

جامعة محمد بوضياف-المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة

دراسة وصفية تحليلية لموقع الشروق أونلاين

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الطور الثالث

تخصص: اتصال جماهيري

إشراف الأستاذة:

أ.د. باية سيفون

من إعداد الطالبة:

آمال محرز

السنة الجامعية 2023-2024

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة
دراسة وصفية تحليلية لموقع الشروق أونلاين

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الطور الثالث
تخصص: اتصال جماهيري

إشراف الأستاذة:
أ.د. باية سيفون

من إعداد الطالبة:
آمال محرز

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	الأستاذة نعيمة براردي
مشرفا ومقررا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	الأستاذة باية سيفون
عضوا مناقشا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	الأستاذة رقاد حنان
عضوا مناقشا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	الأستاذة سعيدة حيمر
عضوا مناقشا	جامعة الجزائر - 03 - الجزائر -	الأستاذة أمينة بصفة
عضوا مناقشا	جامعة 08 ماي 1945 - قالمة -	الأستاذة يونس زيايطة

السنة الجامعية 2023-2024

قال الله تعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم:

"وقل ربي زدني علما"

صدق الله العظيم

سورة طه الآية 114

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بعزته وجلاله تتمّ الصالحات، يا ربّ لك الحمد
كما ينبغي لجلال وجهك ولعظيم سلطانك، والصلاة والسلام على
نبيّنا وحبیبنا محمّد وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد،

لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر إلى الأساتذة الدكتورّة باية
سيفون على إرشاداتها ونصائحها القيمة طيلة فترة إعدادي لهذا
البحث العلمي المتواضع، كما أشكر جميع الأساتذة الكرام بكلية
الإعلام الذين ساهموا في تكويني خلال مشواري الدراسي
بالجامعة.

آمال محرز

اهراء

إلى التي لن تفيها الكلمات ولا العبارات حقها إلى الشمعة التي

أنارت دربي وسهرت الليالي على راحتي أمي الغالية

إلى مصدر شجاعتي وعنفواني ورباطة جأشي أبي الحبيب

إلى الذي وقف معي جنباً إلى جنب وشدّ أزرّي في كل

محطاتي حياتي زوجي العزيز بالقاسم

إلى فلذات كبدي أبنائي الأحباء سارة، محمد لطفي، ياسين

إلى إخوتي وأخواتي

إلى جميع الأهل والأقارب

إلى روح الأستاذة حياة قزادري رحمها الله

آمال

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم الأنواع الصحفية التي يتم تحريرها ونشرها في موقع الشروق أونلاين، وتحليل بنيتها الفنية والتقنية، استنادا إلى نوع العناوين وحجم النصوص، واستخدام الكلمات المفتاحية، وكيفية توظيف تقنيات النص الفائق والوسائط المتعددة في النص، وإتاحة التفاعلية وأساليب تحديث المحتوى.

لتحقيق ذلك، اعتمدت الباحثة على منهج المسح المرتكز على أداة تحليل المضمون، إضافة إلى المقابلة المقننة والملاحظة، وتم اختيار عينة قصدية متمثلة في الأنواع الصحفية المنشورة على صفحة (أخبار الجزائر) من (13 إلى 22 جانفي 2023)، والبالغ عددها 270 نصا مصنفا ضمن أربع أنواع صحفية اعتمدها الدراسة وهي أنواع إخبارية، فكرية، تعبيرية، استقصائية.

وأظهرت النتائج أنّ الأنواع الإخبارية هي الأكثر تحريرا على الموقع بنسبة (88.89%)، وغلبت النصوص التي تحتوي (أقل من 200 كلمة) ومن 3 إلى 7 فقرات، مع التركيز على العنوان الرئيسي، وكشفت أيضا عن الاهتمام بتوظيف الكلمات المفتاحية بنسبة (97%)، والنص الفائق بنسبة (74%)، غالبية تموقع في المتن، مع التنوع بين إحالات داخلية وخارجية، وارتكز توظيف الوسائط المتعددة على الصورة بنسبة (91%) مقابل (9%) فقط للفيديو، أما الأدوات التفاعلية فاقتصرت على Talkback وخدمة مشاركة المقال، واستفتاءات الرأي، مع تسجيل (11%) من نسبة تفاعل القراء عبر التعليقات الظاهرة على الموقع أغلبها في الأنواع الفكرية، أما تحديث المحتوى فقد تجلى في شكل نشر حدث جديد بنسبة 92%، وبنسبة ضئيلة في حذف النص أو إضافة تفاصيل جديدة بنسبة (6%) و(2%) على التوالي.

وتؤكد هذه الدراسة على أنّ تحرير الأنواع الصحفية في بيئة متعددة الوسائط والخدمات، يفرض ضرورة تحقيق تناسب محتواها فنيا وتقنيا مع خصائص الوسيط الإلكتروني واستغلال إمكاناته بمهارة عالية.

الكلمات المفتاحية: أنواع الصحفية - بيئة إعلامية - موقع الإلكتروني - تحرير إلكتروني - تقنية - صحافة إلكترونية

Résumé :

Cette étude vise à identifier les principaux genres journalistiques édités et publiés sur le site web d'Echorouk Online, ainsi qu'à analyser leurs structures techniques et technologiques, notamment les types de titres, les tailles de texte, l'utilisation de mots-clés, l'hypertexte, l'intégration de contenu multimédia, l'interactivité et les méthodes de mise à jour du contenu.

Pour ce faire, la chercheuse a utilisé l'analyse de contenu, des entretiens structurés et des observations. Un échantillon non probabiliste a englobé différents types de journalisme publiés sur la page "Algeria News" du 13 janvier au 22 janvier 2023, totalisant 270 textes classifiés dans quatre genres journalistiques : informatifs, réflexifs, expressifs, et d'investigations.

Les résultats ont révélé que les genres informatifs étaient les plus fréquemment édités, représentant (88.89 %) du contenu. Presque la moitié de ces articles d'information font généralement moins de 200 mots et étaient composés de 3 à 7 paragraphes, mettant l'accent sur le titre principal. L'utilisation de mots-clés (97 %) et d'hypertexte (74 %) était courante, principalement dans le corps du texte et appuyée par diverses hyperlinks internes et externes. Le contenu multimédia était basé principalement sur l'image à (91 %), surpassait les vidéos (9%). Les outils interactifs se limitaient à "Talkback" et aux services de partage d'articles et de sondages d'opinion avec une interaction des lecteurs via des commentaires affichés sur la page à hauteur de 11 %, principalement dans les articles réflexifs. En ce qui concerne les mises à jour du contenu, elles consistaient principalement en la publication de nouveaux événements (92%), avec des suppressions ou des ajouts de texte minimes (6% et 2 %, respectivement).

Cette étude souligne l'importance d'atteindre une compatibilité technique et technologique avec les caractéristiques du support électronique et d'exploiter habilement ses capacités lors de l'édition des genres journalistiques dans un environnement multimédia axé sur les services.

Mots-clés :

Genres journalistiques, environnement médiatique, site web, édition électronique, technologie, journalisme électronique.

Abstract:

This study seeks to reveal the primary journalistic genres that are edited and published on the Echorouk Online website. It intends to dissect their technical and technological structures based on headline types, text sizes, keyword usage, the application of hypertexts, and multimedia in the text, as well as interactivity and content updating methods.

In order to achieve this, the researcher employed a content analysis-based survey method, complemented by structured interviews and observation. A nonprobability sample was selected to encompass the various journalistic genres that were published on the *Algeria News* page from January 13 to January 22, 2023, resulting in 270 classified texts within four journalistic genres, namely news, reflexive, expressive and investigative.

The findings indicated that news types were the most edited on the website at a rate of (88.89%). Almost half of these texts did not exceed 200 words and consisted of 3 to 7 paragraphs predominated, with a focus on the main headline style. Furthermore, the results highlighted a significant emphasis on using keywords (97%) and hypertext (74%), with the majority located in the body of the text and a variety of internal and external hyperlinks. The employing of multimedia content was predominantly in the form of images (91%) as opposed to videos (9%). Interactive tools were limited to talkback, article sharing services and opinion polls, with reader interaction through comments accounting for 11%, mostly in reflexive types. As for content updates, the majority involved publishing new events (92%), with a minimal percentage associated with the deletion or addition of text details (6% and 2%, respectively).

This study emphasizes that editing journalistic genres in a multimedia and service-oriented environment necessitates achieving technical and technological compatibility with the electronic medium's characteristics and skilfully harnessing its capabilities.

Keywords: Journalistic genres, media environment, website, electronic editing, technology, electronic journalism.

خطة دراسة



خطة الدراسة

مقدمة عامة

❖ الإطار المنهجي

- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- أهداف الدراسة وأهميتها
- منهج الدراسة وأدواته
- مجتمع البحث وعينته
- صدق وثبات التحليل
- تحديد مفاهيم الدراسة
- مراجعة الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها
- المدخل التنظيري للدراسة
- الخلفية النظرية للدراسة
- مدخل التشكل العضوي لوسائل الإعلام أو التحول الرقمي
- المدخل المهجّن
- نظرية النص الفائق

1. الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر

الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

1.1. التأصيل العلمي والنظري لعلم البيئة الإعلامية

1.1.1 لمحة عن بعض الأدبيات البحثية المؤسسة لعلم البيئة الإعلامية

2.1.1 دراسة الوسائط كبيئات إعلامية جديدة

3.1.1 نظرية البيئة الإعلامية

2.1 التطور التكنولوجي في مجال النشر الصحفي

1.2.1 مدخل إلى للنشر الإلكتروني

2.2.1 التكنولوجيا المساندة لمجال النشر الإلكتروني

3.2.1 مجالات استفادة الصحف من النشر الإلكتروني

3.1 الصحافة الإلكترونية ارهاصات الانتقال من الحامل الورقي الى الحامل الالكتروني

1.3.1 الصحافة الورقية (ظروف النشأة والتطور)

2.3.1 الصحافة الإلكترونية (ظروف النشأة والتطور)

3.3.1 ماهية الصحافة الإلكترونية

4.3.1 علاقة الصحافة الإلكترونية بالورقية

2. التحولات في عملية التحرير الإلكتروني لأنواع الصحفية في شبكة الويب

1.2. التحرير الصحفي الإلكتروني وفنونه على شبكة الويب

1.1.2 مدخل إلى التحرير الإلكتروني (الأسس والإمكانات)

2.1.2 الأنواع الصحفية في التحرير الصحفي الإلكتروني وتصنيفاتها

3.1.2 البناء الفني للأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية

4.1.2 الأساليب الشائعة لتقديم المحتوى الصحفي في الصحف الإلكترونية

2.2. تحرير الأنواع الصحفية وفقاً لمفهوم النص الفائق "النص التشعبي"

1.2.2 المفاهيم الاصطلاحية المتعلقة بالنص على شبكة الويب

2.2.2 أنواع وخصائص النص الفائق على شبكة الويب أنواع وأشكال النص الفائق في

الصحف الإلكترونية

3.2.2 توظيف النص الفائق في تحرير الأنواع الصحفية

3.2. تحرير الأنواع الصحفية وفقاً لمفهوم الوسائط المتعددة

1.3.2 الوسائط المتعددة Multimedia (المفهوم، التعريف، والخصائص)

2.3.2 عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية

3.3.2 توظيف الوسائط المتعددة في تحرير الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية

4.2. تحرير الأنواع الصحفية وفقاً لاحتياجات المستخدم المنتج "التفاعلية وتحديث المحتوى"

1.4.2 التفاعلية (المفهوم والأبعاد)

2.4.2 أدوات وأشكال التفاعلية في الصحف الإلكترونية وخدماتها

3.4.2 تحديث المحتوى في الصحف والمواقع الإلكترونية

4.4.2 تحرير المحتوى وفقاً لاحتياجات المستخدم المنتج التفاعلية

3. الدراسة الميدانية

1.3 عرض النتائج ومناقشتها

2.3 نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

مقدمة عامة



مقدمة:

يشهد العالم تحولا جذريا في جميع المجالات الحياتية بفعل التطور التكنولوجي الكبير الذي بدأ يتسارع منذ النصف الثاني من القرن العشرين، وظهرت معالم جديدة للمجتمعات البشرية، وبرزت إلى الواجهة نظم اتصال حديثة نتيجة الاندماج بين تكنولوجيا الاتصال والأقمار الصناعية وتكنولوجيا الحاسبات والإنترنت التي شكلت مخزنا ضخما للذاكرة البشرية، ودكت الحدود الزمكانية وتلاشت مركزية الاتصال وأحاديته وسلبيه المتلقي، وأعدت تكنولوجيا الاتصال التفاعلي والنشر الإلكتروني على الويب صياغة العملية الاتصالية في اتجاه دائري يتبادل فيه المرسل والمتلقي الأدوار ويشارك كل منهما في بناء الرسالة الاتصالية، ومنحت البشر القدرة على الوصول إلى مصادر الخبر والبيانات والمعلومات على اختلاف أشكالها ومضامينها، مما ساهم في توسيع معارفهم وتفعيل دورهم في نسج الصورة الجديدة للواقع الإعلامي، عن طريق إنتاج المعلومات ومشاركتها ونشرها أو بثها على المباشر، دون تكبد عناء التنقل والبحث عن المصادر.

ويقود الويب 2.0 ثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال ما يقدمه من خدمات الجيل الثاني للإنترنت، خصوصا في مجال الإعلام ثورة اتصالية ومعلوماتية غير مسبوقة، حيث ظهرت بفضلها التطبيقات الشبكية والتقنيات الرقمية والمواقع الإلكترونية، ومثل ذلك انطلاقة جديدة للصحافة عموما، فباتت الصحافة الإلكترونية عنوانا لتطور الوسيلة والمحتوى ومعها المستخدم، وأمام هذا المد التكنولوجي القوي والتدفق المعلوماتي الضخم، نجحت الشبكة العنكبوتية في استقطاب المؤسسات الإعلامية والصحف إلى فضاءها، واحتضنت جميع الوسائل الإعلامية التقليدية مشكلة بذلك أكبر وسيلة إعلام واتصال هجينة، مزجت بين الإعلام التقليدي وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي، واستفادت الصحف (الجرائد والمجلات) الورقية من خدمات التفاعلية والانتشار الواسع، وأنشأت في البداية مواقع لها كامتداد لنسخها المطبوعة، تنشر عبرها مضامينها على الخط إما جزئيا أو عن طريق النشر الموازي من أجل ضمان استمراريتها وتواجدها في بيئة إعلامية جديدة عنوانها الأنوية التفاعلية والعالمية، ثم تطورت فيما بعد إلى صحف إلكترونية مستقلة وتضاعف عددها بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة.

إنّ الحديث عن عملية تحرير ونشر تلك الصحف لمضامينها في أصلها الورقي المطبوع قبل تحولها إلى الوسيط الإلكتروني يمثل المنطلق لفهم وتوصيف التحولات التي استجبت فيها، ومدى تكيفها مع متطلبات البيئة الإعلامية الجديدة خصوصا ما تعلق بفنيات التحرير، فلا يمكن تجاوز حقيقة أنّها تقيّدت

لقرون بمعايير معينة في تحرير المضامين الصحفية وفقا لأساليب فنية تقليدية، وخضعت لقواعد شكلت الإطار الذي ينتج وينشر فيه المحتوى الإعلامي، وفق ضوابط تأسست على مراعاة معايير ثابتة في الكتابة الخطية، وفنون تحريرية تتوافق مع خصوصيات الحامل الورقي والقارئ على حد سواء، إضافة إلى خضوعها على امتداد تلك الفترة إلى قواعد النشر المطبعي الذي اعتمد على معيار الشكل الفني للصحيفة والتغطية الجغرافية وحجم التوزيع ودورية الصدور غير المتزامن مع الأحداث، سواء أكان الحامل جريدة أو مجلة أو غيرهما، مما انعكس على النسق الفني للمحمول (الرسالة) وشكله الذي اختلف وفقا لخصائص الحامل؛ فشكل ومحتوى الجريدة يختلف عنه في الدورية بالرغم من أن الحامل نفسه (ورقي) في الصحافة المطبوعة عموما، إلا أن محتواها يختلف في طبيعته شكلا ومضمونا.

إن اختلاف الحامل هو جوهر القضية، وهو ما يفسر اختلاف شكل وقيمة المحتوى الإعلامي بين الصحيفة أو الجريدة الورقية أو المجلة أو الدورية ومعها الجهة الناشرة ومستوى الاستجابة للرسالة، وفي هذا السياق، يشير بعض المفكرين إلى أن النص المكتوب يستقي قيمته من الحامل الذي يحمله، حيث أورد عبد الفتاح كليطو في كتابه (الكتابة والتناسخ) اقتباسا للجاحظ للتدليل على أن النص لا يحظى بنفس الاستجابة إذا كان مكتوبا على قطعة الجلد أو على دفاتر القطني؛ "فليس لدفاتر القطني أثمان في السوق، وإن كان فيها كل حديث طريف، ولطف مليح وعلم نفيس، ولو عرضت عليهم عدلها في عدد الورق جلودا ثم كان فيها كل شعر بارد وكل حديث غث، لكانت أثمان ولكانوا عليها أسرع" (نعمان عبد السميع، 2016، صفحة 83)، وهو ما يدل على أن النصوص تستمد قيمتها من حاملها ومدى حداثة، فالورق المصنوع من القطن كان في عصر هارون الرشيد الذي عاش فيه الجاحظ، المادة الخام لصناعة الورق وأحدث وسيلة للكتابة آنذاك، عكس الجلود التي تمثل البدايات الأولى من اكتشاف الكتابة في العصور القديمة، وهو ما يمكن سحبه على الصحافة عموما، فالشكل وحداثة الوسيط يكتسيان أهمية بالغة في استجابة الجمهور واستقطابه لقراءة المضمون الذي يأخذ شكلا متجانسا مع خصائص الوسيط أو الحامل لإنتاج محتوى خاص به، وهو بدوره ينطبق على الحامل الإلكتروني.

