأهم المشكلات التي يعاني منها القائمون بالاتصال في عملهم⁽¹⁾. ولا تتفق هذه النتائج مع دراسة (نصيف، 2010)، التي أشارت إلى ارتفاع نسبة الصحفيين الذين يواجهون صعوبات في الحصول على المعلومات، وهو ما يعكس تعدد القيود المفروضة على حرية تداول المعلومات التي تؤدي إلى تجهيل بعض الصحف وخاصة الصحف الحزبية والخاصة لبعض مصادر الموضوعات التي تنشرها.⁽²⁾ وكذلك تختلف هذه النتائج مع دراسة (نصيف، 2010)، التي أظهرت أن (80%) من عينة الدراسة ذكروا أنه توجد صعوبات في الحصول على المعلومات التي يحتاجها الصحفي في عملهم⁽³⁾، كما تختلف هذه النتائج مع دراسة (عمران، 2003)، التي أظهرت أن (75%) من المراسلين يواجهون صعوبات في الحصول على المعلومات من مصادرها⁽⁴⁾.

20. طبيعة المصادر الإخبارية للموقع الإخباري الذي يعمل به القائمون بالاتصال:

جدول (3.21): يوضح التكرارات والنسب المئوية المصادر الإخبارية للموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	ما المصادر الإخبارية للموقع الإخباري
45.9	50	فريق عمل خاص بالموقع
19.3	21	مصادر رسمية (حكومية- فصائل).
18.3	20	وكالات أنباء

(1) بوشبخ، بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة... (ص 122-167).

(2) نصيف، العوامل المؤثرة على التزام الصحفيين بتشريعات الصحافة وأخلاقيات المهنة...

(3) يونس، العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية...

(4) عمران، معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي ... (ص 197-287).

النسبة المئوية %	التكرار	ما المصادر الإخبارية للموقع الإخباري
6.4	7	مواقع إلكترونية أخرى
6.4	7	الصحف الورقية
1.8	2	متصفح المواقع الإخبارية
1.8	2	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (45.9%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون المصادر الإخبارية للموقع من خلال فريق عمل خاص بالموقع ، بينما ما نسبته (19.3%) من خلال مصادر رسمية (حكومية- فصائل) ، بينما ما نسبته (18.3%) من خلال وكالات أنباء ، بينما ما نسبته (6.4%) من خلال مواقع إلكترونية أخرى ، بينما ما نسبته (6.4%) من خلال الصحف الورقية، بينما ما نسبته (1.8%) من خلال متصفح المواقع الإخبارية، بينما ما نسبته (1.8%) من خلال مصادر أخرى. ويفسر الباحث أن المواقع الإخبارية تعتمد على فريق عمل خاص بالموقع الإخباري بنسبة (45.9%) كون أن الموقع الإخباري يعلم جيداً أن هناك منافسين كثر في العالم الافتراضي الإلكتروني، وبالتالي فهو يسعى بكل جهده إلى التغطية الصحفية الخاصة به، من خلال الحصريات التي ينفرد بها، عن غيره من المواقع الإخبارية، أما اعتماده على متصفح المواقع الإخبارية بنسبة (1.8%) فإن الباحث يرى أن الجمهور الفلسطيني لم يصل بعد إلى المشاركة في الحدث، وحتى المعلومات الصحفية التي يقدمها الجمهور للموقع الإخباري، فإن القائمين على الموقع يعلموا على التأكد من تلك المعلومات من خلال فريق العمل الخاص بهم. و تتفق مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث بينت نتائج الدراسة إلى أن القائمين في المواقع الإلكترونية الإخبارية يعتمدون على الإنتاج الحصري للموقع بالاعتماد على المراسلين والمتعاونين في الكتابة للموقع كمصدر رئيسي للمعلومات وذلك بنسبة (44.7%)، وذلك إلى جانب قيام المحررين بإعادة صياغة المحتوى المنشور على الويب ووكالات الأنباء⁽¹⁾.

(1) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

21. طبيعة علاقة القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية بالمصادر الصحفية:

جدول (3.22): يوضح التكرارات والنسب المئوية لوصف العلاقة بالمصادر الصحفية

النسبة المئوية %	التكرار	وصف العلاقة بالمصادر الصحفية
55.0	60	الاستقلال الكامل من خلال التدفق الرسمي للمعلومات
40.4	44	الاعتماد المتبادل من خلال الحاجة المتبادلة
4.6	5	التبعية من خلال سيطرة المصدر على طبيعة عملي
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (55.0%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية علاقتهم بالمصادر الصحفية هي الاستقلال الكامل من خلال التدفق الرسمي للمعلومات، بينما ما نسبته (40.4%) الاعتماد المتبادل من خلال الحاجة المتبادلة، بينما ما نسبته (4.6%) هي التبعية من خلال سيطرة المصدر على طبيعة عملي. ويفسر الباحث أن علاقة القائمين بالاتصال تتمثل بالاستقلال الكامل من خلال التدفق الرسمي للمعلومات بنسبة (55.0%) بأن القائمين بالاتصال يعملون في مواقع إخبارية مستقلة، تحصل على المعلومات بشكل رسمي، من خلال المصادر الرسمية، والبيانات الصحفية، ودوائر العلاقات العامة في المؤسسات الرسمية، أما حصول التبعية من خلال سيطرة المصدر على طبيعة العمل فكانت بنسبة ضعيفة وصلت إلى (4.6%) كون أن هناك بعض المواقع الإخبارية التي تتبع لتنظيمات حزبية، وبالتالي فإن الأحزاب تفرض أجندتها في عرض المعلومات أو حجبها بما يتوافق مع أجندة ذلك الحزب أو الفصيل، ويظهر ذلك في طبيعة الأخبار التي تنشرها تلك المواقع الإخبارية، وطبيعة الموضوعات التي تتطرق إليها، بالإضافة إلى طبيعة المصادر التي تحصل من خلالها على المعلومات.

22. تأثير المصادر الإخبارية على طبيعة عمل القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية:

جدول(3.23): يوضح التكرارات والنسب المئوية لتأثير المصادر الإخبارية على طبيعة العمل

النسبة المئوية %	التكرار	تأثير المصادر الإخبارية على طبيعة العمل
58.7	64	تقوم المصادر الإخبارية بتنبيهي إلى أخبار معينة.
16.5	18	تعرض المصادر الإخبارية سجلاً يومياً بالأحداث الموقع حدوثها
12.9	14	تقوم المصادر الإخبارية بالتأثير على طريقة تقييم رؤساء التحرير لعملي
11.9	13	تقدم المصادر الإخبارية النموذج الذي يتعرض له المسؤولون عن التحرير
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (58.7%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون تأثير المصادر على طبيعة العمل من خلال التنبيه إلى أخبار معينة، بينما ما نسبته (16.5%) من خلال عرض سجلاً يومياً بالأحداث الموقع حدوثها، بينما ما نسبته (12.9%) من خلال التأثير على طريقة تقييم رؤساء التحرير لعملي، بينما ما نسبته (11.9%) من خلال تقدم النموذج الذي يتعرض له المسؤولون عن التحرير. ويفسر الباحث حصول أن المصادر الإخبارية تقوم بتنبيه القائمين بالاتصال إلى أخبار معينة، كون القائمين بالاتصال يتجهون لتغطية الأحداث التي تصح المصادر الإخبارية عنها، كالمؤتمرات الصحفية، أو التصريحات الرسمية أو دوائر العلاقات العامة، وبالتالي يعتمدوا عليها بشكل أساسي في التغطية الصحفية، أما عن تقدم المصادر الإخبارية النموذج الذي يتعرض له المسؤولون عن التحرير فهي نسبة قليلة بلغت (11.9%) كون أن هناك مجموعة من المواقع الإخبارية تتبع للأحزاب والفصائل الفلسطينية..

2.3. مدى تعرض القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية للرقابة:

جدول(3.24): يوضح التكرارات والنسب المئوية للتعرض للرقابة أثناء العمل في الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	التعرض للرقابة أثناء العمل في الموقع الاخباري
59.6	65	نعم
21.1	23	أحياناً
19.3	21	لا
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (59.6%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يتعرضون للرقابة أثناء العمل في الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (21.1%) أحياناً يتعرضون للرقابة أثناء العمل في الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (19.3%) لا يتعرضون للرقابة أثناء العمل في الموقع الإخباري. ويفسر الباحث تعرض القائمين بالاتصال للرقابة أثناء التغطية الإخبارية، كون أن جميع المواقع الإخبارية تتبع لرئيس أو مدير التحرير الذي يقوم باعتماد الأخبار، ومراجعتها قبل نشرها، من خلال لوحة تحكم خاصة بالنشر، حيث يقوم القائم بالاتصال بإدراج الخبر، وبعد ذلك يظهر الخبر أمام شاشة رئيس التحرير من أجل اعتماد للنشر، أما عن وجود حالات لا يخضع فيها القائم بالاتصال بالرقابة وتمثل (19.3%) وذلك لطبيعة بعض الأخبار العادية التي لا تحتاج إلى رقابة كالتصريحات الصحفية، ومواعيد صرف الرواتب، وتغطية المهرجانات الجماهيرية، وغالباً ما يتم ذكر المصدر الذي نقل الصحفي عنه الخبر، أو الإشارة إلى رابط الموقع الخاص بالخبر. وتختلف هذه الدراسة مع دراسة (الخدام، 2013) حيث أظهرت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال لا يتعرضون للرقابة بنسبة مرتفعة بلغت (88.3%)⁽¹⁾. وكما تختلف هذه النتائج مع دراسة (سعيد، 2012) حيث أظهرت نتائج أن أكثر من نصف المبحوثين (56%) لا يرون وجود رقابة مسبقة على ما ينشر في صحفهم⁽²⁾.

24. أنواع الرقابة التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية:

جدول (3.25): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأنواع الرقابة التي يتم التعرض لها

النسبة المئوية %	التكرار	أنواع الرقابة التي يتم التعرض لها
65.9	58	رقابة مباشرة من رئيس التحرير أو من ينوب عنه.
20.5	18	رقابة ذاتية.
9.1	8	رقابة الدولة (تشريعات وقوانين ومحظورات النشر).
4.5	4	الرقابة التنظيمية (نقابة الصحفيين).
100.0	88	المجموع

* تم استبعاد الذين لم يتعرضوا للرقابة والبالغ عددهم 21.

(1) الخدام، والرواشدة، الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن (ص 430-449).

(2) سعيد، تأثير حرية الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية.

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (65.9%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية من الذين يتعرضون للرقابة يعتبرونها رقابة مباشرة من رئيس التحرير أو من ينوب عنه، بينما ما نسبته (20.5%) يعتبرونها رقابة ذاتية، بينما ما نسبته (9.1%) يعتبرونها رقابة الدولة (تشريعات وقوانين ومحظورات النشر)، بينما ما نسبته (4.5%) يعتبرونها رقابة تنظيمية (نقابة الصحفيين). ويفسر الباحث خضوع القائم بالاتصال برقابة مباشرة من رئيس التحرير بنسبة (65.9%) فكما أشرنا في نتائج الجدول السابق، بأن رئيس التحرير هو المسئول المباشر عن اعتماد الأخبار للنشر عبر صفحة الموقع الإخباري، وبالتالي فمن الطبيعي أن تكون هناك رقابة من رئيس التحرير أو من ينوب عنه في اعتماد الأخبار، كون أن هناك العديد من القضايا الحساسة والشائكة خاصة في ظل وجود الانقسام الفلسطيني، الذي يخشى القائم بالاتصال الخوض بها، وتحمل مسئولية نشرها، إلا من خلال رئيس التحرير، أما عن الرقابة الناجمة عن نقابة الصحفيين بنسبة (4.5%) فمن المتعارف عليه أن نقابة الصحفيين شبه معطلة، وبالتالي فمن الطبيعي أن ألا يأخذ القائم بالاتصال في عين الاعتبار نقابة الصحفيين عند نشره الأخبار، إلا في حالات خاصة ربما تكون من وجهة نظر الباحث في الضفة الفلسطينية المحتلة.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (سعيد، 2012) حيث أظهرت نتائج الدراسة أن ممارسة الرقابة الذاتية لعينة الدراسة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة عالية بلغت (89.1%)⁽¹⁾.

2.5. كيفية تعامل القائمون بالاتصال مع الرقابة التي يتعرضون لها في الموقع الإخباري:

جدول (3.26): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية التعامل مع الرقابة

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية التعامل مع الرقابة التي يتم التعرض لها
64.2	70	اختيار مادة للنشر تتفق مع سياسة الموقع الإخباري
11.9	13	استخدام الصياغة الرمزية
11.9	13	اللجوء إلى التعميمات.
5.5	6	نشر أخبار مجهلة.
3.7	4	إخفاء جوانب من الخبر أو الموضوع الصحفي

(1) سعيد ، تأثير حرية الصحافة في الجزائر ...

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية التعامل مع الرقابة التي يتم التعرض لها
2.8	3	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (64.2%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية من يتعاملون مع الرقابة من خلال اختيار مادة للنشر تتفق مع سياسة الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (11.9%) من خلال استخدام الصياغة الرمزية، بينما ما نسبته (11.9%) من خلال اللجوء إلى التعميمات، بينما ما نسبته (5.5%) من خلال نشر أخبار مجهلة، بينما ما نسبته (3.7%) من خلال إخفاء جوانب من الخبر أو الموضوع الصحفي، بينما ما نسبته (2.8%) من خلال تعاملات أخرى. ويفسر الباحث اعتماد القائمين بالاتصال على اختيار مادة للنشر تتفق مع سياسة الموقع الإخباري، حتى لا تتعارض طبيعياً التغطية مع تلك السياسة، مما يعرضهم للجزاء الإداري، أو حرمانهم من النشر، وبالتالي لا يكسب ثقة رئيس التحرير أو من ينوب عنه، في تكليفه بالمهام الإخبارية، إضافةً إلى ذلك فإن الباحث يرى أن اعتماده على التغطية المتناسبة مع السياسة التحريرية تجنبه الخوض في المشكلات القانونية، وبالتالي فإن عبء هذه المشكلات تتحملها إدارة الموقع الإخباري كون طبيعة الأخبار تتناسب مع سياستها التحريرية. أما عن إخفاء جوانب من الخبر أو الموضوع الصحفي، فمن الطبيعي أن يجد القائم بالاتصال أحياناً نفسه أمام موضوعات غير واضحة، ولا يستطيع أن يتجاهلها حتى وإن تعارضت مع السياسة التحريرية للموقع، فيضطر حرصاً منه على السبق الصحفي لإدراج الخبر مخفياً بعض التفاصيل، أو مهملاً لبعض منها، فعلى سبيل المثال إزاء أزمة الرواتب وإغلاق البنوك من قبل موظفي قطاع غزة، عالجت بعض المواقع المقربة من الحكومة في غزة القضية، ولكن بطريقة أخفت معها بعض التفاصيل حتى تحظى بالتغطية الصحفية بما يتناسب مع سياسة الموقع الإخباري التابع للحكومة في غزة كموقع فلسطين الآن.

26. مدى تعرض القائمين بالاتصال للتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير:

جدول(3.27): يوضح التكرارات والنسب المئوية للتعرض لتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير

النسبة المئوية %	التكرار	التعرض لتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير
40.4	44	نعم
32.1	35	أحياناً
27.5	30	لا
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (40.4%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يتعرضون لتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير، بينما ما نسبته (32.1%) أحياناً يتعرضون لتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير، بينما ما نسبته (27.5%) لا يتعرضون لتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير. ويفسر الباحث تعرض القائمين بالاتصال لتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير بأنه طالما أنهم يعلمون ضمن السياسة التحريرية للموقع، والمسئول عن متابعة تنفيذ هذه السياسة هم رؤساء ومدراء التحرير، فذلك يترتب عليه أن يتعرض القائمين بالاتصال للتدخلات في طبيعة الأخبار المقدمة عبر الموقع الأخبار، من خلال الحذف، أو التوسع، أو التهميش لبعض الأخبار، أما كون بعض القائمين بالاتصال لا يخضعون لتدخلات من قبل رؤساء التحرير فكما أشرنا سابقاً أن هناك العديد من القضايا الطبيعية التي يحصل عليها القائمين بالاتصال، كعمليات التوغل، والقصف، وتغطية الاحتفالات، والتصريحات الرسمية، التي ليست بحاجة لتدخل من قبل رؤساء التحرير من أجل التعديل بها، أو تهميشها.

2.7. طبيعة التدخلات التي يمارسها رؤساء التحرير على القائمين بالاتصال:

جدول(3.28): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطبيعة التدخلات التي يمارسها رؤساء التحرير في الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	طبيعة التدخلات التي يمارسها رؤساء التحرير في الموقع الإخباري
36.7	40	التوجيه نحو قضايا معينة
28.4	31	حذف بعض المعلومات من الخبر
17.4	19	استبعاد بعض الموضوعات من النشر

11.0	12	التتويه بالبعد عن القضايا الخلافية.
3.7	4	أخرى
2.8	3	عدم الاهتمام لأرائي ورؤيتي في معالجة القضايا
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (36.7%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون التدخلات التي يمارسها رؤساء التحرير في الموقع الإخباري من خلال توجيهه نحو قضايا معينة، بينما ما نسبته (28.4%) يعتبرون ذلك من خلال حذف بعض المعلومات من الخبر، بينما ما نسبته (17.4%) يعتبرون ذلك من خلال استبعاد بعض الموضوعات من النشر، بينما ما نسبته (11.0%) يعتبرون ذلك من خلال التتويه بالبعد عن القضايا الخلافية، بينما ما نسبته (3.7%) يعتبرون ذلك من خلال طرق أخرى، بينما ما نسبته (2.8%) يعتبرون ذلك من خلال عدم الاهتمام لأرائي ورؤيتي في معالجة القضايا. ويفسر الباحث بأن طبيعة التدخلات التي يمارسها رؤساء التحرير في الموقع الإخباري تكون نحو توجيه القائمون بالاتصال نحو قضايا معينة بأن ذلك ينبع من أن القائمين على المواقع الإخبارية يعملون ضمن السياسة التحريرية الخاصة بهم، وبالتالي فمن الطبيعي أن يتم توجيه القائمين بالاتصال نحو قضايا معينة لتغطيتها، بما يتناسب مع سياستهم التحريرية، وهذا الأمر ينطبق على حذف بعض المعلومات من الخبر، أما عدم الاهتمام لأرائي ورؤيتي في معالجة القضايا، فمن النادر جداً أن نجد الصحفيين يخوضون في تفاصيل الخبر، لأن مهنة التحليل يعتمد عليها القائمين بالاتصال على محللين صحافيين يتم إدراج تعليقات وتحليلاتهم بشكل منفصل عن طبيعة التغطية الخيرية، وأيضاً ما يخدم السياسة التحريرية للموقع.

ولا تتفق هذه النتائج مع دراسة (ماضي، 2014) من حيث ترتيب طبيعة التدخلات من رؤساء التحرير، حيث أوضحت النتائج وجود تدخلات من جانب رؤساء العمل في إعادة النظر في المنتج الإعلامي، سواء بالحذف أو بالإضافة بنسبة (72.1%)، أو من خلال طرح موضوعات بعينها (45.3%)⁽¹⁾.

(1) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

28. رأي القائمين بالاتصال في مؤشرات الرضا الوظيفي لطبيعة عملهم في الموقع الإخبارية:

جدول(3.29): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب

م	مؤشرات الرضا الوظيفي للعبارة التالية لطبيعة عملك في الموقع الإخبارية	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
1.	طبيعة عمل توفر لي فرصة للتطور والإبداع.	4.29	85.80	1
2.	أشعر بالرضا التام عن عملي في الموقع الإخباري.	4.15	83.00	2
3.	السياسية التحريرية تتوافق مع توجهاتي الفكرية.	3.81	76.20	3
4.	يتناسب الأجر الذي أتقاضاه مع طبيعة المهام الموكلة إلي.	3.16	63.20	4
5.	أشعر بعدم الأمان الوظيفي لتذبذب صرف الراتب.	3.02	60.40	5
6.	النظام الإداري المتبع يفرض قيوداً على أدائي المهني.	2.98	59.60	6
7.	رئيسي في العمل يصدر التعليمات دون مناقشة.	2.55	51.00	7
8.	أحظى بالشهرة والاهتمام من قبل المجتمع الفلسطيني.	2.44	48.80	8
9.	أشعر أنني لا أقدم قيمة للمجتمع من خلال طبيعة عملي.	2.30	46.00	9

تشير نتائج الجدول السابق أن أعلى فئتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (1) التي نصت على " طبيعة عمل توفر لي فرصة للتطور والإبداع." قد احتلت المرتبة الأولى بوزن النسبي (85.80%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. ويفسر الباحث ذلك كون القائمين بالاتصال يرون في طبيعة عملهم في المواقع الإخبارية وسيلة لإبراز مهاراتهم الصحفية، والقدرة على التأقلم مع طبيعة الإعلام الجديد، مما حدا بهم للعمل في المواقع الإخبارية بعيداً عن العمل الصحفي التقليدي.

2. الفقرة رقم (9) التي نصت على " أشعر بالرضا التام عن عملي في الموقع الإخباري." قد احتلت المرتبة الثانية بوزن النسبي (83.00%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. وهذا يعني من وجهة نظر الباحث أن القائمين بالاتصال لا

يعانون من مضايقات في عملهم سواء من رؤساء ومدراء التحرير، أو من قبل الجهات الخارجية المختصة، وهذا يعني رضاهم بشكل كبير عن طبيعة المهام التي يؤدونها. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (المقوشي، 2002)، حيث أظهرت النتائج أن القائمين بالاتصال يتمتعون بدرجة متوسطة من الرضا الوظيفي⁽¹⁾. وكذلك تختلف هذه النتائج مع دراسة (الورفلي، 2014)، حيث إن النسبة الأعلى من القائمين بالاتصال في إذاعات أل (أف أم) الليبية درجة شعورهم بالرضا عن أدائهم المهني غير متحققة؛ حيث بلغت (48.4%)، وأن عوامل عدم تحقيق درجة الرضا عن الأداء المهني هي: عدم وجود الأمن المهني بنسبة (79.4%)، وأن القائمين بالاتصال في إذاعات أل (أف أم) الليبية (راضون نوعاً ما) عن أدائهم المهني في إذاعات أل (أف أم) التي يعملون بها بنسبة (51.6%)⁽²⁾.

