

العوامل الاقتصادية والإدارية المؤثرة في معالجة المواقع الإلكترونية لموضوعات الاقتصاد الأخضر

أ.نادية فوزي*

الملخص:

يشغل مفهوم الاقتصاد الأخضر أهمية كبيرة في الفترة الحالية ومع عظم التحديات التي يواجهها العالم خلال المرحلة الراهنة، تشهد مثل هذه الموضوعات تراجعاً في الاهتمام من قبل الجمهور، مما يزيد من أهمية تزويد الأشخاص بقصص جذابة وحقائق مدروسة جيداً ومعلومات أساسية، لأن الاستخدام الرشيد لموارد العالم هو التحدي الأكبر في القرن الحادي والعشرين.

وتحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في رصد وتحليل العوامل الاقتصادية والإدارية المؤثرة على التوجهات التحريرية للمواقع الصحفية الإلكترونية لإخراج منتج صحفي يعالج موضوع الاقتصاد الأخضر باعتباره موضوعاً مؤثراً وذلك بما يتسق مع رؤية القيادات ومسؤولي تحرير هذه المواقع الإلكترونية.

واعتمدت الدراسة على نظرية النظم وقامت بتحليل 214 مادة تحريرية بمواقع (مصر اوي - القاهرة 24- مبتدا- ايكونومي بلس) وكذلك استبيان 30 من مديري ومسؤولي التحرير في مواقع صحفية مختلفة متوسطة الحجم.

أظهرت الدراسة أن العوامل الاقتصادية والإدارية في المواقع الصحفية لم تؤثر بشكل ملحوظ على مخرجات المواقع الصحفية المتمثلة في المنتج التحريري لموضوعات الاقتصاد الأخضر نظراً لانخفاض الاهتمام به من مسؤولي ومديري التحرير، كما اقتصر في معالجتها لموضوعات الاقتصاد الأخضر على أشكال تحريرية محدودة.

كما وجدت الدراسة أن التوجهات التحريرية لهذه المواقع نظراً لإعطاء الأولوية المطلقة لاعتبارات المنافسة مع المواقع الأخرى وشبكات التواصل الاجتماعي على جذب المعلنين دون النظر إلى أي استراتيجيات للتوازن بين المحتوى التحريري المهني والمؤثر في المجتمع والاعتبارات التجارية.

الكلمات الدالة: الاقتصاد الأخضر - المواقع الصحفية - الإعلانات الصحفية

* باحثة ماجستير قسم الصحافة كلية الاعلام جامعة القاهرة

Economic and administrative factors affecting websites' treatment of green economy topics

Abstract:

The concept of green economy is of great importance in the current times, given the major challenges the world is currently facing, public interest in such topics is decreasing, which makes providing people with attractive, well-researched stories more and more important. Facts and basic information, because the rational use of the world's resources is the biggest challenge of the 21st century.

The research problem of this study is determined by monitoring and analyzing the economic and administrative factors that influence the editorial trends of electronic press websites in order to create a journalistic product that addresses the issue of the green economy as an influential topic in a way that is consistent with the directors and editors of these websites are in line with the vision.

The study relied on systems theory and analyzed 214 editorial materials in (Masrawy- Cairo24 – Mobtada-Economy Plus) websites, in addition to held a questionnaire for 30 editorial managers and officials in various medium-sized news sites. The study revealed that the editorial directors of news sites was aware of the great influence of the topic under study, however, that wasn't be reflected in the editorial orientations of these sites, by giving absolute priority to considerations of competition with counterparts sites and social media for attracting advertisers, without considering any balanced or professional editorial strategies.

Keywords: Green Economy - News sites - advertisements

المقدمة:

يشغل مفهوم الاقتصاد الأخضر أهمية كبيرة في الفترة الحالية وذلك باعتباره أحد المفاهيم التي يمكن أن تلعب دورا حيويا في تحقيق التوازن بين الحد من التغييرات المناخية وزيادة معدلات النمو الاقتصادي في مختلف الدول.

ويعرف الاقتصاد الأخضر بأنه كافة الأنشطة الاقتصادية والبنية التحتية والأصول التي تقوم على خفض الكربون، والاستخدام الفعال للموارد والشمول الاجتماعي، وذلك بدفع من نمو العمالة والدخل مدفوعا بالاستثمار العام والخاص، بما يسمح بخفض انبعاثات الكربون والتلوث وتعزيز كفاءة الطاقة والموارد، ومنع فقدان التنوع البيولوجي وخدمات النظم الإيكولوجية.

وفي إطار هذا تعمل وسائل الإعلام على نقل هذه الموضوعات إلى الجمهور حيث تعمل العديد من وسائل الإعلام على نقل هذه الموضوعات بطريقة مفهومة ومثيرة للاهتمام.

ويمكننا أن نرى أن دور الإعلام أصبح بارزا في توصيل مثل هذا المفهوم، اعتمادا على دوره التاريخي في التوعية والتنقيف نحو التنمية، حيث يأتي من دور الإعلام في رفع الوعي ونشر أسس التربية البيئية وأنشطة التنمية وحماية البيئة، وإيضاح المفاهيم الخاصة بالتحديات البيئية الحالية كتحدّي تغير المناخ.

ومع عظم التحديات التي يواجهها العالم خلال المرحلة الراهنة، تشهد مثل هذه الموضوعات تراجعا في الاهتمام من قبل الجمهور، مما يزيد من أهمية تزويد الأشخاص بقصص جذابة وحقائق مدروسة جيّداً ومعلومات أساسية، لأن الاستخدام الرشيد لموارد العالم هو التحدي الأكبر في القرن الحادي والعشرين.

وتشكل العوامل الاقتصادية دورا هاما في بناء وسائل إعلام قوية ومستدامة، حيث تؤثر العوامل الاقتصادية الداخلية -أي من داخل المؤسسة الصحفية- على اختيار وانتقاء ونشر المواد الإخبارية ومن أبرز هذه العوامل النموذج الاقتصادي الذي تنتهجه المؤسسة الصحفية*، الذي يضمن لها تحقيق عائد مستدام، وبما يمكنها من أداء وظائفها لإعلام الجمهور، ويحقق التطور والتحديث في أدائها ودورها في المجتمع، والقيام بوظائفها الضرورية لتبني مفاهيم تحويلية مثل مفهوم الاقتصاد الأخضر والعمل على الدفع به في أجندة الجمهور بما يتناسب مع إحداث التنمية المستدامة كأساس للتحول نحو الاقتصاد الأخضر.

ومن هذا المنطلق تسعى الباحثة للتصدي لدراسة أوسع لتأثير العوامل الاقتصادية والإدارية على التوجهات التحريرية للمواقع الإلكترونية الصحفية، والبحث وراء العمل التي تؤثر على جودة المنتج الصحفي لمعالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر.

الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة، تبين وجود تراث كبير من الدراسات التي تناولت العوامل الاقتصادية والإدارية المؤثرة على الصحف الإلكترونية، في حين اهتمت دراسات عديدة بمعالجة الصحف الإلكترونية للموضوعات البيئية مؤثره في المجتمع، وقد تم تقسيم الدراسات السابقة التي تمكنت الباحثة من رصدها إلى محورين على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات تناولت معالجة الصحف الإلكترونية لموضوعات بيئية

المحور الثاني: دراسات تناولت العوامل الاقتصادية والإدارية المؤثرة على الصحف الإلكترونية

دراسة سحر الخولي (2023) بعنوان معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية - دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر المناخ COP27

سعت الدراسة لرصد وتحليل معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية، بإجراء دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر المناخ COP 27، وتوضيح أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية في المعالجة الصحفية، ورصد الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية، وأسبابها وتأثيرها في القطاعات الأخرى، بتطبيق دراسة تحليلية على عينة من الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية.

وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح، واعتمدت على أداة تحليل المضمون، ووظفت نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتمثلت عينة الدراسة في "بوابة الأهرام"، و"بوابة اليوم السابع"، وصحيفة "USA Today"، وصحيفة "New York Times" في الفترة من 2022/10/1 حتى 2022/ 12 / 31.

وتوصلت الدراسة إلى تنوع أهداف المعالجة في الموضوعات الخاصة بالتغيرات المناخية أثناء فترة انعقاد مؤتمر المناخ COP 27، وجاء «عرض تقريرى للواقع» في المرتبة الأولى، بينما جاء «إظهار إيجابيات» في المرتبة الثانية، فيما جاء «شرح مخاطر التغيرات المناخية» في المرتبة الثالثة.

رصدت نتائج التحليل مجموعة من أسباب التغيرات المناخية، منها «زيادة استهلاك الطاقة الأحفورية (فحم- بترول-غاز)» و«الغازات الناجمة عن حرق النفايات»، و«الانبعاث الكربونية»، و«المبيدات الحشرية والأسمدة الكيميائية».

وأوضحت نتائج الدراسة مجموعة من الحلول المقترحة لمواجهة التغيرات المناخية في المعالجة الصحفية لصحف الدراسة، منها «التحول للطاقة البديلة النظيفة»، و«التمتية المستدامة والاقتصاد الأخضر»، و«التخلي عن الفحم والوقود الأحفوري».

دراسة محمود حسن وآخرون (2018) بعنوان المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور

هدفت الدراسة للتعرف على المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور.

شملت عينة الدراسة مواقع (بوابة الأهرام - اليوم السابع -بوابة الوفد وقامت بتحليل المحتوى الإعلامي المتعلق بالقضايا البيئية المقدمة بالمواقع الإلكترونية واستمارة استبيان لاستطلاع آراء الجمهور ، كما أعدت مقياس المسؤولية البيئية لقياس أثر المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية ببعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفي على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور.

أوضحت النتائج أن النمط الغالب في التناول هو الأسلوب الخبري يليه التقرير ويليهم التحقيق أو الملف ولم يستخدم نمط الحوار الصحفي، كما كان استخدام الوسائل المتعددة محدودا

كما أظهرت أن المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية قد اتسمت في المواقع الإلكترونية الثلاثة بالتناول الخبري الموسمي، أي أن الحدث الآتي هو الذي يفرض نفسه ليتناول بحيث يتم عرض القضايا المثارة في الوقت الراهن ويتم التركيز على عرض القضية البيئية وقت ظهور مشكلة متعلقة بها وهذا الأسلوب غلب على تناول القضايا البيئية بشكل عام.