لقد عرف هذا المحتوى تحولات عميقة من حيث الكتابة الصحفية، فبعد أن كان الخبر يشغل الحيز الإعلامي الرئيس للمحتوى الصحفي طيلة القرن الخامس والسادس عشر أين سادت الأنواع الإخبارية، تسلل الجانب التفسيري والتوجيهي إلى المواد الإعلامية شيئا فشيئا، وظهرت أنواع صحفية تركز على الرأي تتميز بعمق الكتابة التأملية واعتمادها على الأسلوب القائم على الفكر والنقاش والتوجيه والتحليل

والتقسي في كتابة القصص الإخبارية، وبرزت بشكل ملموس مع ميلاد أول مجلة The Review لدانيال ديفو Daniel Defoe في 19 فيفري 1704، التي اختلفت من حيث الشكل والمحتوى عن الصحف المطبوعة في تلك الفترة، وتطورت الأنواع الصحفية فيما بعد بشكل لفت انتباه المفكرين والباحثين في فنون التحرير الصحفي، وحاول العديد منهم تصنيفها وفق لمتغيرات معينة، منها على أساس القيمة الوظيفية (وظيفة الإعلام ووظيفة التعبير عن الرأي) على غرار المدرسة الاشتراكية والأنجلوسكسونية، ومنها على أساس المزج بين وظيفة الإخبار أو الإعلام والرأي، وهو الاتجاه السائد في المدرسة الفرنسية.

ويمكن الإشارة، في هذا السياق، إلى إحدى التصنيفات للمحتوى الصحفي القائم على مجموعات تتمثل في الأنواع الإخبارية والفكرية والتعبيرية والاستقصائية، تحددت وفق أسس شكلت أنموذجا لأنماط الكتابة الصحفية، لا تزال قائمة إلى يومنا هذا تحاول التعايش والتكيف مع التحولات العميقة التي أحدثتها التقنية في شكل ومحتوى الأنواع الصحفية، وقد مثل ذلك جانبا من التطور الذي طرأ على المحمول كنتاج لتغير الحامل.

إذا سلمنا بأن الشكل والمحتوى في وسائل الإعلام يتغير وفقا لخصائص الحامل، فهذا يرخّص لنا المجازفة بالقول إنّ الأنواع الصحفية التي سادت في الصحافة التقليدية لقرون قد كان لها نصيب من هذا التحول بعد انتقالها إلى بيئة متعددة الوسائط والخدمات، مدعّمة بأدوات تكنولوجية ألفت بظلالها على أسس تحريرها وأساليب وشكل تقديمها إلكترونيا، فبعد أن كانت تحرر في إطار الكتابة المتأنية ومحدودية المساحة وتخصص الوسيلة وخطها الافتتاحي وميولات القائم بالاتصال، أصبحت خاضعة لسمات التحرير على الوسيط الإلكتروني القائم على الفورية والسرعة والانتشار الواسع ولا محدودية المساحة وتلبية احتياجات القارئ المستخدم وإشراكه في عملية إنتاج المحتوى الصحفي ودمج الوسائط المتعددة والنص الفائق وإتاحة التفاعلية والمشاركة والتغطية الآنية وتحديث المحتوى... إلخ

لقد أحدث هذا التحول الإلكتروني في التحرير والنشر الصحفي ثورة مكتملة المعالم، حيث أدى الانتقال من الحامل الورقي إلى الحامل الإلكتروني المجهز بمختلف البرامج الداعمة لعملية التحرير الصحفي والموصول بالإنترنت والأقمار الصناعية، إلى تحول عميق في الممارسة الصحفية عامة، وتحرير ونشر الأنواع الصحفية خاصة، بحيث لم يعد إصدار الصحيفة والتحقق من مصداقية الأخبار أولوية، بل أصبحت تسعى إلى نقل الأخبار وتحرير المقالات الصحفية وغيرها بطريقة جذابة تتلاءم وخصائص الحامل (الشاشة)، عن طريق صياغة عناوين جذابة وفقرات مختصرة ومركزة تتناسب مع

سمات القراءة لدى الجمهور المستخدم (Scan reader)، والاعتماد على الكلمات المفتاحية لتحسين مرئية الصحيفة على محرك البحث Google، واستغلال جميع الإمكانيات التقنية والفنية في تحرير الأنواع الصحفية إلكترونيا وتقديمها للقراء في الوقت المناسب مع إتاحة خدمات تفاعلية.

وبالتالي فإنّ ضرورة الاعتماد على مستحدثات البيئة الإعلامية الجديدة وأدواتها التقنية في تحرير الأنواع الصحفية بات مسألة ملحة، وهو ما أشار إليه مارك بريغز Mark BRIGGS حينما قال إنّ المستقبل هو الآن وأنّه ليس هناك وقت أفضل لأن تكون صحفياً، ودعي الصحفيين الشغوفين بعملهم استغلال ما تتيحه التكنولوجيا في رواية القصص وخدمة القراء بالمعلومات؛ : "إذا كنت تحب الصحافة، فعليك أن تحب امتلاك المزيد من الأدوات تحت تصرفك، والمزيد من التفاعل مع جمهورك والتخلي عن القيود التقليدية للزمان والمكان" (Briggs, 2007, p. 08).

وتتوافر الصحف الإلكترونية على هذه الأدوات في شكل تقنيات رقمية، دفعت بتحرير الأنواع الصحفية على الوسيط الإلكتروني إلى الانفتاح على أشكال جديدة لسرد القصص الإخبارية ونشر الأخبار بدعائم رقمية، ساهمت في صناعة إعلام متعددة الوسائط، كما أضافت خاصية التنوع للمضمون الصحفي وأتاحت خيارات كثيرة للقارئ المستخدم، وبذلك باتت توظّف كل من الصورة والصوت والفيديو والرسوم المتحركة في الأنواع الصحفية كوسائط مساندة ومكملة للمعنى سواء في الأخبار أو التقارير أو الأحاديث الصحفية أو التعليقات أو المقالات أو التحقيقات وغيرها، واستغلت هذه الأخيرة تقنية الربط الفائق التي تعدّ أساس بنية الشبكة العنكبوتية، من خلال اعتماد النص الفائق أو المتشعب في تحرير الأنواع الصحفية.

لقد أدى انتشار مستحدثات البيئة الإعلامية الجديدة في تحرير ونشر الصحف إلكترونيا إلى تطوير أساليب جديدة في تحرير الأنواع الصحفية على شبكة الويب، تتلاءم من جهة، مع جمهور القراء كمستخدمين منتجين للمضامين الرقمية وأكثر تفاعلا وانجذابا لأنماط الكتابة غير التقليدية، بميولات وعادات جديدة في قراءة المحتوى الصحفي عبر الشاشة، ومن جهة أخرى، مع خصائص الوسيط الإلكتروني، وعلى الرغم من أهمية توظيف تلك المستحدثات التقنية كعنصر أساس في التحرير والنشر الصحفي الإلكتروني، فإنّ شكل تقديم المحتوى الذي يعكسه البناء الفني للأنواع الصحفية كالعناوين وحجم وشكل الخط ونوعه، وعدد الكلمات وبنية الفقرات والفواصل وغيرها بما يتوافق وسمات الشبكة العنكبوتية يعدّ عاملا أساسيا في تجانس الشكل والمحتوى الصحفي الإلكتروني، وبالتالي فإنّ البناء الفني

للنص المدعوم بالوسائط الفائقة والخدمات التفاعلية مثل Talkback ومنتديات الحوار والبريد الإلكتروني وغيرها يمثل الوجه الجديد الذي يجب أن تتمظهر فيه الأنواع الصحفية في الصحف والمواقع الإخبارية. ومع أنّ الوفرة التقنية التي تتمتع بها الكتابة على الويب جعلتها أكثر مرونة من الكتابة الخطية من حيث لامحدودية المساحة، والقدرة على تخزين واسترجاع المعلومات وتحديث الأخبار، بالإضافة انفتاح النص باستخدام تقنيات النص الفائق والوسائط المتعددة والإخراج الفني للصحيفة وغيرها، إلا أنّ هاجس الوقت والسرعة الفائقة والتدفق الهائل للمعلومات والأخبار على مدار الساعة أعطى الأولوية للأنواع الإخبارية على حساب الأنواع الأخرى، وشكّل في الوقت ذاته تحدّ كبير أمام المواقع والصحف الإلكترونية لتتويج مضامينها بتحريرها للأنواع الصحفية التي تستند إلى الرأي والفكر والتحليل والنقاش والاستقصاء والحوار كالمقالات بأنواعها والتعليقات والتحقيقات والريورتاجات والبورترهات والرسومات الكاريكاتيرية والحوارات.

على ضوء ما تمّ ذكر أعلاه، قامت الباحثة بتقسيم الدراسة الموسومة بـ: «الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة: دراسة وصفية تحليلية لموقع الشروق أونلاين»؛ إلى إطار منهجي وإطار نظري تضمّن فصلين وإطار تطبيقي كالتالي:

أما المقاربة المنهجية للدراسة، تناولت فيها الباحثة إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية التي تمحورت حول الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين وكذا العناصر الفنية والتقنية المشكلة لبنيتها وحجم وكيفية توظيفها في التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية، كما تضمّنت أهمية الدراسة وأهدافها، ومنهج الدراسة وأدواتها، وتحديد مجتمع الدراسة وحصص عينته، حيث اعتمدت هذه الدراسة التي تندرج ضمن الدراسات الوصفية المبنية على منهج المسح، باستخدام أداة تحليل المضمون كأداة رئيسة لجمع البيانات، بالإضافة إلى الأدوات الكيفية المساعدة كالملاحظة العلمية والمقابلة المقننة، كما تمّ ضبط المفاهيم المتعلقة بالدراسة بعد الانتهاء من القراءة المنهجية لمختلف الدراسات المشابهة والتي اقتربت من موضوع الدراسة، مما ساهم في بناء قاعدة تأسست كمنطلق وركيزة للدراسة الحالية.

وتتضمن المقاربة المنهجية للدراسة المدخل التنظيري حيث تمّ الاعتماد على عدد من النظريات المرتبطة بالبيئة الإعلامية الجديدة من أجل فهم شكل وبنية النص في الأنواع الصحفية على الحامل

الإلكتروني، كمنظومة التشكل العضوي لوسائل الإعلام أو التحول الرقمي والمدخل المهجن ونظرية النص الفائق.

أما الفصل الأول: «الصحافة الإلكترونية ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة»، فيتعلق بالجانب النظري للدراسة، ويتناول التأصيل العلمي والنظري لعلم البيئة الإعلامية وعرض بعض الأدبيات البحثية المؤسسة له ودراسة الوسائط كبيئات إعلامية جديدة، وتم التركيز فيه على التطور التكنولوجي في مجال النشر الصحفي وأنواعه والتعرف على التكنولوجيا المساندة للنشر الإلكتروني المعتمد على الإنترنت وخدمات الويب، وحاولت الباحثة الكشف عن مجالات استفادة الصحف من النشر الإلكتروني من جمع المادة الصحفية وتحريرها ونشرها وتخزينها واسترجاعها.

كما يتناول الفصل الصحافة الإلكترونية وارهاسات الانتقال من الحامل الورقي إلى الحامل الإلكتروني، حيث تمّ خلاله سرد كرونولوجي لظروف نشأة الصحافة الورقية وتطورها من مرحلة ما قبل اكتشاف الطباعة إلى غاية مرحلة انتشارها ومن ثمّ تطورها إلى صحافة إلكترونية، وسرد مسيرة هذا التطور في العالم والوطن العربي وفي الجزائر، ويتضمن الفصل ماهية الصحافة الإلكترونية وأنواع الصحف وعلاقة الصحافة الإلكترونية بالورقية، وتحديد مظاهر الاختلاف بينهما وطبيعته.

أما الفصل الثاني: فيتعلق بالتحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب، واستهل بمدخل إلى التحرير الصحفي الإلكتروني وفنونه على شبكة الويب، تناول أسس وإمكانيات التحرير الصحفي الإلكتروني، والأنواع الصحفية وتصنيفاتها بالإضافة إلى البناء الفني من حيث العناصر التيبوغرافية وأوعيتها التي تنوعت بين قوالب فنية تقليدية وأخرى حديثة.

كما يتناول الفصل تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم النص الفائق "النص الشعبي"، حيث تمّ تحديد أنواع وخصائص النص الفائق على شبكة الويب وأشكاله في الصحف الإلكترونية، وتوظيف النص الفائق في بنية الأنواع الصحفية، وطريقة البناء والربط الشبكي له، وكذا معايير تقييم هذا التوظيف.

ثم انتقلت الباحثة إلى محور تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم الوسائط المتعددة، حيث تمّ تحديد مفهوم الوسائط المتعددة وخصائصها، وعناصرها في الصحف الإلكترونية بالإضافة إلى أشكال توظيفها في تحرير الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية.

وتطرقت الباحثة في هذا الفصل إلى عملية تحرير الأنواع الصحفية وفقا لاحتياجات المستخدم المنتج "التفاعلية وتحديث المحتوى"، حيث تمّ تحديد مفهوم التفاعلية وأبعادها، بالإضافة إلى أدوات وأشكال التفاعلية في الصحف الإلكترونية وخدماتها، كما يتناول الفصل خاصية تحديث المحتوى في الصحف والمواقع الإلكترونية، وعملية تحرير المحتوى وفقا لاحتياجات المستخدم التفاعلية.

أما الفصل الثالث: فيتناول الدراسة التحليلية والمتمثلة في عرض النتائج الكمية لتحليل عينة الدراسة المتمثلة في مضمون صفحة أخبار الجزائر في موقع الشروق أونلاين ليوم كامل خلال فترة الدراسة الممتدة من 13 إلى 23 جانفي 2023، حيث تمّ الكشف عن أهم الأنواع الصحفية التي تمّ تحريرها ونشرها في موقع الشروق أونلاين، وتحليل بنيتها الفنية والتقنية، استنادا إلى نوع العناوين وحجم النصوص واستخدام الكلمات المفتاحية، وكذا حجم وكيفية توظيفها لمتغيرات البيئة الإعلامية الجديدة كالنص الفائق والوسائط المتعددة وموقعها في بنية النص والأدوات التفاعلية وكذا طبيعة تحديث المحتوى خلال فترة الدراسة، من خلال تقديم قراءة إحصائية تحليلية للنتائج المبوبة في الجداول البسيطة والمركبة من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية.

وأخيرا تمّ عرض النتائج العامة، وخاتمة الدراسة مع التوصيات التي نرجو أن تسهم في بناء نظري معرفي حول بنية الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية، ليستفيد منها الصحفيين الجزائريين خصوصا، والباحثين في الأساليب الجديدة للتحرير الصحفي المعتمد على التقنية الرقمية في إنتاج النصوص ومختلف الأنواع الصحفية، وأن تفتح هذه نتائج الدراسة آفاق جديدة للبحث في كيفية توظيف واستخدام تقنيات التحرير الإلكتروني المتاحة في تحرير الأنواع الصحفية في بيئة متعددة الوسائط والخدمات تمثلها الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية في الجزائر.

الإطار المنهجي

- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- أهداف الدراسة وأهميتها
- منهج الدراسة وأدواته
- مجتمع البحث وعينته
- صدق وثبات التحليل
- تحديد مفاهيم الدراسة
- مراجعة الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها
- المدخل التنظيري للدراسة
 - الخلفية النظرية للدراسة
 - مدخل التشكل العضوي لوسائل الإعلام أو التحول الرقمي
 - المدخل المهجّن
 - نظرية النص الفائق



❖ الإطار المنهجي للدراسة

📌 إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

إذا كان اكتشاف الكتابة في 3200 سنة قبل الميلاد يعتبر منعطف البشرية الكبير الذي نقل الإنسان من عصور ما قبل التاريخ إلى العصور التاريخية، وحفظ ذاكرتها لقرون غابرة وشكل أداة من أدوات التعبير والإعلام، فإن ثورة الاتصال والمعلومات قد نقلت الإنسان من عصر الاتصال الجماهيري أحادي الاتجاه إلى عصر الاتصال الرقمي التفاعلي، أين تسيطر التقنية على المعلومات وتشرها لحظة بلحظة مشكلة سيلا من التدفق المعلوماتي يصعب صده أو محاصرته؛ إنّه عصر التحول الرقمي الذي يشهده عالمنا الصغير اليوم، والذي يعدّ ولادة جديدة لعالم تعيش فيه الآلة مع الإنسان وتساهم في رسم وجه جديد للواقع على هذا الكوكب.

فمنذ مطلع القرن الواحد والعشرين شهد العالم انفجارا معلوماتيا غير مسبوق، لعبت فيه تكنولوجيا الاتصال الحديثة الدور الأساس في إعادة تشكيل المشهد الاتصالي، وكان لها الأثر البالغ في التحول الجذري الذي مسّ جميع مناحي الحياة، وتعدّ الصحافة من بين المتأثرين بهذه المستجدات بفضل اندماج تكنولوجيا المعلومات والحواسيب والأقمار الصناعية والإنترنت، فاندماج الاتصال بالإعلام وأعدت تقنيات الاتصال الحديثة صياغة بيئة إعلامية جديدة لا تختلف عن مفهوم البيئة بحدّ ذاتها، فبإسقاطها عليها نجد أنّ البيئة الإعلامية ترتبط بالوسط الحي وما يضمّه من كائنات حيّة ممثّلا في المستخدمين سواء أكانوا صحفيين أو قراء، وبالوسط اللّاحي الذي يعكسه المدى الحيوي الجغرافي الافتراضي ممثلا في الوسيط الإلكتروني وما يحتويه من برمجيات وتقنيات وشبكة الإنترنت التي ربطت بين كل هذه العناصر وأحلّت قواعد اتصالية غير مألوفة، تبادل فيها كل من المرسل والمستقبل الأدوار وأصبح التفريق بين أطراف العملية الاتصالية غاية في التعقيد.