كما تقترب هذه النتيجة من نتيجة (بوشوخ، 2014) التي أظهرت أن القائمين بالاتصال راضين إلى حد ما عن عملهم بنسبة (66.67%)⁽³⁾، وكذلك تقترب من نتيجة (سمير، 2005) التي أظهرت أن هناك العديد من العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي العام للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية من أبرزها: طبيعة العمل، التقدير، سياسة المؤسسة، الإنجاز طبيعة العلاقات الشخصية بالزملاء.⁽⁴⁾

النتائج من خلال الجدول أن أدني فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (5) التي نصت على " أشعر أنني لا أقدم قيمة للمجتمع من خلال طبيعة عملي." قد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن النسبي (46.00%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (قليلة) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحث ذلك لأن الكثير من القضايا التي تم نشرها عبر المواقع الإخبارية الفلسطينية ولم تلقى صدى واسعاً في الأوساط الرسمية، ولم يتم استكمالها من قبل الجهات المختصة، وبالتالي يشعر القائمون بالاتصال بأن وظيفة تتمثل في نقل الخبر للمواطنين فقط، دون أن يتم متابعة ذلك من قبل الجهات المختصة.
2. الفقرة رقم (7) التي نصت على " أحظى بالشهرة والاهتمام من قبل المجتمع الفلسطيني." قد احتلت المرتبة قبل الأخيرة بوزن النسبي (48.80%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (قليلة) من قبل أفراد العينة. ويفسر الباحث ذلك بأن طبيعة المجتمع الفلسطيني لم

(1) المقوشي، العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين ... (ص 503-559).

(2) الورفلي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات ال أف أم الليبية.

(3) بوشوخ، بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة... (ص 122-167).

(4) ساويرس، العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية.

تتعامل بعد مع مفهوم شخصية الصحفي، وأثره في معالجة قضايا المجتمع، والعمل على حل مشكلاته، وبالتالي فإن الجمهور معني بالمقام الأول في طبيعة الخبر، وما يلبي احتياجاته دون النظر إلى من هو الصحفي الذي قام بتغطية ذلك الخبر، إلا أن هناك بعض الصحفيين الذين يحتلون مكانة مرموقة بين أوساط المجتمع الفلسطيني، كونهم يخاطرون بأنفسهم من أجل تغطية الأحداث، ويقدمون الحقيقة بشكل مهني، وهذا ما أسفرت عنه هذه النتيجة.

29. ترتيب طبيعة الضغوطات التي يتعرض لها القائمون بالاتصال أثناء ممارسة عملهم في الموقع الإخباري:

جدول(3.30): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب

#	طبيعة الضغوطات التي تتعرض لها أثناء ممارسة العمل في الموقع الإخباري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
1.	عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل.	7.52	75.20	1
2.	تعدد مهام العمل وتنوعها.	7.31	73.10	2
3.	السرعة في إنجاز الأخبار ونشرها.	6.29	62.90	3
4.	طبيعة العلاقة مع جمهور الموقع.	6.02	60.20	4
5.	التمييز الوظيفي.	5.96	59.60	5
6.	عدم توفر الضمان الاجتماعي	5.87	58.70	6
7.	التمييز الحزبي	4.97	49.70	7
9.	عدم التوفيق بين عملي وعلاقاتي الاجتماعية.	4.68	46.80	8
9.	التدخل من قبل رؤساء التحرير في المادة الخبرية.	3.81	38.10	9
10.	الملاحقة من الأجهزة الأمنية.	3.33	33.30	10

تشير نتائج الجدول السابق أن أهم الضغوطات التي يتعرض لها القائمون بالاتصال أثناء ممارسة العمل في الموقع الإخباري:

1. **عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل:** حصلت على المرتبة الأولى من حيث الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال فقد بلغ الوزن النسبي (75.20%)، وقد جاء بدرجة (كبيرة). ويفسر الباحث ذلك بأن طبيعة الرواتب التي يحصل عليها القائمين بالاتصال هي رواتب متدنية ولا تلبي احتياجاتهم فهي لا تتجاوز متوسط (1500-2000) شيكل، وهي مبالغ لا تكفي لتغطية نفقات القائم بالاتصال الشخصية، بالإضافة إلى ما ينفقه من أموال من أجل تتبع الخبر، دون أن يحصل على عوائد مادية أو حوافز.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة (بوشوخ، 2014)، حيث كانت أهم الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال هي تدني الرواتب بنسبة (25.6%) محتملة بذلك المرتبة الأولى⁽¹⁾، كما تختلف مع دراسة (وافي، 2006)، حيث أشارت نتائج الدراسة أن أهم الضغوط المهنية الإدارية هي الإعلان ومؤسساته بنسبة (17.3%)، تلاها زملاء العمل والعلاقات فيما بينهم بنسبة (15.2%)، تلاها النمط الاجتماعي (العادات والتقاليد) بنسبة (12.1%)⁽²⁾

2. **تعدد مهام العمل وتنوعها:** حصلت على المرتبة الثانية من حيث الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال فقد بلغ الوزن النسبي (73.10%)، وقد جاء بدرجة (كبيرة). ويعزو الباحث ذلك إلى قلة أعداد العاملين في الموقع الإخباري الواحد، مما يجعل القائم بالاتصال يقوم بعدد من المهام إلى جانب عمله الأساسي، كالتصوير، والتحرير، ومتابعة الخبر، وتدقيقه إملاتياً.. إلخ، وربما يعود ذلك من وجهة نظر الباحث إلى كون الواقع الذي يتعامل معه الباحث كواقع إلكتروني يستند إلى التحرير الإلكتروني، والوسائط المتعددة، وبالتالي فإن القائم بالاتصال يسعى إلى أن يقدم الخبر مكتملاً من تلك الجوانب حتى يخرج بالصورة النهائية وبالشكل المطلوب.

وتتفق هذه النتيجة إلى حد كبير مع دراسة (الحنبلي، 2012) حيث أظهرت النتائج أن كثرة وتنوع المهام التي يقومون بها حصلت على المرتبة الأولى في طبيعة الضغوط التي يتعرضون لها بنسبة بلغت (77%)⁽³⁾.

كما يبين الجدول أن أقل الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال أثناء ممارسة العمل في الموقع الإخباري:

(1) بوشوخ، بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة... (ص 167-122).

(2) وافي، واقع الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى... (ص 75-50).

(3) الحنبلي، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ...

1. **الملاحقة من الأجهزة الأمنية.**: حصلت على المرتبة الأخيرة من حيث الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال فقد بلغ الوزن النسبي (33.30%)، وقد جاء بدرجة (قليلة جداً). فيعزو الباحث ذلك إلى أن القائم بالاتصال يلتزم بالسياسة التحريرية للموقع، وبالتالي فإن العبء القانوني يقع على إدارة الموقع الإخباري نفسه، إلا في حالات خاصة في المواقع المستقلة كون القائم بالاتصال قائم بتغطية أخبار تعارض السلطة الحاكمة، أو الاعتقال من قبل قوات الاحتلال الإسرائيلي كما هو حال في حالة الأسير الفلسطيني محمد القيق الذي تم اعتقاله من قبل قوات الاحتلال الإسرائيلي على خلفية نشاطه الصحفي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الخدام وآخرون، 2013) حيث أظهرت النتائج أن القائمين بالاتصال لا يواجهون مشكلة الاستدعاء من قبل الأجهزة الأمنية بنسبة مرتفعة بلغت (90%)⁽¹⁾. ولا تتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبد الله، 2011) حيث أظهرت النتائج أن القائمين بالاتصال لا يواجهون مشكلة الاعتداءات المتكررة من قبل القوات المسلحة (وتشمل الأجهزة الأمنية) بنسبة مرتفعة بلغت (51.4%)⁽²⁾.

2. **التدخل من قبل رؤساء التحرير في المادة الخبرية:** حصلت على المرتبة قبل الأخيرة من حيث الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال فقد بلغ الوزن النسبي (38.10%)، وقد جاء بدرجة (قليلة جداً). وهذه نتيجة طبيعية تتماشى مع التزام القائمين بالاتصال بالسياسة التحريرية للموقع الإخبارية وبالتالي فإن حجم وطبيعة التدخلات تكون قليلة جداً.

30. أثر استخدام التكنولوجيا على الأداء المهني من وجهة نظر القائمين بالاتصال:

جدول (3.31): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأثر استخدام التكنولوجيا على أداء المهني

النسبة المئوية %	التكرار	أثر استخدام التكنولوجيا على أداء المهني
82.5	90	نعم
14.7	16	لا
2.8	3	أحياناً
100.0	109	المجموع

(1) الخدام، الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن (ص 430-449).

(2) عبد الله، معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية ... (ص 498-531).

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (82.5%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون أن للتكنولوجيا أثر على أدائهم المهني، بينما ما نسبته (14.7%) لا يعتبرون أن للتكنولوجيا أثر على أدائهم المهني، بينما ما نسبته (2.8%) أحيانا يعتبرون أن للتكنولوجيا أثر على أدائهم المهني. ويفسر الباحث بأن التكنولوجيا أدت إلى التأثير بشكل إيجابي بنسبة عالية (82.5%) كون أن القائمين بالاتصال يعتمدون على شبكة الإنترنت في الحصول على المعلومات، من المصادر الرسمية، إضافة إلى سرعة الحصول على تلك المعلومات، واستخدام البرامج المخصصة في معالجة الأخبار، مما أثر بشكل إيجابي على سرعة إنجاز الأخبار، ولا يتفق الباحث مع النتيجة التي مفادها بعدم استفادة القائمين بالاتصال من التطور التكنولوجي وربما يرجع ذلك إلى عدم دراية القائمين بالاتصال بالاستخدام الحقيقي للتكنولوجيا في مجال العمل الصحفي الإلكتروني، حيث إن غالبية القائمين بالاتصال ممن لا يعتمدون على الجانب التكنولوجي في خدمة أعمالهم الصحفية، يعانون من القصور في التعامل مع الخدمات التكنولوجية الحديثة، وهذا ما يميز القائمين بالاتصال عن بعضهم البعض، خاصة وأن الإعلام عبر المواقع الإخبارية يعتمد بشكل أساسي على ما قدمته تكنولوجيا المعلومات الحديثة من أدوات تسهل عملية نشر الأخبار، وتحريرها، وكذلك مراجعتها قبل اعتمادها للنشر؛ إضافة إلى ذلك فإن التعامل مع لوحة التحكم الخاصة بعملية النشر تتطلب القدرة على التعامل مع تلك الوسائل التكنولوجية والبرمجية الحديثة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الأحمدي، 2005)، حيث أكد المبحوثون أنهم استفادوا من خدمات التكنولوجيا الحديثة بنسبة عالية (50.6%) في عملهم الصحفي⁽¹⁾.

3.1. أثر استخدام التكنولوجيا على عمل القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية:

جدول(3.32): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب

#	يتمثل أثر استخدام التكنولوجيا في عملي الصحفي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
1.	سرعة الحصول على المعلومات.	4.79	95.80	1
2.	سرعة إنجاز المهام الصحفية.	4.53	90.60	2
3.	تقديم المادة الصحفية بأشكال متنوعة.	4.52	90.40	3

(1) الأحمدي، استخدام الصحف السعودية لشبكة الإنترنت وتأثير ذلك على العمل الصحفي... (ص 334-411)

#	يتمثل أثر استخدام التكنولوجيا في عملي الصحفي	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
4.	تتمية القدرة على البحث والاستطلاع.	4.47	89.40	4
5.	زيادة القدرة على المناقشة والاقناع.	4.35	87.00	5
6.	التميز والدقة في العمل الصحفي.	4.30	86.00	6
7.	التغلب على بعض المشكلات الفنية.	4.20	84.00	7

تشير نتائج الجدول السابق أن أعلى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (1) التي نصت على " سرعة الحصول على المعلومات." قد احتلت المرتبة الأولى بوزن النسبي (95.80%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. ويتفق الباحث مع هذه النتيجة كون أن استخدام التكنولوجيا سهل على القائمين بالاتصال سرعة الحصول على المعلومات من خلال شبكة الإنترنت التي تترخر بالمعلومات، وبشكل لحظي يمكن استدعائه، إضافة إلى أن استخدام التكنولوجيا سهل على الصحفي أرشفة المعلومات، وسهولة استدعائها من خلال البرامج المختلفة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الصبيحي، 2008) الذي حصلت فيه سرعة الحصول على المعلومات على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.54) (1)

كما تتفق مع دراسة (الأحمدي، 2005) الذي أظهرت فيها نتائج دراسته أن استخدام الإنترنت والتكنولوجيا جاء في المرتبة الأولى في سرعة الحصول على المعلومات بنسبة مرتفعة (65.1%) (2).

2. الفقرة رقم (6) التي نصت على " سرعة إنجاز المهام الصحفية." قد احتلت المرتبة الثانية بوزن النسبي (90.60%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. ويتفق الباحث مع هذه النتيجة كون التكنولوجيا الحديثة من البرامج المختلفة سهلت على الصحفيين آلية تحرير النصوص، ومعاينتها قبل نشرها، وسهولة إنجاز المهام الصحفية بشكل أسرع بكثير مما عليه في الصحافة المطبوعة.

(1) الصبيحي، العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور...

(2) الأحمدي، استخدام الصحف السعودية لشبكة الإنترنت وتأثير ذلك على العمل الصحفي... (ص 334-411).

كما تبين النتائج من خلال الجدول أن أدنى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (4) التي نصت على " التغلب على بعض المشكلات الفنية." قد احتلت المرتبة الأولى بوزن النسبي (84.00%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. ويتفق الباحث مع هذه النتيجة كون أن المشكلات الفنية بحاجة إلى متخصصين أكثر من الخبرة الناجمة عن التعامل مع الوسائل التكنولوجية، فقد يستطيع الصحفي معالجة بعض المشكلات الفنية، إلا أنه في الحالات المستعصية يضطر إلى الاستعانة بالمتخصصين من أجل حل تلك المشكلات.

2. الفقرة رقم (5) التي نصت على " التميز والدقة في العمل الصحفي." قد احتلت المرتبة الثانية بوزن النسبي (86.00%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. يتفق الباحث مع هذه النتيجة كون أن الوسائل التكنولوجية ساعدت الصحفي بالحصول على المعلومات من المصادر المتاحة عبر شبكة الإنترنت، وكذلك معالجة الأخطاء، ومعاينة الصور، والفيديو قبل الاعتماد للنشر، وهذا بدوره وفر للصحفيين تميزاً ودقة ما كانت لتوجد في الصحف المطبوعة.

ت. معايير الجمهور

32. مدى معرفة القائمين بالاتصال لطبيعة الجمهور في الموقع الإخباري:

جدول (3.33): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمعرفة طبيعة الجمهور في الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	معرفة طبيعة الجمهور في الموقع الإخباري
59.6	65	نعم
29.4	32	أحياناً
11.0	12	لا
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (59.6%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعرفون طبيعة الجمهور في الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (29.4%) أحياناً يعرفون طبيعة الجمهور في الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (11.0%) لا

يعرفون طبيعة الجمهور في الموقع الإخباري. يتفق الباحث مع معرفة القائمين بالاتصال بالجمهور المرتاد للموقع الإخباري بنسبة (59.6%) وذلك من -وجهة نظر الباحث- أن جل المرتادين للمواقع الإخبارية الفلسطينية هم من أبناء الشعب الفلسطيني، وذلك لأن تلك المواقع تعالج بشكل أساسي القضايا المجتمعية الفلسطينية، وبالتالي فإن القائمين بالاتصال يدركون طبيعة المشكلات التي يعاني منها الشعب الفلسطيني، وطبيعة القضايا التي يسعى الجمهور الفلسطيني لمعرفتها، وبالتالي فإن ذلك سيوجه بوصلة التغطية الإخبارية للموقع الإخباري نحو القضايا الفلسطينية التي تحظى باهتمامهم. أما عن عدم معرفة القائم بالاتصال بالجمهور في حالات خاصة ربما يكون ذلك من -وجهة نظر الباحث- إلى أن بعض المواقع الإخبارية الفلسطينية حظيت باهتمام الجمهور الفلسطيني بالخارج، وبسبب عالمية تلك المواقع (كونها متاحة على شبكة الإنترنت) فمن الممكن أن يرى القائمون بالاتصال أن هناك فئات من الجماهير ترتاد الموقع الإخباري من بلدان أخرى، خارج نطاق حدود الدولة.

3.3. مدى اهتمام القائمين بالاتصال بالتواصل مع متصفح الموقع الإخباري الذي يعمل به:

جدول (3.34): يوضح التكرارات والنسب المئوية لاهتمام بالتواصل مع متصفح الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	الاهتمام بالتواصل مع متصفح الموقع الإخباري
49.5	54	نعم
29.4	32	أحيانا
21.1	23	لا
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (49.5%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يهتمون بالتواصل مع متصفح الموقع الإخباري ، بينما ما نسبته (29.4%) أحيانا يهتمون بالتواصل مع متصفح الموقع الإخباري ، بينما ما نسبته (21.1%) لا يهتمون بالتواصل مع متصفح الموقع الإخباري. يتفق الباحث مع اهتمام القائمين بالاتصال مع متصفح الموقع الإخباري بنسبة (49.5%)، كون أن القائمين بالاتصال بحاجة ماسة لمعرفة التغذية الراجعة من انطباعات خاصة بالجمهور حول الموقع الإخباري، وطبيعة التغطية الخبرية، فعملت المواقع الإخبارية على توفير مساحات مخصصة للتواصل مع الجمهور بعدة وسائل، فلا يكاد يخلو موقع إخباري من وجود وسائل الاتصال الخاصة بالقائمين على الموقع من خلال قائمة

(اتصل بنا)، أو من خلال إرسال رسائل خاصة لإدارة الموقع، وإتاحة الفرصة للتعليقات .. إلخ ، ويعزو الباحث إلى عدم اهتمام بعض القائمين بالاتصال بالتواصل مع الجماهير بنسبة (21.1%) إلى الضغط الذي يعانيه القائمون بالاتصال في العمل، مما يجعلهم لا يجعلون الأوقات الكافية للتواصل مع الجماهير، إضافة إلى ذلك فإن الباحث يرى أنه قد يكون هناك فريق متخصص للتواصل مع الجمهور، يتم تكليفه بالرد على الجمهور، والإجابة عن أسئلته، واستفساراته.

و تتفق هذه النتائج مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث تعكس النتائج وجود حرص شديد من جانب القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة على التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف عبر وسائل متعددة ، كان أبرزها : زيادة مساحة الحوار ، طلب التصويت على الموضوعات المنشورة⁽¹⁾.

34. وسائل التواصل مع الجمهور التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال:

جدول(3.35): يوضح التكرارات والنسب المئوية لوسائل التواصل

النسبة المئوية %	التكرار	وسائل الاتصال
46.5	40	التواصل عبر البريد الإلكتروني
24.6	21	التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي
18.6	16	التواصل من خلال التعليق أسفل الموضوع
10.5	9	التواصل الشخصي
100.0	86	المجموع

* تم استبعاد غير المهتمين بالتواصل مع متصفح الموقع الاخباري والبالغ عددهم 23.

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (46.5%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يستخدمون البريد الإلكتروني وسيلة اتصال مع متصفح الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (24.6%) يستخدمون التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته (18.6%) يستخدمون التواصل من خلال التعليق أسفل الموضوع ، بينما ما نسبته (10.5%) يستخدم التواصل الشخصي. ويتفق الباحث مع أن الوسيلة الشائعة للتواصل مع

(1) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

الجمهور عبر البريد الإلكتروني بنسبة (46.5%) حيث إن جميع القائمين بالاتصال يتوفر له بريد إلكتروني خاص بهم، إما يكون امتداده على شبكة الموقع، أو عبر المساحات الشائعة كشركة هوتميل وياهو وجميل، كما أن الباحث لاحظ أن قائمة (اتصل بنا) الخاصة بالموقع تقوم على أساس التواصل عبر البريد الإلكتروني، والرد على البريد الإلكتروني الخاص بالجمهور حيث تلزم المواقع الإخبارية الجمهور بإدراج بريدهم الإلكتروني الخاص كي يتسنى للإدارة التواصل معهم، والرد على استفساراتهم. كما يتفق الباحث مع النتيجة التي ترى أن هناك شريحة من الجماهير تهتم بالتواصل مع إدارة الموقع عبر شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة وأنا نعيش الآن عصر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة (الفايس بوك)، وغالبية الجمهور الفلسطيني يوجد له حساب على صفحة الفايس بوك، وهذا الأمر حذا بالقائمين على المواقع الإخبارية بإدراج روابط خاصة بنشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي لإمكانية مشاركة تلك الأخبار والمعلومات على تلك الشبكات كموقع (Facebook - وموقع Tweeter وغيرها من المواقع التي يحرص الجمهور على الاشتراك بها، كنوع من الإشهار للموقع الإخباري، إضافة إلى ذلك فقد خصصت المواقع الإخبارية صفحات خاصة بها على شبكات التواصل الاجتماعي وذلك لمعرفة التامة بأن الجمهور الفلسطيني على وجه التحديد يرتاد تلك شبكات التواصل الاجتماعي بشكل شبه يومي، ولساعات طويلة، فحرصت على ملاحظته، حتى لا تفقده خاصة في ظل ظهور الصفحات الإخبارية المتخصصة على شبكات التواصل الاجتماعي. أمام عن حصول التواصل الشخصي على نسبة (10.5%) فيتفق الباحث مع هذه النتيجة كون القائم بالاتصال لا يجد وقتاً كافياً للتفرغ بالتواصل مع الجمهور بشكل مباشر (وجهاً لوجه)، وبالتالي - ومن وجهة نظر الباحث - لا يحبذ القائمون بالاتصال التواصل الشخصي مع الجماهير حرصاً على وقتهم، إلا في حالات خاصة جداً مثل جمع المعلومات، أو الشكاوى الشخصية بسبب خبر يتعلق بعائلة معينة أو تكذيب خبر.. إلخ.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (حبيب، 2014) إلى حد ما من حيث اعتماد المواقع الإخبارية على الوسائط المتعددة بنسبة متوسطة بلغت (46.6%)، إلا أن الباحث أشار إلى أن البريد الإلكتروني لا يستخدم من قبل الموقع الإخباري، حيث قام الباحث بإرسال رسائل أكثر من مرة عبر ذلك البريد ولم يتلق أي رد⁽¹⁾ كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (تلاحمة، 2012) حيث أشار أن غالبية المواقع الإخبارية تعتمد على التواصل مع الجمهور بنسبة (93.5%)⁽²⁾. ولا تتفق هذه النتيجة مع دراسة الأحمدى (2005) حيث أشار أن عدم استخدام البريد الإلكتروني جاء

(1) حبيب، التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية .

(2) تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت.

بنسبة (41.0%)⁽¹⁾. وكذلك دراسة (ماضي، 2014)، حيث أوضحت النتائج حرص القائم بالاتصال على استخدام التقنيات الحديثة في التفاعل مع الجمهور، ومن أهمها، استخدام المجموعات الإخبارية (80%) ، والبريد الإلكتروني (73%)⁽²⁾.

35. إذا كيفية تعامل القائمين بالاتصال مع الموضوعات الإخبارية الواردة من الجمهور:

جدول(3.36): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية التعامل مع الموضوعات الإخبارية الواردة من جمهور الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية التعامل مع الموضوعات الإخبارية من جمهور الموقع الإخباري
41.4	45	التحقق من صدق المعلومات أولاً ثم التواصل مع صاحبها
33.9	37	عرضها على رئيسي في العمل
12.8	14	التواصل مع صاحبها وتبني القضية دون تحقق
11.9	13	استشارة زملائي القدامى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (41.4%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يتعاملون مع الموضوعات الإخبارية الواردة من جمهور الموقع الإخباري من خلال التحقق من صدق المعلومات أولاً ثم التواصل مع صاحبها، بينما ما نسبته (33.9%) من خلال عرضها على رئيسي في العمل، بينما ما نسبته (12.8%) من خلال التواصل مع صاحبها وتبني القضية دون تحقق، بينما ما نسبته (11.9%) من خلال استشارة زملاء القدامى في العمل. ويتفق الباحث مع أن القائمين بالاتصال يعملون على التحقق من صدق المعلومات قبل التواصل مع صاحبها بنسبة (41.4%) وذلك لأنه طبيعة العمل الإعلامي تتعلق بالحقائق، خاصة وأن القائم بالاتصال هنا يتعامل مع الجماهير عبر فضاء مفتوح، فهو يدرك تماماً أن الجمهور سيسعى للتأكد من صدق معلومات عبر شبكة الإنترنت، وبالتالي فهو حريص على أن تكون معلومات مؤكدة بنسبة كبيرة جداً، لا تحتمل الخطأ، وبالتالي فالقائم بالاتصال يقوم بالتحقق من المعلومات التي ترد له من الجمهور، ليتأكد من جديتها وصحتها، قبل التواصل،

(1) الأحمدى، استخدام الصحف السعودية لشبكة الإنترنت وتأثير ذلك على العمل الصحفي... (ص334-411)

(2) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

ويضيف الباحث إلى ذلك أن المجتمع الفلسطيني يعاني من الانقسام الفلسطيني، وهذا الانقسام نتج عنه الكثير من المشكلات والعداوات، والمكائد، فقد يجد الصحفي نفسه أمام مكيدة، هدفها التشهير أو القذف بسبب خلافات شخصية، هذا الأمر يجعله ينأى بنفسه عن المشكلات من خلال التحقق من صدق المعلومات. كما يتفق الباحث مع قيام القائم بالاتصال بعرض بعض الموضوعات والقضايا على رئيس التحرير قبل التواصل مع صاحبها واعتمادها، كون أغلب المشكلات التي يتم إيصالها للإعلام من قبل الجمهور، يغلب عليها الطابع الشخصي والمصلحة الشخصية، وهذا الأمر يتطلب من القائم بالاتصال الحصول على موافقة رئيسه بالعمل قبل المضي قدماً بها. ويتفق الباحث مع قلة استشارة الزملاء القدامى لعدة أسباب من وجهة نظر الباحث، أولها: المنافسة بين الزملاء، حيث يرى القائم بالاتصال الحديث الانضمام في نفسه القدرة على الإبداع والتطور، ويريد تحقيق سبق الصحفي من تلك المعلومات الواردة، التي قد تتعرض للاستحواذ من قبل الزملاء القدامى، وثاني تلك الأسباب: أن القائمين بالاتصال كما ظهر في النتائج السابقة يعانون من ضغط العمل، وبالتالي من الصعب تفرغ الزملاء لمناقشة الأعمال الصحفية الخاصة بزميل آخر.

36. الطرق التي يوفرها القائمون بالاتصال لتحقيق تفاعل الجمهور مع الموضوعات في الموقع الإخباري:

جدول (3.37): يوضح التكرارات والنسب المئوية للطرق التي توفرها لتفاعل الجمهور مع الموضوعات في الموقع

النسبة المئوية %	التكرار	الطرق التي توفرها لتفاعل الجمهور مع الموضوعات في الموقع
33.9	37	توفير مساحات مخصصة للحوار والنقاش
23.9	26	وضع مؤشرات للتصويت على الأخبار المدرجة.
22.0	24	إمكانية استقبال الأسئلة عبر بريدي الإلكتروني
11.0	12	تفعيل خاصية نشر الأخبار من قبل الجمهور
5.5	6	توفير الاستفتاءات حول أدائي الإعلامي
3.7	4	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (33.9%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون أن أهم الطرق المتوفرة لتفاعل الجمهور مع الموضوعات في الموقع يعتبرون توفير مساحات مخصصة للحوار والنقاش، بينما ما نسبته (23.9%) وضع مؤشرات للتصويت على الأخبار المدرجة، بينما ما نسبته (22.0%) يعتبرون إمكانية استقبال الأسئلة عبر بريدي الإلكتروني، بينما ما نسبته (11.0%) يعتبرون تفعيل خاصية نشر الأخبار من قبل الجمهور، بينما ما نسبته (5.5%) يعتبرون توفير الاستفتاءات حول أدائي الإعلامي، بينما ما نسبته (3.7%) يعتبرون بأن هناك طرقاً أخرى. ويتفق الباحث مع أن القائمين بالاتصال يوفرون مساحات مخصصة للحوار والنقاش كنوع من التفاعل بنسبة (33.9%) فذلك من وجهة نظر الباحث يساعد على نشر الموقع الإخباري بين الجمهور، ويحقق للموقع الإخباري الشهرة، إضافة إلى تعزيز مفهوم حرية الرأي، ومشاركة الجمهور في معالجة الأخبار، وهذا ما تزخر به المواقع الإخبارية الفلسطينية، حيث نجد أن أسفل كل خبر يتم تخصيص مساحات للمناقشات والتعليقات بين مرتادي الموقع الإخباري. أما عن وضع مؤشرات خاصة للتصويت حول الأخبار المدرجة فالباحث يرى أن هذا الاتجاه بدأ حديثاً يحتل مساحة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، إلا أن التركيز عليه يكون بشكل أساسي عند التصويت حول قضايا معينة. ويتفق الباحث مع أن المواقع الإخبارية نادراً ما توفر استفتاءات حول الأداء الإعلامي للقائمين بالاتصال حيث لم يشهد الباحث هذه الظاهرة في أي من المواقع الإخبارية الفلسطينية حسب علمه، إلا أن هناك بعض الحالات في صحيفة دنيا الوطن على سبيل المثال قامت بعمل استفتاء حول أداء بعض الإعلاميين لديها.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (حبيب، 2014) إلى حد ما من حيث اعتماد المواقع الإخبارية على التعليقات بنسبة بلغت (50.0%)⁽¹⁾. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (تلاحمة، 2012) حيث أشار أن غالبية المواقع الإخبارية يوجد بها إمكانية المناقشة والتعليق من قبل الزوار (77.4%)⁽²⁾.

37. أدوات التفاعل التي يقدمها القائمون بالاتصال للجمهور مع النص الإخباري:

(1) حبيب، التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية.
(2) تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت.

جدول(3.38): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأدوات التفاعل التي تقدمه للجمهور

النسبة المئوية %	التكرار	أدوات التفاعل التي تقدمه للجمهور
56.0	61	استخدام الروابط التشعبية لربط المادة الخبرية بغيرها في داخل الموقع
25.7	28	الانتقال من نص مختصر إلى نص أكثر تفصيلاً
7.3	8	خاصية إحالة المستخدم إلى روابط داخل النص.
6.4	7	استخدام روابط تشعبية لربط المادة الخبرية بالمصادر الخارجية
4.6	5	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (56.0%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون أن أهم أدوات التي تقدم الجمهور هي استخدام الروابط التشعبية لربط المادة الخبرية بغيرها في داخل الموقع، بينما ما نسبته (25.7%) يعتبرون الانتقال من نص مختصر إلى نص أكثر تفصيلاً، بينما ما نسبته (7.3%) يعتبرون خاصية إحالة المستخدم إلى روابط داخل النص، بينما ما نسبته (6.4%) يعتبرون استخدام روابط تشعبية لربط المادة الخبرية بالمصادر الخارجية، بينما ما نسبته (4.6%) يعتبرون بأن هناك أدوات أخرى. يتفق الباحث مع أن أهم أدوات التفاعل التي تقدمها المواقع الإخبارية لجمهورها من خلال ربط المادة الخبرية بغيرها داخل الموقع بنسبة (56.0%)، كون ذلك يجعل القارئ لا يخرج من نطاق الموقع فيستقى جميع المعلومات التي يرغب بالاستزادة عنها من داخل الموقع، وهذا الهدف يسعى من خلال القائم بالاتصال إلى الحفاظ على جمهوره، وعدم فقدانهم في حال ربط الأخبار بمواقع أخرى خارجية، هذا يبرر ندرة لجوء تلك المواقع لربط الأخبار بمصادر الأخبار الخارجية بنسبة (4.6%).

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (تلاحمة، 2012) حيث أشار أن المواقع الإخبارية تعتمد على الانتقال من نص مختصر إلى نص أكثر تفصيلاً بنسبة (93.5%)⁽¹⁾.

(1) تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت.

38. مدى اهتمام القائمين بالاتصال بالرد على التعليقات والأخبار الواردة من الجمهور

جدول(3.39): يوضح التكرارات والنسب المئوية لاهتمام بالرد على التعليقات والأخبار الواردة من جمهور الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	الاهتمام بالرد على التعليقات والأخبار الواردة من جمهور الموقع الإخباري
58.8	64	نعم
22.9	25	أحياناً
18.3	20	لا
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (58.8%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يهتمون بالرد على التعليقات والأخبار الواردة من جمهور الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (22.9%) أحياناً يهتمون بالرد على التعليقات والأخبار الواردة من جمهور الموقع الإخباري بينما ما نسبته (18.3%) لا يهتمون بالرد على التعليقات والأخبار الواردة من جمهور الموقع الإخباري. ويتفق الباحث مع أن القائمين بالاتصال يهتموا بالرد على التعليقات الخاصة بالأخبار من قبل الجمهور بنسبة (58.8%) وذلك لأن طبيعة الإعلام الإلكتروني تقوم على أساس التفاعلية، بين الجمهور وبين القائمين بالاتصال، وحينما يلمس الجمهور اهتمام القائمين بالاتصال بالرد على تعليقاتهم، واستفساراتهم، فإن ذلك يجعل الجمهور يشعر بالثقة في تلك الوسيلة الإعلامية، ويشعر بالتقدير، وهذا يضمن للقائمين بالاتصال بقاء تلك الجماهير معتمدين على موقعهم الإخباري كمصدر أساسي للمعلومات، مما يحق له الشهرة، والانتشار. ويعز الباحث لعدم اهتمام بعض القائمين بالاتصال بالرد على تعليقات جماهير الموقع الإخباري بنسبة (18.3%) وذلك بسبب ضغط العمل، وانشغال القائمين بالاتصال في مهامهم الصحفية، إضافة إلى ذلك كما أشار الباحث إلى أنه قد تكلف إدارة الموقع الإخباري بعض الموظفين للرد على استفسارات الجمهور، الذين بدورهم قد يحولون بعض التعليقات والاستفسارات للصحفيين إذا كان الأمر يتطلب ذلك.

39. مدى وجود رقابة على التعليقات الخاصة بجمهور الموقع الإخباري:

جدول(3.40): يوضح التكرارات والنسب المئوية لوجود رقابة على التعليقات الخاصة بجمهور الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	وجود رقابة على التعليقات الخاصة بجمهور الموقع الإخباري
64.2	70	نعم
21.1	23	لا
14.7	16	أحياناً
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (64.2%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يؤكدون وجود رقابة على التعليقات الخاصة بجمهور الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (21.1%) لا يؤكدون وجود رقابة على التعليقات الخاصة بجمهور الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (14.7%) أحياناً يؤكدون وجود رقابة على التعليقات الخاصة بجمهور الموقع الإخباري. ويتفق الباحث مع قيام القائمين بالاتصال بفرض رقابة على تعليقات الجمهور الخاص بالموقع، وذلك لأن غالبية مرتادي المواقع الإخبارية من الجيل الناشئ (الشباب)، الذي يغلب لغة الحزبية والتعصب على لغة الحوار والتفاهم، خاصةً بسبب أحداث الانقسام الفلسطيني، فوجد العديد من الشتائم للمعادين، والمدح للمناصرين، إضافة إلى ذلك فقد رصد الباحث بعض الحالات التي تم خلالها قيام الجمهور بالترشق الكتابي بين بعضهم البعض، وهذا قد يوقع إدارة الموقع الإخباري في إحراج كبير خاصةً في ظل وجود بعض الألفاظ البذيئة، وهذا يفسر لجوء المواقع الإخبارية لحذف التعليقات الخارجة بنسبة (64.2%)، ولا يتفق الباحث مع قيام بعض المواقع الإخبارية بعدم فرض رقابة على التعليقات الواردة، إلا أن الباحث يعزو ذلك بوجود بعض المواقع الغير رسمية، والتي أنشأت من أجل أهداف معينة للتشهير في حزب أو فصيل أو حكومة.. إلخ، كما يمكن أن يعزو الباحث عدم وجود رقابة على التعليقات بسبب أن بعض المواقع أصبحت تطلب معلومات خاصة بصاحب التعليق، وتتوه من خلال مربع حوار بأن صاحب التعليقات مسئول عنها، وتعبّر عن رأيه الشخصي، وليس عن سياسة الموقع الإخباري؛ ويشير الباحث هنا إلى أن بعض المواقع الإخبارية ربطت التعليق على الخبر بصفحة الفيس

البوك الخاصة بصاحب التعليق، حيث يتم التعليق من خلال حسابه الشخصي على الفيس بوك، وهذا يجعله الجمهور مسئولاً عن تعليقاته.

40. الأساليب المستخدمة للرقابة على التعليقات في الموقع الإخباري:

جدول(3.41): يوضح التكرارات والنسب المئوية للأساليب المستخدمة للرقابة على التعليقات

النسبة المئوية %	التكرار	الأساليب المستخدمة للرقابة على التعليقات
62.8	54	قراءة التعليق ومن ثم اعتماده للنشر
29.1	25	وضع فترة خاصة بالألفاظ المسيئة
4.7	4	فرض ميثاق تحمل المسؤولية عن التعليقات
3.5	3	فرض إدخال بيانات شخصية خاصة بالمستخدم
100.0	86	المجموع

* تم استبعاد الذين لا يجدون رقابة على تعليقاتهم والبالغ عددهم 23 .

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (64.8%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون أن الأساليب المستخدمة للرقابة على التعليقات هي قراءة التعليق ومن ثم اعتماده للنشر، بينما ما نسبته (29.1%) يعتبرون وضع فترة خاصة بالألفاظ المسيئة، بينما ما نسبته (4.7%) يعتبرون فرض ميثاق تحمل المسؤولية عن التعليقات، بينما ما نسبته (3.5%) يعتبرون فرض إدخال بيانات شخصية خاصة بالمستخدم. ويتفق الباحث مع حصول قراءة التعليق ومن ثم اعتماده للنشر على (62.8%)، حيث إن غالبية المواقع الإخبارية تلجأ لهذه الطريقة منعاً للتحايل الذي يلجأ إليه الجمهور بتجزئة بعض الكلمات حتى يقفز عن فترة الألفاظ المسيئة التي تقوم إدارة الموقع بتغذيتها برمجياً، ويرى الباحث أن هذا الأسلوب يمكن اللجوء إليه في المواقع الإخبارية الكبرى، التي تمتلك طاقماً من الموظفين المتفرغين لمثل هذه الأعمال، أو تعطي صلاحيات للقائمين بالاتصال باعتماد التعليقات أو حذفها من خلال لوحة تحكم خاصة. ويتفق الباحث مع أن بعض المواقع بدأت تتراجع في وضع فترة خاصة بالألفاظ المسيئة حيث حصلت على (29.1%) وذلك لقيام بعض المعلقين من مرتادي الموقع بالتحايل على ذلك من خلال تجزئة الكلمات المسيئة فلا يستطيع برنامج الفلترة رصدها، وبالتالي يتم نشرها، أما عن فرض إدخال بيانات شخصية خاصة بالمعلق فإن الباحث يتفق تماماً مع حصولها على

نسبة (3.5%) كون أن هذا النظام لازال حديث التطبيق في المواقع الإخبارية، وبحاجة إلى برمجة خاصة، إضافة إلى قيام بعض المعلقين بعدم ذكر الأسماء الحقيقية، مما أثبت عدم نجاعته بالشكل المرجو، هذا الأمر جعل القائمين على الاتصال باستحداث طريقة التعليقات من خلال حساباتهم الشخصية على فيس بوك.

41. طبيعة تصرف القائمين بالاتصال مع أصحاب التعليقات الخارجة عن السياسة التحريرية للموقع الإخباري:

جدول(3.42): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية تتصرف مع أصحاب التعليقات الخارجة عن السياسة التحريرية للموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية تتصرف مع أصحاب التعليقات الخارجة عن السياسة التحريرية للموقع الإخباري
58.7	64	حذف تعليقاته بشكل تلقائي
21.1	23	حظر IP المستخدم من الولوج للموقع.
11.9	13	التواصل الشخصي مع صاحب التعليق
8.3	9	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (58.7%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يقومون بحذف تعليقاته بشكل تلقائي، بينما ما نسبته (21.1%) يقومون بحظر IP المستخدم من الولوج للموقع كتصرف مع أصحاب التعليقات الخارجة عن السياسة التحريرية للموقع الإخباري ، بينما ما نسبته (11.9%) يقومون بالتواصل الشخصي مع صاحب التعليق، بينما ما نسبته (8.3%) يقومون بتصرفات أخرى. ويتفق الباحث مع لجوء القائم بالاتصال إلى حذف التعليقات بشكل تلقائي بنسبة (58.7%)، وذلك لكثرة أعداد الجماهير التي تلج الموقع الإخباري، فمن الصعب أن يجد القائمون بالاتصال الأوقات الكافية لمتابعة جميع التعليقات، واستبعاد بعضها، واعتماد الآخر. أما عن تقنية حظر (IP) فهي من التقنيات الحديثة التي توفرت للمواقع الإخباري، حيث إن هناك بعض المواقع تقوم بحظر الشخص من الدخول للموقع مرة أخرى بسبب سوء سلوكه داخل الموقع، حتى أن هناك بعض المواقع - كنوع من

العقاب- تحرم المتصفح من الدخول لمدة محددة، حيث تقوم بالتبويه للشخص من خلال مربع حوار بأنه تم حرمانك من الدخول للموقع لمدة ساعة أو أربع وعشرون ساعة بسبب مخالفتك للقواعد العامة في الحوار، هذا الأمر يجعل المتصفح يلتزم السلوك المناسب أثناء تصفحه الموقع الإخباري، ويتفق الباحث مع أن إمكانية التواصل مع صاحب التعليق حصلت على نسبة قليلة بلغت (11.9%) كون أن هذه العملية عملية مرهقة، وتحتاج إلى تفرغ، وكما أشرنا في النتائج السابقة، أن القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية يعاني من ضغط العمل، وأن اللجوء لمثل هذه الحالات يكون مع الشخصيات الاعتبارية، أو الهامة في المجتمع، وبالتالي يحرص القائمون بالاتصال على التواصل معهم.

42. مدى اهتمام القائمين بالاتصال لرغبات الجمهور في طبيعة الأخبار المنشورة في الموقع الإخباري:

جدول(3.43): يوضح التكرارات والنسب المئوية للاهتمام لرغبات الجمهور في طبيعة الأخبار التي تقدمها عبر الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	الاهتمام لرغبات الجمهور في طبيعة الأخبار التي تقدمها عبر الموقع الإخباري
73.4	80	نعم
16.5	18	أحيانا
10.1	11	لا
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (73.4%) من القائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية الإلكترونية الفلسطينية يهتمون برغبات الجمهور في طبيعة الأخبار التي تقدمها عبر الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (16.5%) أحيانا يهتمون برغبات الجمهور في طبيعة الأخبار التي تقدمها عبر الموقع الإخباري بينما ، ما نسبته (10.1%) لا يهتمون برغبات الجمهور في طبيعة الأخبار التي تقدمها عبر الموقع الإخباري. ويتفق الباحث مع أن القائمين بالاتصال يهتمون برغبات الجمهور في طبيعة الأخبار المقدمة بنسبة (73.4%)، ويعزو الباحث ذلك إلى أن المجتمع الفلسطيني يتابع الأخبار الخاصة بالمجتمع الفلسطيني بالمقام الأول، فيحرص القائمون بالاتصال على تلبية رغباتهم، خاصة وأن هناك العديد من المواقع الإخبارية التي تزخر بشتى

ألوان التغطية الخبرية الفلسطينية، وبالتالي - حتى يحظى القارئون بالاتصال باهتمام ومتابعة الجمهور - يعمل القارئون بالاتصال على تلبية تلك الرغبات والاهتمامات. أما عن عدم تكرار القارئون بالاتصال بعدم الاهتمام لرغبات الجمهور كون بنسبة (10.1%) كون أن جمهور الموقع الإخباري متنوع، ولا يحكم الحكم على جميع رغباته، خاصة في المواقع المستقلة التي تعمل على إرضاء جميع الشرائح، إضافة إلى ذلك فإن الباحث يرى أن هناك مواقع نالت شهرة خارج حدود الأراضي الفلسطينية، حيث إن هناك عديد من الجالية الفلسطينية بالخارج، والعديد من المبعدين خارج حدود الوطن، واللجئيين في مختلف بلدان العالم، وهم يقومون بمتابعة تلك المواقع الإخبارية الفلسطينية، وبالتالي من الصعب جداً على القارئين بالاتصال أن يحددوا رغباتهم، واحتياجاتهم.