دراسة نجوى كامل وآخرون (2021) بعنوان فاعلية نموذج مقترح للمعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد الأخضر لتنمية التنور لدى جمهور القراء

هدف البحث التعرف على فاعلية نموذج مقترح للمعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية الأخضر لتنمية التنور لدى جمهور القراء، لذلك استخدم الباحثون المنهج التجريبي، وتم إعداد مقياس للتنور يتضمن أسئلة تختبر المعلومات وأخرى تختبر الاتجاهات، تم تطبيق مقياس التنور بقضايا الاقتصاد الأخضر قبل وبعد قراءة النموذج المقترح على مجموعة من حملة الشهادات الجامعية وعددهم 65 مفردة.

أوضحت النتائج فاعلية النموذج المقترح في تنمية تنور المبحوثين بقضايا الاقتصاد الأخضر.

وأظهرت فرق دال إحصائيا بين متوسط درجات مجموعة البحث في القياس القبلي والقياس البعدي لمقياس التنور لصالح التطبيق البعدي.

وأوصى البحث بضرورة اهتمام المجالات والصحف بتناول قضايا الاقتصاد الأخضر والرجوع إلى النموذج المقترح من الدراسة وتطوير ما يكتبه المحررون الصحفيون في مجلاتهم وجرائدهم بحيث تضمن جميع القضايا المشار إليها في النموذج المقترح

دراسة مروة شبل (2022) بعنوان أطر معالجة قضايا البيئة في المواقع الإلكترونية المصرية

تمثلت مشكلة هذه الدراسة في رصد وتحليل أطر معالجة قضايا البيئة في المواقع الإلكترونية المصرية في ضوء نظرية الأطر الإعلامية، وقد طبقت الدراسة التحليلية على بوابة المساء وموقع مستقبل وطن نيوز وموقع اليوم السابع خلال الفترة من 1 ابريل وحتى 30 يونيو 2022.

توصلت الدراسة إلى تركيز مواقع الدراسة على التقرير والخبر الصحفي لتقديم قضايا البيئة، مع اهتمامها الضعيف بالفنون الصحفية التفسيرية وتنوع المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة لمعالجة قضايا البيئة واتفق أجندة أولويات المواقع الثلاث في تقديمها لقضايا البيئة، حيث ركزت جميعها على قضية التغير المناخي والاحتباس الحراري إلى جانب قضية تلوث الهواء وقضية التنمية المستدامة.

دراسة عمرو عبدالله، أماني عصام (2022) بعنوان تهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام

هدفت الدراسة إلى التعرف على تهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام.

وتتنمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تسعى للتعرف على واع الاقتصاد الأخضر باستخدام وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، كما اعتمدت على منهج المسح الإعلامي.

واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها 200 مفردة من الخبراء في مجال الاقتصاد الأخضر وبعض العاملين في مجال الإعلام

توصلت الدراسة إلى قدرة وسائل الإعلام بالمساهمة في تغيير رؤية المبحوثين تجاه ما تتناوله من قضايا الاقتصاد الأخضر

وحرص المبحوثين من خبراء الاقتصاد والعاملين في مجال الإعلام بالمشاركة في مجال الاقتصاد الأخضر وأكثر المجالات هي الحفاظ على الموارد الطبيعية والبشرية والنمو الصناعي والاقتصادي.

وكذلك اهتمام خبراء الاقتصاد الأخضر والعاملين في مجال الإعلام بقضايا الاقتصاد الأخضر والمساهمة في اعداد برامج إعلامية تناقش أهم قضايا الاقتصاد الأخضر وكيفية مواجهه تحدياتها.

المحور الثاني: دراسات تناولت العوامل الاقتصادية والإدارية المؤثرة على الصحف الإلكترونية

دراسة (2023) Alfonso Vara-Miguel; Charo Sádaba; Samuel Negredo; Cristina Sánchez-Blanco بعنوان Revenue diversification strategies of online news organizations :subscriptions and memberships

تحلل هذه الدراسة حالة تنوع مصادر الإيرادات في وسائل الإعلام الإسبانية، باستخدام

البيانات المتاحة من السوق الإجمالي لوسائل الإعلام في البلاد.

تركز الدراسة على الحالتين الأكثر شيوعًا لتدفقات الإيرادات المتعلقة بالدفع وهما الاشتراكات والعضوية ويحلل أهمية المتغيرات الأربعة في هذا التنوع لاستراتيجيات الإيرادات: طبيعتها (الوسائل الرقمية مقابل الوسائل التقليدية)، تخصصها (العامة مقابل المتخصصة)، والنطاق الإقليمي (المحلي مقابل الوطني)، ونوع المنظمة التي تروج لها (التقليدية، مجموعات جديدة أو مستقلة).

كما أن هناك اختلافات كبيرة في نماذج الإيرادات بين وسائل الإعلام المحلية والأجنبية. وبالتالي، فإن استراتيجيات الدفع أكثر انتشارًا بين وسائل الإعلام الأجنبية أكثر من وسائل الإعلام المحلية.

علاوة على ذلك، فإن وسائل الإعلام الأجنبية التي اختارت النماذج المدفوعة تميل إلى تنوع مصادرها من الدخل أكثر من غير المواطنين على أساس النموذج الحر، بالإضافة إلى ذلك، تظهر البيانات أن نظام حظر الاشتراك غير المدفوع والعضويات هي أكثر شيوعًا بين وسائل الإعلام الأجنبية والمنافذ المحلية العامة.

دراسة محمد أحمد (2023) بعنوان **السياسات الإعلانية للصحف والمواقع الإلكترونية ودورها في تشكيل اقتصاداتها وهيكلها التمويلية**

سعت الدراسة إلى تحليل ملامح السياسات الإعلانية للصحف، والمواقع الإلكترونية في مصر، ومدى فعاليته تلك السياسات في زيادة مصادر تمويلها، وعلاقتها باقتصاداتها فضلًا عن علاقتها بالسياسة التحريرية والمضمون الصحفي والتعرف على العوامل المؤثرة في تنفيذ وتشكيل تلك السياسات طبقًا لرؤية الصحفيين والقيادات الصحفية والإدارية باعتبارهم أحد المسؤولين عن تنفيذها.

واعتمدت الدراسة على منهج مسح وتنتمي إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على استمارة تحليل المضمون وأداة المقابلة وتضمنت العينة 30 خبيرًا يمثلون الصحف والمواقع والوكالات الإعلانية

ووجدت الدراسة أن هناك تأثيرًا للسياسات الإعلانية على المحتوى التحريري، كما أنه يمثل المصدر الأساسي للدخل للمؤسسات الصحفية، على اختلافها المطبوعة والإلكترونية إضافة إلى كونه يشكل الدخل الأساسي للمواقع الإلكترونية

دراسة **Alfonso Vara-Miguel و Cristina Sánchez-Blanco (2023)** بعنوان **The Impact of Market-Driven Revenues on the Boundaries of Journalism**

حللت الدراسة التهديدات والتحديات المحتملة التي قد تشكلها مصادر التمويل الجديدة في صناعة الإعلام على طبيعة الصحافة.

وركزت الدراسة - على وجه التحديد - في نموذج الدفع مقابل المحتوى، بما في ذلك الاشتراكات والإعلانات الأصلية والخدمات الإلكترونية، حيث هدفت الدراسة إلى رصد

تأثير هذه الموضوعات على نماذج التمويل وعلى استقلالية الصحافة واحتمالية تضارب المصالح.

ووجدت الدراسة أن هناك تآكلاً للحدود بين الصحافة والأعمال التجارية في العقود الأخيرة مع انخفاض عائدات شركات الإعلام وتقليص غرف الأخبار- كما سهلت الحاجة إلى الحصول على مصادر دخل جديدة الانفتاح على مصادر جديدة للإعلانات غير التقليدية، مثل المحتوى القائم على العلامات التجارية.

دراسة Min Deng, Yan Yan (2022) بعنوان **Striking the balance between professionalism and commercialism: A cross-case study on news start-ups in China**

هدفت الدراسة إلى رصد أساليب تعامل المواقع الصحفية الإخبارية الناشئة في الصين للحفاظ على المهنية وتأثير مصادر التمويل التجارية.

واعتمدت الدراسة على أداة المقابلات شبه منظمة semi-structured ومتعمقة، in-depth ، وتمت إجراء مقابلات مع مجموعه من 23 مبحوث من المؤسسين والشركاء والمراسلين والمحريين من عدد 4 من المواقع الإخبارية الناشئة في الصين في الفترة ما بين أغسطس 2017 ومايو 2020.

وجدت الدراسة أن المواقع الإخبارية الناشئة تعتمد بشكل كبير على الإعلانات كمصدر رئيسي للدخل، كما تتعامل بشكل مفرط مع منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أهمية أن تكون هناك علاقة متكاملة بين المحتوى المهني والتجاري، وأهمية الاستفادة من الابتكار في الصحافة من خلال تحسين المحتوى التحريري، وتنفيذ الابتكارات التسويقية للمنتجات الصحفية.

دراسة إسراء عبد الرحمن (2022) بعنوان **استراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة**

هدفت الدراسة للتعرف على استراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي والمنهج التحليلي وأداة المقارنة المنهجية واستخدمت صحيفة الاستقصاء التي تم تطبيقها على عينة من القيادات الإدارية في بوابة أخبار اليوم، موقع اليوم السابع، موقع الوفد متمثلة في رئيس مجلس الإدارة، رئيس التحرير، المستشارون، نواب رؤساء التحرير، وبلغت 105 مفردة واستخدمت مدخل تحليل النظم ونظريتي استراتيجية الإدارة والقدرة التنافسية.

توصلت الدراسة إلى اشتداد حدة المنافسة بين المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، من خلال التميز في تقديم الخدمات وتحديد نقاط القوة الضعف عن المنافسين والاستفادة من تجارب المؤسسات والمواقع الأخرى المنافسة.

كما أظهرت النتائج ضعف الامكانيات المادية والفنية والتكنولوجية وكثرة أعباء العمل المكلف للعاملين وعدم إتاحة فرصة للإبداع.

دراسة شيماء الشوافي (2022) بعنوان علاقة الإعلانات بالأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية

تحددت مشكلة الدراسة في رصد وتوصيف وتحليل وتفسير علاقة الإعلان بالأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية، والكشف عن الأدوار التي يلعبها الإعلان الصحفي في اقتصاديات الصحف ومدى انعكاسها على شعور الصحفيين بالرضا الوظيفي عن أدائهم المهني

والدراسة هي دراسة وصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه مسح الجمهور ومسح أساليب الممارسة من خلال مسح عينة من القائمين بالاتصال ومسح مضمون إعلانات المساحة والإعلانات المنشورة، وكذلك الأسلوب المقارن.