وفي خضمّ هذا التحول الواسطي للصحافة، لم يتمكن القارئون على المؤسسات الإعلامية والصحفية من الصمود أمام هذا المد التكنولوجي الكبير، وآثر العديد منهم في البداية، نقل صحفهم المطبوعة إلى الوسيط الإلكتروني في شكل صحف على الخط ثم التحقت بهم البقية، وتطورت إلى أن ظهر فيما بعد صحف إلكترونية مستقلة لا تملك نسخة ورقية، ونتج عن هجرة الصحف إلى شبكة الويب تحول الصحافة من مطبوعة إلى إلكترونية والكتابة من خطية إلى لا خطية، وبات التحرير الصحفي يتم على وسيط

إلكتروني مجهز بدعائم تقنية، توفر على المحرر الصحفي الجهد والوقت في إنتاج وتصميم ونشر وتشارك المنتج الصحفي المتضمن شتى الأنواع الصحفية التي يتم تحريرها ونشرها على الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.

إنّ الوفرة التقنية التي تتمتع بها شبكة الإنترنت جعلت تحرير الأنواع الصحفية على الويب أكثر مرونة من حيث لامحدودية المساحة، والقدرة على تخزين واسترجاع المعلومات وتشبيكها وتحديث الأخبار على مدار الساعة، كما أضافت لها المرونة الزمنية للاتصال والخدمات التفاعلية التي تقودها الحاسبات الإلكترونية Computer Mediated Communication (CMC)، حيث تسمح بتفاعل المستخدمين فيما بينهم حول المضامين الصحفية ومشاركتها على نطاق واسع في الزمن الحقيقي، والاستفادة من تقنيات النص الفائق والوسائط المتعددة وغيرها.

إنّ عملية تبني هذا المبتكر الجديد في التحرير الصحفي الإلكتروني كان له امتداد على طرائق تحرير الأخبار ونشرها على الويب، ولم تعد الأنواع الصحفية مجرد سرد أو وصف أو تحليل أو تقصى للأحداث بل أصبحت صناعة تكنولوجية بأبعاد صحفية إعلامية يقدم فيها المحتوى بطابع مستعجل كاستجابة طبيعية لضغط التدفق المستمر للأخبار، ثم يعاد صياغتها وتحديثها في كل مرة في شكل أنواع صحفية مختلفة، منها إخبارية، فكرية، تعبيرية، استقصائية، وباتت الأنواع الصحفية تكتب وتقرأ باستخدام النص الفائق وتسمع وتشاهد بفضل الوسائط المتعددة من صورة وصوت وفيديو، ويتم التعليق على مضمونها ومشاركتها من قبل المتلقي المستخدم بالاعتماد على الأدوات التفاعلية المتاحة، متجاوزة بذلك حدود جمهور الصحيفة الإلكترونية المحلي إلى جمهور أوسع يتلقى نفس المضامين التي يحررها الصحفيون ويتمتع بنفس الخدمات التي يوفرها الموقع، ليصبح بذلك منتج مستخدم يساهم في إعادة إنتاج المضامين الصحفية ونشرها بدلا من استهلاكها بشكل سلبي.

إنّ المشهد الإعلامي اليوم يؤكد على أنّ عملية التحرير الصحفي الإلكتروني قد عرفت تحولات كبرى على مستوى توظيف التقنيات الحديثة في صياغة الأنواع الصحفية وفقا لخاصية النص الفائق، والكتابة متعددة الوسائط و توظيف أدوات التفاعلية بالإضافة إلى الأنية والتحديث المستمر للمادة الصحفية استجابة لمتطلبات واحتياجات المنتج المستخدم، ما نتج عنه صياغة قواعد جديدة للكتابة تتلاءم وطبيعة الوسيط الإلكتروني، وسنّ بذلك قواعد جديدة في البناء الفني والشكلي للأنواع الصحفية في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، حيث باتت الأنواع الصحفية تحرر إلكترونيا بأساليب محددة

فرضتها البيئة الإعلامية الجديدة منها استخدام عناوين فرعية لفقرات قصيرة ومركزة مدعومة بتقنية النص الفائق والإحالات التشعبية والوسائط المتعددة والأدوات التفاعلية وغيرها.

وإذ تسلّم الباحثة بأنّ من الأهمية بمكان استكشاف وتوصيف وتحليل الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة، إيماناً منها بأنّ دراسة الأنواع الصحفية في الصحف الإلكترونية يمكن أن تكشف عن مستوى وحجم تبني الصحف والمواقع الإلكترونية وكيفية توظيفها للتقنيات الحديثة في تحريرها للأنواع الصحفية، ومدى استمرارية تعايش هذه الأنواع ضمن نظام معقّد من التقنيات، كما يتيح إمكانية تقييم الوضع الراهن من خلال معرفة ما إذا كانت الأنواع الصحفية تعدّ مجرد امتداد لشكلها التقليدي ضمن سلسلة من التكيّفات التدريجية، أم أنّها أنواع جديدة صممها وأنتجها التحرير الصحفي الإلكتروني في ظلّ البيئة الإعلامية الجديدة.

وعليه تحاول الباحثة من خلال هذه الدراسة توصيف البناء الفني والتقني للأنواع الصحفية بموقع الشروق أونلاين وسماتها الشكلية المكتسبة في ظلّ البيئة الإعلامية الجديدة وكذا كيفية وحجم توظيف المتغيرات التقنية في بنيتها، وفي هذا السياق تقوم الباحثة بدراسة الأنواع الصحفية التي تمّ حصرها في عينة قصديّة تتكون من 287 مفردة من ضمنها 17 تمّ حذفها من الموقع بعد النشر، وبذلك تتحدّد عينة البحث في 270 مفردة قابلة للدراسة، نشرت على صفحة أخبار الجزائر في موقع الشروق أونلاين خلال الفترة الممتدة من 13 إلى 22 جانفي 2023، وهي الفترة التي تسنى للباحثة خلالها ملاحظة ورصد طبيعة التحديث لمضامين الأنواع الصحفية في طبيعتها التجديدية غير المنتظمة، والتي تطلبت مراقبة حثيثة ومستمرة على مدار الساعة للتحديثات التي جرت على الأنواع الصحفية التي تمّ تحريرها ونشرها خلال فترة الدراسة.

ومن أجل رصد أهم الأنواع الصحفية التي تنتشر على الموقع، وتوصيف وتحليل العناصر الفنية والتقنية المشكّلة لبنيتها، وحجم وكيفية توظيفها، تمّ الاعتماد على مجموعة من المؤشرات الفنية المتمثلة في العناوين بأنواعها ومستوى صياغتها، والمتون وتقسيماتها من مقدمة وفقرات، وحجم النص وتوازنه من حيث عدد الكلمات والفقرات والكلمات المفتاحية في النوع الصحفي؛ بالإضافة إلى التعرف على مستوى وكيفية توظيف العناصر التكنولوجية من خلال مجموعة من المؤشرات تتعلق بتقنية النص الفائق، وطبيعة الإحالات إن كانت داخلية أو خارجية، وكذا علاقتها بمحتوى النوع الصحفي، وطبيعة تحديث الأخبار، وتنوّع توظيف الوسائط المتعددة، ومعرفة مدى إتاحة التفاعل من حيث توفر الأدوات

التفاعلية في الأنواع الصحفية، ورصد رجح الصدى حولها، وكذا موقعة عناصر الربط الفائق من وسائط متعددة وإحالات تشعبية.

من أجل ذلك تقوم الدراسة على وصف الأنواع الصحفية التي تمّ تحريرها ونشرها في موقع الشروق أونلاين، وتحليلها في إطار فئة الشكل واستبعاد فئة الموضوع باعتبار أنّ الأنواع الصحفية يمكنها على اختلاف تصنيفاتها أن تتناول نفس الموضوع بتفاصيل أكثر أو أقل، كما أنّ؛ "المنظومات التربوية في أغلب أقطار العالم بما فيها المنظومة الجزائرية تعمل بنظرية الفصل بين الشكل والمضمون في تدريس النصوص الأدبية والمواد الإعلامية" (رزاق، 2009، صفحة 40)، حتى وإن كانت الأولوية للفكرة والأحاسيس عند بعض الباحثين، فإنّ الشكل هو الذي يجسدهما واقعيًا، كما أنّ الموضوع أو الفكرة في الصحافة الإلكترونية ترتبط بالبيئة الخارجية التي تحوي مجموع القيم، بينما الشكل يتعاطم دوره بارتباطه بالوسيط الإلكتروني الذي أتاح تدفق أني للأخبار ومساحة أوسع للكتابة الأخطية، وسمح بخلق أساليب تحرير وأشكال عرض جديدة للأنواع الصحفية، كما أنّ الشكل يمكن أن يساهم في بناء المعنى، وهو ما أكد عليه البروفسور العياضي "فالشكل الذي يرتبط بالأحاسيس أصبح ناقلًا للمعنى، أو تحول إلى عنصر نشيط في إنتاج المعنى في عملية الاتصال والإعلام" (لعياضي، 2007، صفحة 6).

إنّ كل هذه الميزات التي وردت أعلاه تعدّ بمثابة الركيزة التي انطلقت منها الدراسة لتقييم الوضع الراهن للأنواع الصحفية وسماتها من حيث بنيتها الفنية والتقنية وكيفية توظيفها في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، وتأسيسًا على ذلك تتحدد المشكلة البحثية في السؤال الرئيس الآتي:

ما سمات الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين في ظل البيئة الإعلامية الجديدة خلال الفترة الممتدة من 13 إلى 22 جانفي 2023؟

ويندرج تحت هذا السؤال الجوهرى التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة؟
- ما السمات الشكلية لبنية النصوص والعناوين في الأنواع الصحفية عينة الدراسة؟
- كيف تمّ توظيف تقنيات النص الفائق وما مدى حضوره في تحرير الأنواع الصحفية عينة الدراسة وإضافته لخلفيات حول مضامينها؟
- ما حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية عينة الدراسة وما مدى تنوعها؟

- ما موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية محل الدراسة؟
- ما شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية عينة الدراسة؟
- ما شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين؟

أهداف الدراسة وأهميتها:

• أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم الأنواع الصحفية التي يتم تحريرها ونشرها في موقع الشروق أونلاين والتعرف على البناء الفني والتقني الذي تتمظهر فيه الأنواع الصحفية على شبكة الويب، وما إذا تأثر تحريرها بمتغيرات البيئة الإعلامية الجديدة وخصائص الوسيط الإلكتروني، من خلال توصيفها وتحليل بنيتها وسماتها في الموقع؛ "وتعكس أهداف الدراسة في العادة المحاور الرئيسية والتي تترجمها فرضيات الدراسة وتساؤلاتها" (بن مرسل، 2010، صفحة 89)، وعليه فإن أهداف الدراسة توجه البحث إلى مسار ينتهي بالإجابة عن جميع جزئيات سؤال الإشكالية، وهو ما يجعلها عماد كل بحث علمي، وفي هذا الإطار تنقسم أهداف الدراسة إلى محورين، الأول يتعلق بالسمات الشكلية للأنواع الصحفية ويقصد به (البناء الفني)، أما الثاني فيخص الجانب التكنولوجي المتعلق بالامكانيات التي يتيحها الوسيط الإلكتروني ومستوى وكيفية توظيف خصائصه في تحرير الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين ويقصد به (البناء التقني)، وهي كالتالي:

◀ التعرف على أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في التحرير الصحفي الإلكتروني على موقع الشروق أونلاين.

◀ الكشف عن أشكال تقديم الأنواع الصحفية ووصفها وتحليلها في إطار بيئة متعددة الوسائط والخدمات من خلال مجموعة من المؤشرات تتمثل في:

- السمات الشكلية للعناصر البنائية الفنية وكيفية توظيفها (العناوين ومستوى صياغتها).
- توازن النص من حيث المتون وتقسيماتها من مقدمة و فقرات وعدد الكلمات والفقرات في النوع الصحفي واستخدام الكلمات المفتاحية والربط بالمواضيع ذات الصلة.

◀ التعرف على حجم وشكل توظيف خصائص الوسيط الإلكتروني والتقنيات الحديثة في تحرير الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة من خلال المؤشرات الآتية:

- الكشف عن مستوى وكيفية توظيف تقنيات النص الفائق وطبيعته (داخلية أو خارجية) ومدى إثراءه للأنواع الصحفية بمعلومات وخلفيات لها علاقة بالمواد الصحفية.
- الكشف عن مستوى وطبيعة توظيف الوسائط المتعددة ومدى تنوعها في الأنواع الصحفية عينة الدراسة.
- تحديد موقعة عناصر الريط الفائق من وسائط متعددة وإحالات تشعبية وطبيعتها في بنية النص.
- معرفة شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة من حيث توفر الأدوات التفاعلية في الأنواع الصحفية عينة الدراسة، وتحكم الموقع في إتاحة أو حجب تعليقات القراء.
- التعرف على كيفية تحديث محتوى الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين وطبيعة تغطية الأحداث العاجلة.

• أهمية الدراسة:

في الواقع يعدّ تقييم الوضع الراهن لشكل الأنواع الصحفية في بيئة متعددة الوسائط والخدمات وفهم آليات التحرير الإلكتروني ومستوى توظيف تقنياته من خلال الوصف والتحليل لأساليب عرض الأنواع الصحفية في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، مصدرا معرفيا مهما يساهم في تكوين نظرة علمية حول بنية وشكل الأنواع الصحفية في ظل الانتشار الواسع لمستحدثات البيئة الإعلامية الجديدة في التحرير الصحفي، مما يسمح بفتح آفاق جديد للدراسة في هذا المجال، كونه يكشف عن مدى تأثر الكتابة الصحفية بتحول الوسيط وكيفية استمرار تعايش هذه الأنواع الصحفية ضمن نظام معقد من التقنيات وكذا درجة ارتباطها بمخيل الصحافة المطبوعة، كما يكشف عمّا إذا كانت الأنواع الصحفية تعدّ مجرد امتداد لشكلها التقليدي أو أنواع جديدة صممها وانتجها كل من التحرير والنشر الإلكتروني، وإن كان هذا الانتقال إلى الحامل الإلكتروني سيؤدي إلى خلق أنواع صحفية جديدة أم أنه سيحافظ على الأنواع الصحفية التي سبق التحرير بها، كما تتبع أهمية الدراسة من أهمية الشكل كعنصر أساس في بناء وترسيخ المعنى، يقوم على عرض المضمون الصحفي بطريقة جذابة مختصرة ومشبكة لإضافة تفاصيل جديدة مكتملة للمعنى في المضامين الإعلامية على المواقع الصحفية الإلكترونية.

ونظرا لقلّة الدراسات التي تقوم على تحليل سمات الأنواع الصحفية على الحامل الإلكتروني في شقيها الفني والتقني، فإنّ هذه الدراسة باعتبارها بناء نظري معرفي حول بنية الأنواع الصحفية وشكلها

في العملية التحريرية الإلكترونية، يمكن اعتبارها كمرجع يستفيد منها الصحفيين والباحثين المهتمين بالبحث في الأساليب الجديدة للتحرير الصحفي المعتمد على التقنية الرقمية في إنتاج النصوص ومختلف الأنواع الصحفية، لذلك ترجو الباحثة أن تفتح نتائج هذه الدراسة آفاقا جديدة للتحرير الصحفي الإلكترونية والتوظيف الفعال والاستفادة القصوى من تقنياته في البناء الفني للنصوص التي تحرر وتنتشر على الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.

✚ منهج الدراسة وأدواته:

• نوع الدراسة:

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تسعى إلى تحقيق مقارنة بين الجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع، والتعرف على الظاهرة بطريقة وصفية تحليلية مبنية على الدقة والموضوعية، فهي تسعى لمعرفة أساليب عرض وتقديم المحتوى الصحفي في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، من خلال عرض وتوصيف الخصائص الفنية والتقنية والسمات الشكلية للأنواع الصحفية بموقع الشروق أونلاين، بهدف رصد وتحليل شكلها من جهة والتعرف على مستوى وكيفية توظيف خصائص ومتغيرات البيئة الإعلامية الجديدة في الأنواع الصحفية، ممثلة في الموقع الإخباري للشروق أونلاين.

من أجل ذلك قامت الباحثة بجمع معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة، ومن ثم تحليلها موضوعيا باستخدام أساليب كمية، اعتمادا على المعطيات التي جمعتها من موقع الشروق أونلاين، بهدف رصد ووصف وتحليل خصائص الظاهرة من أجل إيجاد العلاقة بين متغيرات الدراسة دون الدخول في الأسباب، وهو ما يميز الدراسات الوصفية عن غيرها. " فهي تسعى إلى بناء فرضيات للباحثين والخروج بنتائج (زغيب، 2000، صفحة 90)، وليس بالضرورة الوصول إلى نتيجة، كما أنّها من أكثر أنواع الدراسات استخداما في الإعلام والاتصال.

• منهج الدراسة:

المنهج هو الطريقة التي يسلكها الباحث للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها مشكلة بحثه (سبتي، 2014، صفحة 25)، فهو من أساسيات البحث العلمي حيث يوظف في جميع ميادينها مهما كان تخصصه، ويعرفه محمد زيان عمر بأنه "فنّ التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار من أجل الكشف عن

الحقيقة أو البرهنة عليها" (زيان، 1987، صفحة 8). ويعتبر ضروريا في أيّ بحث علمي حيث يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية.

وحتى يتسنى للباحثة الإجابة عن التساؤلات البحثية والكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها بشكل موضوعي وعلمي، اعتمدت في هذه الدراسة على:

← منهج المسح:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الذي يعدّ من أكثر المناهج شيوعا في الدراسات الإعلامية؛ وهو يعتمد على التحليلات الكمية والكيفية، حيث يسعى الباحث إما إلى مسح جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين، أو مسح الرأي العام أو مسح الوسيلة الإعلامية أو مسح المحتوى (المضمون) (حسين حافظ، 2007، صفحة 95).