43. ردة فعل القارئين بالاتصال تجاه القضايا التي تتعارض مع أجندة الجمهور:

جدول (3.44): يوضح التكرارات والنسب المئوية للقيام بالتالي في حال تعارض طبيعة الأخبار مع أجندة الجمهور

النسبة المئوية %	التكرار	القيام بالتالي في حال تعارض طبيعة الأخبار مع أجندة الجمهور
75.3	82	التوازن في الطرح للموضوعات الهامة ورغبات الجمهور.
18.3	20	تهميش الأخبار المهمة.
4.6	5	تهميش رغبات الجمهور
1.8	2	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (75.3%) من القارئين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يقومون بالتوازن في الطرح للموضوعات الهامة ورغبات الجمهور ، بينما ما نسبته (18.3%) يقومون بتهميش الأخبار المهمة في حال تعارض طبيعة الأخبار مع أجندة الجمهور، بينما ما نسبته (4.6%) يقومون بتهميش رغبات الجمهور، بينما ما نسبته (1.8%) يقومون بطرق وأساليب أخرى. ويفسر الباحث أن القارئ بالاتصال يعمد إلى التوازن في الطرح للموضوعات الهامة في طبيعة الأخبار وذلك من باب حرصه على إرضاء رغبات الجمهور، ونتيجة منطقية للجدول السابق، حيث إن الاهتمام برغبات الجمهور يجعل القارئين بالاتصال مضطرين لاحترام رغبات الجمهور عندما تتعارض تلك الرغبات مع السياسة التحريرية

للموقع، فيلجأ القارئون بالاتصال إلى العمل على التوازن في طرح تلك الموضوعات، ويتفق الباحث مع النتيجة التي كانت بدرجة قليلة بنسبة (1.8%) تهميش رغبات الجمهور، وقد يكون ذلك -من وجهة نظر الباحث- في حال الآراء الحزبية المتعارضة، أو ما قد يوقع إدارة الموقع الإخباري في مشكلات قانونية، فيضطر القارئون بالاتصال إلى عدم الخوض في تفاصيل تلك القضايا، الأمر الذي يجعلهم يهملون رغبات الجمهور.

44. مدى قيام القارئين بالاتصال بالإحجام عن التواصل مع جماهير الموقع الإخباري:

جدول (3.45): يوضح التكرارات والنسب المئوية للإحجام عن التواصل مع الجماهير

النسبة المئوية %	التكرار	الإحجام عن التواصل مع الجماهير
55.0	60	لا
23.9	26	أحياناً
21.1	23	نعم
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (55.0%) من القارئين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية لم يحدث لهم أن أحجموا عن التواصل مع الجماهير، بينما ما نسبته (23.9%) أحياناً يقومون بالإحجام عن التواصل مع الجماهير، بينما ما نسبته (21.1%) أحجموا عن التواصل مع الجماهير. ويتفق الباحث مع النتيجة بأن القارئين بالاتصال لا يحجمون عن التواصل مع الجماهير، وذلك كونهم يعملون على تلبية رغبات الجمهور، وكما أشرنا سابقاً بأن الإعلام الإلكتروني هو إعلام قائم على التفاعل، وبالتالي فمن الضروري أن يتم التواصل بين القارئين بالاتصال والجماهير، وإن كان من -وجهة نظر الباحث- بدرجات متفاوتة، حسب طبيعة التواصل، وزمانه. ويتفق الباحث مع قلة اهتمام القارئين بالاتصال بالتواصل مع الجمهور بنسبة (21.1%) فربما يعود ذلك لبعض الحالات الشخصية التي تعرض لها القارئون بالاتصال لمواقف تجعلهم يحجمون عن التواصل مع الجماهير، وربما يكون أهمها عدم جدية الجماهير بالتواصل الفعلي.

45. أسباب إحجام القارئين بالاتصال في المواقع الإخبارية عن التواصل مع الجمهور:

جدول(3.46): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب الإحجام عن التواصل مع الجماهير

النسبة المئوية %	التكرار	أسباب الإحجام عن التواصل مع الجماهير
35.2	31	ضغوط العمل تحول دون التفرغ للتواصل على الجمهور
18.2	16	قلة شهرة الموقع الإخباري.
15.9	14	جمهور الموقع الإخباري غير ثابت ومتنوع.
10.2	9	لعدم توافر تقنيات حديثة للتواصل مع الجمهور
9.1	8	عدم جدية الجمهور بالتواصل معي
8.0	7	التواصل مع الجمهور فيه مضیعة لوقت
3.4	3	أخرى
100.0	88	المجموع

* الاجابات من اختيار متعدد

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (35.2%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون أن سبب الإحجام عن التواصل مع الجماهير يرجع إلى ضغوط العمل تحول دون التفرغ للتواصل على الجمهور، بينما ما نسبته (18.2%) يرجع إلى قلة شهرة الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (15.9%) يرجع إلى جمهور الموقع الإخباري غير ثابت ومتنوع، بينما ما نسبته (10.2%) يرجع عدم توافر تقنيات حديثة للتواصل مع الجمهور، بينما ما نسبته (9.1%) يرجع إلى عدم جدية الجمهور بالتواصل معي، بينما ما نسبته (8.0%) يرجع إلى التواصل مع الجمهور فيه مضیعة لوقت، بينما ما نسبته (3.4%) يرجع إلى أسباب أخرى. يتفق الباحث مع أن ضغوط العمل من أهم أسباب احجام القائم بالاتصال عن التواصل مع الجماهير بنسبة (35.2%)، حيث أنه قد تم توضیح ذلك بالنتائج السابقة من هذه الدراسة أن القائم بالاتصال يقوم بالعديد من المهام، ويكلف بأكثر من عمل، وبالتالي فإنه يعاني من ضيق الوقت، وهذا من شأنه أن يؤثر بشكل سلبي على طبيعة التواصل مع الجماهير، أما عن قلة شهرة الموقع الإخباري بنسبة (18.2%) فيتفق الباحث مع هذه النتائج، وذلك كون بعض المواقع الواردة في الدراسة هي حديثة النشأة، وهناك مواقع ذات سيادة مهينة على المواقع الإخبارية الفلسطينية

خاصة في أوساط الشباب، مثل صحيفة دنيا الوطن، ووكالة معاً الإخبارية، فهي تحظى بالتفاعلية التامة مع الجماهير، أما المواقع الإخبارية الأخرى فإن الجمهور يلجأ إليها في حال الاستزادة بالمعلومات، ولا يزال غير متعلق بما تقدمه من معلومات إخبارية. ويتفق الباحث مع أن التواصل مع الجمهور فيه مضيعة للوقت بنسبة (8.0%) كون أن التواصل مع الجمهور لن يعطي للقائمين بالاتصال تحقيق قيم ذات فائدة، إلا في حالات خاصة، مثل معلومات خاصة بالقضية الإخبارية، فمن وجهة نظر الباحث أن التواصل مع الجمهور في المجتمع الفلسطيني يغلب عليها طابع الشخصية، والمباهاة من قبل الجمهور، وليس طابع العمل، والجدية في تقديم الأخبار الصحفية.

ث. معايير المجتمع وقيمه

46. طبيعة تصرف القائمين بالاتصال مع الأخبار ذات الطبيعة الحساسة:

جدول(3.47): يوضح التكرارات والنسب المئوية لكيفية التصرف مع الأخبار ذات الطبيعة الحساسة

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية التصرف مع الأخبار ذات الطبيعة الحساسة
34.9	38	التوافقية في طرح الأخبار.
26.6	29	الانتقاء الجزئي للأحداث
25.7	28	الابتعاد عن الخوض في التفاصيل السلبية
11.0	12	المعالجة السطحية للأحداث
1.8	2	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (34.9%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يتعاملون مع الاخبار ذات الطبيعة الحساسة من خلال التوافقية في طرح الأخبار، بينما ما نسبته (26.6%) من الانتقاء الجزئي للأحداث، بينما ما نسبته (25.7%) من خلال الابتعاد عن الخوض في التفاصيل السلبية ، بينما ما نسبته (11.0%) من خلال المعالجة السطحية للأحداث، ، بينما ما نسبته (1.8%) من خلال طرق وأساليب أخرى. ويتفق الباحث مع أن القائمين بالاتصال يلجؤون إلى التوافقية في طرح الأخبار بنسبة (34.9%)، وهذه التوافقية تتضمن احترام رغبات الجمهور، الذي هو بحاجة لمعرفة الحقيقة، أو

التعرف على القضايا الحساسة، وبالتالي يعمل القائمون بالاتصال على طرح الأخبار بشكل متوازن يرضي رغبات الجمهور، وفي نفس الوقت يحقق للسياسة التحريرية خصوصيتها، وأهدافها. ويتفق الباحث عن ندرة المعالجة السطحية للأحداث بنسبة (11.0%)، وذلك من وجهة نظر الباحث قد يكون لبعض الحالات الخاصة في المواضيع الخاصة بقضايا الشرف، والقتل، أو التي لا ترغب المواقع الإخبارية الدخول في تفاصيلها خوفاً من الملاحظات العشوائية والأمنية.

4.7. تأثير العادات والتقاليد على حرية نشر بعض القضايا في الموقع الإخباري:

جدول (3.48): يوضح التكرارات والنسب المئوية لرؤية أن هناك بعض العادات والتقاليد تعيق حرية نشر بعض القضايا في الموقع الإخبارية

هل ترى أن هناك بعض العادات والتقاليد تعيق حرية نشر بعض القضايا في الموقع الإخباري	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	67	61.5
أحيانا	31	28.4
لا	11	10.1
المجموع	109	100.0

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (61.5%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون بأن هناك بعض العادات والتقاليد تعيق حرية نشر بعض القضايا في الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (28.4%) يعتبرون أن أحيانا بعض العادات والتقاليد تعيق حرية نشر بعض القضايا في الموقع الإخباري، بينما ما نسبته (10.1%) لا يعتبرون بأن هناك بعض العادات والتقاليد تعيق حرية نشر بعض القضايا في الموقع الإخباري. ويتفق الباحث مع أن العادات والتقاليد تؤثر على حرية نشر بعض القضايا بنسبة (61.5%)، كالتعرض لقضايا المرأة، أو مهاجمة بعض العادات الخاصة بالبدو، أو المزارعين، أو قضايا الثأر، وهذا يجعل القائم بالاتصال مقيداً لا يمكن أن يقوم بتغطية تلك القضايا وبالتالي قد يضحي بالسبق الصحفي، خوفاً من الوقوع في مشكلات مع أصحاب تلك العادات والتقاليد. إلا أن هناك بعض الحالات التي يتم فيها الخروج عن الصمت من قبل القائمين بالاتصال ولكن بشكل قليل جداً بلغته نسبته (10.1%) مهاجمين فيها العادات والتقاليد، كمعالجة قضايا العلاج عن طريق القرآن وانتشار المشعوذين، أو إطلاق النار في الأفراح.. إلخ.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (الخدام، 2013) حيث أظهرت النتائج أن الأعراف والقيمة الاجتماعية تؤثر بشكل سلبي على عمل الصحفي بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (4.25)⁽¹⁾. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أبو حمام، 2011) حيث تأثير القيم الاجتماعية والعادات يكون محدوداً بنسبة (50.0%)⁽²⁾.

48. المعوقات التي تعرض تغطية القائم بالاتصال للعادات والتقاليد في الموقع الإخباري:

جدول (3.49): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأهم المعوقات في حال وجودها

النسبة المئوية %	التكرار	أهم المعوقات في حال وجودها
25.8	79	قضايا الشرف والأخلاق
18.6	57	القضايا الجنسية
13.4	41	مهاجمة بعض العادات والتقاليد
13.1	40	قضايا النساء
12.7	39	قضايا الفساد
12.7	39	المساس بكبرى العائلات الفلسطينية
3.6	11	أخرى
100.0	306	المجموع

* الاجابات من اختيار متعدد للذين يرون أن العادات والتقاليد من المعوقات التي تعيق عملهم.

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (25.8%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون أهم المعوقات هي قضايا الشرف والأخلاق، بينما ما نسبته (18.6%) يعتبرون القضايا الجنسية، بينما ما نسبته (13.4%) يعتبرون مهاجمة بعض العادات والتقاليد، بينما ما نسبته (13.1%) يعتبرون قضايا النساء، بينما ما نسبته (12.7%) يعتبرون قضايا الفساد، بينما ما نسبته (12.7%) يعتبرون المساس بكبرى العائلات الفلسطينية، بينما ما نسبته (3.6%) يعتبرون قضايا أخرى. ويتفق الباحث على أن أهم المعوقات هي قضايا

(1) الخدام، الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن (ص430-449).

(2) أبو حمام، تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الإنترنت العربية...

الشرف والأخلاق كونها من أكثر القضايا حساسية في المجتمع الفلسطيني، وأن الخوض فيها يعتبر خوضاً في خصوصيات العائلات والأعراض، وتليها القضايا الجنسية التي بلغت (18.6%) حيث إن المجتمع الفلسطيني يعاني من نقص في التربية الجنسية النظامية، وبالتالي فإن الحديث عن القضايا الجنسية يعتبر خطأً أحمرًا خاصةً وأن المجتمع الفلسطيني مجتمعاً محافظاً. ولا يتفق الباحث مع أن المساس بكبرى العائلات يعتبر معيقاً وذلك لأن سيطرة الأجهزة الأمنية الفلسطينية جعلت سطوة العائلات في تآكل، حيث لا يوجد هناك سيطر للعائلات الكبرى التي كان التعرض لها بأي كلمة يعتبر جريمة مجتمعية تكلف صاحبها -أحياناً- حياته، هذا الأمر عانى منه الصحفيين في السابق، وحصول هذه النسبة على (12.7%) تعتبر نسبة كبيرة مقارنةً وذلك يرجع إلى استقرار الأوضاع في هذا الجانب في الأراضي الفلسطينية، خاصةً في قطاع غزة.

49. طرق تعامل القائمين بالاتصال مع القيم الإخبارية المتعارضة مع السبق الصحفي:

جدول (3.50): يوضح التكرارات والنسب المئوية طرق اللجوء في حال تعارض القيم الإخبارية مع سبق صحفي

النسبة المئوية %	التكرار	طرق اللجوء في حال تعارض القيم الإخبارية مع سبق صحفي
32.1	35	التضحية بالسبق الصحفي للحفاظ على تماسك المجتمع
29.4	32	الحصول على موافقة بالنشر من الجهة ذات العلاقة.
29.4	32	الحصول على موافقة رئاسة التحرير إما بالنشر أو عدم النشر
9.1	10	اللجوء إلى المصادر المجهلة.
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (32.1%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون أن من أهم طرق التي يتم اللجوء إليها في حال تعارض القيم الإخبارية مع سبق صحفي التضحية بالسبق الصحفي للحفاظ على تماسك المجتمع، بينما ما نسبته (29.4%) يعتبرون الحصول على موافقة بالنشر من الجهة ذات العلاقة، بينما ما نسبته (29.4%) يعتبرون الحصول على موافقة رئاسة التحرير إما بالنشر أو عدم النشر، بينما ما نسبته (9.1%) يعتبرون اللجوء إلى المصادر المجهلة. ويتفق الباحث مع أن القائمين بالاتصال يلجؤون إلى التضحية بالسبق الصحفي بنسبة (32.1%)، وذلك لأن المجتمع الفلسطيني مجتمع

محافظ، ومتماسك، ويعاني من نفس الألم، والجراح واحدة، هذا يجعله يعيش حالة من المحافظة على سلامة المجتمع حتى وإن كانت على حساب السبق الصحفي، فكثير من القضايا الأخلاقية التي تم تجاهلها، من أجل الحفاظ على سمعة العائلة، أو من أجل حقن الدماء خاصة في ظل الانقسام الفلسطيني الداخلي. كما أن هناك بعض المواقع الإخبارية التي أصبحت تدرج تفاصيل الخبر بعد أن تحظى بموافقة الجهات المختصة خاصة صحيفة دنيا الوطن حيث ترفق أحياناً بموافقة خطية من عائلة أصحاب القضية للنشر مما يجنبها الخوض في القضايا القانونية وهذا ما يفسر حولها على نسبة (29.4%). ويتفق الباحث مع لجوء القائم بالاتصال للمصادر المجهولة في بعض القضايا الحساسة، خاصة في التسريبات الإعلامية، والأخبار الغير مكتملة ويتم ذلك في حالات خاصة بنسبة (9.1%).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الخدام، وآخرون، 2013) ⁽¹⁾ حيث أظهرت النتائج أن تقديم المعلومات قد يلحق ضرراً بالأفراد فيضطر القائم بالاتصال إلى التضحية بالخبر الصحفي بمتوسط حسابي (3.71).

5.0 مدى توافق القيم الإخبارية للموقع الإلكتروني مع أخلاقيات العمل الإعلامي:

جدول (3.51): يوضح التكرارات والنسب المئوية لتوافق القيم الإخبارية للموقع الإلكتروني مع أخلاقيات العمل الإعلامي

النسبة المئوية %	التكرار	توافق القيم الإخبارية للموقع الإلكتروني مع أخلاقيات العمل الإعلامي
91.7	100	نعم
8.3	9	إلى حد ما
100.0	109	المجموع

* لم يوجد اجابات من المبحوثين حول عدم التوافق .

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (91.7%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون بأن هناك توافقاً للقيم الإخبارية للموقع الإلكتروني مع أخلاقيات العمل الإعلامي، بينما ما نسبته (8.3%) يعتبرون إلى حد ما بأن هناك توافق للقيم الإخبارية للموقع الإلكتروني مع أخلاقيات العمل الإعلامي. ويتفق الباحث أن القيم الأخلاقية

(1) الخدام، الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن (ص430-449).

متوفرة بشكل كبير جداً في المواقع الإخبارية بنسبة عالية بلغت (91.7%)، وهذا ما جعل الجمهور الفلسطيني يقبل عليها بشكل كبير جداً، فهي تحمل الهم الفلسطيني، والقضايا المهمة، وتعبير عن المسؤولية الاجتماعية للموقع الإخباري، ويتفق الباحث مع أن هناك بعض الحالات التي لا تلتزم فيها المواقع الإخبارية بأخلاقيات العمل الإعلامي بنسبة (8.3%) فربما يكون من وجهة نظر الباحث في المواقع الحزبية، التي راحت تتراشق إعلامياً مع بعضها البعض، متخفية عن أخلاقيات العمل الإعلامي، وظهر ذلك جلياً إبان فترة الانقسام الفلسطيني، حيث ظهرت العديد من المصطلحات، والعبارات التي كانت تعبر عن الحزبية البغيضة وتتفق هذه النتيجة مع رأي الدكتور درداح الشاعر الذي أكد أن المواقع الإلكترونية ساهمت بشكل كبير في ظهور بعض المصطلحات التي لم تكن لتظهر لولا وجود تلك المواقع، وهذا يعتبر خروجاً عن أخلاقيات العمل الإعلامي.

51. مدى إتاحة إدارة الموقع الإخباري لحق الرد والتصحيح عبر الموقع الإخباري:

جدول(3.52): يوضح التكرارات والنسب المئوية لإتاحة إدارة الموقع الإخباري حق الرد والتصحيح

عبر الموقع الإخباري

المؤشرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	القيمة الاحتمالية (Sig)
ك	38	47	15	6	3	4.02	80.40	0.000
%	34.9	43.1	13.7	5.5	2.8			

• المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (34.9%) هم من الذين توافق لهم بشدة الإدارة الرد وتصحيح التعليقات، بينما ما نسبته (43.1%) هم من الذين توافق لهم، بينما ما نسبته (13.7%) هم من الذين أحياناً توافق لهم، بينما ما نسبته (5.5%) هم من الذين لا توافق لهم، بينما ما نسبته (2.8%) هم من الذين لا توافق بشدة لهم، وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي (80.40%)، والقيمة الاحتمالية تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) مما يشير على أن هناك موافقة عالية من الإدارة للقائمين بالاتصال بحق الرد والتصحيح. ويفسر الباحث ذلك بكون المواقع الإخبارية تحرص على علاقتها مع الجماهير، حتى لا تفقد مصداقيتها أمامها، خاصة إذا كان الأمر يرتبط بشخصيات تحظى باحترام الجماهير، فتقوم تلك المواقع بنشر حق الرد والتصحيح، لبيان مصداقيتها أمام الرأي العام، وتتفق هذه النتيجة مع الحالات الخاصة

والنادرة لعدم إعطاء فرصة لحق النشر والتصحيح، وربما يكون هذا الأمر في المواقع الحديثة النشأة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الدبيسي، 2011) حيث أظهرت النتائج أن الصحافة الإلكترونية الأردنية تتيح حق الرد والتصحيح بنسبة عالية بلغت (34.3%) غالباً، وأحياناً بنسبة (32.1%)⁽¹⁾.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (فوكولتي، 2014) إلى حد ما حيث حصلت نتيجة الاعتذار وحق التصحيح على نسبة (40%)، مقابل عدم الاعتذار بنسبة (60%)

5.2. الوسائل المستخدمة في نشر حق الرد والتصحيح في الموقع الإخباري:

جدول (3.53): يوضح التكرارات والنسب المئوية للوسائل المستخدمة في نشر حق الرد والتصحيح في الموقع الإخباري

النسبة المئوية %	التكرار	الوسائل المستخدمة في نشر حق الرد والتصحيح في الموقع
40.4	44	نشر اعتذار إلى جوار الخبر
28.4	31	تنويه بارز وثابت في الموقع
16.6	18	الاعتذار من خلال التنويه بالشريط الإخباري
7.3	8	إنشاء مربع حوار صغير يظهر بشكل دائم للاعتذار
7.3	8	أخرى
100.0	109	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (40.4%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يعتبرون من الوسائل المستخدمة في نشر حق الرد والتصحيح في الموقع نشر اعتذار إلى جوار الخبر، بينما ما نسبته (28.4%) يعتبرون تنويه بارز وثابت في الموقع، بينما ما نسبته (16.6%) يعتبرون الاعتذار من خلال التنويه بالشريط الإخباري، بينما ما نسبته (7.3%) يعتبرون إنشاء مربع حوار صغير يظهر بشكل دائم للاعتذار، بينما ما نسبته (7.3%) يعتبرون بأن هناك طرقاً ووسائل أخرى. ويتفق الباحث مع حصول نشر

(1) الدبيسي، المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية: دراسة مسحية لأساليب الممارسة ... (ص 1-32).

الاعتذار إلى جوار الخبر بهذه النسبة كون ذلك أقرب إلى ذهن الجمهور في معالجة الخطأ، والقدرة على تذكر الخطأ، خاصةً من الذين لم يتابعوا القضية منذ بدايتها، ويلبي احتياجات الأشخاص الذين تم الخطأ في حقهم، ويعطي انطباعاً أكثر مصداقية حول نزاهة الموقع الإخباري، ويجنب الموقع الإخباري الدخول في الملاحظات القانونية الخاصة بأصحاب تلك الأخطاء التي حدثت بحقهم. ويرى الباحث أن إنشاء مربع حوار صغير يظهر بشكل دائم للاعتذار فهي الطريقة ربما ليست بذات فاعلية، كون حق الرد والتصحيح - بحاجة دائماً من جهة نظر الباحث- إلى الإبراز بشكل أكثر لفتاً من الخبر الأساسي، حتى يحصل القارئون بالاتصال على احترام الجمهور.