واعتمدت على أداة الاستبيان واستمارة تحليل مضمون وأداة المقابلة غير المقننة Unstructured Interview، وأداة الملاحظة، وبلغت عينة الدراسة الميدانية 110 مفردة.

ووجدت الدراسة أن مصادر تمويل الإعلانات تركزت في قطاعات البنوك والعقارات والجامعات الخاصة، وشركات قطاع الأعمال وشركات الاتصالات. كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من التأثيرات السلبية والإيجابية على القائم بالاتصال، كما كان هناك تأثيراً على السياسة التحريرية مثل تغيير خطة العدد، وتحديد مساحة النشر بعض الموضوعات وتأثيره في القرار التحريري لرئيس التحرير وتأثيره في إدارة المؤسسة الصحفية.

دراسة مي سعيد (2021) بعنوان اتجاهات الخبراء والنخبة المصرية نحو مستقبل المواقع الإخبارية العربية الخاصة

تحدد مشكلة الدراسة في تحليل واقع المواقع الإخبارية العربية الخاصة، وأبرز التحديات التي تهدد تلك المواقع، والاحتمالات التي يطرحها هذا الواقع والتي تساهم في بناء عدد من السيناريوهات المستقبلية الممكنة والمحتملة بشأن مستقبل المواقع الإخبارية.

واعتمدت الدراسة على مدخل تحليل النظم، واستخدمت أسلوب التحليل المورفولوجي واعتمدت على أداة استمارة دلفي للتوصل إلى صورة المستقبل وتم تطبيق الاستمارة على 100 مفردة تضم أساتذة الصحافة والإعلام والمهنيين في المواقع الإخبارية العربية الإلكترونية على وتوصلت الدراسة إلى 3 سيناريوهات فيما يتعلق بالوضع الاقتصادي، حيث توصلت في السيناريو الأول استمرار تمويل المواقع الإخبارية الخاصة من جانب الإعلانات بمختلف أنواعها، ومن محركات البحث التي أصبحت المسيطر الحالي لتمويل المواقع الإخبارية، والتي تعتمد على زيادة عدد الزيارات للمواقع الإخبارية وكذلك التمويل من جانب رجال الأعمال والشركات الخاصة.

السيناريو الثاني: يتوقع الخبراء زياده احتكار محركات البحث لسوق الإعلانات المواقع الإخبارية وبالتالي سيكون هناك تحكم من جانب محركات البحث على المحتوى المقدم خلال المواقع الإخبارية وتوجهاتها السياسية فيما يتناسب مع أهداف هذه المحركات إلى جانب فرض رسوم مالية مقابل تقديم محتوى عالي الجودة.

السيناريو الثالث: زيادة التمويل من قبل محركات البحث للمواقع كما سيتم وضع تشريعات محددة تحكم احتكار محركات البحث لسوق إعلانات المواقع، مع الاتجاه إلى اعتماد آليه تمويل خاصة الدفع مقابل مشاهدة المحتوى عالي الجودة

دراسة شيماء عبدالله (2021) بعنوان السياسات الإدارية المطبقة في قطاعي الإعلان والمطابع وتأثيرها على جودة الأداء

تبلورت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في رصد السياسات الإدارية المطبقة لمواجهة تحديات المؤسسات الصحفية بالتركيز على قطاعي الإعلان والمطابع.

طبقت الدراسة على 300 مبحوث من القيادات والفنيين من مؤسسة أخبار اليوم ومؤسسة دار التحرير، باستخدام أداة المقابلة المتعمقة والاستبيان

واعتمدت الدراسة على مدخل النظم، مدخل الإدارة الاستراتيجية وإدارة الجودة الشاملة

ووجدت الدراسة أن رأي المبحوثين في تنفيذ السياسات الإدارية داخل المؤسسة لتنشيط المبيعات وزيادة التوزيع وهي اختيار فريق عمل جيد في استخدامات التكنولوجيا، بالإضافة إلى انتهاج الابتكار والتجديد المستمر والاهتمام بالسياسات الإعلانية المستحدثة والابتعاد عن نمط السياسات الإدارية والتقليدية

دراسة شوهنדה على محجوب (2019) بعنوان العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحف الإلكترونية المتخصصة حول قضايا التعليم الجامعي

تتبلور المشكلة البحثية في التعرف على العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحف المتخصصة لقضايا التعليم الجامعي من خلال رصد المضمون الصحفي في الصحف محل الدراسة.

واعتمدت الدراسة على نظرية بناء الأجندة

واستخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لعينة من الصحف الإلكترونية بهدف التعرف على مدى معالجة هذه الصحف لقضايا التعليم الجامعي، كما اعتمدت الباحثة على المقابلة المتعمقة والملاحظة المباشرة لعمل القائمين بالاتصال

وبلغ إجمالي العينة المتاحة من القائمين بالاتصال بالثلاث مواقع عينة الدراسة 8 مبحوثين.

وانتهت الدراسة إلى أن الصحفيين بالمواقع عينة الدراسة يعتمدون بشكل أساسي على مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى المعلومة، كما تواجه هذه المواقع الصحفية ندرة الإعلانات بالمواقع نظرا لقلّة انتشارها بين الجمهور ومحدودية الموضوعات التي تقدمها

كما أن عدد الصحفيين العاملين بتلك المواقع وافتقارها للتمويل الجيد، كما أن نقص الموارد والإمكانيات المتاحة بالمواقع عينة الدراسة.

دراسة معترز أحمد عبد الفتاح (2018) بعنوان اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية المحلية في مصر

تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية المحلية وتوصيف بنائها الاقتصادي وطرق تمويلها والتعرف على تأثير العوامل الاقتصادية على حجم طاقة العمل بها وإعداده وتدريبه ورصد الطرق التي يتم بها تسيير العمل داخل هذه المواقع.

واعتمدت الدراسة على مدخل تحليل النظم، وكذلك نموذج التحول الإعلامي.

وتنتهي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي

واعتمدت الدراسة على أداة الملاحظة الميدانية والمقابلة المقننة

وتضمنت عينة الدراسة عددا من التجارب الإعلامية المحلية على شبكة الإنترنت

ووجدت الدراسة تنوعا في إعداد الهيكل الإداري للصحف المحلية وأداء العمل اليوم، كما شهدت نظم تمويل الموقع تنوعا ما بين التمويل الذاتي، أو المنح إلا أن نظم التمويل لم تكن مستقرة مما أثر على استدامة هذه المشاريع الإعلامية المحلية.

دراسة أحمد حسين (2017) بعنوان استراتيجيات الإدارة الصحفية في التصدي للتحديات التي تواجه الصحافة المطبوعة

تستهدف الدراسة معرفة موقف الإدارة في المؤسسات الصحفية المصرية من تهديدات وسائل الإعلام الجديدة ومعرفة الاستراتيجيات التي اتخذتها لمواجهة تلك التهديدات والتحديات حتى تظل تؤدي دورها في الساحة الإعلامية.

واعتمدت الدراسة على نظرية النظم، وتنتهي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي استخدمت الدراسة أداة المقابلات الشخصية والاستبيان لجمع البيانات حول الظاهرة محل الدراسة وتمثل مجتمع الدراسة في المؤسسات الصحفية المصرية القومية والحزبية والخاصة وبلغت العينة 102 مفردة.

أظهرت الدراسة أن الإدارة الصحفية قامت بعدد من الإجراءات تمثلت في حث الأفراد الذين يحبهم الجمهور من المشاهير والكتاب على الكتابة في الصحيفة، تطوير الإخراج الصحفي والفوتوغرافي واستخدام عناصر الجذب والتشويق المصاحبة لنشر المواد الصحفية، تغطية أنشطة المؤسسات والشركات التجارية الكبرى حتى تقوم بنشر إعلاناتها في الصحف، إنشاء فضائية أو محطة إذاعة تعزز الموارد المالية للصحيفة.

كما أظهرت الدراسة أن دور الإدارة الصحفية يتضمن أيضا رفع كفاءة وتطوير الأداء الصحفي للصحفيين وتأهيلهم لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وإقامة ورش التدريب

دراسة محرز غالي (2016) بعنوان محددات أزمة التمويل في صناعة الصحافة، ورؤية الصحفيين والقيادات الصحفية لاستراتيجيات إدارة هذه الأزمة وتأثيراتها الراهنة والمستقبلية

تتبلور مشكلة هذه الدراسة وحدودها والتي تتمثل في توصيف وتحليل وتفسير طبيعة الأزمة المالية التي تواجهها المؤسسات والمشرعات الصحفية في مصر والعوامل البنوية والتنظيمية والمجتمعية التي أدت إلى تفاقمها ومدى إدراك الصحفيين والقيادات الصحفية لعناصر هذه الأزمة وأبعادها وتأثيراتها وتداعياتها، وقدرة إدارات المؤسسات الصحفية الراهنة على مواجهتها

وتتنمي الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية، وتعتمد على أسلوب المسح الإعلامي. واستخدمت الدراسة أداة صحيفة الاستقصاء، كما استخدمت أداة المقابلة المفتوحة كأداة مساعدة في الحصول على البيانات والمعلومات.

وبلغ مجتمع الدراسة عينة قوامها 150 مفردة من الصحفيين والقيادات الصحفية في عدد من الصحف والمشروعات الصحفية

انتهت نتائج الدراسة إلى أهم الاستراتيجيات التي يمكن من خلالها مواجهة الأزمات المالية والإدارية التي تشهدها صناعة الصحافة تأتي في مقدمتها ضرورة إعادة النظر في سياسات الإدارة وتطويرها بما يتوافق مع احتياجات وضغوط سوق المنافسة، ضرورة دخول المؤسسات الصحفية في شراكات استثمارية وتجارية مع صناعات وأنشطة ذات صلة بالنشاط الصحفي والإعلامي مثل مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وصناعة الورق ومواد الطباعة لتوفير مصادر تمويل إضافية وبديلة، ثم التوسع في إجراء دراسات السوق والاسترشاد بها في رسم السياسات وفي تحديد أولويات عمل الإدارة والصحف الصادرة، يليها ضرورة الأخذ بمفهوم الاندماج بين الكيانات والمؤسسات والمشروعات الصحفية والإعلامية القائمة

واعتمدت الدراسة على نظرية إدارة مخاطر التمويل والاستثمار ونظرية الحوكمة والكفاءة الإدارية

دراسة أمنية مصطفى حامد (2010) بعنوان اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية

تمثلت مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية عينة الدراسة ووضع توصيف لها ولبنائها الاقتصادي وطرق تمويلها والتعرف عما إذا كانت هذه المواقع تحقق أرباحا اقتصادية أم لا، كذلك التعرف على تأثير العوامل الاقتصادية على حجم طاقم العمل بها، وإعداده وتدريبه وعلى تبني الموقع للتقنيات الحديثة للإنترنت ورصد الطرق التي يتم بها تسيير العمل داخل هذه المواقع.