وبما أنّ الدراسة الحالية تنتمي إلى مجال الدراسات الوصفية والتحليلية التي تقوم على وصف الظاهرة كما هي في الواقع في مجتمع بحثي محدد بالاستعانة بمعطيات كمية وكيفية، فقد استعانت الباحثة بمنهج المسح التحليلي لتحليل الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين، والذي يمكن اعتباره الأكثر ملائمة مع طبيعة الدراسة والإشكالية المطروحة، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، بالكشف عن سمات وبنية الأنواع الصحفية، ومدى وكيفية توظيفها للخصائص التقنية في عملية تحرير الصحفي على شبكة الويب، كنتاج لمتطلبات البيئة الإعلامية الجديدة، وذلك بالاستناد إلى مصادر المعلومات والبيانات التي تم تجميعها عن طريق أدوات الدراسة، حيث؛ "يقوم المسح على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها" (بن مرسلي، 2010، صفحة 28)، وهو من أكثر البحوث استخداما في مجال الإعلام والاتصال، أين يكتفي الباحث بوصف الظاهرة وحدودها وكرونولوجيتها.

📌 أدوات الدراسة:

يعتمد نجاح أيّ بحث علمي على مدى فعالية الأدوات التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة، ويقوم الباحث باختيارها وفقا لأهداف البحث، وتعدّ مرحلة البحث المرحلة الوسيطة بين الإطار النظري والميداني في البحث، وتتحدد بمجرد الإجابة على السؤال بم؟، وهو ما يؤكد الدكتور الحسين مصطفىاوي بقوله؛ "إنّ مفهوم الأداة هو الوسيلة التي يجمع بها الباحث البيانات

التي تلزمه وبهذا المعنى فهو يجيب على الكلمة الاستفهامية بم أو بماذا؟ وبالتالي فإنه يجيب على هذا الاستفهام بتحديد نوع الوسيلة أو الأدوات اللازمة لجمع المعطيات " (الحسين، دس-ن).

ومن هذا المنطلق تحدد الأدوات المناسبة للبحث الحالي في مجموع الأدوات التي يتم توظيفها عادة في هذا النوع من الدراسات بغية الحصول على البيانات وهي: الملاحظة، تحليل المضمون والمقابلة المقننة.

• الملاحظة العلمية:

ربط الدكتور العساف صالح بن حمد الملاحظة بقرينة البحث العلمي في تعريفه الاصطلاحي، وهو ما يهتم في هذه الدراسة، كونها أحد أدوات البحث التي يتم تجميع المعلومات بواسطتها بغرض الإجابة عن أسئلة البحث واختيار الفروض، ويعرفها بأنها؛ " الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين، بقصد متابعته ورصد تغيراته لتمكن الباحث من وصف السلوك أو وصفه وتحليله، أو وصفه وتقويمه" (صالح بن حمد، 2010، صفحة 406)، وتعني من وجهة نظر الدكتور سعد سليمان المشهداني "المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك ما أو ظاهرة معينة في ظل ظروف وعوامل بيئية معينة بغرض الحصول على معلومات دقيقة لتشخيص هذا السلوك أو الظاهرة" (المشهداني، 2017، صفحة 118)، كما تعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في الدراسات الوصفية؛ "وتعني ملاحظة الباحث للمجتمع المدروس للتعرف على خصائصه، وهناك نوعان: الملاحظة بالمشاركة، ودون مشاركة" (بصافة، 2018، صفحة 11).

وفي إطار هذه دراسة، جاءت الملاحظة العلمية لتساند تحليل المضمون، وهو التوجه الذي يؤمن به الدكتور محمد الجوهري لدى تفسيره العلاقة بينهما، حيث يرى أنّ؛ "تحليل المضمون يمكن عالم الاجتماع من ملاحظه سلوك الأفراد بطريقة غير مباشرة، من خلال تحليله للأشياء التي يكتبونها، وهي ما تسمى بالرموز اللفظية" (عبد الفتاح و هيبية، 2009، صفحة 192)، يتضح من هذا المفهوم أنّ هناك جوانب للسلوك والظواهر لا يمكن معرفتها بواسطة الأدوات البحثية الأخرى التي يجيزها البحث العلمي، حيث يتفوق عليها تحليل المضمون الكمي لمجموع المعطيات المتحصل عليها عن طريق الملاحظة للرموز سواء أكان المحتوى مكتوباً أو مصوراً، ثابتاً أو متحركاً، وهذا ما جعل كل من بورق وقول (1979)

يعتبران أنّ؛ "تحليل المضمون من الدراسات التي تعتمد على الملاحظة" (صالح بن حمد، 2010، صفحة 236).

كما أنّ الاستعانة بالملاحظة الكيفية لأنواع الصحفية المنشورة على موقع الشروق أونلاين، ساهمت بشكل فعال في رصد طبيعة تحديث المحتوى كونه يحدث بطريقة غير منتظمة ولا محددة زمنياً، كما ساهمت الملاحظة العلمية المباشرة للمحتوى في التعرف على شكل وبنية الأنواع الصحفية الفنية ودعائها والتقنية وكيفية توظيفها على الحامل الرقمي الإلكتروني، وهو ما مكّن الباحثة من تحديد فئات تحليل المحتوى الرئيسية والفرعية بدقة.

• المقابلة المقننة:

المقابلة من الأدوات البحثية الكيفية التي يمكنها أن تقدم معلومات وتفاصيل لا تستطيع الأدوات البحثية الأخرى الوصول إليها وحصرها ويعرفها الدكتور محمد عبد الحميد بأنّها؛ "تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معيّن" (عبد الحميد، 2004، صفحة 392).

وتشكل المقابلة المقننة نوعاً من أنواع المقابلة العلمية التي تنتمي إلى أدوات التحليل الاثنوغرافي والتي توظف في البحوث النوعية، وعليه يأتي توظيف المقابلة المقننة في هذه الدراسة كأداة ثانوية مساعدة في جمع المعلومات حول الظاهرة محل الدراسة وكذا تحليل وتفسير النتائج، وبعد تحديد عدد من الأسئلة بناء على ملاحظات الباحثة لعينة الدراسة، تمت المقابلة المقننة مع القيادة التحريرية ممثلة بالمدير الرقمي لموقع الشروق أونلاين السيد سمير فارس.

• أداة تحليل المضمون:

يقوم تحليل المضمون "على وصف منظم ودقيق لمحتوى نصوص مكتوبة أو مسموعة من خلال تحديد موضوع الدراسة وهدفها وتعريف مجتمع الدراسة الذي سيتم اختيار الحالات الخاصة منه لدراسة مضمونها وتحليله" (مصطفى عليان، د.س.ن، صفحة 54)، ويعرف مسكوفيشي (Moscovici) وهنري (Henery) تحليل المحتوى "بأنّه عبارة عن مجموعة متباينة من التقنيات، تستخدم لمعالجة المواد اللغوية، قد يتم جمعها من خلال الاستطلاعات أو المقابلات أو قد تكون مواد مكتوبة تم جمعها لأغراض البحث، مثل المقالات الصحفية والقصص والشهادات والخطب السياسية والأعمال الأدبية وما إلى ذلك، أيّ شيء يقال أو يقرأ يخضع لتحليل المضمون" (Henry & Moscovic, 1968, p. 36).

وقد تمّ الاعتماد على تحليل المضمون في هذه الدراسة كأداة رئيسية لجمع البيانات وتحليل محتوى عينة الدراسة، على اعتبار أنّها تبحث في العناصر البنائية التي تتمظهر فيها الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين، حيث تمّ تصنيفها في عناصر بنائية فنية وأخرى تقنية رقمية، وعليه فإنّ استخدام تحليل المحتوى كأداة وأسلوب يعدّ بمثابة دعامة أساسية في تحليل البيانات واستخلاص النتائج والكشف عن المعايير الفنية والتقنية في الإنتاج الإعلامي الإلكتروني، أو بصفة أدقّ توصيف وتحليل بنية الأنواع الصحفية التي يتم تحريرها ونشرها إلكترونياً بالموقع الإخباري للشروق أونلاين في شكل مواد صحفية تتضمن نصوصاً فائقة بروابط وإحالات تشعبية ووسائط متعددة "الملمتديا" وأدوات تفاعلية وتحديث المحتوى.

ومن أجل تفسير النتائج بشكل أعمق، تمّ دعم التحليل الكمي بتفسيرات تأسست على ضوء البيانات والمعطيات التي تمّ جمعها عبر الأدوات الكيفية للدراسة (الملاحظة والمقابلة المقننة).

وقد صمّمت لذلك استمارة تحليل المضمون -بما يتوافق مع خصائص الصحافة الإلكترونية- على النحو التالي:

◀ وحدات التحليل:

ويقصد بوحدة التحليل "مقطع محدّد من رسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس خصائص وطبيعة الفئة" (قزادري ، 2015، صفحة 33)، ونظراً للطابع الكمي الذي يكتسيه تحليل المحتوى في وصف عناصره وصفاً كمياً، فإنّ عملية تجزئة المحتوى إلى وحدات التسجيل التي يتم على ضوئها قياس فئات التحليل يعدّ خطوة أساسية في الجرد والتحليل والتفسير الموضوعي للظاهرة محل الدراسة.

وبما أنّ مجتمع الدراسة يتمثل في موقع صحفي إلكتروني على شبكة الويب، فإنّ كثافة النشر بالإضافة إلى الطبيعة التجديدية التحديثية للمضمون تفرض علينا تحديد المحتوى الصحفي المنشور على صفحة أخبار الجزائر في موقع الشروق أونلاين خلال يوم كامل كوحدة أساسية للتحليل على اختلاف نوع المادة (النوع الصحفي)، وذلك نظراً لصعوبة دراسة جميع صفحات الموقع التي تنشر يومياً ما يفوق ستين 60 مادة صحفية، كما أنّها عبارة عن صفحات متخصصة في الاقتصاد والرياضة والمنوعات وغيرها، كما تمّ استبعاد اختيار الصفحة الرئيسية للموقع كوحدة للتحليل بسبب عدم التزام

الموقع بتحديث المواد المنشورة على واجهته والاحتفاظ بالمواضيع التي تتماشى مع سياسته وخطه التحريري لمدة طويلة.

وقد تمّ جمع وقراءة المادة كاملة وتصنيفها حسب الفئات التي حدّتها الدراسة بهدف الكشف عن أهم الأنواع الصحفية التي يتم تحريرها ونشرها في موقع الشروق أونلاين وكذا رصد ووصف وتحليل العناصر الفنية والتقنية المشكلة لبنيتها وحجم وكيفية توظيفها.

◀ فئات التحليل

سعيًا لتحقيق أهداف الدراسة، تمّ تحديد فئات التحليل وفقا لأهداف البحث ومتطلباته بعد ملاحظة وقراءة للمواد الصحفية في موقع الشروق أونلاين، وهذه الفئات يمكن عدّها وقياسها بشكل مباشر، باعتبار أنّ رصد تكرار الظهور هو الوسيلة الوحيدة للعدّ والاحصاء في هذه الحالة، فوفقا للدكتور محمد عبد الحميد. "لا يقلّ من أهمية وحدات التحليل أن يقع العد والقياس على الفئات نفسها، مثل فئة موضوع الاتصال التي تستهدف الكشف عن مراكز الاهتمام، أو فئات السمات وغيرها" (عبد الحميد، 1993، صفحة 178)، وهو ما يصبو إليه هذا البحث، وعليه تتحدد فئات التحليل في إطار فئة الشكل فقط دون فئة الموضوع، باعتبار أنّ الموضوع عام بينما الشكل خاص بالوسيط الذي يتقوّل فيه المحتوى وفقا لخصائصه، كما أنّ الشكل يعدّ عنصرا فاعلا في بناء المعنى وإعادة صياغة الواقع.

- **فئات الشكل:** تسعى إلى الإجابة عن السؤال كيف قيل؟ عن طريق توصيف التجسيد الشكلي للمضمون.

وعليه فقد تمّ اختيار الفئات التالية:

أولا: فئة النوع الصحفي: وهي فئة تهتم بالنوع الصحفي المعتمد في صياغة المادة الصحفية.

وتم تصنيف المواد الصحفية المنشورة على الشروق أونلاين، جاءت كالآتي:

◀ **الأنواع الإخبارية،** وقد تمّ اعتماد المؤشرات التالية:

- **الخبر الصحفي؛ التقرير الصحفي؛ الحديث الصحفي.**

◀ **الأنواع الفكرية:** ويتضمّن المؤشرات التالية:

- المقال الصحفي: المقال الافتتاحي؛ المقال النقدي؛ المقال التحليلي؛ العمود؛ التعليق.

◀ الأنواع التعبيرية وقد تمّ اعتماد المؤشرات التالية:

- البورتري؛ الربورتاج؛ الكاريكاتير.

◀ الأنواع الاستقصائية: ويتضمّن:

- التحقيق الصحفي.

ثانيا: فئة النص الفائق (Text category) وقد تمّ اعتماد المؤشرات التالية:

- نص فائق داخلي (إحالات داخلية)؛ نص فائق خارجي (إحالات خارجية)؛ نص فائق للتواصل

الشخصي؛ إحالات لها علاقة بالمادة الإخبارية؛ إحالات ليس لها علاقة بالمادة الإخبارية.

ثالثا: فئة الوسائط المتعددة: وتتضمّن المؤشرات التالية:

- الصورة (Category image): صورة أرشيفية فقط؛ صورة أرشيفية مرفقة بنص للتعريف بها؛ صورة

من موقع الحدث فقط؛ صورة من موقع الحدث مرفقة بنص للتعليق عليها.

- الفيديو (Video category): فيديو أرشيفي؛ فيديو من موقع الحدث.

- الصوت (Sound category).

- الرسوم متحركة (Mooving amination).

رابعا: فئة تقديم شكل تقديم النوع الصحفي: ويتضمّن:

■ العنوان: وتفرّع إلى عنوان:

- تمهيدي؛ عنوان رئيسي؛ عنوان ثانوي؛ عنوان فرعي.

■ مستوى صياغة العنوان: وتفرّع إلى:

- المستوى السطحي؛ المستوى المتعمق؛ مستوى التحديث.

■ توازن النص: تمّ تحديد المؤشرات التالية:

• حجم النص من حيث:

- عدد كلمات النص محدّدة في: عدد كلمات أقل من 200 كلمة؛ عدد كلمات من 200 إلى 600؛

عدد كلمات أكثر من 600.

- عدد فقرات النص: محدّدة ب: عدد الفقرات أقل من 03 فقرات؛ عدد الفقرات من 03 إلى 07 فقرات؛

عدد الفقرات أكثر من 07 فقرات.

- مقدمة بارزة.

- الكلمات المفتاحية.

- ربط النص بمواضيع ذات الصلة.

خامسا: فئة موقعة عناصر الربط الفائق في المضمون: وقد تمّ تحديد المؤشرات التالية:

- موقعة المواضيع ذات الصلة: في المقدمة؛ في المتن؛ في الخاتمة.

- موقعة الاحالات التشعبية: في المقدمة؛ في المتن؛ الخاتمة.

- موقعة الوسائط المتعددة: في المقدمة؛ في المتن؛ في الخاتمة.

سادسا: فئة "إتاحة التفاعل والمشاركة" في الأنواع الصحفية وقد تمّ تحديد المؤشرات التالية:

- البريد الإلكتروني E-mail: بريد خاص بالصحيفة؛ بريد خاص بالمحرر.

- Talkback ؛ المنتديات Electronic forum ؛ استفتاءات الرأي العام Referendum.

- مشاركة المقال.

سابعاً: فئة تحديث المحتوى وتتضمن المؤشرات التالية:

- نشر حدث جديد؛ إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تمّ نشره؛ تعديل في مضمون النوع الصحفي بعد النشر؛ حذف النوع الصحفي من الصفحة؛ ربط الحدث بواجهة الموقع؛ تغطية آنية (لحظية)؛ تغطية بعدية (تسجيلية)؛ تقديم الأخبار العاجلة (شريط أحمر)؛ وجود تاريخ نشر المحتوى؛ وجود وقت نشر المحتوى؛ وجود تاريخ آخر تحديث للمحتوى؛ وجود وقت آخر تحديث للمحتوى.

← إخضاع الاستمارة ودليل التعريفات الإجرائية للتحكيم

تمّ إخضاع استمارة تحليل المحتوى للتحكيم من قبل عدد من الأساتذة المختصين¹، كإجراء منهجي روتيني، حيث تمّ عرض المجال المنهجي ومفاهيم الأنواع الصحفية والنص الفائق والوسائط المتعددة والتفاعلية وأدواتها وتحديث المحتوى.

وتعدّ هذه الخطوة مهمة بـمكان في تحديد مستوى تطابقها مع إشكالية وأهداف الدراسة، وبناء على الملاحظات المقدمة من قبل الأساتذة المحكمين حول بناء الاستمارة ودليل التعريفات الإجرائية، تمّ تعديلها بإعادة صياغة المؤشرات بالشكل الذي يتوافق مع سياق التحليل، والاستغناء عن بعض المؤشرات بحيث وجودها لا يشكل إضافة تخدم الإشكالية، وحذفها لا يخلّ بالصياغة العلمية للاستمارة ولا يؤثر في الدراسة.

1- الأستاذ فضيل دليو، أستاذ التعليم العالي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة.
- الأستاذ يوسف تمار، أستاذ التعليم العالي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- الأستاذة حكيمه جاب الله، أستاذ التعليم العالي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- الأستاذ أحمد فلاق، أستاذ التعليم العالي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- الأستاذة نعيمة براردي، أستاذ التعليم العالي، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف مسيلة.
- الأستاذة حياة قزادري، أستاذ محاضر أ، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

وعليه تمّ إعادة تحديد الفئات والمؤشرات، وإعداد استمارة تحليل المحتوى² في شكلها النهائي لتحليل العناصر الفنية والتقنية المشكّلة لبنية الأنواع الصحفية وحجم وكيفية توظيفها، وكذا صياغة التعريفات الإجرائية التي تضمّنها دليل التعريفات الإجرائية³.