المحور الثاني: المشكلات والمقترحات:

53. المشكلات التي تواجه القائمين بالاتصال في ممارسة العمل الإخباري الإلكتروني:

جدول(3.54): يوضح المتوسط الحسابي والوزن النسبي والترتيب

#	المشكلات التي تواجه العمل الإخباري الإلكتروني	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
المشكلات الفنية				
1.	انقطاع الكهرباء لساعات طويلة.	4.19	83.80	1
2.	صعوبة التواصل مع المصادر الإخبارية.	3.35	67.00	2
3.	عدم ملائمة بيئة العمل لطبيعة الإخباري.	3.06	61.20	3
4.	تعذر الوصول إلى مقر الموقع الإخباري لمتابعة الأخبار.	2.65	53.00	4
5	الدرجة الكلية	3.31	66.20	
المشكلات التقنية (التكنولوجية)				
1.	بطء الإنترنت والسيرفرات الخاصة بالموقع.	3.45	69.00	1
2.	التعرض لمحاولات الاختراق الإلكتروني (الهكر).	3.34	66.80	2
3.	عدم توفر الأجهزة الحديثة.	3.04	60.80	3

#	المشكلات التي تواجه العمل الإخباري الإلكتروني	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
4.	عدم القدرة على مجاراة التطورات السريعة في مجال النشر الإلكتروني.	3.00	60.00	4
7	الدرجة الكلية			
المشكلات المهنية				
1.	عدم تناسب الدخل مع طبيعة المهام الصحفية.	3.77	75.40	1
2.	عدم إعطاء دورات تواكب التطور في مجال الإعلام الإلكتروني.	3.35	67.00	2
3.	عدم وجود المتخصصين في مجال العمل الصحفي الإلكتروني.	3.27	65.40	3
4.	التمييز الوظيفي حسب الانتماء الحزبي.	2.83	56.60	4
6	الدرجة الكلية			
المشكلات المجتمعية				
1.	عدم القدرة على نشر التفاصيل حول القضايا المجتمعية الحساسة.	3.58	71.60	1
2.	عدم الوعي بالتكنولوجيا الحديثة مع بعض فئات المجتمع.	3.45	69.00	2
3.	تعارض بعض القضايا مع القيم والعادات الفلسطينية.	3.32	66.40	3
4.	الملاحقات العشوائية والعائلية.	3.05	61.00	4
4	الدرجة الكلية			
المشكلات القانونية				
1.	عدم وجود نقابة للصحفيين الإلكترونيين.	3.97	79.40	1
2.	غياب التشريعات والقوانين الإعلامية.	3.80	76.00	2
3.	الفوضى في عدم تطبيق القانون الفلسطيني.	3.79	75.80	3

#	المشكلات التي تواجه العمل الإخباري الإلكتروني	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
4.	عدم اعتراف نقابة الصحفيين بالصحفي الإلكتروني.	3.36	67.20	4
الدرجة الكلية				
1 74.60 3.73				
المشكلات الأمنية				
1.	النزاعات الناتجة عن الانقسام السياسي.	3.80	76.00	1
2.	الملاحقات من قبل المجهولين واستهداف الصحفيين.	3.49	69.80	2
3.	التعرض للملاحقات من الأجهزة الأمنية.	3.44	68.80	3
4.	الملاحقات من قبل سلطات الاحتلال الإسرائيلي.	3.39	67.80	4
الدرجة الكلية				
2 70.60 3.53				
المشكلات المالية				
1.	عدم استقرار مصادر الدخل للموقع الإخباري.	3.65	73.00	1
2.	قلة الإعلانات المدفوعة الثمن.	3.44	68.80	2
3.	التذبذب في موعد صرف الرواتب.	3.34	66.80	3
4.	إجمالي المصاريف يفوق العائد المالي للموقع.	3.33	66.60	4
الدرجة الكلية				
3 68.80 3.44				

تشير نتائج الجدول السابق أن أهم المشكلات التي تواجه القائم بالعمل الإخباري الإلكتروني حسب التصنيف كانت على النحو التالي:

1. المشكلات القانونية: حصلت على المرتبة الأولى حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (74.60%)، وتبين أن أهم المشكلات القانونية هي عدم وجود نقابة للصحفيين الإلكترونيين، حيث جاءت بوزن نسبي قدره (79.40%). ويتفق الباحث مع نتيجة حصول المشكلات القانونية على

الترتيب الأول بالنسبة للمشكلات التي يتعرض لها القائمون بالاتصال، كون أن نقابة الصحفيين تعاني من مشكلات كثيرة جداً، وهناك شبه تعطل لقانون الإعلام الفلسطيني، وبالتالي فإن الصحفي يجد نفسه بلا غطاء قانوني يحميه، أو يدافع عنه، في حال مواجهة مشكلات تتعلق بالتغطية الخيرية، فعلى سبيل المثال يعاني الصحفيون من مشكلات تتعلق بحقوقهم المهنية (كحق الحصول على المعلومات، وحق التغطية الحصرية، وحق عدم الكشف عن المصادر الخاصة به.. إلخ)، وتتفق هذه النتيجة مع المقابلة التي أجراها الباحث مع د. حسين سعد الذي أكد خلالها على أن عدم وجود نقابة للصحفيين الإلكترونيين يجعل الصحفي الإلكتروني يعيش حالة من الخوف والقلق، فمن يدافع عن حقوقه، ويضمن له الأمان الوظيفي، أو حتى الملاحظات من قبل السلطات الحاكمة في حال طرحه لموضوعات وقضايا هامة، هذا من شأنه أن يضعف الانتماء الوظيفي للمهنة، ويجعل الصحفي الإلكتروني أسيراً لسياسة الموقع الإخباري، الأمر الذي يؤثر على الأداء المهني له بشكل سلبي (1).

2. المشكلات الأمنية: حصلت على المرتبة الثانية حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (70.60%)، وتبين أن أهم المشكلات الأمنية هي النزاعات الناتجة عن الانقسام السياسي، حيث جاءت بوزن نسبي قدره (76.00%). ويتفق الباحث مع حصول المشكلات الأمنية على المرتبة الثانية من حيث المشكلات التي يعاني منها القائمون بالاتصال، وذلك بسبب أحداث الانقسام الفلسطيني، التي تعرض القائمون بالاتصال إلى الملاحظات الأمنية في حال خوضهم في الموضوعات الحساسة، أو معارضة السلطة الحاكمة على الأرض سواء في الضفة الفلسطينية أو قطاع غزة، فهناك العديد من الحالات التي تعرض فيها الصحفيين للاعتقال من قبل الأجهزة الأمنية، أو إطلاق النار عليهم من قبل مجهولين، أو الاحتجاز من قبل قوات الاحتلال الإسرائيلي وهذه النتيجة تتفق مع تقرير المركز الفلسطيني لحقوق الإنسان الذي أكد على أن جرائم انتهاك الحق في الحياة والسلامة الشخصية للصحفيين؛ تعرض صحفيين للضرب وغيره من وسائل العنف أو الإهانة والمعاملة المحاطة بالكرامة الإنسانية؛ اعتقال واحتجاز صحفيين؛ منع الصحفيين من دخول مناطق معينة أو تغطية أحداث؛ مصادرة أجهزة ومعدات و مواد صحفية؛ منع الصحفيين من السفر إلى الخارج؛ مصادرة منازل صحفيين، وتحطيم أدوات، معدات أو سيارات خاصة بالصحفيين خلال عملهم.

3. المشكلات المالية: حصلت على المرتبة الثالثة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (68.80%)، وتبين أن أهم المشكلات المالية هي عدم استقرار مصادر الدخل للموقع الإخباري،

(1) حسين سعد، قابله علاء عيد (10 سبتمبر 2015).

حيث جاءت بوزن نسبي قدره (73.00%). ويتفق الباحث مع احتلال المشكلات المالية على المركز الثالث من حيث المشكلات التي يعاني منها القائمون بالاتصال، حيث يعتبر الحافز المادي من أهم العوامل التي تؤثر على الرضى الوظيفي للقائمين بالاتصال، ويرى الباحث أن غالبية القائمين بالاتصال يعملون بمرتبات لا تتناسب مع طبيعة عملهم، إضافة إلى أن غالبيتهم لا يشعرون بالاستقرار الوظيفي كونها تعمل بالمجهود الذاتي، وتحصل على العائد المالي من خلال الإعلانات التي يرى القائمون بالاتصال أنها لا تلبى احتياجات عمل الموقع الإخباري.

4. المشكلات المجتمعية: حصلت على المرتبة الرابعة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (67.00%)، وتبين أن أهم المشكلات المجتمعية هي عدم القدرة على نشر التفاصيل حول القضايا المجتمعية الحساسة، حيث جاءت بوزن نسبي قدره (71.60%). ويرى الباحث أن ذلك يعود إلى طبيعة المجتمع الفلسطيني المحافظ، الذي يتعامل مع بعض القضايا الحساسة بنوع من التحفظ، وعدم القدرة على الخوض في التفاصيل، مما يجعل القائم بالاتصال يجد صعوبة في معالجة تلك القضايا المجتمعية، إلا أن الباحث لا يرى أن هذه المشكلات تشكل مشكلات حاسمة بالنسبة للقائم بالاتصال خاصة في ظل اللجوء إلى بعض الطرق الصحفية لمعالجة الأخبار ذات الوقع الشديد في الشارع الفلسطيني، كحالات القتل، والسرقه، والتخابر مع الاحتلال الإسرائيلي.. إلخ. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو حمام، 2011) حيث إن الملاحظات العشوائية تعتبر من المشكلات التي يواجهها القائمون بالاتصال أحياناً قليلة بنسبة (64.3%)⁽¹⁾.

5. المشكلات الفنية: حصلت على المرتبة الخامسة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (66.20%)، وتبين أن أهم المشكلات الفنية هي انقطاع الكهرباء لساعات طويلة، حيث جاءت بوزن نسبي قدره (83.80%). ويتفق الباحث مع حصول هذه النتيجة خاصة فيما يتعلق بأزمة الكهرباء، ورغم أن هناك حلول يسعى القائمون على المواقع الإخبارية من خلالها لتفادي أزمة الكهرباء إلا أنها تبقى مشكلة يعاني منها كل المجتمع الفلسطيني، خاصة وأن تلك الحلول تكلف أصحاب المواقع مبالغ كبيرة من أجل التعامل معها، وتتفق هذه النتيجة مع رأي الأستاذ أحمد أبو عامر الذي أكد على أن الحصار الإسرائيلي أثر بشكل سلبي على قدرة القائم بالاتصال على البقاء على اتصال مع الجماهير، ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة.

6. المشكلات المهنية: حصلت على المرتبة السادسة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (66.20%)، وتبين أن أهم المشكلات المهنية هي عدم تناسب الدخل مع طبيعة المهام الصحفية،

(1) أبو حمام، تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الإنترنت العربية...

حيث جاءت بوزن نسبي قدره (75.40%). ويرى الباحث أن المشكلات المهنية التي يعاني منها القائمون بالاتصال لم تعد بذات أهمية كبيرة خاصة في ظل انتشار الوسائل التكنولوجية الحديثة، والتي أصبحت في متناول الأيدي، وانتشار الدورات الإلكترونية عبر شبكات اليوتيوب للتعامل مع النشر الإلكتروني، إلا أن الباحث يرى أن عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل يمثل أهم تلك المشكلات كما تم إيضاحه في المشكلات المالية.

7. المشكلات التقنية (التكنولوجيا): حصلت على المرتبة السابعة حيث بلغ الوزن النسبي لتلك المشكلات (64.20%)، وتبين أن أهم المشكلات التقنية هي بطء الإنترنت والسيرفرات الخاصة بالموقع، حيث جاءت بوزن نسبي قدره (69.00%). ويتفق الباحث مع هذه النتيجة حيث إن الإنترنت في قطاع غزة يعاني من البطء الشديد مقارنة بالدول التي تعتمد على النشر الإلكتروني، وعلى الرغم من الخدمات التي تقدمها شبكات الإنترنت الفلسطينية من حيث السرعة في الإنترنت إلا أن هذه السرعة مرتبطة بعدة عوامل من شأنها أن تكلف المواقع الإخبارية مبالغ كبيرة، فلنا أن نتخيل ماذا يعني تحميل ملف فيديو حجمه (200) ميغا، عند عملية رفعه على مواقع الاستضافة أو على سيرفرات الموقع، وتتفق هذه النتيجة مع (لاما، 2011) ⁽¹⁾، إضافة إلى ذلك فإن شبكات الإنترنت مرتبطة بشكل مباشر بالسيرفرات الإسرائيلية والتي من الممكن أن تقوم بقطع الاتصال في أي لحظة، وهذا يتفق مع المقابلة التي أجراها الباحث مع الأستاذ أحمد أبو عامر ⁽²⁾.

و تختلف هذه النتائج في مع دراسة (الدلو، 2007)، حيث أظهرت النتائج أهم المشكلات التي يعاني منها القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية هي: طغيان الحزبية عليها بنسبة (72.7%)، والتكرار والقرصنة بنسبة (63.6%)، وضعف الكادر المهني بنسبة (49.1%)، وضعف المصداقية بنسبة (45.5%) ⁽³⁾.

(1) لاما، المواقع الإلكترونية الفلسطينية ... (ص24).

(2) أحمد أبو عامر، قابله علاء عيد (12 سبتمبر 2015).

(3) (الدلو، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية ...

المبحث الثاني: نتائج الفرضيات

فيما يلي عرض لنتائج اختبار الفرضيات التي قامت عليها الدراسة على النحو التالي:

أولاً: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى التفاعلية للجمهور والقائمين على الاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى الأداء المهني.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square " .

جدول (3.55): نتائج اختبار العلاقة " chi Square "

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجة الحرية	قيمة الاختبار chi Square	العلاقة بين مستوى التفاعلية للجمهور والقائمين على الاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى الأداء المهني
0.032	10	19.744	

• قيمة chi Square درجة حرية 10 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 18.30

تشير نتائج الجدول السابق تبين أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار " Chi Square " أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (19.744)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (18.30)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفاعلية للجمهور والقائمين على الاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى الأداء المهني.

نتيجة اختبار الفرض:

ثبت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفاعلية للجمهور والقائمين على الاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى الأداء المهني.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن المواقع الإخبارية الفلسطينية تعتمد بشكل أساسي على التفاعلية مع الجماهير، وبالتالي فإن القائمين بالاتصال يبذلون قصارى جهدهم لإرضاء الجمهور، وهذا يتطلب منهم تحسين قدرات أدائهم المهني، فكلما زادت التفاعلية من قبل الجمهور مع القائمين بالاتصال كلما حذا ذلك بهم لتحسين أدائهم المهني.

ولا تتفق هذه الفرضية مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث أوضحت النتائج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين علاقة القائم بالاتصال بالجمهور مستوى الأداء المهني لديه، حيث

تشير قيمة معامل الارتباط (0.104) ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً على وجود علاقة بين المتغيرين، وهو ما يثبت عدم صحة الفرضية⁽¹⁾.

ثانياً: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الإيديولوجية الخاصة للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square " .

جدول (3.56): نتائج اختبار العلاقة " chi Square "

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجة الحرية	قيمة الاختبار chi Square	العلاقة بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الإيديولوجية الخاصة للمواقع الإخبارية الإلكترونية
0.040	8	16.159	

• قيمة chi Square درجة حرية 8 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 15.50

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " Chi Square " أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (16.159)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (15.50)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الإيديولوجية الخاصة للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

نتيجة اختبار الفرض:

ثبت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الإيديولوجية الخاصة للمواقع الإخبارية الإلكترونية.

ويرى الباحث أن السياسة التحريرية للمواقع الإخبارية تؤثر في الأداء المهني، حيث إن القائمين بالاتصال يبلورون مواقفهم وشخصياتهم المهنية من خلال توجهات السياسة التحريرية للموقع الإخباري، فطريقة النشر، وطبيعة الموضوعات التي تتبناها السياسة التحريرية في الموقع الإخباري تدفع القائمين بالاتصال إلى تطوير مهاراتهم المهنية، حتى تتماشى مع هذه السياسة

(1) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

التحريرية، وهذا يؤثر أيضاً على طبيعة الموضوعات والقضايا التي يتجهون نحو تغطيتها، ومعالجتها.

وتتفق نتائج الفرضيات مع دراسة (الورفلي، 2014)، حيث أشارت نتائج إلى عدم وجود فروق جوهرية بين العوامل المؤسسية وبعض المتغيرات الديموغرافية للقائمين بالاتصال في إذاعات ال (أف أم) الليبية متمثلة في: النوع و الحالة الاجتماعية و الفئات العمرية و المستوى التعليمي و الدخل الشهري و مكان الإقامة و الخبرة، في حين تشير النتائج إلى وجود فروق جوهرية بين العوامل المؤسسية ونمط ملكية إذاعات ال (أف أم) الليبية (حكومية - خاصة).⁽¹⁾

ثالثاً: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين المعرفة بأساليب التحرير والنشر الإلكتروني.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square " .

جدول (3.57): نتائج اختبار العلاقة " chi Square "

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجة الحرية	قيمة الاختبار chi Square	العلاقة بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين المعرفة بأساليب التحرير والنشر الإلكتروني
0.006	6	17.907	

• قيمة chi Square درجة حرية 8 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 12.59

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (.Sig) المقابلة لاختبار " Chi Square " أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (17.907)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (12.59)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين المعرفة بأساليب التحرير والنشر الإلكتروني.

ولا تتفق هذه الفرضية مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث أوضحت النتائج أنه ثبت أنه لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين مستوى الأداء المهني وبين مدى استخدام القائمين بالاتصال

(1) الورفلي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات ال أف أم الليبية.

للتقنيات الحديثة في الكتابة والتصميم للمواقع الإلكترونية الإخبارية ، حيث تشير قيمة معامل الارتباط (0.096) ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً على وجود علاقة بين المتغيرين⁽¹⁾.

نتيجة اختبار الفرض:

ثبت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين المعرفة بأساليب التحرير والنشر الإلكتروني.

ويرى الباحث أن المعرفة بأساليب النشر الإلكتروني تساهم بشكل أساسي في تحقيق نسبة مرتفعة من الأداء المهني، حيث إن القدرة على التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة، والمعرفة بأساليب التحرير والنشر الإلكتروني تساهمان بشكل أساسي في قدرة القائم بالاتصال على التعامل مع الأجهزة الحديثة، وطبيعة النشر للمواقع الإخبارية، لا يمكن لمحرر أو شخص هاوٍ قرر أن يمارس الصحافة الإلكترونية أن يدخلها بنفس المهارات القديمة التي سادت الصحافة المطبوعة، فمحرر المواقع الإلكترونية يتعامل مع بيئة متعددة الوسائط ومتعددة الخدمات.

رابعاً: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الضغوط التي يتعرضون لها.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " Chi Square " .

جدول (3.58): نتائج اختبار العلاقة " chi Square "

القيمة الاحتمالية (.Sig)	درجة الحرية	قيمة الاختبار chi Square	العلاقة بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الضغوط التي يتعرضون لها
0.040	10	18.986	

• قيمة chi Square درجة حرية 8 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 18.30

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " Chi Square " أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (18.986)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (18.30)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة

(1) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الضغوط التي يتعرضون لها.

نتيجة اختبار الفرض:

ثبت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الضغوط التي يتعرضون لها. ويفسر الباحث ذلك بأن الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال تؤثر بشكل ملحوظ على أدائهم المهني، فطبيعة الضغوط المتنوعة حيث يعاني القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية من العديد من المشكلات التي تؤثر على أدائه المهني، وتجعله يعيش عالماً من الضغوط سواء على المستوى الداخلي من حيث (علاقته برؤسائه وزملائه، وطبيعة السياسة التحريرية، والحوافز المادية والمعنوية ..إلخ) ، أو على المستوى الخارجي من حيث (علاقته بالسلطة الحاكمة، وعلاقته بالمصادر الإخبارية، والقوانين والتشريعات، وعلاقته بالجمهور، والعادات والتقاليد.. إلخ) ، هذا الأمر يجعل هناك حاجة ملحة لدراسة تلك العوامل التي تؤثر على أدائه المهني، فكلما استطاع القائم بالاتصال من السيطرة على تلك الضغوط كلما استطاع أن يحسن من أدائه المهني، خاصة في ظل تكنولوجيا متطورة ومتجددة الأمر الذي يتطلب منه البقاء على اتصال دائم مع التكنولوجيا الحديثة، والقدرة على التكيف معها.

ثانياً: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني يعزى للخصائص المهنية للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية (النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، الدخل الشهري).

وللإجابة على هذا الفرض تحقق الباحث من 6 فرضيات وهي :

الفرضية الأولى: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يعزى لمتغير النوع

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " T - لعينتين مستقلتين " .

جدول (3.59): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " وفقاً لمتغير " النوع "

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع	المتغير
0.830	0.215	0.480	4.19	71	ذكر	مستوى الاداء المهني
		0.502	4.21	38	أنثى	

• القيمة T الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 107 تساوي 1.96

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " T - لعينتين مستقلتين " والتي تساوي (0.830) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (0.215) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (1.96).

وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير النوع.

ويفسر الباحث ذلك أن طبيعة العمل الإعلامي يمتتها كل من النوعين، وبالتالي فإن ما يتعرض له القائم بالاتصال من مختلف الجنسين يتعرض له الآخر بنفس الظروف المحيطة، ويتعرضون لنفس الضغوط في العمل، وطبيعة المهام الموكلة إليهم، وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل بأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير النوع. **الفرضية الثانية:** يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يعزى لمتغير العمر.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " F - لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.60): نتائج اختبار " F - للعينات المستقلة" وفقا لمتغير "العمر"

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار (F)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
0.305	1.202	0.283	2	0.566	بين المجموعات	مستوى الاداء المهني
		0.235	106	24.949	داخل المجموعات	
			108	25.515	المجموع	

• القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية " 2 , 106 " تساوي 3.08

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " F - للعينات المستقلة "، والتي تساوي (0.305) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (1.202) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (3.08).

وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير العمر.