واعتمدت الدراسة على مدخل تحليل النظم ونموذج التحول الإعلامي، وانتمت الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية، ومنهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، واستخدمت أدوات الاستقصاء والمقابلة المتعمقة.

وطبقت الدراسة على موقع محيط، اليوم السابع، إسلام أون لاين، المصريون، كما أجرت الدراسة الميدانية على عينة من المسؤولين عن الجوانب الاقتصادية والإدارية ومسؤولي التحرير والصحفيين بالمواقع الإخبارية

وأشارت الدراسة أنه كلما نجحت في استغلال الامثل لهذه العناصر والتوظيف الصحيح لها بالإضافة الي الدراسة الجيدة للجمهور والسوق الذي يعمل به مع البحث الدائم عن طرق تطوير الموقع والنهوض به كلما ساعد ذلك علي نجاح الموقع النظام الأساسي وتحقيق أكبر نسبة من الأرباح، كما اهتمت جميع المواقع عينة الدراسة بالإعلان والذي يعد احد اهم المصادر لتحقيق ارباح للموقع.

التعليق على الدراسات السابقة:

اهتمت العديد من الدراسات بمعالجة الموضوعات البيئية في الصحف والمواقع مثل التغييرات المناخية (سحر الخولي 2023)، مروة شبل (2022) وكذلك أثرها على اتجاهات الجمهور نحو هذه الموضوعات محمود حسن وآخرون (2018)

اهتمت دراسات بمعالجة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام بصفة عامة عمرو عبدالله، أماني عصام(2022).

كما اهتمت الدراسات أيضا بدراسة مصادر تمويل الصحف وتأثيرها على السياسات التحريرية والمضمون الصحفي محمد أحمد(2023)، دراسة Cristina Sánchez- Blanco و Alfonso Vara-Miguel (2023)، شيماء عبدالله (2021)، Juho Ruotsalainen (2019)، معتز أحمد (2018)، محرز غالي (2016).

واهتمت دراسات أخرى بالإدارة الصحفية وكفاءتها وقدرتها في تطوير أداء الصحف والمواقع الإلكترونية وذلك في دراسة إسراء عبد الرحمن (2021)، مي سعيد(2021)- أحمد حسين (2017).

تنوع استخدام مناهج البحث في الدراسات السابقة ما بين المسح الإعلامي والتجريبي والتحليل المورفولوجي، كما اعتمدت بشكل مكثف على أدوات الاستبيان والمقابلة المقتنة.

تنوعت الأطر النظرية التي اعتمدت عليه الدراسات السابقة ومثلت نظرية النظم النسبية الأكبر من حجم هذه النظريات، حيث شهدت هذه الدراسات أطر نظرية من العلوم السياسية والاقتصاد والإدارة مثل إدارة مخاطر التمويل والاستثمار ونظرية الحوكمة والكفاءة الإدارية في دراسة محرز غالي (2016)، الإدارة الاستراتيجية في شيماء عبدالله (2021)، القدرة التنافسية في دراسة إسراء عبد الرحمن(2022)

أظهرت نتائج هذه الدراسات أن تناول الصحف للموضوعات البيئية يعتمد على عدة عوامل مثل توقيت الموضوع، وثقافة القائم بالاتصال، والفنون التحريرية المستخدمة، ونوع الوسيلة التي يتم من خلالها معالجة موضوعات البيئة.

وتوصلت هذه الدراسات إلى أن هناك تأثيراً للسياسات الإعلانية على المضمون التحريري، وأداء القائمين بالاتصال، كما وجدت دراسات أخرى أن هناك تراجعاً في كفاءة الإدارة الصحفية يؤثر على قدرتها التنافسية واستمرارها في تقديم خدماتها في السوق الصحفي.

في حين اهتمت الدراسات السابقة بمعالجة موضوعات البيئة، واهتمت الدراسات أيضاً بتأثير العوامل الاقتصادية والإدارية على سياسات التحرير في المواقع والصحف لم تعطي السابقة أهمية لدراسة العوامل الاقتصادية والإدارية في المواقع الصحفية المتوسطة والصغيرة.

استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- أظهر مسح الدراسات السابقة، بالإضافة إلى نتائج الدراسة الاستطلاعية عن مجموعة النتائج الآتية
- اهتمت الدراسات السابقة بدراسة السياسات الإعلانية للصحف المطبوعة، بشكل كبير ، في حين ضعف الاهتمام بدراسة المواقع الإلكترونية متوسطة وصغيرة الحجم والمواقع الناشئة والتي تتبنى استراتيجيات إدارة ومنافسة مختلفة
- على مستوى الفكرة البحثية استفادت الدراسة الراهنة في تأكيد فكرتها البحثية لرصد وتحليل العوامل الاقتصادية والإدارية التي تؤثر في بناء القرارات التحريرية لمسئولي وقيادات الصحف الإلكترونية نحو إنتاج موضوعات صحفية موضوعات الاقتصاد الأخضر، والبحث عن أبعاداً جديدة تضيف إلى الدراسات السابقة.
- ويرجع اختيار الباحثة نظراً لتضاعف اهتمام الباحثين بدراسة العوامل الاقتصادية والإدارية في المؤسسات الصحفية الكبرى سواء الحكومية والخاصة ولم تعط الدراسات السابقة اهتماماً للمواقع الصحفية الإلكترونية بمختلف أحجامها على الرغم من تميزها بقدرتها على الوصول إلى الجمهور نظراً لعدم تواجد نسخة ورقية مما يزيد من حجم اعتمادها على الموقع الإلكتروني والاستثمار فيه بقوة.
- اهتمت أيضاً الدراسات السابقة بدراسة تأثير العوامل الاقتصادية والإدارية على المنتج الصحفي بشكل مجرد، حيث تقوم الباحثة بدراسة هذا التأثير على منتج محدد وهو الموضوعات الصحفية التي تعالج الاقتصاد الأخضر مرتبط بالمجتمع باعتبار أن النظم الإعلامية هي نظم مفتوحة على المجتمع تؤثر فيه وتتأثر به
- وعلى المستوى النظري والإجرائي فإن الدراسات السابقة مكنت الباحثة من دراسة خطوات البحث العلمي بشكل مفصل من حيث تحديد مجتمع وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات.

المشكلة البحثية:

الكشف عن العوامل الاقتصادية والإدارية المؤثرة على التوجهات التحريرية للمواقع الصحفية الإلكترونية لإخراج منتج صحفي يعالج موضوع الاقتصاد الأخضر باعتباره موضوعاً مؤثراً وذلك بما يتسق مع رؤية القيادات ومسئولي تحرير هذه المواقع الإلكترونية. وتكتسب هذه الدراسة أهميتها في الوقت الراهن، وذلك لأهمية موضوع التحول نحو الاقتصاد الأخضر والحاجة الملحة للسعى لمعالجة هذا الموضوع إعلامياً بما يتلاءم مع الهدف لمواجهة تأثير التغيرات المناخية والاحترار العالمي.

كما يأتي موضوع البحث في إطار التحديات الاقتصادية والتكنولوجية الضخمة التي تواجهها صناعة الصحافة، والتي أثرت على جودة المنتج الصحفي في كافة الصحف الإلكترونية بمختلف أحجامها، وبالتالي قدرة التأثير في الجمهور.

أهمية الدراسة:

- **الإضافة المعرفية:**
 - تسعى الدراسة إلى تسليط الضوء على كيفية بناء الخطط التحريرية في المواقع الصحفية الإلكترونية والعوامل التي تؤثر عليها
 - تبحث الدراسة في أهمية موضوع الاقتصاد الأخضر باعتباره موضوعاً مؤثراً خلال المرحلة الراهنة
- **الإضافة المنهجية:**

تعتمد الدراسة على نظرية مدخل النظم بشكل أعمق لرصد مدى تأثير العوامل الاقتصادية والإدارية على بناء سياسات تحريرية قائمة على أهمية دور الصحافة في المجتمع، حيث يعد اختباراً لبعدها بحثياً جديداً لهذا الإطار النظري.

- **الإضافة المجتمعية**
 - تعمل الدراسة على تسليط الضوء على تحديات استمرار الصحافة في القيام بمسئوليتها الاجتماعية في ظل التغييرات الاقتصادية.
 - بحث الاستفادة من نتائج الدراسة ومقترحاتها، وإمكانية طرحها لإدارات المواقع الصحفية الإلكترونية بما يطور من كفاءتها ويدعم القيام بدورها نحو المجتمع.

أهداف الدراسة:

- رصد وتحليل أشكال اهتمام الصحف الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر
- رصد أهم الآليات التحريرية المتبعة لمعالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر
- رصد أهم العوامل الإدارية التي تؤثر في الصحف الإلكترونية
- رصد أهم العوامل الاقتصادية التي تؤثر على أداء الصحف الإلكترونية
- رصد ملامح تأثير العوامل الاقتصادية والإدارية على التوجهات التحريرية نحو معالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر

تساؤلات الدراسة:

- ما أهم أشكال اهتمام الصحف الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر
- ما أهم الآليات التحريرية المتبعة لتناول موضوعات الاقتصاد الأخضر في الصحف الإلكترونية
- ما أهم العوامل الإدارية التي تؤثر في الصحف الإلكترونية
- ما أهم العوامل الاقتصادية التي تؤثر على الصحف الإلكترونية
- كيف أثرت العوامل الاقتصادية والإدارية على التوجهات التحريرية نحو معالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر

نوع الدراسة

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع والأحداث حيث تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل العوامل الاقتصادية والإدارية المؤثرة في الصحف الإلكترونية لمعالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر.

مناهج الدراسة ومتغيراتها:

منهج المسح الإعلامي:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي Descriptive والتحليلي Analytical باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: العوامل الاقتصادية والإدارية التي تؤثر في هذه الصحف الإلكترونية
المتغير التابع: المنتج التحريري لموضوعات الاقتصاد الأخضر في هذه الصحف الإلكترونية

أسلوب الدراسة وأدواتها:

الدراسة الميدانية: الدراسة هي دراسة ميدانية على مسئولية ومديري المواقع الصحفية الإلكترونية

استمارة استبيان: هي أحد الأدوات الرئيسية لجمع البيانات في إطار المسوح الميدانية التي تتخذ من الجمهور مفردات بحثية، حيث تستخدمه الباحثة لرصد وتحليل وجهة نظر عينة الدراسة نحو دور الصحف الإلكترونية نحو الاقتصاد الأخضر، وكذلك تأثير العوامل الإدارية والاقتصادية على التوجهات التحريرية لهذه المواقع الصحفية.