مجتمع الدراسة وعينته:

- مجال وإطار عينة الدراسة:

• حدود الموضوع:

يتعلق بوصف وتحليل بنية وشكل الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين للتعرف على الاعتبارات الفنية والتقنية المعتمدة في تحريرها وعرضها على موقع الشروق أونلاين ومدى توظيفها لمتغيرات البيئة الإعلامية الجديدة المتوافرة على الحامل الإلكتروني واختلافها عن مخيال الصحافة المطبوعة ورقيا.

• الحدود المكانية للدراسة:

تمّ إجراء الدراسة على موقع الشروق أونلاين <https://www.echoroukonline.com>، وهو الحامل الصحفي الإلكتروني المستقل للمضمون الإعلامي والإخباري لمجمع الشروق للإعلام والنشر، والذي تنشر فيه الأخبار والتقارير والأحاديث الصحفية والمقالات والتعليقات والربورتاجات والتحقيقات والرسومات الكاريكاتورية وغيرها.

• الحدود الزمانية للدراسة:

تمتد فترة البحث من 13 إلى 22 جانفي 2023، وهي الفترة التي تمّ خلالها جمع المادة النظرية المتعلقة بالموضوع، والمتمثلة في المحتوى اليومي للأنواع الصحفية المنشورة على صفحة أخبار الجزائر في موقع الشروق أونلاين، وتسمى كذلك بالعينة الزمنية.

²- أنظر الملحق رقم (1).

³- أنظر الملحق رقم (2).

- مجتمع البحث:

ويتمثل مجتمع البحث الكلي لهذه الدراسة في المواقع الصحفية الإلكترونية التي تنشر مضمونا صحفيا على شبكة الويب، ونظرا لكثرتها واستحالة حصرها وتعدادها كونها تنتمي إلى فضاء إلكتروني واسع، قامت الباحثة بتحديد موقع الشروق أونلاين وتمّ مراعاة المعايير التالية:

- ◀ معيار طبيعة الوسيط: صحيفة إلكترونية مستقلة.
 - ◀ معيار الانتشار: من بين أكثر المواقع زيارة على شبكة الإنترنت للأعوام الأخيرة بحسب تصنيف سميلار ويب-Similaire Web و Yahoo .
 - ◀ معيار الأقدمية: أول موقع إخباري في الجزائر.
 - من 2005 إلى 2007 كان يمثل واجهة للنسخة الإلكترونية.
 - من 2007 إلى 2009 دخل الموقع مرحلة التفاعلية بفتح المجال أمام القراء للتعليق على المقالات، واستفتاءات الرأي.
 - من 2009 إلى حد الساعة تحول الموقع إلى صحيفة إلكترونية مستقلة لمواكبة الأحداث ونشرها على مدار الساعة بعد الانتشار الواسع للإنترنت في الجزائر.
 - ◀ معيار الاستقلالية: غير خاضع لأيّ جهة.
 - ◀ معيار تنوع اللغة: ينشر الموقع مضامينه الصحفية باللغات الثلاث العربية والفرنسية والإنجليزية.
 - ◀ معيار تخصص الكادر الصحفي: المحررين الصحفيون بالموقع قد استفادوا من دورات تكوينية وتدريبية حول تقنيات التحرير الصحفي الإلكتروني (فارس، 2023).
- عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها اختيار غير محدود من المفردات أو الوحدات يكون ممثلا في خصائصه وسماته لمجموع أفراد مجتمع البحث، وهذا ما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة (عبد الحميد، 2002، صفحة 129)

وتتحدد عينة الدراسة في الأنواع الصحفية المنشورة على صفحة أخبار الجزائر في موقع الشروق أونلاين خلال الفترة الممتدة من 13 إلى 22 جانفي 2023، ويأتي تحديد هذه الفترة لاعتبارات موضوعية ومنطقية، حيث تعبّر عن رغبة الباحثة في دراسة الأنواع الصحفية التي تمّ تحريرها ونشرها في أحدث

فترة ممكنة تقع في نطاق فترة الدراسة الحالية، إضافة إلى تفرغ الباحثة بالكامل لمدة عشرة أيام متتالية بغرض متابعة طبيعة التحديث في الأنواع الصحفية، باعتباره يحدث بطريقة آنية وغير منتظمة، الأمر الذي يتطلب ملاحظة مستمرة وحثيثة للمحتوى، ورصد التحديثات على مدار الساعة وتوثيقها عن طريق أخذ صورة لواجهة صفحة أخبار الجزائر بفواصل ساعة بين كل صورة وأخرى، إذ أنه لا يمكن معرفة طبيعة تحديث المحتوى بطريقة موضوعية ودقيقة إذا لم تكن متابعة متزامنة مع وقت نشر الأنواع الصحفية، وهو ما يساهم في الخروج بنتائج دقيقة وحديثة، يمكن أن تكون نقطة انطلاق لأبحاث علمية أخرى في المجال.

وبخصوص تحديد نوع العينة وطريقة اختيارها، استقرت الباحثة على اختيار العينة القصدية بعد استشارة مختصين في المنهجية، فوفقا للبروفسور يوسف تمار؛ "يرى أنّ تطبيق العينة القصدية في هذه الدراسة هو الأنسب لطبيعة الموضوع وللهدف من وراء طرح الإشكالية التي تسعى إلى دراسة الأنواع الصحفية على صفحة ويب في طبيعتها التجديدية كما أنّها تخضع لعدة اعتبارات منها عدم قدرة الباحثة على تطبيق العينات الاحتمالية، ويرى بأنّ حجم العينة القصدية ليس له شروط، فالمدارس الكندية تتحدث عن حجم العينة المعقول، أي أنّ اختيار وحدات العينة يتوقف على موضوع وإشكالية الدراسة"⁴.

ويشير الدكتور محمد عبد الحميد في ذات السياق إلى أنّ؛ "اختيار عينة صغيرة يكون مقبولا في حال تجانس الإصدارات محل الدراسة، بالإضافة إلى عامل التوسع في عدد الصفحات أو ساعات الإرسال في دورية الصدور أو النشر أو التغطية للأحداث والوقائع الذي يتيح استخدام العينات الصغيرة بثقة أكبر (عبد الحميد، 1983، صفحة 97)، والتي بإمكانها أن تفي بالغرض وأن تقدم نتائج مثل التي تقدمها العينة الكبيرة، كما أنّها توفر الجهد والوقت.

وانطلاقا من تجانس صفحات الموقع محلّ البحث، وبفضل الملاحظة المستمرة لتحديثات الموقع، تمّ حصر العينة محل الدراسة والتحليل المتمثلة في محتوى الأنواع الصحفية على صفحة أخبار الجزائر في موقع الشروق أونلاين الذي يتسم بالتغطية المستمرة للأحداث، كما تمكنت الباحثة من رصد حذف

⁴ مقابلة مسجلة مع البروفسور يوسف تمار في 19/01/2023، بمكتبه في بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر

17 موضوعاً من الموقع من أصل 287، وبالتالي فإنّ عينة الدراسة تتحدد في 270 مفردة قابلة للدراسة تمّ تحريرها ونشرها خلال فترة الدراسة من 13 إلى 22 جانفي 2023.

الجدول رقم (01): جدول يبين مفردات عينة موقع الشروق أونلاين

الصفحة	التاريخ	تعداد المواد الصحفية المنشورة
01	2023/01/13	16
02	2023/01/14	23
03	2023/01/15	31
04	2023/01/16	36
05	2023/01/17	29
06	2023/01/18	31
07	2023/01/19	20
08	2023/01/20	24
09	2023/01/21	27
10	2023/01/22	33

وتتمّ تصنيف مفردات عينة الدراسة في أربعة أنواع صحفية كبرى أنواع إخبارية، أنواع فكرية، أنواع تعبيرية، أنواع استقصائية.

ويتأسس هذا التصنيف على توجهات علمية تبلورت خلال القراءة المنهجية للعديد من المراجع التي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية، والتي تصبّ أغلبها في هذا الاتجاه، إلّا أنّ الباحثة لمست بعض الاختلافات والتداخل في تصنيف الحديث الصحفي؛ "الذي يمكن أن ينتمي إلى الأنواع الإخبارية أو الفكرية، أو الاستقصائية" (لعياضي، 2007، الصفحات 31-32)، ولكن اتفقت أغلب المراجع لتصنيف الحديث الصحفي كنوع من الأنواع الإخبارية، وعليه تمّ تصنيفه في هذه الدراسة ضمن الأنواع الإخبارية.

• صدق وثبات التحليل (Sincerity and consistency analysis tool):

• الصدق Validity:

المقصود به مدى صلاحية استمارة تحليل المحتوى لدراسة المضمون وتحليله، و"التأكد من أنّ الأداة تقيس فعلاً ما هو مراد قياسه، بحيث تضمن عدم تسرب التحيز أو الخطأ إلى أيّ مرحلة من المراحل وتؤثر في صلاحية الأدوات المنهجية للعمل، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيها" (عبد الحميد، 1993، صفحة 178)، وتتضمن اختبارات الصدق عدة أنواع منها: ؛ "صدق المحتوى الصدق المرتبط والصدق البناء والصدق التنبؤي والصدق التلازمي والصدق الظاهري والصدق العاملي (عودة و مكاي، 1987، صفحة 159)

ولقياس صدق استمارة التحليل تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على الصدق الظاهري الذي؛ "يهتم بصدق المحتوى وصدق البناء" (عبد الحميد، 2002، صفحة 431)، وبالتالي فهو يهتم بمحتوى المقاييس والأدوات وبناءهما كمؤشرين على صدق المقاييس والأدوات المعتمدة في الدراسة.

وعليه فإنّ دقة اختيار المفردات وصياغتها بشكل موضوعي وواضح أمر غاية في الأهمية عند عرض الأداة على عدد من المحكمين المختصين، بحيث يتم قياس صدق الأداة بمستوى الاتفاق المتحصل عليه بعد إخضاعها للتحكيم، وعلى ضوء الملاحظات المقدمة يجري تعديل الأداة وهو بحد ذاته يعدّ مؤشر عن صدق أداة تحليل المحتوى.

وبعد النظر في ملاحظات الأساتذة، تمّ تجريبيها على عينة عشوائية من المواقع للنظر في العوائق التي يمكن أن يصادفها تحليل البيانات ثم تمّ تعديل بعض مؤشرات الفئات.

• الثبات (Reliability):

الثبات يعني قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاته، بمعنى مع توافر نفس الظروف ونفس الفئات يمكن التوصل إلى نفس النتائج (قرادري ، 2015، صفحة 35).

وعليه عقب تقديم دليل التعريفات الإجرائية إلى خمسة رمزين (*)⁵ المرمز (أ) وهو الباحث نفسه، المرمز (ب)، المرمز (ج)، المرمز (د)، المرمز (هـ) مختصين في علوم الإعلام والاتصال لتحكيم 88 عنصرا يحتويه هذا الدليل، وبعد انتهاء عملية التحكيم، قامت الباحثة بما يلي:

أولاً: استخراج معامل الاتفاق بين المحكمين (كل ثنائي على حدا) على النحو التالي:

- بين (أ) و(ب): تمّ الاتفاق بينهما على 87 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة
 $0.98=87\div 88$

- بين (أ) و(ج): تمّ الاتفاق بينهما على 61 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة $0.69=88\div 61$

- بين (أ) و(د): تمّ الاتفاق بينهما على 84 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة $0.95=88\div 84$

- بين (أ) و(هـ): تمّ الاتفاق بينهما على 88 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة
 $1=88\div 88$

- بين (ب) و(ج): تمّ الاتفاق بينهما على 62 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة
 $0.70=88\div 62$

- بين (ب) و(د): تمّ الاتفاق بينهما على 83 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة $0.94=83\div 88$

- بين (ب) و(هـ): تمّ الاتفاق بينهما على 87 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة
 $0.98=88\div 87$

- بين (ج) و(د): تمّ الاتفاق بينهما على 58 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة $0.65=88\div 58$

- بين (ج) و(هـ): تمّ الاتفاق بينهما على 61 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة
 $0.69=88\div 61$

- بين (د) و(هـ): تمّ الاتفاق بينهما على 84 عنصرا من أصل 88 وبعد عملية القسمة $0.95=88\div 84$

⁵-الأساتذة المرمزون هم:

- الأستاذ عبد الرزاق غزال، أستاذ التعليم العالي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، مسيلة.

- الأستاذة باية سيفون، أستاذ التعليم العالي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، مسيلة.

- الدكتورة أمينة بصافة، أستاذ محاضر أ، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

- الدكتورة فاطمة حواص، أستاذ محاضر أ، قسم الإعلام والاتصال، جامعة حسيبة بن بوعلى، الشلف

ثانياً: تجميع كل النتائج وتقسيمها على 10 (عدد الأزواج) لاستخراج متوسط الاتفاق بين المرمرين.

$$\text{متوسط الاتفاق} = \frac{8.5}{10} = 0.85$$

في خطوة تالية تمّ تطبيق المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{n(\text{متوسط الاتفاق بين المرمرين})}{(n-1) + 1}$$

حيث "ن" يمثل عدد المرمرين.

يأتي على النحو التالي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{4.25}{4.4} = \frac{4.25}{3.4 + 1} = \frac{(0.85)5}{(0.85)(1-5) + 1}$$

معامل الثبات = 0.96

إذن

ويمثّل 0.96 نسبة عالية من الثبات، معنى ذلك أنّ ما تمّ اختياره من فئات وفروعها صالح لمعالجة مثل هذا النوع من المحتوى وإشكالية الدراسة.

📌 تحديد مفاهيم الدراسة:

تعدّ خطوة تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة حاسمة في قياس مدى رصانة البحث، باعتباره يستند إلى مقاربات نظرية وصلت إلى مستوى النضج العلمي كنتاج لتراكمات الأبحاث والدراسات السابقة، وتنطرق الباحثة في هذه الدراسة إلى تحديد المفاهيم التي تطرحها الإشكالية، والمتمثلة فيما يلي:

• الأنواع الصحفية Journalistic genres:

◀ لغة:

"تترجم كلمة GENRE بالفرنسية إلى نوع، جنس، صنف" (إبراقن، 2004، صفحة 327).

اختلف الباحثون في تسميتها ففريق يطلق عليها تسمية الأنواع الصحفية وآخر يرى أنّها أجناس صحفية، ومنهم من يطلق عليها التسميتين، حيث يرى الدكتور محمد لعقاب أنّ: "الأنواع الصحفية تسمى أيضاً الأجناس الصحفية" (لعقاب، 2004، صفحة 48)، وهناك من يرى أنّها أصناف وأشكال صحفية.

والحقيقة أنّ الاختلاف من حيث الفروق اللغوية يكمن في مستوى الشمولية للمعنى، فنجد أنّ النوع الذي توظفه الصحافة للتعبير عن أصناف الكتابة الصحفية مرادف للصنف وأنّ الجنس هو الأعم عند

بعض الباحثين، لذلك لا مانع من استخدام المصطلحات الثلاث للتعبير عن فنون التحرير الصحفي عامة، سواء في الحامل الورقي أو الإلكتروني.

◀ اصطلاحاً:

تمثل الأنواع الصحفية اللبنة الأساس في المهنة الصحفية وشكلاً من أشكال الصياغة الصحفية المعترف بها في حقل الإعلام عموماً إذ يعتقد **عبد الوهاب الرامي** بأنه ؛ "لا توجد في الحقيقة صياغة للخطابات الصحفية خارج الاجناس الصحفية التي تمّ التوافق حولها عالمياً، والتي يشغل بها الصحفيون عبر العالم، وتحت كل السماوات، بنفس الكيفية، وبنفس درجة الالتزام بقوانينها" (الرامي، 2011، صفحة 19)، حيث أنّ أغلب التعريفات تصب في نفس الاتجاه.

يعرّف **أديب خضور** الأنواع الصحفية بأنها؛ "أشكال أو صيغ تعبيرية تملك بنية داخلية متماسكة، وتتميز بطابع الثبات والاستمرارية، وتعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، وتسعى إلى تقديم وتحليل وتفسير الأحداث والظواهر والتطورات، مستهدفة بذلك إيصال رسالة محددة للقارئ لتخاطب ذهنه ومشاعره قصد ترسيخ قناعة محددة لديه، ومن ثمّ تمكينه من أن يفهم الواقع على ضوء هذه القناعة، وبالتالي تدفعه لأن يسلك سلوكاً في المجتمع يتوافق مع هذه القناعة" (خضور، 1986، صفحة 73).

ويفسر **الدكتور لعياضي** في تعريفه للأنواع الصحفية العلاقة التي تربطها بالمنظومة الرمزية السائدة في المجتمعات، كونها أشكال تعاقدية وظواهر لسانية تحدث في إطار منظومة رمزية تحظى بالاعتراف مجتمعياً فهي وفقه أيضاً؛ "نتاج فعل الكلام الذي يتم في وضع من التبادل الاجتماعي وفق صيغة تعاقدية تحدها المنظومة الرمزية المتداولة" (لعياضي، 2007، صفحة 26)، ويرى أنّها جوهر العمل الصحفي.

إنّ الخصوصية الاجتماعية والثقافية في المجتمعات وفقاً للعياضي، تتدخل في إضفاء بعض السمات والخصائص على الأنواع الصحفية، بل وتتجاوزها حتى إلى نشوء بعض الأشكال المتميزة من الكتابة، وفي استخدام بعض الأنواع.

وترتبط الخصوصية السوسولوجية للأنواع الصحفية بالخصوصية التقنية للوسيلة في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، حيث أثرت التقنية على كل السياقات التواصلية بين الجماهير، فمع الصحافة الإلكترونية والكتابة على الخط (الويب)، لا بدّ من تجاوز إطار الصحافة الورقية والكتابة الخطية من أجل الاقتراب أكثر من مفهوم الأنواع الصحفية، وفي هذا الصدد يعتقد الدكتور لعياضي بأنّ التطور الفكري

والتكنولوجي يؤثران في حقل الكتابة الصحفية، لذلك جاء تعريفه لأنواع الصحفية في الفضاء الرقمي بأنها؛ "فئات من النصوص أو الوثائق الإعلامية التي تملك خصائص ترتبط بالنية من الاتصال، وأسلوب كتابته، وتخضع هذه النصوص إلى قواعد البنيوية ذات الصلة بالنوع الذي تنتمي إليه، فالنوع الصحفي يدل على بنية خاصة تظهر في سياق تواصل، وتدمج في سياق العرض أو النشر، وتعالج وفق الخصوصية السويولوجية والتقنية لكل وسيلة إعلامية" (لعياضي، 2007، الصفحات 35-36).