ويفسر الباحث ذلك بأن القائمين بالاتصال يعلمون وفق السياسة التحريرية للموقع، وبالتالي فإن فروق السن لا تؤثر على الأداء المهني للقائمين بالاتصال كونهم يخضعون لنفس السياسة التحريرية في الموقع، وكون أن المواقع الإخبارية حديثة النشأة في فلسطين، فإن عامل الخبرة في التعامل مع هذه التكنولوجيا الحديثة لا يؤثر على الأداء المهني للقائمين بالاتصال، وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل بأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير العمر.

الفرضية الثالثة: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " T - لعينتين مستقلتين ".

جدول (3.61): نتائج اختبار " T - لعينتين مستقلتين " وفقا لمتغير " الحالة الاجتماعية "

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الحالة الاجتماعية	المتغير
0.339	0.961	0.542	4.14	44	أعزب	مستوى الاداء المهني
		0.444	4.23	65	متزوج	

• القيمة T الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 107 تساوي 1.96

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " T - لعينتين مستقلتين " والتي تساوي (0.339) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (0.961) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (1.96).

وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

ويفسر الباحث ذلك بأن طبيعة العمل في المواقع الإخبارية تكون غالباً لساعات محددة، ويتم تقسيم الأعمال بطريقة تتناسب مع ظروفهم الحياتية، وبالتالي فلا يوجد تأثير حقيقي على الأداء المهني يعود إلى عامل الحالة الاجتماعية خاصة وأن غالبية عينة الدراسة من تقوم بأداء مهامها عبر شاشة الحاسوب، الذي يمكن اصطحابه مع القائمين بالاتصال في أي مكان، وزمان بسبب انتشار أجهزة اللابتوب والهواتف النقالة الحديثة، وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل بأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

الفرضية الرابعة: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يعزى لمتغير المؤهل العلمي.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " F - لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.62): نتائج اختبار " F - للعينات المستقلة" وفقا لمتغير " المؤهل العلمي "

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار (F)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
0.911	0.093	0.022	2	0.045	بين المجموعات	مستوى الاداء المهني
		0.240	106	24.470	داخل المجموعات	
			108	25.515	المجموع	

• القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية " 2 , 106 " تساوي 3.08

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " F - للعينات المستقلة "، والتي تساوي (0.911) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (0.093) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (3.08).

وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

ويفسر الباحث ذلك بأن جميع أفراد القائمين بالاتصال هم من حملة الشهادات الخاصة بعلوم الإعلام، وبالتالي فإن طبيعة التخصص متشابهة فيما بينهم، فطبيعة الأداء المهني لن تكون مختلفة وذلك بسبب تجانس المؤهلات العلمية. وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل بأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

الفرضية الخامسة: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " F - لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.63): نتائج اختبار " F - للعينات المستقلة" وفقا لمتغير "المسمى الوظيفي"

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار (F)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
0.652	0.724	0.174	7	1.220	بين المجموعات	مستوى الاداء المهني
		0.241	101	24.295	داخل المجموعات	
			108	25.515	المجموع	

• القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية " 7 , 101 " تساوي 2.10

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " F - للعينات المستقلة "، والتي تساوي (0.652) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (0.724) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.10).

وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

ويفسر الباحث ذلك بأن المواقع الإخبارية لا توجد بها هياكل تنظيمية واضحة في المواقع الإخبارية فالمسمى الوظيفي القائم على التدرج الوظيفي إن وجد فهو رئيس التحرير أو نائبه، أو مدير التحرير فقط، وبسبب قلة أعداد العاملين فيها، فإن التدرج الوظيفي كمسمى رئيس قسم التحقيقات، أو رئيس قسم الإخراج، أو رئيس قسم التصوير، فإن جميع العاملين يقومون بنفس المهام الوظيفية، وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل بأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية لمتغير المسمى الوظيفي.

الفرضية السادسة: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يعزى لمتغير متوسط الدخل الشهري.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار " F - لعدة عينات مستقلة (تحليل التباين).

جدول (3.64): نتائج اختبار " F - للعينات المستقلة" وفقا لمتغير " متوسط الدخل الشهري "

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة الاختبار (F)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
0.086	2.253	0.514	3	1.543	بين المجموعات	مستوى الاداء المهني
		0.228	105	23.972	داخل المجموعات	
			108	25.515	المجموع	

• القيمة F الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية " 7 , 101 " تساوي 2.69

تشير نتائج الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار " F - للعينات المستقلة"، والتي تساوي (0.086) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية (2.253) وهي أقل من القيمة الجدولية التي تساوي (2.69).

وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير متوسط الدخل الشهري.

ويفسر الباحث ذلك كون أن رواتب القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية مقارنة، وغير متأثرة بالدرجة العلمية، أو الحالة الاجتماعية، لأن غالبية هذه المواقع هي مواقع خاصة، وتعمل بشكل مستقل، وتقوم على العائدات التي يحصلها الموقع من الإعلانات، فيما عدا بعض المواقع الإخبارية التي تتبع للفصائل الفلسطينية كموقع فلسطين الآن، وفلسطين اليوم، إضافة إلى طبيعة الرواتب متدنية وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل بأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية لمتغير متوسط الدخل الشهري.

وتتفق نتائج الفرضيات مع دراسة (الورفلي، 2014)، حيث أشارت نتائج الفرضيات إلى عدم وجود فروق جوهرية بين الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات ال (أف أم) الليبية متمثلة في: النوع و الحالة الاجتماعية و الفئات العمرية و المستوى التعليمي⁽¹⁾. وكذلك ولا

(1) الورفلي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات ال أف أم الليبية.

تتفق هذه مع دراسة (ماضي، 2014)، حيث ثبت أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بشأن تأثير المتغيرات الوسيطة (النوع، المؤهل الدراسي، سنوات الخبرة، فئات العمر، الموقع الوظيفي) في العوامل المؤثرة في الأداء المهني⁽¹⁾.

(1) ماضي، لعوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال ...

المبحث الثالث: خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها ومقترحاتها

بعد مناقشة نتائج الدراسة، وربطها مع الدراسات السابقة، ومن أجل الوصول إلى نتائج قابلة للتعميم، والاستفادة، يمكن أن نخلص إلى أهم النتائج، والتي جاءت على النحو التالي:

أولاً: أهم النتائج العامة:

1. أوضحت الدراسة أن الموهبة وحب المهنة كأحد أسباب الالتحاق بالعمل في المواقع الإخبارية حصلت على (43.1%) تلاها التخصص ومجال الدراسة بنسبة (29.4%)، ثم تحقيق الكسب المالي بنسبة (11.9%)، بينما ما نسبته (7.3%) يرجعون أسباب التحاقهم للعمل في المواقع الإخبارية إلى المساهمة في حل مشكلات المجتمع.
2. أظهرت النتائج أن ما نسبته (22.1%) من المبحوثين يرون أن الموهبة والرغبة في العمل الصحفي أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، تلاها امتلاك مهارات التعامل مع التكنولوجيا في المرتبة الثانية بنسبة (20.4%)، تلاها في المرتبة الثالثة الحصول على مؤهل متخصص في الصحافة بنسبة (18.3%).
3. كشفت الدراسة إلى أن ما نسبته (73.4%) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية حاصلين على الدورات بعد الالتحاق بالعمل، بينما ما نسبته (26.6%) غير حاصلين على الدورات بعد الالتحاق بالعمل، وأن عدم اشتراكهم بالدورات بسبب عدم وجود الوقت الكافي بنسبة (48.7%)، تلاه اعتقادهم بأنها لا تضيف جديد لهم، بينما يرى (17.9%) أن عدم اشتراكهم بالدورات يرجع إلى عدم اهتمام إدارة الموقع بها.
4. أظهرت الدراسة إلى أن أهم المهارات على يجب أن تتوفر في القائمين بالاتصال هي الإلمام بمهارات الجمهور في المرتبة الأولى بمتوسط (4.50)، تلاها في المرتبة الثانية مهارات التحرير للأخبار الإلكترونية بمتوسط حسابي (4.45)، تلاها تحمل ضغط العمل بمتوسط حسابي (4.22).
5. كشفت الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية يفضلون الانضمام لنقابة الصحفيين بنسبة (37.6%) تلاها في المرتبة الثانية إنشاء نقابة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين بنسبة (19.4%)، تلاها مجموعات الفيس بوك الخاصة بالصحفيين بنسبة (15.6%).
6. أظهرت الدراسة أن استخدام الوسائط المتعددة (صوت، فيديو، وصور) حصل على المرتبة الأولى للأساليب الحديثة التي يتم الاعتماد عليها في نشر الأخبار الإلكترونية بنسبة

7. (69.7%)، تلاها إنشاء روابط للموضوعات المتشابهة داخل الموقع بنسبة (18.3%) في المرتبة الثانية، ثم إنشاء روابط خارجية لمصادر الخبر المنشور بنسبة (6.5%).
8. كشفت الدراسة أن علاقات القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية برؤسائهم في العمل كانت ودية متعاونة بنسبة (78.9%)، تلاها في المرتبة الثانية علاقات رسمية متحفظة بنسبة (16.6%)، تلاها علاقات متوترة بنسبة (2.8%).
8. أظهرت النتائج أن السياسة التحريرية للموقع الإخبارية حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (45.4%) كأحد أهم العوامل التي تؤثر في نشر المضامين الإعلامية، تلاها في المرتبة الثانية القيم الأخلاقية والقانونية بنسبة (17.6%)، وجاء في المرتبة الأخيرة حرية التعبير بنسبة (7.8%).
9. أشارت نتائج الدراسة إلى أن علاقة القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية بالمصادر الصحفية كانت في المرتبة الأولى الاستقلال الكامل من خلال التدفق الرسمي للمعلومات بنسبة (55.0%)، تلاها الاعتماد المتبادل من خلال الحاجة المتبادلة بنسبة (40.4%)، بينما حصلت التبعية من خلال سيطرة المصدر على طبيعة عملي على نسبة (4.6%).
10. كشفت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال يتعرضون لرقابة مباشرة من رئيس التحرير أو من ينوب عنه بنسبة (65.9%)، تلاها رقابة ذاتية بنسبة (20.5%)، ثم في المرتبة الأخيرة الرقابة التنظيمية (نقابة الصحفيين) بنسبة (4.5%).
11. أظهرت مؤشرات الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية أن طبيعة العمل توفر لهم فرصاً للتطور والإبداع بمتوسط حسابي (4.29)، تلاها في المرتبة الثانية أشعر بالرضا التام عن عملي في الموقع الإخباري في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.15)، تلاها في المرتبة الثالثة السياسة التحريرية تتوافق مع توجهاتي الفكرية بمتوسط حسابي (3.81)، وجاءت في المرتبة الأخيرة أشعر أنني لا أقدم قيمة للمجتمع من خلال طبيعة عملي بمتوسط حسابي (2.30).
12. بينت نتائج الدراسة أن طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية كانت في المرتبة الأولى عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل بمتوسط حسابي (7.52)، تلاها في المرتبة الثانية تعدد مهام العمل وتنوعها بمتوسط حسابي (7.31)، تلاها في المرتبة الثالثة السرعة في إنجاز الأخبار ونشرها بمتوسط حسابي (6.29).

13. كشفت نتائج الدراسة أن استخدام التكنولوجيا أثر بشكل كبير على أداء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية بنسبة (82.5%)، وأن طبيعة هذا التأثير تمثل في سرعة الحصول على المعلومات بمتوسط حسابي (4.79)، تلاها في المرتبة الثانية سرعة إنجاز المهام الصحفية بنسبة (4.53%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة تقديم المادة الصحفية بأشكال متنوعة بنسبة (4.52)، ثم جاء في المرتبة الأخيرة التغلب على بعض المشكلات الفنية بمتوسط حسابي (4.20).

14. بينت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية يرون في العادات والتقاليد معيقاً أمام نشر بعض القضايا بنسبة (89.9%)، ويتمثل ذلك في قضايا الشرف والأخلاق بنسبة (25.8%)، تلاها في المرتبة الثانية القضايا الجنسية بنسبة (18.6%)، وجاء في المرتبة الأخيرة المساس بكبرى العائلات بنسبة (3.6%).

15. بينت نتائج الدراسة أن المشكلات القانونية حصلت على المرتبة الأولى من إجمالي المشكلات التي يتعرض لها القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية بوزن نسبي (74.60)، تلاها في المرتبة الثانية المشكلات الأمنية بوزن نسبي (70.60)، ثم جاء في المرتبة الثالثة المشكلات المالية بوزن نسبي (68.80)، وجاء في المرتبة الأخيرة المشكلات التقنية بنسبة (64.20).

16. أظهرت نتائج الدراسة أن أهم المقترحات التي يرى القائمون بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية لتطوير أدائهم المهني كانت الحصول على دروات في مجال التحرير والنشر الإلكتروني، وإنشاء قانون لتنظيم العمل الصحفي الإلكتروني، إضافة إلى إنشاء شعبة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين في نقابة الصحفيين الفلسطينيين.

ثانياً: نتائج الفرضيات:

- 1- ثبت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفاعلية للجمهور والقائمين على الاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية ومستوى الأداء المهني.
- 2- ثبت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الإيديولوجية الخاصة للمواقع الإخبارية الإلكترونية.
- 3- ثبت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين المعرفة بأساليب التحرير والنشر الإلكتروني.

4- ثبت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وبين الضغوط التي يتعرضون لها.

5- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني يعزى للخصائص المهنية للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية (النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، الدخل الشهري). ولم يتم إثبات صحة هذه الفرضية لجميع المتغيرات حيث كانت النتائج كما يلي:

أ- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير النوع.

ب- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير النوع.

ج- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير العمر.

د- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

هـ- لا توجد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

و- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

ز- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات المبحوثين في مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية تعزى لمتغير متوسط الدخل الشهري.

ثالثاً: أهم التوصيات والمقترحات:

في ضوء ما توصلت إليه نتائج الدراسة، فإن الباحث يورد جملة من التوصيات والمقترحات والتي من شأنها أن تعزز الإعلام الإلكتروني في فلسطين على النحو التالي:

أولاً: التوصيات:

- 1- حث القائمين على المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية على تطوير الواقع المهني للقائمين بالاتصال من خلال الدورات، وتبادل الخبرات مع مواقع إخبارية عربية ودولية.
- 2- حث القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية على التخلص من الأفكار والمعتقدات القديمة والمتخلفة، الخاصة بقيم المجتمع وعاداته، وكذلك يجب على المجتمع تفهم طبيعة عمل الصحفيين، ومساعدتهم على نشر الحقيقة.
- 3- يجب على القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية أن يلتزموا بأخلاقيات العمل الصحفي الإلكتروني، وأن تكون الرقابة الذاتية نصب أعينهم عند نشر الأخبار والمعلومات.
- 4- يجب على نقابة الصحفيين الفلسطينيين أن تعيد نفسها، وتدافع عن حقوق الصحفيين، وحمايتهم، والعمل على ضم الصحفيين الإلكترونيين ضمن النقابة.
- 5- ضرورة أن يتم تعيين المتخصصين في مجال الصحافة الإلكترونية، لما لذلك من أثر في تطور أساليب النشر والتحرير على صفحات المواقع الإخبارية الفلسطينية.
- 6- العمل على تحسين ظروف القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، بما يكفل لهم حقوقهم الشرعية، وفقاً لقانون العمل الفلسطيني.
- 7- ضرورة العمل على رفد المواقع الإخبارية الإلكترونية بأحدث الأجهزة والتقنيات اللازمة لتطوير العمل الإخباري الإلكتروني، لما لذلك من أثر كبير في زيادة كفاءة العاملين في تلك المواقع.
- 8- ضرورة الاهتمام بالتواصل مع جماهير المواقع الإخبارية الفلسطينية، وإتاحة لهم لمناقشة مشكلاتهم، والعمل على نشرها، وتبنيها بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع الفلسطيني.

ثانياً: المقترحات:

- 1- إجراء مزيداً من الدراسات والبحوث التي تعالج الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، بشكل يجعل كل المواقع الإخبارية في فلسطين، وبشيء من

التفصيل حول التفصيلات المهنية الخاصة بتفصيلات التغطية الخبرية في ظل استخدام التكنولوجيا.

2- عقد ورشات عمل، وسلسلة لقاءات بين وزارة التربية والتعليم، والجامعات الفلسطينية، والقائمين على المواقع الإخبارية الفلسطينية، من أجل اعتماد تخصصات خاصة بالصحافة والنشر الإلكتروني تجمع في تفاصيلها بين (الإعلامي- ومهارات التعامل مع التكنولوجيا الحديثة- ومهارات التصميم والإخراج) كتخصص الصحافة الإلكترونية.

3- عقد لقاءات مشتركة بين وزارة الإعلام والقائمين على المواقع الإخبارية في فلسطين من أجل إنشاء شعبة خاصة بالإعلام الإلكتروني، تساند القائمين بالاتصال، وتحفظ حقوقهم كما هو معمول به في العديد من الدول أهمها مصر، والجزائر.

4- العمل على تفعيل التبادل المعلوماتي المشترك، بين القائمين على المواقع الإخبارية الفلسطينية، وبين القائمين على المواقع الإخبارية العربية والعالمية، بما يضمن تبادل الخبرات، وتطوير الأداء المهني للقائمين بالاتصال.

5- ضرورة تفعيل الابتعاث للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الفلسطينية، من أجل الحصول على دورات متخصصة في الإعلام الإلكتروني، في الدول المتقدمة، والتي لها حضور قوي في مجال الإعلام الإلكتروني.

6- العمل على طرح ميثاق للنزاهة والشفافية لتحكم أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني، ويتم إدراج هذا الميثاق ضمن طلب الترخيص الخاص باعتماد موقع إخباري فلسطيني، منعاً لفوضى المعلومات الإخبارية، وحفاظاً على تماسك المجتمع الفلسطيني.

7- ضرورة أن يتم عقد امتحان معتمد لمزاولة مهنة العمل الإلكتروني، حيث يتم ضبط عملية النزاهة والشفافية، وكذلك توفير مجموعة من الكفاءات القادرة على قيادة العمل الإلكتروني، وممارسته بعيداً عن الذاتية، والمصالح الحزبية، والشخصية.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

أحمد، زكريا أحمد. (2001م). تحرير المجلات النسائية العامة في مصر، وأثره على الصحافة في أداؤها الصحفي خلال عامي (1996-1997م) (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، القاهرة.

الأحمدي، طالب بن عايد. (2005م). استخدام الصحف السعودية لشبكة الإنترنت وتأثير ذلك على العمل الصحفي: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال. مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والاجتماعية والإنسانية السعودية، 2(17). 220-268

الأشقر، رياض خالد. (2012م). دور المواقع الإلكترونية العربية على شبكة الإنترنت في التوعية بقضية الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي دراسة تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة.

الأطرش، إباد مصطفى. (2012م). معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الجزيرة نت، والعربية نت. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.

آل الشيخ، عبد المجيد بن عبد المحسن. (2011م). معوقات الاتصال الإداري المؤثرة على أداء العاملين في جوازات مدينة الرياض (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.

آل زيدان، مشيب ناصر محمد. (2011م). المواقع الإلكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض.

أمين، رضا عبد الواحد. (2007م). الصحافة الإلكترونية. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع. بخيت، السيد. (2010م). الإنترنت: كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية. ط2. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.

بخيت، السيد. (2012م، 26 أبريل). كيف تصبح صحفياً إلكترونياً؟. تاريخ الاطلاع: 10 سبتمبر، 2015م، الموقع: الإعلام الجديد (<http://goo.gl/hD7ARq>)

بن مريشد، خديجة بنت صالح. (2011م). التأثير المادية الإعلانية في الصحف السعودية على الأداء المهني للصحفيين: دراسة وصفية على عينة من الصحفيين السعوديين (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية.

- بوشايخ، حسينة. (2014م). بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة: دراسة حالة. مجلة رؤى استراتيجية الإمارات، 2(6)، 122-167
- بوليه، برنار. (2011م). نهاية الصحف ومستقبل الإعلام، (ترجمة خالد طه الخالدي). ط1. بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- تربان، ماجد سالم. (2009م). الإعلام الإلكتروني الفلسطيني. ط1. غزة: مكتبة الجزيرة.
- تربان، ماجد سالم. (2009م). الإنترنت والصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- تلاحمة، ثائر محمد. (2012م). حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- جراد، منال خميس. (2013م). معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي حماس وفتح لأزمة الانقسام: دراسة تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.
- الجرجاوي، زياد بن محمود. (2010م). القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، غزة: مكتبة الأمل التجارية.
- جعفر، هشام. (2003م). الصحافة الإلكترونية في مصر: الواقع والتحديات. المركز العربي للدراسات الإعلامية القاهرة، 1(114)، 55-72.
- الجميلة، أحمد بن محمد. (2010م). الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الصحف والصحفيين (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية.
- أبو حاتم، عارف أحمد. (2013م). العوامل المؤثرة في الحصول على المعلومات الصحفية في اليمن: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة صنعاء، اليمن.
- الحاج، كمال بديع الحاج. (2002م). تأثير المواد التلفزيونية الأجنبية على إنتاج المواد الثقافية في التلفزيون المصري والسوري في ظل العولمة (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة.
- حافظ، أسماء حسين. (2013م). القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام القاهرة. 2(ع10)، 140-192.
- حبيب، ماجد فضل. (2014م). التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية: دراسة تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية - غزة، فلسطين.

الحتو، محمد. (2012م). *مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها*. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

حسن، عباس ناجي. (2012م). *الصحفي الإلكتروني*. ط1. الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
حسين، زهير. (2014م). *السياسات التحريرية للصحف الخليجية والعوامل المؤثرة على القائم بالاتصال: دراسة ميدانية*. مجلة سمات البحرين، 2 (1)، 56-97.

الحمامي، الصادق. (2006م). *قضيتان للطرح والحوار: الإعلام الجديد مقارنة تواصلية*. مجلة الإذاعات العربية تونس، 4 (1)، 3-14.

حمدان، حسام عبد الحميد. (2014). *المواقع الإخبارية العربية: دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة العنكبوتية* (رسالة ماجستير غير منشورة). الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
الحنبلي، وسام كمال. (2011م). *العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة-القاهرة، مصر.

الخدّام، حمزة خليل. والرواشدة، ميساء نصر. (2013م). *الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن*. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية الأردن، 3 (6)، 430-449

خضر، نرمين (3 أكتوبر 2015م). *محطة إذاعة في أقل من ساعة*، (برنامج إذاعي مسجل)، تاريخ الاطلاع: 20 أكتوبر 2015م، الموقع: <http://www.egyptradio.tv>

خطاب، أمل محمد. (2010م). *تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي*. ط1. القاهرة: دار العالم العربي.