الإطار الإجرائي للدراسة:

- مبررات اختيار عينة الدراسة
- أن تكون مواقع مصرفية إخبارية مستقلة بذاتها ليست إصدار الإلكتروني للطبعة الورقية
- أن تكون تناولت موضوع الدراسة
- مبررات اختيار عينة الدراسة الميدانية
- تتركز العينة الميدانية في مسؤولي ومديري تحرير الموقع الإلكتروني
- أن تمتلك خبرة كبيرة في العمل الصحفي تمتد لأكثر من 10 سنوات

تحديد مجتمع الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية دراسة تأثير العوامل الاقتصادية والإدارية في بناء التوجهات التحريرية تتبنى موضوع الاقتصاد الأخضر

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في مواقع الصحف الإلكترونية والتي تم تحديدها كالاتي بناء على المعايير التي تم وضعها:

- مصراوي: <https://ww.masrawy.com/>
- القاهرة 24: <https://www.cairo24.com/>
- مبتدا: <https://www.mobtada.com/>
- ايكونومي بلس: <https://economyplusme.com/en/>

الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة في الفترة من 1 ديسمبر 2023 وحتى 31 يناير 2024 حيث شهدت بداية الفترة حدثا عالميا هاما وهو COP28 والذي عقدت فعالياته بالإمارات العربية المتحدة وشاركت مصر عبر وزارة البيئة في فعاليات هذا الحدث وتناولته الصحف الإلكترونية المصرية.

الحدود البشرية: اشتمل مجتمع الدراسة على عينة من القائمين على إدارة المواقع الصحفية الإلكترونية الصغيرة والمتوسطة، وبلغ عدد العينة 30 من مديري ومسؤولي تحرير هذه المواقع، وذلك في الفترة 15 يناير 2024 وحتى 31 يناير 2024.

جاءت عينة مبحوثين الدراسة من المواقع التالية:

1- اراب فاينانس

2- الاقتصادي نيوز

3- الجريدة العقارية

4- موجز نيوز

5- المصدر

6- انتربرايز

7-الجمهور

8- جريدة الصباح

9-الجمهور

10-أخبار الناس اليوم

خصائص عينة الدراسة

- حجم الصحيفة الإلكترونية

جدول (1)

يوضح حجم الصحف الإلكترونية في عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	إجمالي الموارد البشرية التي يعتمد عليها موقعك الصحفي الإلكتروني
33	10	أقل من 10 عاملين
67	20	من 10 لأقل من 30
100	30	الإجمالي الكلي

يوضح الجدول (1) حجم الصحف الإلكترونية في عينة الدراسة حيث تكشف الدراسة الميدانية أن الصحف الإلكترونية التي تضم حجم عاملين من 10 لأقل من 30 عاملا تشكل 33%، بينما تشكل الصحف الإلكترونية التي تضم حجم عاملين أقل من 10 عاملين 67%. ويوضح هذا أن نسبة كبيرة من الصحف الإلكترونية المصرية تقع في فئة الصحف المتوسطة.

- خبرة القائم بالاتصال

جدول (2)

يوضح خبرة عينة المبحوثين من القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	حجم الخبرة في العمل الصحفي
67	20	أكثر من 15 عاما
33	10	من 10 إلى 15 عاما
100	30	الإجمالي الكلي

يوضح الجدول (2) يوضح خبرة عينة المبحوثين من القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية

حيث بلغ حجم خبرة القائمين بالاتصال من قيادات مسؤولي هذه المواقع التي تمتد من 10 إلى 15 عاما نسبة 33%، بينما بلغ خبرة القائمين بالاتصال من قيادات ومسؤولي هذه المواقع التي تمتد لأكثر من 15 عاما نسبة 67%.

الإطار النظري:

نظرية تحليل النظم:

تعنى نظرية تحليل النظم ببناء منهج استدلالى يقوم بداية على فكرة عزل العناصر والمكونات عن بعضها، ومحاولة وصفها وصفا جزئيا دقيقا؛ لتحديد معالم التفاعلات والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها التي تؤدي إلى وجود الظاهرة أو المشكلة، ثم اقتراح الحلول البديلة التي تتفق وخصائص هذه التفاعلات والعلاقات.

ويشير ماكويل إلى أنه ومنذ بداية عقد التسعينات من قرن العشرين زاد اهتمام الباحثين بدراسة وتنظيم وإدارة المؤسسات الإعلامية، والتغيرات التي طرأت على هيكلها الإدارية والتنظيمية، وعلاقتها وتأثيرها في أساليب الإنتاج الإعلامى، والمحتوى الفكرى والثقافى، ومن هنا الاهتمام بدراسة الإنتاج الإعلامية كعملية تفرضها وتفرضها صناعة ضخمة تتأثر بطبيعة الملكية والتمويل، وحجم التنظيم والأساليب السائدة، وحدود فوائده التكنولوجية.

فكرة النظرية:

إن أي نظام يتشكل من عدد من الأجزاء والمكونات والأهداف والمتغيرات كل هذه العاصر تتفاعل مع ذاتها وبعضها بعضا طبقا للنظام المتواجدة به والعلاقات المعقدة المترابطة بينها بما يسهم في تحقيق أهداف ذلك النظام.

ويرى Dennis Mc Quail أن المؤسسات الإعلامية بما تنتجه من مضامين ثقافية وفكرية تعد نظاما مفتوحا على المجتمع المحيط بها، يؤثر فيها وتؤثر فيه، ويشير ماكويل إلى أنه منذ بداية عقد التسعينات من القرن العشرين زاد اهتمام الباحثين بدراسة وتنظيم وإدارة المؤسسات الإعلامية، والتغيرات التي طرأت على هيكلها الإدارية والتنظيمية، وبدأت الدراسات تأخذ منظورا نقديا لدراسة العوامل المؤثرة في بنية الهياكل الإدارية والتنظيمية لهذه المؤسسات، وعلاقتها وتأثيرها على أساليب الإنتاج الإعلامى ومحتواه الفكرى والثقافى، ومن هنا كان الاهتمام بدراسة الإنتاج الإعلامى كعملية Process تفرضها وتفرضها صناعة ضخمة تتأثر بطبيعة الملكية والتمويل وحجم التنظيم والأساليب الإدارية السائدة، وحدود الاستفادة من التكنولوجيا المتاحة، فقد أكدت نتائج الدراسة الإمبريقية أن مضمون وسائل الإعلام يتأثر إلى حد كبير بهذه الجوانب الإدارية.

ويركز مدخل تحليل النظم على دراسة 3 عمليات رئيسية

وصف المدخلات أو العناصر المحركة للإنتاج والمؤثرة في صياغة المنتج النهائي

وصف العمليات والعلاقات المتداخلة بينها ويطلق عليها عمليات التحليل Conversion Process وتأتي بعد ذلك العملية المنهجية التي تعتبر المدخل إلى التشخيص أو اقتراح الحلول والبديلات وتتمثل في إعادة التركيب لهذه العناصر في أكثر من صيغة يترتب عليها اتفاق أو اختلاف في النتائج البديلة

وصف للمنتج النهائي أو المخرجات أو المستهدف من لنشاط

خصائص تحليل النظم:

- تميل النظم إلى أن تكون نشاطا فريدا متميزا أكثر من كونه خطوات منهجية منتظمة، لأن الكثير من إجراءاته تعتمد على المهارات الإبداعية الابتكارية.
- تؤثر سيادة الطابع الكمي في كثير من إجراءاته وأدواته
- يتطلب الحكم على الخصائص والعلاقات الاسترشاد بمعايير قائمة ومعترف بها في مجال البحث، لمساعدة الباحث في تقييم الخصائص والعلاقات وبناء النماذج.
- من الممكن تحليل النظم بشكل جزئي على خصائص بعض العناصر وبناء العلاقات بينها، مثل رسم خصائص الإدارة وأساليبها وعمليات التحرير، كما يمكن تطبيقه بشكل كلي على بناء النظم وعلاقاتها.

يراعي أن يبدأ العمل من أعلى إلى أسفل، ومن الدوائر الأكبر إلى الأصغر في عمليات التحليل، وتحليل النظم يبدأ من السياق، وفي الداخل يبدأ من قمة الهرم التنظيمي إلى أسفله.

النموذج الواقعي لتحليل النظم (السياسية أو الإعلامية):

أصبحت منظمات اليوم، وبصفة خاصة المنظمات السياسية والإعلامية، تعطي أهمية كبيرة لمسألة تحليل النظم، وللمعلومات التي تساعد في تحليل هذه النظم، بجانب اهتمامها المسبق بقوة العمل، والمواد الخام، باعتبار أن نجاح أو فشل المنظمة إنما يعتمد بالأساس على تقييم نظمها المختلفة وإصلاحها، ويهدف إلى إيجاد إطار تحليلي عام يصلح لدراسة معظم النظم وتحليلها، بغض النظر عن شكل هذا النظام وكيونته، ويقوم هذا النموذج لتحليل النظم على عدة فروض

- 1- أن البعد السلوكي للفرد وما يرتبط به من دوافع ومحفزات هو محور الظاهرة (السياسية أو الإعلامية) وهي الاقتراب الأساسي لعملية التحليل.
- 2- أن النظام (السياسي أو الإعلامي) هو مجموعة من الظواهر الإنسانية السلوكية المترابطة.
- 3- أن عملية تحليل النظام لا يمكن أن تكتمل بمعزل عن تأثيرات النظم الاجتماعية الأخرى داخل البناء الاجتماعي، أو تأثيرات الأبنية الاجتماعية الخارجية.
- 4- أن النظام ليس مجرد مجموعة من المؤسسات، بل هو مجموعة تفاعلات سلوكية وعمليات سياسية أو إعلامية يتحكم فيها السلوك الفردي.

فالصحيفة هي منظمة جيدة البناء والتنظيم تعمل بألية معقدة بشكل كبير، حيث إن عملية المشاركة القعالة بين الإدارات وبعضها الآخر يخلق جوا من التفاعلات بين العاملين في المؤسسات الإعلامية والصحيفة مما يؤدي إلى تحسن جودة المنتج والخدمة الصحفية المقدمة، الأمر الذي يسهم في النهاية إلى تحقيق رضا الجمهور.