يحاول العياضي في تعريفه الشامل لأنواع الصحفية الاقتراب من المفهوم بطريقة فلسفية تدمج بين القواعد الفنية البنيوية الخاصة بكل نوع والخصوصية التقنية للحامل الإلكتروني، مع التأكيد على الرؤية الاجتماعية التواصلية التي تشير إلى العلاقة بين الصحفي والقارئ في فضاء افتراضي تحرر وتنشر عبره هذه الصيغ التعبيرية.

مع أنّ تعريف الأنواع الصحفية عموماً لم يواجه تجاذبات كبيرة، إلا أنّ مستوى التعقيد في تحديد تعريف الأنواع الصحفية كنسق مستقل بذاته يكمن في؛ "تقاطع المعايير التي تتراوح من الاختيارات الأسلوبية إلى النوايا التواصلية" (Ringoot & Rochard, 2005, p. 77)، وهو ما عرف ولا يزال يعرف تداخلات في الفئات والعناصر المكونة لها.

◀ المفهوم الإجرائي لأنواع الصحفية:

لقد شكل الاطلاع على مختلف القراءات حول ماهية الأنواع الصحفية مصدراً ثرياً للتوجهات العلمية التي سعت للاقتراب من هذا المفهوم وسمح بتحديد مفهوم الأنواع الصحفية، حيث تعرّف هذه الدراسة الأنواع الصحفية في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، بأنها شكل من أشكال الصياغة الصحفية التي تعبر عن المواد الصحفية الإخبارية والفكرية والتعبيرية والاستقصائية، والتي يتم تحريرها ونشرها وفق صيغ تعبيرية وبنى فنية وتقنية، بغرض الإخبار أو التعبير عن الرأي أو التعليق عليها أو تحليلها أو عرض وجهات النظر ومناقشتها، بالاعتماد على تقنيات الوسيط الإلكتروني وخدمات الإنترنت من نص فائق، وسائط متعددة وأدوات تفاعلية وتحديث مستمر للمحتوى...إلخ.

• البيئة الإعلامية (Media environment) :

◀ لغة:

البيئة بالإنجليزية Environment، يعرفها معجم المصطلحات الإعلامية بأنها؛ "مجموع العناصر الخارجية لنظام محدد والتي تعتمد على عدة عوامل (المصادر، الاحتياجات، التصور الاجتماعي)"

(الفار، 2014، صفحة 50)، أما الإعلامية فهي صفة مشتقة من الإعلام وهو نقل المعلومات والأفكار للمتلقي عما يدور حوله من أحداث، وبالتالي فالبيئة الإعلامية هي النسق الذي تتفاعل فيه وسائل الإعلام مع العناصر الخارجية وفق سياق معين لتشكل الواقع الإعلامي.

◀ اصطلاحاً:

تعددت التعريفات لماهية البيئة الإعلامية، واتسمت معظمها بالتركيز على المنظور الذي يحاول فهم التفاعل البشري ووسائل الاتصال الحديثة، ومن أبرز المنظرين لهذا التوجه لانسكرت ستيير وكريستين نيستروم (Kristina Nystrom)، ويعدّ نيل بوستمان (Neil Postman) أول من طرح مفهوم البيئة الإعلامية في عام 1968، حيث يرى أنّ "مصطلح إيكولوجيا وسائل الإعلام أخذ في الاعتبار لجعل الناس أكثر وعياً بحقيقة أنّ البشر يعيشون في نوعين من مختلفين من البيئات، واحد هو البيئة الطبيعية، وتتكون من أشياء مثل الهواء والأشجار والأنهار واليرقات، والآخر هو البيئة الإعلامية التي تتكون من اللغة والأرقام والصور المجسمة وكل الرموز الأخرى والتقنيات التي تجعلنا على ما نحن عليه" (الطويسى، 2020، صفحة 22).

إنّ المحاولات العديدة والمستمرة لتحديد مفهوم شامل للبيئة الإعلامية تعد نتاجاً للإرث العلمي المتراكم ولجهود بحثية جادة للتنظير لهذا المجال، فقد ساهمت المدارس الفكرية التي اهتمت بإيكولوجيا الإعلام، على غرار المدرسة الأمريكية للدراسات الثقافية، بالإضافة إلى إسهامات مارشال ماكلوهان في تصويره للقرية الكونية التي يتوحد فيها الوعي والحاجيات والمواقف والآراء، في وضع إطار مفاهيمي للبيئة الإعلامية الجديدة، والكشف عن ملامحها من خلال تفكيك عناصرها إلى البيولوجية (الإنسان ككائن حي ومحيطه)، ووسائل الإعلام كمركب تقني يتواجد ضمن محيط الإنسان، بل ويعيش جنباً إلى جنب معه، تمثل بيئة مكتملة الأركان لها القدرة على استيعاب جميع المكونات (اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، سياسية...) بفضل المرونة التي تختص بها عن باقي العناصر التي تتفاعل مع بعضها مشكلة النسق العام للبيئة البشرية.

ويعدّ ألفريد كورزيسكي (Alfred Korzybski) من الرواد الأوائل لنظرية إيكولوجيا الإعلام؛ "حيث اعتبر أنّ فهم البيئة اللغوية خطوة مركزية لفهم الإنسان والمجتمع وعمليات التطور الثقافي، ويتميز فكره بالجمع بين الشقين، النظري والعملي، المشبك مع القضايا الاجتماعية والثقافية، وهو ما يمكن أن يكون مفيداً في فهم الطرق التي يؤثر بها الطابع التكنولوجي للمجتمع على سلوكيات أفراد وأنماط تفكيرهم" (السيد ف.، 2019، صفحة 221). وهو ما يتوافق ومنظور بوستمان حول ماهية البيئة الإعلامية حيث

أنها تقدم معنى للتفاعل بين وسائل الإعلام والبشر مما يجعل من الثقافة التي تتشكل نتيجة هذا التفاعل، مرآة تعكس خصوصية كل عصر، ومن وجهة نظر أخرى تنتمي إلى مدرسة الحتمية التكنولوجية، فقد أكد روبرت لوغان (Robert Logan) أن النسق الإيكولوجي الحديث يتكون من ثلاثة عناصر أساسية هي البشر ووسائل الإعلام والتكنولوجيا، وأن التفاعل بين هذه العناصر يسهم في فهم أفضل للكثير الظواهر الاجتماعية المعاصرة" (Islas and & Bernal, 2016, p. 191).

← المفهوم الإجرائي للبيئة الإعلامية الجديدة:

إنّ التّأصيل المعرفي لصياغة مفهوم للبيئة الإعلامية الجديدة من منظور الباحثة يحتاج إلى فهم طبيعة وخصائص الحامل الإلكتروني الذي انتقلت إليه وسائل الإعلام، والسياق المعقد الذي تتفاعل ضمنه مختلف العناصر المكونة لهذه البيئة، وهي الانسان والإعلام والآلة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، وكيف يؤثر هذا التفاعل في الإدراك الإنساني وطرق التفكير والأحاسيس وردود الأفعال والقيم وطرق التواصل بين البشر، من خلال ما ينتجه اندماج كل هذه العناصر من نصوص ورموز ومعاني ودلالات في البيئة الافتراضية وارتداداته على الواقع الحقيقي.

وبالتالي فالبيئة الإعلامية الجديدة من منظور هذه الدراسة هي الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية التي رسمت حدود العالم الجديد الذي فرضته الوسائط والتقنيات الحديثة في الإعلام والاتصال وكيفية تأثيرها على الإنتاج المعرفي والإعلامي وطرائق التفكير والتعبير وتداول المعلومات ومستوى الانفتاح على الثقافات المتنوعة.

• الموقع الإلكتروني (Web Sites):

← لغة:

يطلق عليها بالإنجليزية (Web Sites)، والتي يمكن الوصول إليها من خلال موقع محدد المصدر (Uniforme Resource Locato URL) أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب 'Web browser'، (المهداوي، 2007، صفحة 21)، وتعرّف أيضا بأنها مجموع صفحات الويب المترابطة والتي لها نفس اسم المجال.

← اصطلاحا:

تتفق تعريفات المواقع الإلكترونية في مجملها في أنها مواقع تحتوي على ارتباطات تشعبية متشابكة بحيث تتصل الصفحات فيما بينها على الشبكة عن طريق وصلات نصية فائقة Hypertext، إذ ترى في هذا الصدد الدكتورة العقباوي أنّ مواقع الإنترنت عموماً؛ "تتكون من مجموع الصفحات أو الملفات المرتبطة مع بعضها البعض من خلال روابط Links لنقل القارئ من صفحة إلى أخرى" (العقباوي، 2010، صفحة 251)، وتصنف المواقع على شبكة الويب إلى مواقع إعلامية وترفيهية وتجارية وتعليمية. وتعدّ الصحف والمواقع الصحفية الإخبارية من أهم المواقع الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية إذ تمثل مصدراً من مصادر الأخبار والمعلومات وسبر الآراء وقياس الجماهير وتحديد ميولاتهم واهتماماتهم. "ويخضع نشاط الإعلام عبر الإنترنت في الجزائر إلى النشر عبر موقع إلكتروني موطن حصرياً من الناحية المادية ويقصد بها الموارد كالمعدات واليد العاملة والإيداع والاستغلال، والمنطقية بالجزائر على أن يكون مسجلاً في نطاق + dz (المادة 06)" (بركاتي، 2022، صفحة 166)، يعتمد على سياسة تنظيمية تحكم نشر الصفحات والمضامين، كما تأخذ بعين الاعتبار التقديم والتصميم الجذاب للصحيفة الإلكترونية.

ورصدت الأدبيات والبحوث المتعلقة بمواقع الصحف الإلكترونية تنوع في العناصر المكونة للنسق العام الذي تصمم ضمنه المواقع على شبكة الإنترنت وتحرر وتنشر وفقه المضامين، منها نصوص مكتوبة ومقاطع صوتية وصور ثابتة ومتحركة ورسومات خطية وأخرى متحركة وروابط فائقة ووسائط متعددة وأدوات تفاعلية ومعلوماتية، وقواعد بيانات.

◀ المفهوم الإجرائي للموقع الإلكتروني:

يتحدد المفهوم الإجرائي للموقع الإلكتروني في إطار هذه الدراسة في أنّه الموقع الصحفي الإلكتروني الذي يجمع صفحات الويب المترابطة والمؤلفة من مجموع الملفات والمستندات لها عناوين URL مختلفة، مكتوبة بلغة ترميز النص التشعبي (HTML)، والصور والنصوص والفيديوهات والرسومات وغيرها من الوسائط المتعددة، لتقديم المواد الصحفية المتنوعة في إطار من التفاعلية والتحديث المستمر للمضامين، وهو ما ينطبق على سمات وخصائص موقع الشروق أونلاين.

📌 مراجعة الدراسات السابقة:

ترى الباحثة أنّ من أساسيات الأمانة العلمية والبحث العلمي الرصين الاستشهاد بالأبحاث العلمية التي سبقها إليها آخرون وبذلوا فيها جهداً فكرياً وعلمياً، كما يمثل إرثاً ومكسباً علمياً في خدمة البحث

العلمي، وبعد أن قامت الباحثة بمسح التراث العلمي لموضوع الدراسة، تمّ رصد عدد من الدراسات السابقة التي تتقاطع والدراسة الحالية وهي كالآتي:

• الدراسات الجزائرية:

◀ دراسة عسري فتيحة المالك بعنوان: (واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر - مقاصد المضمون وإشكالية المقروئية، 2019)

سعت الدراسة إلى الوقوف على الأسباب والمقاصد المؤدية إلى إنشاء مواقع إلكترونية للصحافة المطبوعة الجزائرية في ظل تدني مستوى المقروئية في العالم، من خلال الكشف على سمات وخصائص مضمون الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وذلك برصد القضايا المعالجة فيها وأساليب وقوالب الكتابة الصحفية ومدى تكييفها مع مزايا وخصائص شبكة الإنترنت، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل 22 موضوعا من مضمون جريدة الشروق أونلاين سحبت بأسلوب الدورة، ومنهج المسح لتحديد درجة الإقبال على الجريدة من طرف جمهور القراء وعلاقة ذلك بالعوامل التحريرية للصحافة الإلكترونية.

توصلت الدراسة إلى أنّ الجريدة اهتمت بسرعة التنزيل، ووصلت نسبة الأخطاء الإملائية إلى 54.54%، واستخدمت الكلمات المألوفة بنسبة 95.45%، مع تسجيل تقيّد بمعايير الكتابة على النت حيث تراوح حجم معظم النصوص من 200 إلى 600 كلمة، واستخدمت العناوين الرئيسية بكثرة بلغت 91.60%، كما اهتمت الجريدة بإتاحة التفاعلية عن طريق التعليق واستفتاء الرأي وتويتر والفيديو، بالإضافة إلى اهتمامها بتحديث محتواها على مدار اليوم، ولم تحرص الجريدة على تنويع الوسائط المتعددة حيث اقتصر على الصورة بشكل غالب مقابل الفيديوهات التي كانت في معظمها مستقلة عن النص.

◀ دراسة لعيدلي (الصحافة الجزائرية : دراسة تحليلية ميدانية" ، 2017)

اهتمت الدراسة بالتعرف على الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية الجزائرية ومدى مواكبتها للتطور الحاصل على مستوى التقنية، من خلال الكشف عن مستوى التفاعلية، وكذا دراسة وتحليل المضامين التي تنشر عبرها واتجاهات الجمهور نحوها، وتنمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية القائمة على منهج المسح، واعتمدت على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات بالإضافة إلى الملاحظة، وقع الاختيار على عينة عشوائية منتظمة من صحيفتي الوطن El Watan و الشروق أونلاين، التي تمّ سحبها بأسلوب الأسبوع الصناعي.

وتوصلت الدراسة إلى أنّ معظم الصور جاءت بصيغة GIF 94.42% معظمها ذات طابع معلوماتي، كما كشفت أنّ 85.14% من النصوص الفائقة تمثلت في إشارات داخلية، وبخصوص خاصيتي التحديث والفورية لم تحرص الصحفيتين على تقديم الأخبار وقت وقوعها وكان التحديث في الفترة الليلية، كما أهملت الصحفيتين التفاعل مع القراء والرد على تعليقاتهم.

◀ **دراسة باية سيفون بعنوان: (تأثير تكنولوجيا الاتصال على النشر الإلكتروني للصحفي الجزائري المكتوبة-دراسة تحليلية ميدانية، 2014-2015)**

تنتمي الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية، حيث اهتمت بوصف وتحليل واقع استخدام الصحف المكتوبة الجزائرية لتكنولوجيا الإنترنت ومدى تمتعها بخصائص الصحافة الإلكترونية في نشرها لطبعتها على شبكة الويب، وانعكاسات ذلك على مستوى أداءها ومكانتها لدى الجمهور الجزائري مقارنة بمكانة الصحف المكتوبة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح مدعوماً بأداتي الاستمارة الاستبائية والمقابلة المقننة على عينة قصدية من الصحف الجزائرية التي اختارتها الباحثة وفقاً لمعيارين، هما أن يكون لها نظير ورقي وأن تكون ناطقة باللغة العربية، حيث تم سحب 12 عنواناً.

وتوصلت الدراسة إلى أنّ أغلب مواقع الصحف الجزائرية تستمد وجودها من المؤسسات الأم التي تشرف عليها، كما أنّ الطباعات الإلكترونية للصحف اليومية لم تحقق الاستفادة المرجوة من تواجدها على الإنترنت، ولم تستغل خاصية تحديث المحتوى بشكل آني، إذ لا تقوم بتحديث صفحاتها أكثر من مرة خلال 24 ساعة، ولم يسجل إتاحة للخدمات التواصلية التفاعلية في أغلب الصحف محل الدراسة على غرار فضاءات النقد والتحليل وغرف الدردشة ومنتديات الحوار، بالإضافة إلى أنها لم تعتمد على خصائص الإعلام المتعدد واقتصرت على المزج بين الصور والنصوص، أمّا بخصوص مشاركة الجمهور الجزائري في العمليات التفاعلية التي توفرها الطباعات الإلكترونية كانت ضعيفة، وجاءت خدمة التعليق الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين (44.4%) حيث اقترح أغلبهم زيادة مساحات الحوار من خلال الاستفتاءات والتتويج في المواضيع وتوفير إمكانية التواصل مع القائمين على المؤسسة عن طريق تضمين البريد الإلكتروني للصحيفة، كما أبدى المبحوثون رأيهم حول مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية، وأكد معظمهم بأن الصحف الإلكترونية لن تكون أكثر جذبا للقراء ولن تشكل تهديداً للصحافة الورقية، ومع ذلك يرى رؤساء تحرير الصحف المدرسة ضرورة إصدار طبعة إلكترونية لصحفتهم الورقية.