خوخة، أشرف فهمي. (2004م). *الرقابة في المؤسسات الصحفية*. ط1. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

الدبيسي، عبد الكريم علي. (2011م). *المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية: دراسة مسحية لأساليب الممارسة في الصحافة الإلكترونية*. المجلة العربية للمعلومات العراق، 1 (2)، 32-1

الدعيس، طلال بن أحمد. (2014م). *دور الصحافة الإلكترونية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم القرى، السعودية.

الدلو جواد راغب. (2000م). *الصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف المطبوعة: دراسة ميدانية*. مجلة كلية اللغة العربية جامعة الأزهر القاهرة، 2 (20)، 1275-1311.

الدليمي، عبد الرازق محمد. (2010م). إشكاليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة: بحث استطلاعي نحو تأثير التكنولوجيا الحديثة على الصحافة. *المجلة العراقية للمعلومات العراق*، 11(1)، 58-72.

الدليمي، عبد الرازق محمد. (2011م). *الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية*. ط1. عمان: دار الثقافة.

الدليمي، عبد الرازق. (2011م). *الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية*. ط1. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

الراجحي، مناور بيان. (2014م). المسئوليات الأخلاقية والقانونية للمحررين البرلمانيين في الصحافة الكويتية من منظور القائم بالاتصال والبرلمانيين. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية بجامعة الكويت*، 34(398)، 398-525.

رامي، علي. (2015م، 16 أغسطس). *خصائص ومواصفات الكتابة على المواقع الإلكترونية الاخبار*.

[مدونة]. تم الاسترجاع من: <http://goo.gl/QcDmi3>

رجب، هبة ربيع. (2009م). *استخدامات الشباب المصري للمواقع الإخبارية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عين شمس، القاهرة.

رشتي، جيهان. (1997م). *الأسس العلمية لنظريات الإعلام*. القاهرة: دار الفكر العربي.

الزعيبي، محمد بلال. والشراعية، أحمد يطيشان. (2004). *الحاسوب والبرمجيات الجاهزة*. ط1. لبنان: دار وائل للطباعة والنشر.

الزويني، حسين دبي. (2012م). حرية الإعلام بين المرغوبة الاجتماعية وتحديد خيارات القائم بالاتصال: دراسة ميدانية للعاملين في قناتي (المسار والرشيد). *مجلة كلية الآداب جامعة بغداد*، ع(99)، 802-824.

ساويرس، مارجريت سمير. (2005م). *العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للقائمتات بالاتصال في الصحافة المصرية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، مصر.

سعيد، عبد الغني. (2012م). *تأثير حرية الصحافة في الجائر على الممارسة المهنية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة باجي مختار - عنابة، الجزائر.

شريف، أسامة محمود. (2000م، 20-21 أكتوبر). *مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية*. بحث مقدم إلى الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب. عمان: الجامعة الأردنية.

شفيق، حسنين. (2007م). الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية. ط3. القاهرة: رجمة برس للطباعة والنشر.

أبو شنب، حسين. وسعد، حسين. (2014م). الإعلام التفاعلي والتواصل الاجتماعي. (د.ط)، غزة: جامعة فلسطين.

الشيخ، سماح. (2013م). الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في أرقام. مجلة مدى الإعلامية- رام الله، 3(13)، 21-23.

صادق، عباس. (2007م). الإعلام الجديد: دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة. مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة بالدنمارك. 1(2)، 115-147.

صالح، سليمان. (2007م). ثورة الاتصال وحرية الإعلام. ط1. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. الصبيحي، محمد بن سليمان. (2008م). العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور: دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية في المملكة العربية السعودية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية.

الضمدوي، خليل إبراهيم. (2008م). بيئة العمل الصحفي في العراق: دراسة تحليلية لتأثير العامل السياسي في القائم بالاتصال (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بغداد، العراق.

أبو طعيمة، ناهد. (2011م، 7 ديسمبر). وضع الإعلاميات وقدرتهن على التأثير على المشهد الإعلامي. تاريخ الإطلاع: 1 أكتوبر 2015م: الموقع وكالة أخبار المرأة

(<http://wonews.net/ar/index.php?act=post&id=1487>)

عبد الحميد، محمد. (2004م). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3. القاهرة: عالم الكتب.

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

عبد الحميد، محمد. (2010م). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3. القاهرة: عالم الكتب.

عبد العزيز، السيد عبد العزيز. (2005م). خدمة مواقع وكالات الأبناء العربية الإلكترونية على الإنترنت، وأثرها على مستقبل هذه الوكالات. المجلة المصرية لبحوث الإعلام القاهرة، ع(24)، 203-244.

عبد الغفار، محمود محمد. (2014م). تأثير التدريب على تطوير الأداء الإعلامي: دراسة حالة على مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير (رسالة ماجستير غير منشورة). الأكاديمية العربية في الدنمارك، الدنمارك.

عبد الغني، أمين. (2003م). مواقع الأخبار العربية على الإنترنت وصورة الولايات المتحدة بها بعد أحداث سبتمبر. مجلة بحوث التربية النوعية المنصورة، ع(2)، 100-144.

عبد الله، سعد سلمان. (2010م). معوقات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية على شبكة الإنترنت. *مجلة آداب الفراهيدي العراق*، ع(3)، 498-531

عبدو، سلام أحمد. (2004م). العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للمحررين الدينيين في الصحف المصرية: دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام القاهرة*. ع(21)، 337-394

عبيدات، وآخرون. (2001م). *البحث العلمي مفهومه وأساليبه وأدواته*. ط1. عمان: دار الفكر للطباعة.

أبو العطا، مجدي محمد. (2000م). *المرجع الأساسي لمستخدمي الإنترنت*. ط1. القاهرة: المكتبة العربية لعلوم الحاسب.

عكاك، فوزية. (2011م). *القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

علم الدين، محمود. (2003م). *مدخل إلى الفن الصحفي*. ط1. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

علي، عبير عبد الله. (2014م). *مواقع وكالات الأنباء العربية على شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات: دراسة تقييمية للإعداد والإتاحة والإفادة* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة بني سويف، مصر.

عمران، أميمة. (2003م). *معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي: دراسة ميدانية على المراسلين المحليين بالصعيد*. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام القاهرة*، ع(19)، 197-28.

العياضي، نصر الدين. (2004م). *وسائل الإعلام والمجتمع: ظلال وأضواء*. ط1. العين: دار الكتاب الجامعي.

أبو عيشة، فيصل فضل. (2014م). *الإعلام الإلكتروني*. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

الغريبي، عادل عبد الرزاق. (2013م). *المسئولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري الإذاعي والتلفزيوني، دراسة مسحية للقائم بالاتصال*. *مجلة الباحث الإعلامي - العراق*. ع(19)، 94-108

غنتاب، أزهار صبيح. (2012م). *دافعية الإنجاز لدى القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية: دراسة ميدانية للقائمين بالاتصال في (قناة العراقية الفضائية-جريدة المدى-إذاعة المستقبل)*. *مجلة الباحث الإعلامي بغداد*، ع(15)، 110-127

فكري، عثمان. (2006م). *استخدامات النخبة العلمية لوسائل الاتصال المصرية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة، مصر.

فهيمي، نجوى فهيمي. (2001م). التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام القاهرة*، 2(4)، 221-269

القاضي، أمجد. وآخرون. (د.ت). *دليل الصحفي*. الأردن: شركة أبو محجوب للإنتاج الإبداعي.

قدواح، منال. (2008م). *اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية: دراسة ميدانية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة منتوري، الجزائر.

القر، إياد. (2010م). *دور المواقع الإلكترونية الإخبارية في نشر ثقافة حقوق الإنسان* (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية، مصر.

قنديلجي، عامر إبراهيم. (2002م). *تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها*. ط1. عمان: الوراق للنشر والتوزيع.

قوي، بوحنية. والإمام، سلمى. (2006م). علاقة المناخ التنظيمي بالأداء الوظيفي داخل المنظمات الإدارية. *المجلة العلمية للإدارة الرياض*، 1(1)، 113-156.

القيسي، جمال عبد ناموس. (2013م). *الأخبار في الصحافة الإلكترونية: موقعاً BBC العربية وإيلاف أنموذجاً*. ط1. بيروت: دار النفائس للنشر والتوزيع.

كاظم، عبد المنعم، والموسوي، إسماء. (2003م). حقوق وضمانات القائم بالاتصال في الصحافة العراقية بعد التغيير في 9/4/2003م. *مجلة كلية التربية الأساسية العراقية*، ع(71)، 389-406.

كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة. (2015م). *دليل الطالب الإرشادي*. جامعة الأقصى، غزة.

كنعان، علي عبد الفتاح. (2014م). *الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية*. الطبعة العربية. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

لاما، هبة. (2011م). *المواقع الإلكترونية الفلسطينية أسيرة الاستتساخ*. مجلة مدى الإعلامية- رام الله، 3(13)، 24-26.

اللبان، شريف درويش. (2015م، 25 فبراير). *الإعلام الجديد بين التقنية والمهنية والتشريع*. تاريخ الإطلاع: 10 سبتمبر 2015م، الموقع (<http://goo.gl/QFOIBc>)

اللبان، شريف درويش. (2014م). *الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد*. مجلة رؤى استراتيجية الإمارات، 2(7)، 96-135.

اللبان، شريف. (2005م). *الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع*. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

اللواتي، نشوى يوسف أمين. (2011م). تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عين شمس، مصر.

اللوح، وليد. (2009م، 3 سبتمبر). المواقع الإخبارية: صراع بوقود مختلف. تاريخ الاطلاع: 11 سبتمبر 2015م، الموقع: (<http://goo.gl/AmgrvO>).

ماضي، راندة فكري. (2014م). العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة عين شمس، مصر.

محمد، حنفي حيدر. (2009م). دور الصحافة المصرية في معالجة قضايا الفقر في صعيد مصر: دراسة في المضمون والقائم بالاتصال. مجلة بحوث كلية التربية النوعية القاهرة، ع (15)، 1-28.

محمد، سيد محمد. (2009م). وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.

محمد، احمد حسين. (2002م). معوقات الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال في مجال الصحافة البيئية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام القاهرة، ع(17)، 197-287.

محمود، نهى. (2015م، 28 مايو). معاناة الصحفي الإلكتروني. تاريخ الاطلاع: 25 أغسطس 2015م، الموقع: (<http://goo.gl/iV2LVu>).

المدهون، يحيى إبراهيم. (2012م). دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات في محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر - غزة، فلسطين. مرجان، هاني. (2015م). اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في اكتساب المعلومات حول قضية اللاجئين الفلسطينيين: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين.

المركز الدولي للصحفيين. (2013م، 23 يوليو). الكتابة للمواقع الإخبارية وكيفية تحسين الكتابة للمواقع الإلكترونية. تاريخ الاطلاع: 16 أغسطس، 2015م، الموقع: (<https://goo.gl/DEpXl3>)

المزاهرة، منال هلال. (2012م). نظريات الاتصال. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

المشاقبة، بسام. (2014م). الرقابة الإعلامية: دراسة مقارنة. ط1. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع. مطر، يوسف. (2009م). مناهج البحث العلمي. ط1. غزة. الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية.

معالي، خالد أمين عبد الفتاح. (2007م). أثر الصحافة الإلكترونية على التنمية السياسية الفلسطينية في فلسطين (الضفة الغربية وقطاع غزة من عام 1996-2007م) (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية- نابلس، فلسطين.

معبد، اعتماد خلف. الزمزمي، سماح محمد. وخليف، سعدية فوزي. (2012م). دور المواقع الإخبارية في حصول شباب المغتربين المصريين على المعلومات عن أحداث ثورة 25 يناير. دراسات معهد الطفولة القاهرة، 15 (56)، 45-49.

المقوشي، عبد العزيز بن علي. (2002م). العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين في المؤسسات الصحفية السعودية. مجلة جامعة الإعلام السعودية، ع (37)، 503-559

مكاوي، حسن. والسيد، ليلي حسين. (2004م). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط4. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

المنيع، علي بن محمد. (2011م). المعوقات المهنية الصحفية تجاه تغطية الأحداث المحلية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية. مهنا، فريال. (2002م). علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية. ط1. بيروت: دار الفكر المعاصر. الموسوي، موسى جواد. وآخرون. (2011م). الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة. ط1. العراق: جامعة بغداد.

موسى، شيرين علي. (2015م). المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة في المفاهيم والمصادقية. ط1. القاهرة: دار العالم العربي. 2015م.

موقع سما الإخباري، أهداف الموقع، تاريخ الاطلاع (19 أكتوبر 2015)، الموقع: (<http://www.samanews.com/ar>)

موقع شبكة زمن برس، أهداف الشبكة، تاريخ الاطلاع (19 أكتوبر 2015)، الموقع (<http://zamnpres.com/about-us>)

موقع شبكة نوى الإخباري، أهداف الشبكة، تاريخ الاطلاع (19 أكتوبر 2015)، الموقع. (. (<http://nawa.ps/arabic/?Action=ConstPage&ID=2>)

موقع صحيفة المشرق نيوز، أهداف الصحيفة، تاريخ الاطلاع (04 أكتوبر 2015) الموقع (<http://mashreqnews.com/ar/page/4>)

موقع صحيفة دنيا الوطن، أهداف الصحيفة، تاريخ الاطلاع (28 سبتمبر 2015)، الموقع (<http://www.alwatanvoice.com/about>)

موقع صفا وكالة الصحافة الفلسطينية، أهداف الوكالة، تاريخ الاطلاع (28 سبتمبر 2015)، الموقع: (<http://www.safa.ps>)

موقع صفا برس، أهداف الموقع، تاريخ الاطلاع (04 أكتوبر 2015)، الموقع: ([/http://www.saffad.com](http://www.saffad.com))

موقع وكالة اتحاد برس، أهداف الوكالة، تاريخ الاطلاع (14 أكتوبر 2015)، الموقع: ([.http://www.itehad.ps/Description.aspx](http://www.itehad.ps/Description.aspx))

موقع وكالة الحياة برس، أهداف الوكالة، تاريخ الاطلاع (04 أكتوبر 2015)، الموقع: (http://www.alhayatp.net/?page_id=521)

موقع وكالة الرأي الحكومية، أهداف الوكالة، تاريخ الاطلاع (29 سبتمبر 2015)، الموقع: ([/http://www.alray.ps/ar](http://www.alray.ps/ar))

موقع وكالة فلسطين الإخبارية، أهداف الوكالة، تاريخ الاطلاع (19 أكتوبر 2015)، الموقع: (<http://www.pnn.ps>)

موقع وكالة فلسطين اليوم، أهداف الوكالة، تاريخ الاطلاع (29 سبتمبر 2015)، الموقع: (<http://www.paltoday.ps/ar>)

موقع وكالة معاً الإخبارية، أهداف الوكالة، تاريخ الاطلاع (29 سبتمبر 2015)، الموقع: (<https://www.maannews.net/About.aspx>)

موقع وكالة وطن للأخبار، أهداف الوكالة، تاريخ الاطلاع (04 أكتوبر 2015)، الموقع: (<http://www.wattan.tv/ar/about-wattannews>)

النجار، لبنى محمد. (2013م). الضغوط المهنية والإدارية التي تمارس على القائم بالاتصال في الصحف المصرية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الزقازيق، مصر.

نصر، حسني. (2003م). الانترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية. ط1. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

نصيف، مريم أنور. (2010م). العوامل المؤثرة على التزام الصحفيين بتشريعات الصحافة وأخلاقيات المهنة: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين بالصحف القومية والحزبية والخاصة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المنيا، مصر.

نوفل، هالة كمال أحمد. (2006م). العوامل المؤثرة في الأداء الاتصالي للمراسل الدولي وانعكاساتها على التدفق الإخباري في ظل ثورة المعلومات: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام

القاهرة، ع(16)، 427-327

هاشم، سامية احمد. (2006م). انعكاس البيئة الاعلامية على القائم بالاتصال: دراسة في تجربة انتقال مركز تلفزيون الشرق الأوسط من لندن إلى مدينة دبي للإعلام (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة بغداد، العراق.

وافي، أمين منصور. (2006م). واقع الأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى: دراسة ميدانية على مراسلي الإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة. مجلة البحوث الإعلامية القاهرة، ع(25)، 152-198.

وافي، أمين. (2005م). الإعلام الفلسطيني والأداء المهني في انتفاضة الأقصى: دراسة ميدانية على مراسلي الإذاعة والتلفزيون في فلسطين (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

الوداعي، كوكب ناجي. (2005م). الإيقاع الشخصي وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين اليمنيين (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة صنعاء، اليمن.

أبو وردة، أمين عبد العزيز. (2008م). أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي - طلبة جامعة النجاح الوطنية نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

أبو وردة، أمين. (2011م). الصحافة الإلكترونية: نجاح في اختبار الحرية وإخفاق في الجودة. مجلة مدى الإعلامية - رام الله، 3(13). 18-20

الورفلي، عبد الله محمد. (2014م). العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات أف أم الليبية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة عين شمس، مصر.

وزارة الإعلام الفلسطينية. (2014م). الدليل الإعلامي. ط3. فلسطين.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Arant, M., & Anderson, J.(2000, August 20-22). *Online media ethics: A survey of us daily newspapers editors*. Paper presented at the association for education in journalism and mass communication, Phoenix.
- Deprez, A., & Raeymaeckers, K. (2012). A Longitudinal Study of Job Satisfaction Among Flemish Professional Journalists. *Journalism and Mass Communication*, 2 (1), 235-249
- Gieber, W., & Johnson, W. (1961). The city hall beat: a study of reporter & source roles. *Journalism quarterly*, 38(3), 289-297
- Himmelblom , I. (2010). The International Network Structure of News Media: An Analysis of Hyperlinks Usage in News Web sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*,2(4), 373-391
- John, S. & Smoot, C. (1994). *The Internet connection, system connectivity and configuration*.(1st ed.). USA: Addison-Wesley Longman Publishing Co.
- Jones, M., & Jones, E. (1998). *Mass media*.(1st ed.). London: McMillan Press LTD.
- Lazaroiu, G. (2010). *The Development Of Online News Production And The Empowering Of The Audience In Digital Media. Economics, management, and financial markets*, 5 (4). 110-145
- Mark, D. (2005) *What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. Journalism Journal*, 6(4), 94-120
- Mellado,C., & Lagos, C. (2014). Professional Roles in News Content: Analyzing Journalistic Performance in the Chilean National Press. *International Journal of Communication*, 2(6), 2090–2112.
- Paul, N., & Ruel, L. (2009). Using eye tracking technology to examine the effectiveness of design elements on news websites. *Information Design Journal*, 17(1), 31-43.
- Scott, A. (1992). Prospects for Electronic publication in communication. *Communication Quarterly*, 40(3) 94-122
- Sturgill, A. & Pierce, R.(2008). Online news websites: How much content to do adults want?. *Journal of Magazine and New media research*, 11(2), 1-18.
- Williams, P. (2009). online news credibility: An examination of the perception of newspaper journalist. *Journal of computer mediated communication*, 12(2), 478-498

الملاحق

ملحق رقم (1)

استمارة صحيفة الاستقصاء



الجامعة الإسلامية-غزة

عمادة الدراسات العليا

كلية الآداب - قسم الصحافة

استبيان حول :

العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية

(دراسة ميدانية)

إعداد الطالب :

علاء الدين صلاح يوسف عيد

إشراف

د/ أمين منصور وافي

أستاذ الصحافة والاعلام بالجامعة الإسلامية

2015م

صحيفة الاستقصاء

الأخ/ت /المبحوث/ة (المحترم/ة)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

يُجري الباحث دراسة حول **العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية** وذلك من أجل التعرف على طبيعة الأداء المهني للقائم بالاتصال، ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة والإعلام.

الرجاء التكرم بالإجابة على الأسئلة الواردة بكل دقة وموضوعية من خلال وضع علامة أمام الإجابة المناسبة، علماً بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها لن تستخدم إلى في أغراض البحث العلمي .

وتقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،

الباحث: علاء الدين صلاح عيد

معلومات مساعدة

القائم بالاتصال:

الشخص الذي يسهم ويتحكم بإنجاز المادة الإخبارية للرسالة الاتصالية، وتمريها عبر المواقع الإخبارية الإلكترونية الفلسطينية إلى جمهور المتلقين ويحمل صفة (صحفي أو مراسل أو مندوب أو مصور أو محرر أو رئيس تحرير أو مدير تحرير أو أي صفة أخرى ذات علاقة بالهيئة التحريرية للموقع).

العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال:

يتأثر القائم بالاتصال بمجموعة من العوامل وهي:

- 1- معايير المجتمع وقيمه وتقاليده: وتشمل القضايا المجتمعية، والموضوعات الجدلية مثل: (قضايا الشرف والأخلاق، والنزاعات العائلية، والقضايا الخاصة بالمرأة.. إلخ)
- 2- معايير ذاتية: وتشمل عوامل التنشئة الاجتماعية، والتعليم، والاتجاهات، والميول، والانتماءات، والجماعات المرجعية.
- 3- معايير مهنية: وتشمل على عوامل داخلية مثل: سياسة الوسيلة الإعلامية وعلاقات العمل وضغوطه، والرضا الوظيفي، وعوامل خارجية مثل: مصادر الأخبار، السلطة الحاكمة، قوانين النشر والمطبوعات.. إلخ
- 4- معايير الجمهور: وتشمل أنواع الجمهور، وأجندته واهتماماته.

أولاً: البيانات الأساسية:

(1) النوع:

() ذكر () أنثي

(2) العمر:

() أقل من 20 سنة () 20 – أقل من 26 سنة () 26 – أقل من 32 سنة
() 32 سنة فأكثر.