توظيف الإطار النظري في الدراسة:

هذا المدخل يفيد الدراسة باعتبار الصحف الإلكترونية نظاما يحتوى على مجموعة من الأجزاء أو العناصر وتعد في الوقت ذاته جزءا من نظام أوسع وهو النظام الصحفي

المصري والذي يعد بدوره جزءا من المجتمع ككل بمتغيراته الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بحيث يتم عزل المتغيرات والمكونات بعضها البعض وتؤدي إلى وجود الظاهرة أو المشكلة وبالتالي اقتراح الحلول والبدائل المختلفة التي تتفق مع خصائص هذه التفاعلات والعلاقات.

ويتمثل توظيف النظرية في الآتي:

دراسة المدخلات المتمثلة في العوامل الإدارية والاقتصادية المؤثرة على بناء التوجهات التحريرية في الصحف الإلكترونية وقدرتها على إنتاج وتقديم مواد صحفية متنوعة تعالج موضوعات الاقتصاد الأخضر

دراسة عملية التحول المتمثلة في المواد التحريرية المنشورة في المواقع الصحفية محل الدراسة والتي تفاعلت مع المتغيرات المختلفة حولها وتأثرت بها وبالتالي جاءت تعكس البيئة المحيطة

دراسة المخرجات المتمثلة في حجم الإنتاج الصحفي في المواقع الصحفية محل الدراسة والتي تفاعلت مع المتغيرات المختلفة حولها وتأثرت بها وجاءت تعكس البيئة المحيطة

الفروض

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين العوامل الاقتصادية والتوجهات التحريرية نحو موضوعات الاقتصاد الأخضر في المواقع الصحفية الإلكترونية
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين العوامل الإدارية والتوجهات التحريرية نحو موضوعات الاقتصاد الأخضر في المواقع الصحفية الإلكترونية

- الصدق

قامت الباحثة بمراجعة فئات التحليل التي تضمنتها الاستمارة التحليلية وكذلك فقرات محاور الاستمارة الميدانية بشكل يضمن توافقها مع أهداف الدراسة، وفي الوقت نفسه التأكد من أن نتائج التحليل ستجيب عن تساؤلات الدراسة.

بعد المراجعة، عرضت الباحثة كلا من الاستمارة التحليلية والميدانية على عدد من المحكمين من أساتذة كلية الإعلام وكذلك من مديري تحرير بعض المواقع والمتخصصين في الإعلام الإلكتروني والمواقع الإخبارية، وقد حرصت الباحثة على إرفاق أهداف الدراسة وتساؤلاتها مع استمارة التحليل، حتى يتسنى للمحكمين قياس مدى توافق الاستمارة وما تشمله من فئات تحليل مع الأهداف والتساؤلات.

- الثبات

يقصد بالثبات الوصول إلى نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس على نفس الأفراد في نفس المواقف أو الظروف، وبالتالي فإن الإجراءات كافة يجب أن تتسم بالدقة والاتساق والثبات للوصول إلى ثبات النتائج.

ولذلك قامت الباحثة باختبار ثبات استمارة التحليل، بإتباع أسلوب Pre-test و Test وذلك من خلال تطبيق استمارة تحليل المضمون على عينة من الأشكال الإخبارية والتفسيرية لعينة الدراسة، والتي شكلت 10% من عينة الدراسة بواقع 21 من الأشكال الصحفية وذلك في الفترة من 24 ديسمبر وحتى 2 يناير 2024، ثم أعادت الباحثة إجراء نفس الاختبار بعد أسبوعين.

وتم حساب معامل الثبات بين النتائج في الحالتين وفقا للمعادلة التالية: عدد نتائج التحليل المتفق عليها من جملة فئات الاستمارة/ المجموع، لتصبح المعادلة كالتالي $18 \div 21 = 86\%$ ، وهي نسبة تؤكد ثبات أداة التحليل وقدرتها على الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها.

بالنسبة للاستمارة الاستبيان للتأكد من توافر شروط الثبات في استمارة الاستبيان قام الباحث بإجراء الخطوات التالية:

تم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة مصغرة تمثلت في 3 من مسؤولي ومديرين التحرير في المواقع الإلكترونية، بما يمثل 10% من عينة الدراسة وذلك عن طريق المقابلة، ثم قامت الباحثة بتطبيقها مرة أخرى بعد أسبوعين على نفس العينة، وبتطبيق معامل هولستي.

$$\text{درجة الثبات} = \frac{3 \times 2}{6} = \frac{6}{6} = 100\%$$

ن ٢ + ن ١ = ٦

حيث ت = عدد حالات الاتفاق بين الباحثين = (٣×٢) حالة اتفاق من إجمالي 3.

١ = حجم العينة للباحث في التطبيق الأول = (3 مفردة)

٢ = حجم العينة للباحث في التطبيق الثاني = (3 مفردة)

ويشير معامل الثبات بنسبة 100% إلى عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين على صحيفة الاستبيان، مما يدل على ثبات استمارة الاستبيان وصلاحتها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة التحليلية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسوب ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS

واعتمدت الباحثة على المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية
- المتوسطات الحسابية The Arithmetic means والانحرافات المعيارية Standard Deviations

- اختبار Chi Square Test 2: وهدف إلى دراسة الدالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الاحصائية عند درجة ثقة ٩٥%، أي عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥.

نتائج الدراسة التحليلية:

قامت الباحثة بإجراء تحليل مضمون لعدد 214 مادة تحريرية خلال الفترة الزمنية للدراسة في الفترة من 2023/12/1 وحتى 2024/1/31 وذلك في أقسام الاقتصاد في صحف مصر اوي – القاهرة 24 – مبتدا باعتبارها أكبر المواقع الصحفية في المشهد الصحفي المصري.

وتوصلت الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج نستعرضها كالآتي:

جدول (3)

فئات الموضوعات التي عالجتها المواقع الصحفية خلال الفترة الزمنية

النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات التي عالجتها المواقع الصحفية خلال الفترة الزمنية للدراسة
25	31	التضخم وارتفاع الأسعار
19	24	اسعار العملات الأجنبية والذهب
12	15	التأمينات والمعاشات والأجور
11	14	شهادات الادخار في البنوك
9	11	ارتفاع أسعار السيارات
9	11	البورصة وسوق المال
6	7	نقل وموانئ
6	7	الاقتصاد الأخضر
3	4	قطاع الاتصالات
100%	124	الإجمالي الكلي

يوضح الجدول (3) الموضوعات التي تناولتها المواقع الصحفية عينة الدراسة خلال الإطار الزمني للدراسة حيث يتضح من الدراسة أن الموضوعات المرتبطة بالتضخم وارتفاع الأسعار بنسبة ٢٥% من حجم عينة الدراسة، يليها أسعار العملات والذهب بنسبة 19%، التأمينات والمعاشات والأجور بنسبة 12%، شهادات الادخار في البنوك بنسبة 11%،

ارتفاع أسعار السيارات بنسبة 9%، النقل والموانئ بنسبة 6%، الاقتصاد الأخضر 6%، الاتصالات 3%.

وتوضح هذه النتائج اهتمام المواقع الصحفية بمعالجة موضوعات التضخم وارتفاع الأسعار نظرا لارتباطه بالشئون اليومية للمواطن المصري ومؤشرا هاما على أداء الاقتصاد المصري، بينما جاءت الموضوعات الأخرى في إطار التغطية الإخبارية المعتادة في المواقع الصحفية.

وجاءت موضوع الاقتصاد الأخضر بنسبة 6% من حجم الأخبار الاقتصادية في المواقع الصحفية، وهي تعتبر نسبة مرتفعة نظرا لارتباطه بأحداث فعاليات COP28 المقامة بالإمارات خلال بداية فترة الدراسة.

كما حرصت الصحف على تغطية موضوعات الاقتصاد الأخضر في إطار السعي لمواجهة التغييرات المناخية، وإبراز الجهود الحكومية لإيجاد سياسات تساهم في تحقيق الاقتصاد الأخضر، بالإضافة إلى إبراز دور القطاع الخاص والتحديات التي تواجهه للتحول نحو الاقتصاد الأخضر.

جدول (4)

الموضوعات التي عالجتها صحف الدراسة

موضوع الخبر	التكرار	النسبة المئوية
مشروع قانون حوافز انتاج الهيدروجين الأخضر	2	29
التمويل الأخضر	2	29
الوقود الأخضر	1	14
المشروعات الخضراء	1	14
الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ 2050	1	14
الإجمالي الكلي	7	100

يوضح جدول (4) الموضوعات التي عالجتها صحف الدراسة فيما يتعلق بالاقتصاد الأخضر حيث جاء في المقدمة موضوعي التمويل الأخضر ومشروع قانون حوافز انتاج الهيدروجين الأخضر بنسبة 29% لكل منهما كموضوعات رئيسية في إطار الاقتصاد الأخضر.

ويليهم موضوعات الوقود الأخضر، المشروعات الخضراء، الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ 2050 بنسبة 14% لكل منهم.

وتشير هذه النتائج إلى تصدر الاهتمام بمشروع قانون الحوافز الجديد وكذلك التمويل الأخضر حيث يعد كلا من الموضوعين من أولويات الحكومة المصرية.

وترجع الباحثة ذلك نظرا لجهود الحكومة في العمل على تحفيز مصادر لتمويل المشروعات التي تساهم في تخفيض الانبعاثات والاستخدام الأمثل للموارد البيئية والتخفيف من آثار تغير المناخ، من خلال توجيه المصارف ومؤسسات التمويل نحو الإقراض الأكثر مراعاة للبيئة الذي يأخذ في الاعتبار البعد البيئي.

وعلى الرغم من الدور الهام للقطاع الخاص، إلا أن الاهتمام بإبراز ذلك في صحف الدراسة كان ضعيفا، حيث جاء في سياق توقيع بروتوكولات التعاون مع الهيئات الحكومية (مثال: الهيئة الاقتصادية لقناة السويس)، وترجع الباحثة – من واقع خبرتها في العمل الصحفي – أن أي ذكر لأسم أي مؤسسة في القطاع الخاص يندرج تحت بند المادة الإعلانية التحريرية، ويجب أن يكون مدفوعا.