(3) الحالة الاجتماعية

() أعزب () متزوج () أرمل () مطلق

(4) المؤهل العلمي:

() ثانوية عامة () دبلوم متوسط () بكالوريوس () ماجستير () دكتوراه

(5) المسمى الوظيفي:

() مراسل أو مندوب. () محرر
() مصور. () مخرج
() نائب رئيس تحرير. () رئيس تحرير
() مدير تحرير () أخرى: تتكرر

(6) متوسط الدخل الشهري

() أقل 1000 شيكل () 1000 – أقل من 1500 شيكل
() 1500 – أقل من 2000 شيكل () 2000 فأكثر

(7) الموقع الإلكتروني الذي تعمل فيه:

18.	وكالة فلسطين اليوم الإخبارية
19.	سما الإخبارية
20.	فلسطين الآن
21.	وكالة الرأي الفلسطينية

22.	وكالة معا الإخبارية
23.	وكالة قدس نت الإخباري
24.	وكالة صفا للأخبار
25.	صحيفة دنيا الوطن
26.	وكالة الحياة برس
27.	وكالة الاتحاد برس
28.	شاشة نيوز
29.	وكالة وطن للأخبار
30.	المشرق نيوز
31.	صفد برس
32.	شبكة فلسطين الإخبارية
33.	شبكة نوى الإخبارية
34.	زمن برس

ثانياً: العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال:

أ- المعايير الذاتية:

8) منذ متى تعمل في المواقع الاخبارية الالكترونية؟

() اقل من سنتين () من سنتين الى اقل من 4 سنوات

() من 4 سنوات الى اقل من 6 سنوات () اخري: تذكر

9) كيف حصلت على الوظيفة في الموقع الإخباري الذي تعمل به:

() من خلال التدريب أثناء فترة الدراسة () من خلال العلاقات الخاصة والمعارف

() من خلال تقديم أعمال صحفية للموقع () من خلال مسابقة رسمية. الإخباري.

() اخرى

10 ما هي أسباب رغبتك للعمل في الموقع الإخباري:

() الموهبة وحب المهنة () المساهمة في حل مشكلات المجتمع

() تحقيق الشهرة () تحقيق الكسب المالي

() تعزيز الانتماء الحزبي () التخصص ومجال الدراسة.

() أخرى تذكر:

11 ما هي الشروط الواجب توافرها في العاملين بالمواقع الإخبارية من وجهة نظرك
(يمكن اختيار أكثر من واحدة):

() امتلاك مهارات التعامل مع التكنولوجيا () المعرفة بأساليب النشر الإلكتروني

() الحصول على مؤهل متخصص في () الثقافة الواسعة
الصحافة

() الموهبة والرغبة في العمل الصحفي () الانتماء لحزب أو فصيل.

() أخرى تذكر:

12 هل حصلت على دروات بعد التحاقك بالعمل في الموقع الإخباري:

() نعم () لا

إذا كانت الإجابة (بلا) فما هي أسباب عدم التحاقك بالدورات (يمكن اختيار أكثر من واحدة):

() عدم اهتمام إدارة الموقع () لا تضيف جديداً لي.

() عدم وجود خبراء في هذا المجال () لا أجد وقتاً للمشاركة فيها

() ليس لها علاقة بمجال عملي () أخرى تذكر:

13 أسباب المشاركة في الدورات من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من واحدة):

() تكليف إجباري من إدارة الموقع الإخباري () تطوير مهارات التواصل مع الجمهور.

() صفق مهاراتي في مجال التحرير الإلكتروني. () تطوير مهارات البحث الإلكتروني.

() صفق مهارات استخدام الوسائط المتعددة () أخرى تذكر:

14 ما هي مجالات الدورات التي حصلت عليها (يمكن اختيار أكثر من واحدة):

() في مجال الإعلام والاتصال () في مجال فنون التحرير الإلكتروني

() في مجال أخلاقيات النشر الإلكتروني. () في مجال الإخراج الصحفي الإلكتروني.

() في مجال التعامل مع المصادر الإخبارية () في مجال التواصل مع الجمهور.

() في مجال الموضوعية والمصداقية الإخبارية () أخرى تذكر:

15 ما أهم المهارات التي يجب أن تتوافر في القائم بالاتصال في المواقع الاخبارية :

المهارات	مهمة جدا	مهمة	متوسطة الأهمية	غير مهمة	غير مهمة على الإطلاق
1. الإلمام بمهارات التفاعلية مع الجمهور.					
2. مهارات التحرير للأخبار الإلكترونية					
3. التعامل مع الوسائط المتعددة					
4. تحمل ضغط العمل					
5. الإلمام بفن الإخراج الصحفي الإلكتروني					
6. القدرة على الاختزال في عرض المعلومات (مهارات الكتابة)					
7. إتقان مهارات النشر الإلكتروني					

					8. أخرى: تذكر:
--	--	--	--	--	----------------------

16) أي المنظمات الإدارية تفضل الانضمام لها من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من واحدة):

- () الانضمام لنقابة الصحفيين.
- () إنشاء نقابة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين.
- () إنشاء شعبة خاصة بالصحفيين الإلكترونيين في نقابة الصحفيين.
- () الانضمام للكتل الصحفية الفلسطينية الغير رسمية.
- () المنتديات الإلكترونية الخاصة بالصحفيين.
- () مجموعات الفيس بوك الخاصة بالصحفيين.
- () أخرى : تذكر.....

17) كيف تقوم بصياغة الأخبار على الموقع الإخباري؟ (خاص بالطاقم التحريري)

- () مجهود ذاتي.
- () القوالب الصحفية التقليدية.
- () النقل الحرفي.
- () التجديد المعتمد على الوسائط المتعددة.
- () أخرى : تذكر.....

18) ما الأساليب الحديثة التي تعتمد عليها في نشر الأخبار الإلكترونية؟ (خاص بالطاقم التحريري)

- () استخدام الوسائط المتعددة (صوت ، وفيديو ، وصور)
- () إنشاء روابط للموضوعات المتشابهة داخل الموقع.
- () إنشاء روابط خارجية لمصادر الخبر المنشور.
- () استخدام تقنيات الإخراج والتصميم في الموقع.
- () أخرى : تذكر.....

ب- المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

19) تتصف علاقتي بزملائي في العمل بأنها:

- () علاقات يسودها الود والتفاهم. () علاقات تسودها الأناية والمنافسة غير الشريفة.
() علاقات يغلب عليها الانتماء الحزبي. () علاقات رسمية يغلب عليها الانتماء للعمل فقط.
() أخرى : تذكر.....

20) يمكن الحكم على علاقتي برؤسائي بالعمل من وجهة نظري بأنها:

- () ودية متعاونة. () رسمية متحفظة.
() علاقة متوترة. () علاقة شخصية.
() أخرى : تذكر.....

21) ما أهم العوامل التي تؤثر في نشر المضامين الإعلامية (يمكن اختيار أكثر من واحدة):

- () السياسة التحريرية للموقع الإخباري. () قيم المجتمع وعاداته.
() التوجهات الحزبية لرؤساء التحرير. () القيم الأخلاقية والقانونية.
() حرية التعبير. () أخرى : تذكر.....

22) تعرفت على السياسة التحريرية عندما عملت بالموقع (يمكن اختيار أكثر من واحدة):

- () من خلال أحاديثي مع زملائي القدامى. () من خلال طبيعة الأخبار في الموقع الإخباري.
() من خلال دليل خاص بالموقع الإخباري. () من خلال رؤسائي بالعمل.
() أخرى : تذكر.....

23) أخضع للسياسة التحريرية في الموقع الذي أعمل به بسبب:

- () الخوف من العقاب أو الفصل من العمل.
() الاحترام لإدارة الموقع لتوفيرهم فرصة عمل لي.
() التطلع لفرصة عمل إضافية من خلال عملي الحالي.
() تتماشى السياسة التحريرية مع توجهاتي الوظيفية.
() أخرى : تذكر.....

24) أقوم بذكر المصدر عند نشر الأخبار عبر الموقع الإخباري:
() دائماً () أذكر غالباً () أحياناً () نادراً () لا أذكر

25) هل تجد صعوبة في الوصول إلى مصادر المعلومات:
() دائماً () غالباً () أحياناً () نادراً () أبداً.

26) ما المصادر الإخبارية للموقع الإخباري الذي تعمل به:
() فريق عمل خاص بالموقع.

() مواقع إلكترونية أخرى.

() مصادر رسمية (حكومية- فصائل).

() وكالات أنباء.

() الصحف الورقية.

() متصفح المواقع الإخبارية

() أخرى : تذكر.....

27) تتصف علاقتي بالمصادر الصحفية بـ:

() الاستقلال الكامل من خلال التدفق الرسمي للمعلومات.

() الاعتماد المتبادل من خلال الحاجة المتبادلة.

() التبعية من خلال سيطرة المصدر على طبيعة عملي.

() أخرى : تذكر.....

28) يتمثل تأثير المصادر الإخبارية على طبيعة عملي في الموقع من خلال:

() تقوم المصادر الإخبارية بتبهيي إلى أخبار معينة.

() تقوم المصادر الإخبارية بالتأثير على طريقة تقييم رؤساء التحرير لعملي.

() تقدم المصادر الإخبارية النموذج الذي يتعرض له المسئولون عن التحرير.

() تعرض المصادر الإخبارية سجلاً يومياً بالأحداث الموقع حدوثها.

() أخرى : تذكر.....

29 هل تتعرض للرقابة أثناء عملك في الموقع الإخباري:

() نعم () لا () أحياناً.

30 إذا كانت الإجابة (بنعم أو أحياناً) ما هي أنواع الرقابة التي تتعرض لها:

() رقابة مباشرة من رئيس التحرير أو من ينوب عنه. () رقابة ذاتية.

() رقابة الدولة (تشريعات وقوانين ومحظورات النشر). () الرقابة التنظيمية (نقابة الصحفيين).

() الرقابة الجماهيرية. () الرقابة من الاحتلال الإسرائيلي.

() أخرى : تذكر.....

31 إذا كنت تتعرض للرقابة بدرجة أو بأخرى فكيف تتعامل مع الرقابة التي تتعرض لها:

() اختيار مادة للنشر تتفق مع سياسة الموقع الإخباري. () استخدام الصياغة الرمزية.

() اللجوء إلى التعميمات. () نشر أخبار مجهلة.

() إخفاء جوانب من الخبر أو الموضوع الصحفي () أخرى : تذكر.....

32 هل تتعرض لتدخلات من قبل رؤساء ومدراء التحرير:

() نعم () لا () أحياناً.

33 إذا كان هناك تدخل بصفة أو بأخرى فما طبيعة التدخلات التي يمارسها رؤساء

التحرير في الموقع الإخباري

() حذف بعض المعلومات من الخبر. () التوجيه نحو قضايا معينة.

() استبعاد بعض الموضوعات من النشر. () التنويه بالبعد عن القضايا الخلافية.

() عدم الاهتمام لأرائي ورؤيتي في معالجة القضايا. () أخرى : تذكر.....

34 ما هو رأيك في مؤشرات الرضا الوظيفي للعبارات التالية لطبيعة عملك في الموقع الإخبارية:

مؤشرات الرضا	موافق بشدة	موافق	متوسطة	غير موافق	غير موافق بشدة
1. طبيعة عمل توفر لي فرصة للتطور والإبداع.					
2. النظام الإداري المتبع يفرض قيوداً على أدائي المهني.					

غير موافق بشدة	غير موافق	متوسطة	موافق	موافق بشدة	مؤشرات الرضا
					3. يتناسب الأجر الذي أتقاضاه مع طبيعة المهام الموكلة إلي.
					4. السياسية التحريرية تتوافق مع توجهاتي الفكرية.
					5. أشعر أنني لا أقدم قيمة للمجتمع من خلال طبيعة عملي.
					6. رئيسي في العمل يصدر التعليمات دون مناقشة.
					7. أحظى بالشهرة والاهتمام من قبل المجتمع الفلسطيني.
					8. أشعر بعدم الأمان الوظيفي لتذبذب صرف الراتب.
					9. أشعر بالرضا التام عن عملي في الموقع الإخباري.

35) رتب طبيعة الضغوط التي تتعرض لها أثناء ممارسة عملك في الموقع الإخباري وفق الأكثر تأثيراً من (1-10) علماً بأن رقم (1) يمثل قمة الأهمية:

الضغوط	درجة الأهمية
(1) عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل.	
(2) تعدد مهام العمل وتنوعها.	
(3) التمييز الوظيفي.	
(4) التمييز الحزبي	
(5) عدم توفر الضمان الاجتماعي	
(6) طبيعة العلاقة مع جمهور الموقع.	
(7) السرعة في إنجاز الأخبار ونشرها.	
(8) عدم التوفيق بين عملي وعلاقاتي الاجتماعية.	
(9) التدخل من قبل رؤساء التحرير في المادة الخبرية.	
(10) الملاحقة من الأجهزة الأمنية.	

36) هل ترى بأن استخدام التكنولوجيا أثر على أدائك المهني:

() نعم () لا () أحياناً

37) يتمثل أثر استخدام التكنولوجيا في عملي الصحفي بـ:

أثر استخدام التكنولوجيا	موافق بشدة	موافق	متوسطة	غير موافق	غير موافق بشدة
(1) سرعة الحصول على المعلومات.					
(2) زيادة القدرة على المناقشة والاقناع.					

غير موافق بشدة	غير موافق	متوسطة	موافق	موافق بشدة	أثر استخدام التكنولوجيا
					3) تنمية القدرة على البحث والاستطلاع.
					4) التغلب على بعض المشكلات الفنية.
					5) التميز والدقة في العمل الصحفي.
					6) سرعة إنجاز المهام الصحفية.
					7) تقديم المادة الصحفية بأشكال متنوعة.

ج- معايير الجمهور:

- 38) هل تعرف طبيعة الجمهور في الموقع الإخباري الذي تعمل به:
 () نعم () لا () أحياناً
- 39) هل تهتم بالتواصل مع متصفح الموقع الإخباري الخاص بكم:
 () نعم () لا () أحياناً
- 40) إذا كانت الإجابة (بنعم) فما هي وسائل التواصل:
 () التواصل عبر البريد الإلكتروني. () التواصل الشخصي.
 () التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي. () التواصل بالتعليق أسفل الموضوع.
 () أخرى : تذكر.....
- 41) كيف تتعامل مع الموضوعات الإخبارية الواردة من جمهور الموقع الإخباري:
 () التواصل مع صاحبها وتبني القضية دون تحقق. () عرضها على رئيسي في العمل.
 () التحقق من صدق المعلومات أولاً ثم التواصل مع صاحبها. () استشارة زملائي القدامى.
 () أقوم بتجاهلها. () أخرى: تذكر.....
- 42) ما الطرق التي توفرها لتفاعل الجمهور مع الموضوعات في الموقع الذي تعمل به:

() وضع مؤشرات للتصويت على الأخبار المدرجة.

() توفير مساحات مخصصة للحوار والنقاش.

() إمكانية استقبال الأسئلة عبر بريدي الإلكتروني.

() تفعيل خاصية نشر الأخبار من قبل الجمهور.

() توفير الاستفتاءات حول أدائي الإعلامي.

() أخرى : تذكر.....

43) ما أدوات التفاعل التي تقدمها لجمهورك مع النص؟

() استخدام الروابط التشعبية لربط المادة الخبرية بغيرها في داخل الموقع.

() الانتقال من نص مختصر إلى نص أكثر تفصيلاً.

() خاصية إحالة المستخدم إلى روابط داخل النص.

() استخدام روابط تشعبية لربط المادة الخبرية بالمصادر الخارجية.

() أخرى: تذكر.....

44) هل تهتم بالرد على التعليقات والأخبار الواردة من جمهور الموقع الإخباري:

() نعم () لا () أحياناً

45) هل توجد رقابة على التعليقات الخاصة بجمهور الموقع الإخباري الذي تعمل به:

() نعم () لا () أحياناً

46) إذا كانت الإجابة (بنعم) فما هي الأساليب المستخدمة للرقابة على التعليقات:

() قراءة التعليق ومن ثم اعتماده للنشر. () وضع فلترة خاصة بالألفاظ المسيئة.

() فرض ميثاق تحمل المسؤولية عن التعليقات. () فرض إدخال بيانات شخصية خاصة بالمستخدم.

() أخرى تذكر:

47) كيف تتصرف مع أصحاب التعليقات الخارجة عن السياسة التحريرية للموقع الإخباري؟

() حظر IP المستخدم من الولوج للموقع. () حذف تعليقاته بشكل تلقائي.

() التواصل الشخصي مع صاحب التعليق. () أخرى تذكر:

48 هل تهتم لرغبات الجمهور في طبيعة الأخبار التي تقدمها عبر الموقع الإخباري:
() نعم () لا () أحياناً

49 في حال تعارض طبيعة الأخبار مع أجندة الجمهور فأنتني أقوم بـ:
() تهमيش الأخبار المهمة.

() تهميش رغبات الجمهور.

() التوازن في الطرح للموضوعات الهامة ورغبات الجمهور.

() أخرى: تذكر.....

50 هل حدث وأن أحجمت عن التواصل مع جماهيرك؟

() نعم () لا () أحياناً

51 إذا كانت إجابتك بنعم أو أحياناً فما هي أسباب إحجامك عن التواصل مع الجمهور
(يمكن اختيار أكثر من واحدة):

() قلة شهرة الموقع الإخباري.

() التواصل مع الجمهور فيه مضيعة لوقتي.

() ضغوط العمل تحول دون التفرغ للتواصل على الجمهور.

() جمهور الموقع الإخباري غير ثابت ومتنوع.

() لعدم توافر تقنيات حديثة للتواصل مع الجمهور.

() عدم جدية الجمهور بالتواصل معي.

() أخرى: تذكر.....

د- معايير المجتمع وقيمه:

52 كيف تتصرف مع الأخبار ذات الطبيعة الحساسة:

() الانتقاء الجزئي للأحداث. () التوافقية في طرح الأخبار.

() المعالجة السطحية للأحداث. () الابتعاد عن الخوض في التفاصيل السلبية.

() أخرى : تذكر.....

53 هل ترى أن هناك بعض العادات والتقاليد تعيق حرية نشر بعض القضايا في الموقع الإخباري:

() نعم () لا () أحياناً

54 إذا كانت الإجابة بنعم ما هي تلك المعوقات من وجهة نظرك (يمكن اختيار أكثر من واحدة):

() قضايا الشرف والأخلاق.

() قضايا الفساد.

() المساس بكبرى العائلات الفلسطينية.

() مهاجمة بعض العادات والتقاليد.

() قضايا النساء.

() القضايا الجنسية.

() أخرى : تذكر.....

55 في حال تعارض القيم الإخبارية مع سبق صحفي فإنني ألجأ إلى:

() التضحية بالسبق الصحفي للحفاظ على تماسك المجتمع.

() الحصول على موافقة بالنشر من الجهة ذات العلاقة.

() اللجوء إلى المصادر المجهلة.

() الحصول على موافقة رئاسة التحرير إما بالنشر أو عدم النشر.

() أخرى: تذكر.....

56 هل تتوافق القيم الإخبارية للموقع الإلكتروني مع أخلاقيات العمل الإعلامي؟

() نعم () لا () إلى حد ما

57 إذا كانت الإجابة بلا فهل تتوافق تلك القيم مع:

- () السياسة التحريرية للموقع.
- () سياسة المعلنين.
- () الانتماء الحزبي.
- () النظام السياسي.
- () أجندة الجمهور.
- () قيم المجتمع وعاداته.
- () أخرى: تذكر:

58 هل تتيح إدارة الموقع الإخباري حق الرد والتصحيح عبر الموقع الإخباري؟
 () موافق بشدة () موافق () محايد () غير موافق () غير موافق بشدة

59 ما هي الوسائل المستخدمة في نشر حق الرد والتصحيح في الموقع الذي تعمل به؟
 () نشر اعتذار إلى جوار الخبر. () تنويه بارز وثابت في الموقع.

() إنشاء مربع حوار صغير يظهر بشكل دائم للاعتذار. () الاعتذار من خلال التنويه بالشريط الإخباري.
 () أخرى : تذكر.....

ثالثاً: المشكلات والمقترحات:

60 ما هي أهم المشكلات التي تواجهك في ممارسة العمل الإخباري الإلكتروني:

المشكلات	موافق بشدة	موافق	متوسطة	غير موافق	غير موافق بشدة
أولاً: المشكلات الفنية:					
1- انقطاع الكهرباء لساعات طويلة.					

					2-صعوبة التواصل مع المصادر الإخبارية.
					3-عدم ملائمة بيئة العمل لطبيعة الإخباري.
					4-تعذر الوصول إلى مقر الموقع الإخباري لمتابعة الأخبار.
					أخرى: تذكر.....
					ثانياً: المشكلات التقنية (التكنولوجية):
					1- بطء الإنترنت والسيرفرات الخاصة بالموقع.
					2-التعرض لمحاولات الاختراق الإلكتروني (الهكر).
					3-عدم توفر الأجهزة الحديثة.
					4-عدم القدرة على مجاراة التطورات السريعة في مجال النشر الإلكتروني.
					أخرى: تذكر.....
					ثالثاً: المشكلات المهنية:
					1-عدم وجود المتخصصين في مجال العمل الصحفي الإلكتروني.
					2-عدم إعطاء دورات تواكب التطور في مجال الإعلام الإلكتروني.
					3-عدم تناسب الدخل مع طبيعة المهام الصحفية.
					4-التمييز الوظيفي حسب الانتماء الحزبي.
					أخرى: تذكر.....
					رابعاً: المشكلات المجتمعية:
					1-الملاحقات العشوائية والعائلية.

					2-تعارض بعض القضايا مع القيم والعادات الفلسطينية.
					3-عدم الوعي بالتكنولوجيا الحديثة مع بعض فئات المجتمع.
					4-عدم القدرة على نشر التفاصيل حول القضايا المجتمعية الحساسة.
					أخرى: تذكر.....
					خامساً: المشكلات القانونية:
					1-عدم وجود نقابة للصحفيين الإلكترونيين.
					2-غياب التشريعات والقوانين الإعلامية.
					3-عدم اعتراف نقابة الصحفيين بالصحفي الإلكتروني.
					4-الفوضى في عدم تطبيق القانون الفلسطيني.
					سادساً: المشكلات الأمنية:
					1-التعرض للملاحقات من الأجهزة الأمنية.
					2-الملاحقات من قبل سلطات الاحتلال الإسرائيلي.
					3-النزاعات الناتجة عن الانقسام السياسي.
					4-الملاحقات من قبل المجهولين واستهداف الصحفيين.
					أخرى: تذكر.....
					سابعاً: المشكلات المالية:
					1-عدم استقرار مصادر الدخل للموقع الإخباري.
					2-قلة الإعلانات المدفوعة الثمن.

					3-التذبذب في موعد صرف الرواتب.
					4-إجمالي المصاريف يفوق العائد المالي للموقع.
					أخرى: تذكر.....

61) ما هي أهم المقترحات التي تراها ضرورية لتطوير العمل الإخباري الإلكتروني؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

شكراً لتعاونكم في تعبئة الاستمارة،،،