جدول (5)

الأشكال التحريرية التي اعتمدت عليها صحف الدراسة

النسبة المئوية	الأشكال التحريرية
71	خبر قصير
29	تقرير
100	الإجمالي الكلي

يوضح الجدول (5) الأشكال التحريرية التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في معالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر حيث اعتمدت بكثافة كبيرة على الخبر القصير بنسبة 71%، بينما جاءت التقارير الإخبارية بنسبة 29%.

ويأتي استخدام الخبر القصير ليوضح أهم المعلومات التي يجب معرفتها عن حدث معين ويلبي احتياجات القراء الأولية في الإخبار، كما إنها تعد مناسبة للنشر في المواقع الصحفية لارتباطها بعامل الوقت.

وضمنت هذه الأخبار القصيرة تصريحات سريعة من مسؤولين حكوميين وكذلك خبراء في الاقتصاد والبيئة، وارتبط باستعراض الإنجازات التي تقوم بها الحكومة نحو تفعيل دور الاقتصاد الأخضر.

وتشير النتائج إلى ضعف تنوع الأشكال التحريرية التي اهتمت بموضوعات الاقتصاد الأخضر، حيث لم تجد الباحثة خلال فترة الدراسة مواد رأي (مقال – عمود)، وهي أشكال تحريرية مهمة حيث تعمل على المزيد من الشرح والتفسير، خاصة فيما يتعلق بموضوعات الهامة مثل التغييرات المناخية وما يرتبط بها من مفاهيم ومعلومات تحتاج توضيح للقارئ.

نتائج الدراسة الميدانية:

توصلت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج نستعرضها كالآتي:

النتائج الميدانية:

طبقت الدراسة الميدانية على عدد العينة 30 من القائمين على إدارة عدد من المواقع الصحفية الإلكترونية الصغيرة والمتوسطة

المحور الأول: رؤية قيادات المواقع الإلكترونية نحو دورها في التوعية بمفهوم الاقتصاد الأخضر

جدول (6)

رؤية قيادات مواقع الصحف الإلكترونية نحو دورها في معالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر

النسبة	التكرار	من وجهة نظرك، إلى أي مدى تساهم الصحف الإلكترونية المصرية في تنمية وعي المجتمع نحو موضوعات التحول الأخضر
50%	15	بشكل محدود وما زال غير مؤثر
33%	10	تساهم من خلال استعراض التحديات المختلفة وسبل مواجهتها
17%	5	من خلال استعراض الإنجازات وقصص النجاح
100%	30	الإجمالي الكلي

يوضح جدول (6) رؤية قيادات مواقع الصحف الإلكترونية نحو دورها في معالجة موضوعات

الاقتصاد الأخضر حيث أوضح 50% من عينة المبحوثين أن دور الصحف الإلكترونية ما زال غير مؤثرا ومحدود، بينما أشار 33% من عينة المبحوثين أنها تساهم من خلال استعراض التحديات المختلفة وسبل مواجهتها، وأوضح 17% أنها تساهم من خلال استعراض الإنجازات وقصص النجاح المختلفة.

وتشير هذه النتائج إلى إدراك لمسئولي الصحف الإلكترونية إلى أهمية معالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر وكذلك أبعاد ضعف تغطية مثل هذا الموضوع الهام عبر مواقعهم الصحفية

جدول (7)

أشكال اهتمام الصحف الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر

النسبة المئوية	التكرار	دوافع اهتمام الصحف الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر
52	16	تهتم به في إطار الأحداث الجارية
32	10	تهتم به لأنه من أولويات الحكومة الفترة الحالية
16	5	تهتم به لأنه من الموضوعات التي تهتم المجتمع
100	31	الإجمالي الكلي

يوضح الجدول (7) أشكال اهتمام الصحف الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر حيث أوضح نسبة 52% من المبحوثين عينة الدراسة أن اهتمام الصحف الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر يأتي في إطار الاهتمام بالأحداث الجارية، بينما أشار نسبة 32% أن الاهتمام به في إطار أنه من أولويات الحكومة الفترة الحالية، وأوضح 16% أن اهتمام الصحف الإلكترونية تهتم به لأنه من الموضوعات التي تهتم المجتمع.

المحور الثاني: العوامل الاقتصادية والإدارية التي تؤثر على معالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر

جدول (8)

الآليات المتبعة لتناول موضوعات الاقتصاد الأخضر

النسبة المئوية	التكرار	آليات المتبعة لتناول موضوعات الاقتصاد الأخضر في مواقع الإلكترونية للمبحوثين
67	20	متابعة للأخبار الجارية وتناولها على الموقع
17	5	التوجيه من المحرر المسئول
17	5	اهتمام ذاتي من المحرر
100	30	الإجمالي الكلي

بوضح الجدول (8) الآليات المتبعة لتناول موضوعات الاقتصاد الأخضر في المواقع الإلكترونية، حيث جاء متابعة الأخبار الجارية وتناولها على الموقع بنسبة 67%، بينما جاء اهتمام ذاتي من نسبة 17%، وجاء التوجيه من المحرر المسئول بنسبة 17%. وتشير هذه النتائج إلى إعطاء مسؤلي التحرير أهمية كبيرة لمعالجة الأحداث الجارية عبر مواقعهم دون الالتزام بأي خطة تحريرية، وهو ما يوضح ضعف معالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر في المواقع الصحفية، نظرا لأنها تغطية آنية ولا ترتبط بتوجهات تحريرية معينة.

جدول (9)

العوامل الإدارية التي تؤثر في أداء الصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	ما أهم العوامل الإدارية التي تؤثر في أداء الصحف الإلكترونية
37	11	التقني والحوافز المادية
20	6	سياسات توزيع العمل والتعاون بين الزملاء
17	5	سياسات التعيين المتبعة
17	5	المرونة في ساعات العمل
10	3	الاهتمام بالتدريب
100	30	الإجمالي الكلي

يوضح الجدول (9) العوامل الإدارية التي تؤثر في أداء الصحف الإلكترونية نحو بناء قرارات تحريرية لموضوعات الاقتصاد الأخضر، فكانت سياسات الترقى والحوافز المادية

تمثل نسبة 37%، بينما جاءت سياسات توزيع العمل والتعاون بين الزملاء بنسبة 20%، يليها سياسات التعيين المتبعة بنسبة 17%، والمرونة في ساعات العمل بنسبة 17%، والاهتمام بالتدريب بنسبة 10%.

وتشير هذه النتائج إلى تأثير كفاءة مسؤولي ومديري التحرير بشكل كبير على المنتج الصحفي، وهو أمر مقبول لأن مسؤولي ومديري التحرير هم المسؤولين عن المخرجات بشكل عام، وربطها بالمحيط الخارجي عبر التفاعل مع المصادر الصحفية وكذلك المعلنين للترويج لهذا المنتج الصحفي والحصول على العائدات الاقتصادية المتوقعة.

جدول (10)

العوامل الاقتصادية التي تؤثر في أداء الصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	أهم العوامل الاقتصادية التي تؤثر على أداء الصحف الإلكترونية
43	13	تحديات توفير إيرادات مستدامة
20	6	المنافسة مع المواقع الأخرى
13	4	التكلفة التكنولوجية لإدارة المواقع
13	4	تغيير توجهات القراء والمعلنين
10	3	الضغوط الاقتصادية في السوق
100	30	الإجمالي الكلي

يوضح الجدول (10) العوامل الاقتصادية التي تؤثر في أداء الصحف الإلكترونية حيث جاءت تحديات توفير إيرادات مستدامة بنسبة 43%، يليها المنافسة مع المواقع الأخرى 20%، يليها التكلفة التكنولوجية لإدارة المواقع بنسبة 13%، تغيير توجهات القراء والمعلنين بنسبة 13%، يليها الضغوط الاقتصادية في السوق بنسبة 10%.

وتشير هذه النتائج إلى مدى اهتمام مسؤولي ومديري تحرير المواقع الصحفية الإلكترونية بإيجاد نماذج لتحقيق الإيرادات المستدامة لموقعهم، فكلما زاد الاهتمام بإيجاد طرق مختلفة لزيادة حجم الإيرادات للموقع كلما كان ذلك أثر على حجم ونوعية الإنتاج الصحفي.

بينما كانت المنافسة مع المواقع الأخرى من العوامل المؤثرة أيضا على أداء الصحف الإلكترونية حيث يسعى مديرو ومسئولو التحرير بالمواقع الصحفية إلى تقديم منتج صحفي يجذب القراء.

كما كانت التكلفة التكنولوجية لإدارة المواقع من التحديات الاقتصادية التي أشار إليها عينة الباحثين، وخاصة مع ارتفاع تكلفة الاعتماد على التكنولوجيا في الفترة الحالية والحاجة المستمرة إلى تحديث الأدوات وإضافة خدمات جديدة تتناسب مع متطلبات الجمهور.

ثالثًا- الفروض:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين العوامل الاقتصادية والتوجهات التحريرية نحو موضوعات الاقتصاد الأخضر في المواقع الصحفية الإلكترونية

كانت قيمة كاي 2 0,573، ودرجات حرية 0,557، ومستوى دلالة 0,966 وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى من 0,05، ويشير هذا إلى عدم وجود ارتباط إحصائي بين العوامل الاقتصادية والتوجهات التحريرية نحو موضوعات الاقتصاد الأخضر في المواقع الصحفية، أي أن اهتمام الصحف الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر لا يتأثر بكلا من التمويل أو المنافسة.

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين العوامل الإدارية والتوجهات التحريرية نحو موضوعات الاقتصاد الأخضر في المواقع الصحفية الإلكترونية

بلغت نتيجة اختبار كاي 2 قيمة 0,268 ودرجات حرية 0,269 ومستوى دلالة 0,605 وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,05

ويشير هذا إلى عدم وجود ارتباط إحصائي بين العوامل الإدارية والتوجهات التحريرية نحو موضوعات الاقتصاد الأخضر في المواقع الصحفية، أي أن اهتمام المواقع الصحفية الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر لا يتأثر بكلا من كفاءة الإدارة التحريرية أو كفاءة المحررين بالموقع

وتثبت هذه النتائج أن اهتمام المواقع الصحفية بشكل عام بموضوعات الاقتصاد الأخضر يأتي في نطاق محدود، حتى وإن كان هناك اهتمام من القائمين بالاتصال، إلا أن يظل محدود ولا ينعكس بشكل واضح على التوجهات التحريرية، وقد يتفق هذا مع ما ذهب إليه خالد زكي (2017) أن صناعة القرار التحريري تحكمها عدة محددات منها السياسة التحريرية لكل صحيفة، وشخصية رئيس التحرير، وضغوط الملاك والمعلنين، والضغوط السياسية، والأزمات الاقتصادية التي تشهدها الصحف، وضغوط المنافسة، بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في بناء أجندة الصحف، ومنظومة القوانين سواء المنظمة لمهنة الصحافة أو للحياة العامة في مصر، إلى جانب اهتمامات الصحفيين الشخصية، وسماتهم، وخصائصهم الاجتماعية، والثقافية.

ويعني ذلك أن القائمين بالاتصال – في كافة المواقع الصحفية الإلكترونية بمختلف أحجامها وأنماط ملكيتها – لا تعتبر أن موضوعات الاقتصاد الأخضر مؤثرة في المجتمع، أو أنها ليست ذات أولوية للجمهور.

رابعا - مناقشة النتائج:

هدفت هذه الدراسة لرصد تأثير العوامل الإدارية والاقتصادية على معالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر، وقد توصلت الدراسة إلى الآتي:

- مثلت الأشكال التحريرية الإخبارية من (الخبر – التقرير)، المنتج الصحفي الأكثر اهتماما من المواقع الصحفية، والذي تعتمد عليه في التعبير عن توجهاتها التحريرية والتنافس مع المواقع الصحفية والأخرى وكذلك الصحف الورقية ووسائل التواصل الاجتماعي وأيضا جذب المعلنين، في حين أن المواد التفسيرية ومواد الرأي لم تلجأ إليها المواقع الصحفية على الرغم من أهميتها، خاصة في الموضوعات الهامة التي تحتاج معالجة أكثر عمقا مثل موضوعات الاقتصاد الأخضر، وهذا ما يتفق مع دراسة مروة شبل(2022) التي أوضحت أن هناك اهتمام الضعيف بالفنون الصحفية التفسيرية التي تقدم تفسيرات لأبعاد وزوايا القضايا البيئية ومنها التحقيق والحوار، كما ضعف الاهتمام بتقديم زوايا ومقالات الرأي عن قضايا ومشكلات البيئة وهي التي تقدم رؤى الكتاب الصحفيين وتشخيصهم لقضايا البيئة وتقديم الحلول لمواجهتها
- اهتمام قيادات المواقع الصحفية الإلكترونية بموضوعات الاقتصاد الأخضر ليس بالضرورة أن ينعكس على توجهاتهم التحريرية في مواقعهم الصحفية، وبالتالي لا يؤدي إلى مخرجات من منتج صحفي فعال ومؤثر، ويتفق هذا نسبيا فيما ذهبت إليه منى المراغي (2017) التي وجدت أن البوابات الرقمية تبني أجنداتها الصحفية في ضوء العديد من العوامل المؤثرة أولها الأحداث الجارية حيث يفرض الحدث نفسه على البوابة لحدائته ورجبتها في تحقيق سبق بينما كانت السياسة التحريرية في مرتبة الأولى على الرغم من تأثيرها الواضح.
- لم تؤثر العوامل الاقتصادية والإدارية على مخرجات المواقع الصحفية المتمثلة في منتجها التحريري الذي يعالج موضوعات الاقتصاد الأخضر بشكل ملحوظ بسبب محدودية الاهتمام به من قبل القائمين بالاتصال، بالمقارنة بموضوعات أخرى، ولذلك لم يتمكن المنتج الصحفي النهائي من تحقيق التفاعل مع واقع المجتمع واحتياجاته على الرغم من أهمية الموضوع وكذلك الدور الحيوي الذي يمكن أن تلعبه المواقع الصحفية، حيث تعد الضغوط التنظيمية والإدارية الأكثر تأثيرا في تشكيل المواد الصحفية ويتفق ذلك مع دراسة عمرو عبدالله، أماني عصام (2022) التي أكدت على أن تشكيل الرأي العام لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال التأثير الفعال لوسائل الإعلام مما يمكنها من تعزيز الثقافة الخضراء لدى المواطن ومما يؤدي إلى التغيير الاجتماعي.

التوصيات وحدود ما تثيره الدراسة من أفكار مستقبلية

- العمل على اعداد استراتيجيات تحريرية مبتكرة لمعالجة موضوعات الاقتصاد الأخضر، وكذلك استراتيجيات تسويقية لجذب المعلنين ومصادر التمويل المختلفة

- الاهتمام بإقامة ورش العمل والندوات المتخصصة في إدارة المواقع الصحفية، وذلك لتوعية القائمين بالاتصال، وخاصة مديري ومسؤولي التحرير لبناء سياسات تحريرية أكثر مهنية وآليات ربطها باحتياجات السوق وظروف المنافسة.
- توجيه الباحثين المهتمين بدراسات إدارة المؤسسات الصحفية بدراسة المواقع الصحفية الإخبارية الناشئة ومستقبل نماذج العمل الخاصة بها، وكذلك دراسة هذه المؤسسات الناشئة على المستوى الإقليمي

المراجع:

- 1-UNEP, Green Economy, available at <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy>
- 2- DW, The Green Economy and the Media: How to Captivate Audiences, available at <https://corporate.dw.com/en/the-green-economy-and-the-media-how-to-captivate-audiences/a-16656088>
- 3-الهيئة العامة للاستعلامات، وزيرة البيئة تشهد توقيع بروتوكول تعاون لتعزيز دور الإعلام في رفع الوعي بقضايا البيئة، متاح على الرابط <https://tinyurl.com/mud7mx9s>
- 4- الامير صحصاح، العوامل الاقتصادية المؤثرة على نشر الأخبار الصحفية، موقع المقال، [موقع المقال](#)
- 5-سحر الخولي (2023)، معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية - دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر المناخ 27COP، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 65، العدد 2، إبريل، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)
- 6- دراسة محمود حسن وآخرون(2018)، المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور، مجلة العلوم البيئية، العدد 41، الجزء 3، مارس، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات البيئية)
- 7- دراسة نجوى كامل وآخرون (2021)، بعنوان فاعلية نموذج مقترح للمعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد الأخضر لتنمية التنوع لدى جمهور القراء، المجلة المصرية للتربية العلمية، المجلد 24، العدد الأول، يناير، (الفاخرة: الجمعية المصرية للتربية العلمية)
- 8-دراسة مروة شبل (2022)، بعنوان أطر معالجة قضايا البيئة في المواقع الإلكترونية المصرية دراسة تحليلية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد التاسع، الجزء الثاني، يوليو، (عمان: اتحاد الجامعات العربية)
- 9- عمرو عبدالله، أماني عصام (2022) تهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام، المجلة العلمية لعلوم التربية، العدد 15، يونيو 2022، (جامعة طنطا: كلية التربية النوعية)
- 10- Alfonso Vara-Miguel; Charo Sádaba; Samuel Negrodo; Cristina Sánchez-Blanco(2023), Revenue diversification strategies of online news organisations:subscriptions and memberships, Profesional de la información, v. 32, n.2, e.320205
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.05>
- 10-محمد أحمد(2023)، السياسات الإعلانية للصحف والمواقع الإلكترونية ودورها في تشكيل اقتصاداتها وهاكلها التمويلية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 11-Alfonso Vara-Miguel & Cristina Sánchez-Blanco(2023), The Impact of Market-Driven Revenues on the Boundaries of Journalism, Blurring Boundaries of Journalism in Digital Media, Volume 140, P., https://link.springer.com/chapter/1-43926-031-3-978/10.1007_#5Sec8
- 12- إسرائ عبد الرحمن (2022)، استراتيجيات إدارة البوابات الإلكترونية للصحف المصرية في ظل البيئة التنافسية الجديدة، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 80، أكتوبر، (جامعة عين شمس: مركز بحوث الشرق الأوسط)
- 13- Min Deng, Yan Yan(2022), Striking the balance between professionalism and commercialism: A cross-case study on news start-ups in China, Volume 23, Issue 11, <https://doi.org/10.1177/1464884921993074>
- 14- دراسة شيماء الشواندي (2022) بعنوان علاقة الإعلانات بالأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية دراسة مقارنة ميدانية بالتطبيق على عينة من الصحف القومية والحزبية والخاصة، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)

- 15- مي سعيد(2021)، اتجاهات الخبراء والنخبة المصرية نحو مستقبل المواقع الإخبارية العربية الخاصة "، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 16- شيماء عبدالله (2021)، السياسات الإدارية المطبقة في قطاعي الإعلان والمطابع وتأثيرها على جودة الأداء بالتطبيق على مؤسستي دار التحرير وأخبار اليوم دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 17- شوهنדה على محجوب (2019) العوامل المؤثرة في بناء أجنحة الصحف الإلكترونية المتخصصة حول قضايا التعليم الجامعي، مجلة بحوث كلية الآداب، يوليو، (جامعة المنوفية: كلية الآداب)
- 18- معتز أحمد عبد الفتاح (2018) اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية المحلية في مصر، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 4، الجزء الثاني، إبريل، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 19- أحمد حسين (2017) استراتيجيات الإدارة الصحفية في التصدي للتحديات التي تواجه الصحافة المطبوعة، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 47، العدد 47، يناير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 20- محرز غالي (2016) محددات أزمة التمويل في صناعة الصحافة، ورؤية الصحفيين والقيادات الصحفية لاستراتيجيات إدارة هذه الأزمة وتأثيراتها الراهنة والمستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 54، يناير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 21- أمنية مصطفى حامد(2010)، اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 22- Stanley J.Barab, Dennis K.Davis(2012), Mass Communication Theory, Wadsworth Cengage learning, Sixth edition
- 23- Mc Quails(1995), Mass Communication Theory, 4th.ed. (London: SASA. Publication)
- 24- محمود علم الدين، أميرة العباسي(2012)، إدارة الصحف واقتصاداتها، يناير، ط1 (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع)
- 25- Kenneth E.Kenndall(2005), "System Analysis and Design", Sixth Edition, (New Jersey, Pearson)
- 25 - تم تحكيم هذه الاستمارة من:
الدكتور/ محمد سعيد – خبير الإدارة
أ/ أحمد رشاد، رئيس تحرير موقع تكنو لايف
أ/فاتن الخولي، مدير تحرير موقع عالم رقمي
- 27- خالد زكي(2017)، محددات صناعة القرار التحريري في الصحافة المصرية وانعكاساتها على الأداء المهني، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 28 - سلوى إبراهيم حسن(2018)، العوامل الإدارية والتنظيمية المؤثرة على القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، إبريل المجلد 14، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)
- 29- منى المراعي(2017)، آليات بناء الأفكار التحريرية لأجنحة الموضوعات المقدمة في بوابات الصحف الإلكترونية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)