• الدراسات العربية:

◀ دراسة سلوى إبراهيم حسن عبد الكريم دهمش بعنوان: (المتغيرات المؤثرة في بنية الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية المصرية- دراسة تحليلية للأنواع الصحفية والقائم بالاتصال، (2017)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير المتغيرات (الفردية- المهنية- التنظيمية) على خائص البنائية (الفنية- والموضوعية) للأنواع الصحفية الرئيسية الخبرية والاستقصائية (الخبر- القصة الخبرية- التقرير الخبري- التحقيق- الحديث الصحفي)، بالإضافة إلى رصد وتفسير التفاعلات البنائية فيما بين المتغيرات وكيفية تأثيرها على المنتج الصحفي النهائي بالصحف الإلكترونية المصرية وشملت عينة الدراسة صحيفتي (بوابة الأهرام، بوابة الوطن)، ومن أجل ذلك قسّمت تساؤلات الدراسة إلى جانبين، الأول تعلق بالخصائص الفنية للأنواع الصحفية (حجم حضور قضايا الدراسة في الأنواع الصحفية- كيفية توظيف خصائص الوسيط الإلكتروني والتفاعل معها- النوع الصحفي والقالب الفني الموظف في عينة الدراسة)، أما الجانب الثاني فاهتم بالسمات الأسلوبية للأنواع الصحفية (المتغيرات اللغوية المتعلقة بالكلمة- المتغيرات اللغوية المتعلقة بالجملة- بناء الفقرات- أنواع العناوين)، واستندت الباحثة إلى المنهج التحليلي الكيفي في إطار دراسة وصفية تحليلية، حيث طبقت المنهج الإثنوجرافي للكشف عن ملامح بيئة العمل، وأساليب تنظيم غرف الأخبار، وطرق تشكيل المضامين، والممارسات الروتينية المتبعة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، بالإضافة منهج المسح الإعلامي من أجل جمع البيانات الأساسية حول الخصائص البنائية (الفنية- الموضوعية) للأنواع الصحفية (الإخبارية- الاستقصائية)، بأسلوب المقارنة المنهجية على مستويين (أفقي- رأسي)، أفقياً للمقارنة بين الخصائص البنائية وآليات الإنتاج الروتينية التنظيمية للأنواع الإخبارية والاستقصائية، ورأسياً للمقارنة بين تأثير المتغيرات الفردية والمهنية والتنظيمية على خصائص بنية الأنواع الإخبارية في مقابل تأثيرها على خصائص بنية الأنواع الاستقصائية بالصحف عينة الدراسة، من أجل وضع تصور لواقع الإنتاج الصحفي بالصحف الإلكترونية المصرية.

وتوصلت الدراسة إلى أنّ المحررين الصحفيين في بوابة الأهرام يكتسبون خبرتهم بواسطة الاحتكاك المباشر مع القيادات التحريرية، فيما يكتسب المحررون الصحفيون ببوابة الوطن خبرتهم في تحرير الأنواع الصحفية خلال فترة التدريب، وكذا من خلال تناقل طرق العمل وأساليب التحرير من الزملاء الأقدم خبرة، كما توصلت الدراسة إلى أنّ المركزية ومحدودية الممارسات الديمقراطية ألفت بتأثيراتها السلبية على كفاءة الأداء المهني والرضى الوظيفي بين القائمين بالاتصال، كما أنّ الاهتمام بالقيم الاقتصادية وتحقيق الربح كان سائداً على حساب المسؤولية المهنية اتجاه المتلقي، كما أنّ لضغط الوقت

والمواعيد النهائية المستمرة وكمّ المحتوى المطلوب إنتاجه دوراً في تشكيل المنتج الصحفي النهائي، وضاعف بدوره من حجم العمل المطلوب، الأمر الذي أثر على جودة المنتج الصحفي بالأخص القصص الإخبارية.

◀ دراسة (أبو جهل، 2017) الموسومة بـ: استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للأساليب الحديثة في تحرير الأخبار في المواقع الإلكترونية "دراسة ميدانية في محافظات غزة":

بحثت الدراسة في استخدامات الصحفيين الفلسطينيين العاملين في المواقع الإلكترونية في محافظات غزة في الأساليب الحديثة المعتمدة في تحرير الأخبار الإلكترونية، سعياً منها للتعرف على أهم الفنون الإخبارية التي يستخدمها عينة الدراسة، المتمثلة في الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية في محافظات غزة، ومدى معرفتهم بالأساليب الحديثة في التحرير الإلكتروني وأهم القوالب الفنية التي يستخدمونها، ودوافعهم لاستخدامها أو عدم استخدامها، وكذا مدى وعيهم بأهمية الأساليب الحديثة في التحرير الإلكتروني على المواقع الإلكترونية، كما بحثت الدراسة في متطلبات الصياغة الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني من وجهة نظر عينة البحث، بالإضافة إلى العوامل المؤثرة في استخدامهم للأساليب الحديثة في التحرير الصحفي الإلكتروني، والمشاكل التي تواجههم في استخدامها، ومن أجل تحقيق ذلك استخدم الباحث منهجي الدراسات المسحية ودراسة العلاقات المتبادلة للتعرف على مدى استخدام المبحوثين لأساليب التحرير الحديثة، والوقوف على طبيعة العلاقات الارتباطية بين السمات العامة للقائمين بالاتصال، وتمّ جمع البيانات بواسطة أداة الاستقصاء الصحفي للتعرف على آراء المبحوثين اتجاه استخدامها، حيث تمّ اتباع أسلوب المسح الشامل لـ 170 صحفياً.

وقد بينت نتائج الدراسة معرفة المبحوثين الصحفيين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية بالأساليب الحديثة في تحرير الأخبار الإلكترونية بنسبة (72.40%)، كما بينت أنّ (82.3%) منهم يستخدمونها، ويرجع السبب الأول في استخدامها إلى التقليد والمحاكاة بنسبة (73.8%)، كما أظهرت النتائج أنّ الأسلوب التشويقي هو أكثر الأساليب استخداماً بنسبة (77.6%)، و أنّ الخبر القصير هو من أكثر الفنون الإخبارية استخداماً مع الأساليب الحديثة بنسبة (82.6%)، وكشفت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأساليب الحديثة في التحرير الإلكتروني ومحتوى المادة الإخبارية، وأوصت الدراسة بضرورة العمل على استقلالية قسم التحرير في المواقع الإلكترونية، بما يهيئ لهذه المواقع إمكانية تقديم مواد تحريرية تتسق مع متطلبات التحرير الإلكتروني، كما

أوصت بضرورة تجديد المقاييس الدراسية المتخصصة بالتحليل الإلكتروني في الجامعات الفلسطينية وإنشاء موقع إلكتروني لطلبة التخصص في الصحافة الإلكترونية.

◀ دراسة عباس ناجي حسن بعنوان: (الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني - دراسة مقارنة - العربية نت - محيط - راديو سوا - تلفزيون الشرقية - وكالة نينا أنموذجا، 2016)

اهتمت الدراسة بالكشف عن مدى استخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني بين المواقع الإلكترونية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية عن طريق رصد استخدام الوسائط المتعددة (النص، الصورة، الصوت، الرسوم) خلال المدة الزمنية الممتدة من 2012 إلى 2014، كما حاول الباحث من خلال دراسته التعرف على التباين والاختلاف والتطور الذي حدث في المواقع الإلكترونية المدروسة خلال نفس الفترة بالإضافة إلى الكشف عن أكثر عناصر الوسائط المتعددة استخداماً، واعتمد الباحث على المنهج المسحي والمقارن، تم تطبيقه على ستة مجتمعات عن طريق أدوات الدراسة، تمثلت في استمارة التحليل وتحديد الفئات، وكذا أداة الملاحظة لعينة البحث (المواقع الإلكترونية العربية نت، شبكة الإعلام العربية (محيط)، راديو سوا، إذاعة العراق الحر، تلفزيون الشرقية، الوكالة الوطنية للأخبار (نينا)، التي تم اختيارها بالطريقة القصدية وفق معيار حجم التعرض، والشهرة، والقدم، والاستخدام.

وخلصت نتائج الدراسة إلى أنّ المواقع الإلكترونية عينة البحث استخدمت الوسائط بشكل متفاوت، وكان النص والصورة الأكثر استخداماً، وجاء الفيديو في المرتبة الثالثة فيما عنصر الصوت كان استخدامه ضعيفاً، تأخرت الرسوم إلى المرتبة الأخيرة، كما أنّ استخدام الوسائط المتعددة جاء متوافقاً مع طبيعة الموقع حيث وظفت الوسيلتين السمعيتين الصوت أكثر فيما تمّ الاعتماد على الفيديو في الوسيلة المرئية، أمّا النص فقد طبع المواقع الإخبارية، وبالنسبة لتحديث المحتوى الإخباري فكان متفاوتاً، كما لاحظ الباحث من خلال دراسته أنّ المواقع العربية والعراقية تقتدر إلى صناعة إعلام إلكتروني بكافة فنونه الصحفية، ذلك أنّ موقع الإذاعية والتلفزيون عينة الدراسة اكتفت بإعادة نشر ما يذاع ويبث، وقدم الباحث جملة من التوصيات منها تطوير الجهد التقني للمواقع الإخبارية وربطهم بالخوادم العالمية والمواقع الرئيسية قوقل ويوتوب لضمان الانتشار، زيادة مهارات العاملين بالمواقع الإلكترونية المتمثلة في التحرير الإلكتروني، استخدام الوسائط المتعددة والتصميم والإخراج الإلكتروني والبرمجيات...

◀ دراسة عبد الباسط أحمد هشام بعنوان: (التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، 2014).

اهتم الباحث في دراسته بالبحث في الأدوات التفاعلية التي تتيحها مواقع المجالات المصرية والأمريكية لقرائها حتى تمكنهم من التفاعل مع القائمين بالخدمات الإلكترونية عليها، وكيفية استخدام هذه المواقع لهذه الأدوات، كما حاولت الدراسة أيضا التعرف على خصائص ومميزات الأدوات التفاعلية المتاحة في عينة البحث المصرية والأمريكية كل على حده، واعتمد الباحث في دراسته الوصفية على منهجين، المسح الإعلامي الذي طوع لمسح الوسيلة وهي أعداد مجلتي "آخر ساعة" المصرية و "التايم" الأمريكية، حيث تم تحليل، ومسح القائم بالاتصال الممثل في القائمين بالخدمات الإلكترونية على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية في المؤسسات الصحفية المصرية القومية (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، ووصف خصائصهم وسلوكهم في إطار العمل داخل المؤسسة الإعلامية، أما المنهج المقارن فقد تم توظيفه لاكتشاف أوجه التشابه والاختلاف بين استخدام موقعي مجلتي "آخر ساعة" المصرية و "التايم" الأمريكية للأدوات التفاعلية المتاحة على شبكة الانترنت، حيث استخدم لهذا الغرض أداة تحليل المضمون لرصد مدى توافر الأدوات التفاعلية على الموقعين عينة الدراسة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

- اشترك الموقعان بنسبة (100%) في عرض الأدوات التفاعلية بالنسبة لخدمة البحث وعرض محتوى العدد، والصور والرسوم.
- عدم إتاحة خدمة اختيار اللغة، والدرشة، والمجموعات الإخبارية لكلى الموقعين.
- تفوق موقع مجلة "التايم" الأمريكية على "آخر الأخبار" المصرية في خدمة الأرشيف الإلكتروني، وخدمة التسلية.
- تفوق كبير في حجم الإعلانات في موقع مجلة "التايم" الأمريكية بنسبة (100%) مقابل (25.5%) لـ "آخر الأخبار" المصرية.
- تفوق موقع مجلة "التايم" الأمريكية على "آخر الأخبار" المصرية في الاهتمام بإتاحة عناوين البريد الإلكتروني الخاص بمحرري موقع المجلة، مما خلق روابط بين الصحفي والقارئ وشجّعه على التفاعل مع المضامين المنشورة، فيما تميز موقع "آخر الأخبار" المصرية بإتاحة عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بزوار الموقع، المنتديات الإلكترونية، دفتر الزوار.
- تميز موقع مجلة "التايم" الأمريكية بنقل الأخبار العاجلة آن حدوثها والتحديث اليومي، على عكس "آخر الأخبار" المصرية.

بالنسبة للدراسة الميدانية أظهرت النتائج تدني نسبة القائمين بالخدمات الإلكترونية المؤهلين، وارتفاع نسبة الشباب من بينهم، وتدني الدخل المادي لهم، كما كشفت الدراسة عن تميز مؤسسة الأهرام بتدريب القائمين بالخدمات الإلكترونية.

◀ دراسة جمال عبد ناموس القيسي بعنوان: (الأخبار في الصحافة الإلكترونية- موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا، 2013)

سعت الدراسة إلى الكشف عن كيفية تناول المواقع الإلكترونية للمادة الإخبارية في الصحافة الإلكترونية في ظل المساحة الواسعة التي احتلتها على شبكة الإنترنت، واحتدام المنافسة بين الصحف الإلكترونية نفسها، التي أفرزت تنوعا في الأساليب التقنية في تحرير الأخبار، من أجل ذلك شكلت الموضوعات والنوع الصحفي والقيم الإخبارية وطبيعة المادة الإخبارية والقوالب الفنية المستخدمة في بناء وصياغة الأخبار إلى جانب المصادر فئات التحليل، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي في دراسته كما استخدم أداة تحليل المضمون لجمع البيانات وتسجيلها وتحليلها عن طريق استمارة تحليل المضمون، بالإضافة إلى أدواتي الملاحظة والمقابلة من أجل دعم مصادر المعلومات العلمية التي تمّ تسخيرها للدراسة، ويشمل مجتمع البحث المواد الإخبارية، حيث تمّ اختيار الأخبار المنشورة في موقعي BBC العربية وإيلاف كعينة قصدية.

وبينت هذه الدراسة التي أجريت على المادة الإخبارية في الصحافة الإلكترونية من خلال عينة البحث أنّ المادة الإخبارية كان لها حضور واضح، كما أظهرت تطابقا لعينة البحث من حيث الاهتمام بالمواضيع السياسية، حيث احتلت المركز الأول ضمن قائمة المواضيع المنشورة على الموقعين، كما أظهر النتائج في الموقعين تطابقا في استخدام الخبر القصير على حساب القصة الإخبارية والتقرير الإخباري، واتباع أساليب البناء الفني الحديثة للمادة الإخبارية بشكل أكبر من القوالب الفنية التقليدية، حيث احتل كل من قالب الكتل الرئيسية ولوحة التصميم الصدارة في القوالب الحديثة، أمّا التقليدية فجاء الهرم المقلوب في الصدارة بالنسبة للموقعين، والأمر ذاته بالنسبة لمستوى التغطية ومكونات الشكل الخبري، وظهر عنصر الشهرة كأهم قيمة إخبارية لعينة المختارة، بينما اختلف الموقعان من حيث المجال الجغرافي حيث احتل النشاط الإقليمي المرتبة الأولى بالنسبة لموقع إيلاف، بينما احتل النشاط الدولي المرتبة الأولى بالنسبة لموقع BBC، واختلفا كذلك في الاعتماد على الكادر الصحفي في الحصول على المادة الإخبارية حيث كشفت النتائج تفوق موقع BBC في الاعتماد على المرسلين والمندوبين الإخباريين، فيما اعتمدت إيلاف على وكالات الأنباء في تقصي المواد الإخبارية، ومن ثمّ المرسلين

والمصادر الأخرى، ومرّد ذلك وفقاً للباحث يعود إلى فارق الإمكانيات بين الموقعين، وانتقد الباحث ضعف الصياغة اللغوية العربية الصحيحة لموقع صحيفة إيلاف، بالرغم من أنّ المادة الإخبارية تعد أقل تعقيداً من الفنون الصحفية الأخرى.

◀ دراسة أديب أحمد الشاطري الموسومة ب: (تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية- دراسة حالة للصحف اليمنية "26 سبتمبر" و "التغيير نت" و "الأيام نت"، 2010-2009)

سعى الباحث إلى التعرف على تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية، من خلال معرفة أوجه الاختلاف بينها وبين الأنواع الصحفية في الصحافة التقليدية، ودارت أسئلة الدراسة حول طريقة عرض الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية، وفيما تكمن هذه الأنواع وكذا خصائص الصحافة الإلكترونية، واستخدم الباحث في دراسته المنهج المقارن والمنهج الوصفي، كما اعتمد على أداة المقابلة المقننة ونصف المقننة في الحوار مع القائمين بالاتصال والملاحظة المباشرة للعينة مجال البحث، أمّا بخصوص عينة الدراسة فجاءت قصدية تمثلت في ثلاث صحف إلكترونية في الجمهورية اليمنية هي (26 سبتمبر نت، والتغيير نت، والأيام نت).

وتوصلت الدراسة إلى وجود ضعف في مستوى الخدمات الإعلامية الداعمة لعمليات البحث عن المعلومات داخل الموقع، مع تقدم 26 سبتمبر في بعض الخدمات البسيطة مثل التقييم الميلادي وقرارات جمهورية، وبالنسبة للمحتوى المنشور تأتي الأخبار المحلية والعربية في أولوية اهتمام عينة الدراسة، واحتلت المقابلة الإخبارية المرتبة الأولى من بين الأنواع الصحفية الإلكترونية الأكثر رواجاً، تلتها المقابلة مقابلة الرأي، فيما جاءت المواضيع السياسية في صدارة المضامين الصحفية، ومن النتائج التي خرج بها الباحث في هذه الدراسة، استخدام نوعين من التقارير الصحفية هما: (الإخبارية، وتقارير الرأي)، إذ احتل التقرير الإخباري المرتبة الأولى بنسبة (52%)، كما جاء العمود الصحفي في المرتبة الأولى في أنواع المقالات المستخدمة في عينة البحث بنسبة (59%).

◀ دراسة حلمي محمود محمد أحمد محاسب بعنوان: (إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت- دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية، 2007)

انصب اهتمام الباحث في دراسته الوصفية التقييمية على كيفية صنع صحافة إلكترونية تستفيد من العناصر البنائية التكنولوجية (صوت، صورة، فيديو، رسوم متحركة، وسائط متعددة، نص فائق) الموجودة

على الإنترنت من ناحية، ومحاولة خروج هذه الصحف من عباءة الصحف الورقية في التصميم، واختار الباحث عينة من الصحف المصرية والأمريكية اليومية على الإنترنت، واعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح في مسح الأشكال البنائية الموجودة في الصحف الأمريكية على الإنترنت، والمقارن لمقارنة الأشكال البنائية في الصحيفة الواحدة مع بعضها البعض، ومقارنة تصميم الصحيفة ودراسة مدى التغيير الذي طرأ عليها، واستخدام أداة تحليل الشكل والاستبانة الإلكترونية لدراسة صحيفة الأهرام المصرية، صحيفة الجمهورية المصرية، وبو اس ايه توداي و النيويورك تايمز.

وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود اتفاق لعينة البحث حول عدم جدوى استخدام الإطارات في تقسيم الصفحة في الصحف الإلكترونية، واهتمام هذه الصحف بالمعلومات النصية على حساب المعلومات الجرافيكية، وأنها أقل استخداماً للصور والرسوم كبيرة الحجم مقارنة بالصحف التقليدية، كما أنها لم تستند من الخدمات الحديثة التي تقدمها الإنترنت، فلم تستخدم هذه الصحف مطلقاً القوائم المنبثقة أو المنسدلة في عرض أقسام الصحيفة، كما أنها لم تستخدم الوسائط المتعددة في توسيع مساحة الصحيفة، وبصفة خاصة النصوص المتحركة والنص الفائق والألوان، كما أنها مازالت تعتمد على الجداول الطويلة (الأعمدة) في فصل النصوص، ومازالت الصحف محل الدراسة تفتقر إلى الأشكال التفاعلية مثل حجر الثرثرة والمننديات واستفتاءات الرأي العام، فضلاً عن عدم استخدامها لمحركات البحث المتطورة، بالإضافة إلى أن صحف الدراسة لا تعير اهتماماً كافياً لتقسيم النصوص السردية الطويلة إلى نصوص سردية صغيرة، يتم الربط بينها بواسطة النص الفائق، ولم تستند هذه الصحف من النظريات الخاصة بعلم البصريات في توجيه حركة العين إلى الأشكال المرئية.

• الدراسات الأجنبية:

◀ دراسة **Henrik Bodker** و **Niels Brugger** بعنوان: (Les temporalités mouvantes de l'information en ligne : le site du Guardian de 1996 à 2015, 2017)

سعت الدراسة إلى فهم الكيفية التي تتطور بها المعلومات عبر الإنترنت منذ ظهور المواقع الإخبارية الأولى في التسعينيات من القرن الماضي، من خلال تحليل العناصر النصية على مستويات مختلفة من صفحات الويب، وكيفية تفاعل الممارسات الصحفية مع الإمكانيات الرقمية والخصائص الأخرى للوسيط الإلكتروني، وركزت الدراسة على المستوى النحوي، حيث تم تحليل أرشيف صحيفة الغاردين المحصور في الأخبار المنشورة خلال الفترة الممتدة من 1996 إلى عام 2015، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدم الباحثان منهج المسح، مدعوماً بأداة تحليل محتوى عينة منتظمة.

توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- تغيير أسلوب صياغة القصص الإخبارية والأساليب النحوية.
- وجود علاقة ارتباطية بين الاهتمام بالقصص الإخبارية الإنسانية وارتفاع مستوى التفاعلية من قبل الجمهور المتلقي.
- يعكس اهتمام صحيفة الغاردين بالقصص ذات البعد الإنساني والاجتماعي التي تركز على القصة وتسلسل أحداثها توجهها والاختصاص في القصص الإنسانية والاجتماعية.

◀ دراسة ريكاردو لوبيز دياز Ricardo Lopez DIAZ بعنوان: (Les discours en interaction de la presse en ligne. Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique, 2014)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن خصائص الخطابات التفاعلية التي تنتجها الصحافة الإلكترونية، من خلال التحليل السيميولوجي للمحتوى الصحفي على الإنترنت وكيفية إنتاجه المشترك بين المحرر الصحفي والمستخدم، حيث اختار الباحث بالطريقة القصصية مجموعة (Times.com Then w York و DerSegel.de و Elpais.com و LeMonde.fr)، اعتمد الباحث على تحليل السيميولوجي للخطاب في المحتوى الصحفي على الإنترنت، المتمثل في تعليقات مستخدمي الصحف الناتج عن التفاعل في الصحافة الإلكترونية في سياق عقد الاتصال الإعلامي الذي اقترحه باتريك شارودو (2003)⁶ الذي توفره الإنترنت باعتبارها وسيط معزز للتبادل والتشارك في إنتاج المحتوى، حيث حاول الباحث تحديد الخصائص السيميولوجية للسلوكيات (أي كيف نقول الأشياء) وبقال للظروف النفسية والاجتماعية التي تعكسها مواقف وتعليقات القراء المستخدمين، كما حاول الباحث تحديد ما يمكن أن يكون مساهمات صحافة الويب أو الوسائط المتعددة لإضفاء الطابع التشاركي للمعلومات، وانطلق من فرضية أن الصحف على الإنترنت لا تقدم سوى مساحات تعليق لكسب المزيد من القراء، فماذا لو زودتهم هذه الصحف بالأدوات التي تمكنهم من المشاركة بشكل حقيقي في تفسير الأحداث، وإذا كان من الممكن أن تتحول التعليقات المتعددة على الأحداث إلى نوع صحفي جديد ينتجه الصحفيون والقراء.

سمحت الدراسة بتحديد تعريف للعقد الصحفي بناء على نوعين من التناقضات: التباين الداخلي، ضمن مجموعة من العناصر المشتركة (الصحف الإلكترونية)، ومتنوعة من حيث العناوين (أسماء

⁶ في هذا العقد، هناك حالتان: الأولى، المرسل أو الوسائط، مسؤولة عن تحويل الحدث الأولي إلى حدث مفسر؛ الثاني، المتلقي، سوف يفسر هذا الحدث أيضًا. بين هاتين الحالتين، يتم إنشاء عقد، وهو نوع من الاتفاق يمكن -وفقًا لدراسة المعايير النفسية والاجتماعية والخطابية- تحليله من منظور لغوي.

الصحف الإلكترونية)، وتباين خارجي محدد في المتغير الجغرافي للصحف الإلكترونية (فرنسا، ألمانيا، إسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية).

خلصت الدراسة إلى أنّ الصحفيين والمستخدمين يتشاركون في فعل تواصلية مشترك يرتبط فيه المعنى بالعنصر الدلالي وبناء النص (العنصر اللغوي)، وأنّ هذه النصوص على الإنترنت تحددتها مبادئ الهوية وشرعية المصادر والوسيط (صوت، صورة، فيديو، رسوم...)، كما أنّ عملية إنتاج المعنى تعدّ مهمة جماعية بين القارئ المستخدم والصحفي في إطار مفهوم الإنتاج الصحفي المشترك.

• أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

إنّ الاقتراب من هذا الإرث العلمي شكّل إفادة للدراسة الحالية من نواحي عدة مثلت قاعدة ارتكاز قوية أسست لتأطير وتوجيه الدراسة، فكان للجانب التنظيري والمنهجي والمعرفي مساهمة فاعلة في بناء النظرة العلمية للباحثة لتحليل وتفسير الإشكالية التي طرحتها الدراسة، فجاءت الإفادة من الدراسات السابقة كالآتي:

◀ الجانب التنظيري:

تمثل جانب الإفادة من التنظير للممارسات الإعلامية من ضمنها التحرير على الويب في التعرف على النظريات المفسرة لتوظيف التقنيات الحديثة للوسيط الإلكتروني في تحرير الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، والتي استفادت منها الدراسة في تفسيرها للبناء الفني والتقني للأنواع الصحفية في موقع للشروق أونلاين وكيفية توظيفها، والتحويلات التي طرأت على تحرير المادة الصحفية ومدى استمرارية تعايش هذه الأنواع ضمن نظام معقد من التقنيات، ومعرفة ما إذا كانت الأنواع الصحفية تعدّ مجرد امتدادا لشكلها التقليدي أو أنواع صحفية بسمات جديدة فرضتها الخصوصية التقنية للحامل الإلكتروني المتمثل في شبكة الويب.

◀ الجانب المنهجي:

تمثل جانب الإفادة من المقاربات المنهجية للدراسات السابقة في التعرف على الإطار العلمي العام الموجه لها، والتي اعتمدت فيه على مختلف الأدوات البحثية لجمع البيانات وتحليلها، كما استفادت من مخرجات الأبحاث والاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسات السابقة في تحديد مبدأ الدراسة الحالية، كما لوحظ أنّ جل الدراسات السابقة التي تمّ الاعتماد عليها تتقاطع والدراسة الحالية في المنهج وأدوات

جمع البيانات حيث تنتمي جميعها إلى الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، كما اعتمد معظمها على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية في البحث.

◀ الجانب المعرفي:

التعرف على البنية الفنية والتقنية للأنواع الصحفية في صحافة الإلكترونيّة، ومجالات الاستعادة من مستحدثات البيئة الإعلامية الجديدة في تحرير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونيّة (صوت، صورة، فيديو، رسوم متحركة، وسائط متعددة، نص فائق) ومدى توظيفها، بالإضافة إلى التعرف على الأدوات التفاعلية التي يتيحها الوسيط الإلكتروني وحجم استخدامها والاستفادة منها كخدمات ثرية يوفرها الوسيط الإلكتروني، إضافة إلى التعرف على طبيعة تحديث الأنواع الصحفية في الصحف والمواقع الإلكترونيّة. يمكن القول أنّ الدراسات التي تمّ عرضها تتقاطع مع الدراسة الحالية في الأهداف المرجوة، إذ تسعى إلى دراسة الصحافة الإلكترونيّة والمتغيرات الجديدة في بناء المحتوى الصحفي على شبكة الويب، والكشف عن حجم استخدامها كخاصية التفاعلية ومستوياتها، والفورية والآنية والتحديث، والكتابة الفائقة متعددة الوسائط.

إلا أنّ الدراسة الحالية الموسومة بـ **الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة: دراسة وصفية تحليلية لموقع الشروق أونلاين** حاولت الكشف أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في الموقع محل الدراسة وسماتها الشكلية الفنية وكذا الخصائص التقنية المشكلة لبنيتها، من خلال التعرف على حجم وكيفية توظيفها للنص الفائق واستراتيجية بناء الارتباط في المضمون، والكتابة متعددة الوسائط وموقعها والتفاعلية وتحديث المحتوى، بغرض الكشف عمّا إذا كانت الأنواع الصحفية في الموقع تعدّ مجرد امتداد لشكلها التقليدي أو أنواع صحفية بسمات شكلية مكتسبة من الوسيط الإلكتروني.

📌 المدخل التنظيري للدراسة:

- الخلفية النظرية لفهم الأنواع الصحفية في إطار نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام أو (التحول الرقمي) والمدخل المهجن:

لقد أدى انتقال وسائل الإعلام الجماهيرية على رأسها الصحف إلى الفضاء الإلكتروني الرقمي وما جلبته من مستحدثات تقنية غير مسبوقة في مجال جمع وتحرير ونشر وتوزيع المحتوى الصحفي عبر المواقع الإلكترونيّة بطريقة آنية، إلى تلاشي حدود المساحة ومعها الحدود الجغرافية ومركزية الاتصال،

وفي محاولة لتفسير الظاهرة الاتصالية الجديدة، استعان الباحثون ببعض النظريات الكلاسيكية على غرار نظرية وضع الأجندة ونظرية حارس البوابة ونظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية انتشار المبتكرات، وفي المقابل حاول باحثون آخرون تطوير نظريات جديدة مفسرة للإعلام الرقمي منها نظرية الديمقراطية الإلكترونية، ونظرية واجهة المستخدم، ونظرية المجال العام، ونظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام ويطلق عليها البعض نظرية التحول الرقمي، ولا زالت الاجتهادات في مجال التنظير للعملية الاتصالية عامة ووسائل الإعلام خاصة على شبكة الويب، تحتاج إلى جهد فكري وبحثي كبير من طرف المهتمين بالصحافة الإلكترونية.

ففي ظل هذا التغيير العميق الذي أخذ الصحافة على حين غرة، بدأ الجدل حول تحرير الأنواع الصحفية على شبكة الويب، ومدى التناسب الفني والشكلي للكتابة الصحفية التقليدية مع متطلبات البيئة الإعلامية الجديدة، التي دمجت تكنولوجيا الاتصال والحواسيب والأقمار الصناعية، فظهرت الخدمات المتعددة الداعمة للصحافة الإلكترونية، كغرف الأخبار الذكية والوسائط المتعددة والنص الفائق وتحديث المحتوى والتفاعلية ومشاركة المضامين، مما دفع بالصحفيين إلى الاعتماد على تقنيات حديثة في تحرير الفنون الصحفية وجمع ونشر وتوزيع المحتوى على شبكة الويب.

وعليه آثرت الباحثة الاعتماد على الاجتهادات البحثية في الموضوع في محاولة لتوصيف بعض ملامح البناء الفني التقني والشكلي لأنواع الصحفية في موقع للشروق أونلاين، وتحديد الاتجاه السائد في التحرير الإلكتروني للتعرف على مستوى وكيفية توظيف الدعائم التقنية في المواد الصحفية من خلال رصد العناصر البنائية الفنية والتقنية المتاحة على الحامل الإلكتروني.

وبالتالي فإنّ هذا التحول في الكتابة الصحفية من كتابة خطية مطبوعة إلى كتابة هجينة تعتمد على الوسائط المتعددة والنصوص في بناء الأنواع الصحفية على شبكة الويب، استدعى الباحثة إلى اعتماد مدخلين أساسيين، وهما نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام وتسمى أيضا بنظرية التحول الرقمي (Digital Mediamorphosis)، بالإضافة إلى المدخل المهجن (Hybrid Model)، ولكل مدخل مهمة في هذه الدراسة، حيث يحدد مدخل التحول الرقمي شكل تطور الأنواع الصحفية من خلال الوسيلة المتمثلة في الموقع الإلكتروني للشروق أونلاين، ومدى تعايشها واستمراريتها ضمن نظام معقد، وكيف يؤثر الوسيط الإلكتروني الجديد مع الوقت وبدرجات متفاوتة على تطور شكل آخر، بينما يخدم المدخل المهجن الدراسة في جزئها المتعلق ببنية وشكل الأنواع الصحفية المنشورة رقميا.

◀ مدخل التشكل العضوي لوسائل الإعلام (التحول الرقمي) Mediamorphosis:

سلك الباحثون في مجال الاتصال مداخل عديدة لدراسة وتحديد ماهية تكنولوجيا وسائل الإعلام، ومن بين هذه المداخل، مدخل فيلدر لفهم الإعلام الجديد، الذي يرى أنّ عملية تغير جذري وتحول كامل تحدث لوسائل الإعلام القائمة Mediamorphosis، ويعني بها التشكل العضوي لوسائل الإعلام أو التشكل الإعلامي، وتتدرج هذه النظرية تحت مظلة الإعلام الجديد، وتكاد تكون النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون على أنّها نظرية في الإعلام الإلكتروني، ويطلق عليها أيضا نظرية التحول الرقمي، التي طورها روجر فيلدر Roger Fidler في كتابه الشهير Mediamorphosis : Understanding new Media الصادر عام 1997؛ "شرح فيه العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وتتمثل منطلقاتها الرئيسية في أنّ وسائل الإعلام الجديدة تظهر تدريجيا نتيجة التحول العضوي، وأنّ وسائل الإعلام تستجيب مثل الأنظمة الأخرى للضغوط الخارجية، وتتجه إلى إعادة تنظيم نفسها وتتطور مثل الكائنات الحية لكي تزيد فرص بقاءها" (مركز القرار، 2021).

ويستمد فيلدر مبدأ التحول العضوي لوسائل الإعلام من ثلاثة مفاهيم وهي: (CCC) بمعنى "التطور المشترك Coevolution والتقارب Convergence والتعقيد Complication، ويشرح ذلك بالقول؛ "إنّ كل أشكال الاتصال مرتبطة بإحكام في نسيج نظام الاتصال الإنساني، ولا يمكن أن توجد بشكل مستقل عن بعضها البعض، وعندما يظهر نمط اتصالي جديد ويتطور فإنّه يؤثر على مرّ الزمن وبدرجات متفاوتة في تطور كل أنماط الاتصال القائمة الأخرى، وتكون القاعدة هي التطور المشترك لهذه الوسائل معا والتعايش فيما بينها، وليس التطور المنفرد للوسيلة الجديدة والاستبدال التام للوسائل القديمة" (وسار، 2018، صفحة 462)، وهو ما يبرهن عليه من خلال حديثه عن تطور وسائل الإعلام التقليدية وظهور وسائل وتقنيات حديثة للاتصال، وبالتالي حسب فيلدر؛ " فإنّ كل شكل جديد من أشكال الاتصال يعدّ امتدادا لشكل خاص به ضمن سلسلة من التحولات والتكيفات التدريجية، وأنّ الشكل الجديد للوسائل المتعددة لم يظهر تلقائيا ولا مستقلا عن الوسائل الأخرى، إنّما يرتبط بمبدأ أو منشأ الوسائل السابقة" (Fidler, 1997, p. 16).

- فروض النظرية:

يبني فيلدر مدخله النظري لفهم نظريات الإعلام الإلكتروني أو الجديد ومستويات تبنيه باستقراء النموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات لإيفرت روجرز ورؤى بول سانو، تقول إنّ الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاثة عقود حتى تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، وهذا التحول الذي يجري لوسائل الإعلام

تفرضه التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية، والضغط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية (قائش، 2019)، لذلك فهو يبني نظريته العلمية كآلاتي:

- لن تظهر الوسائط الجديدة لفترة طويلة، وعندما تظهر أشكال جديدة من وسائل الاتصال، فإنّ الأشكال السابقة لا تموت -عادة- بل تستمر في التطور.
- يتم تجسيد الخصائص الأساسية للوسائط ونقلها من خلال الرموز اللغوية.
- التطور في اللغة المشتركة لأجهزة الكمبيوتر وشبكات الاتصالات العالمية (اللغة الرقمية) تؤثر بشكل جذري على تطور التواصل والحضارة (Zainal Abidin ، 2020 ، صفحة 74).
- التطور المشترك والتعايش يستمر ضمن نظام معقد، ويؤثر كل ابتكار جديد بمرور الوقت ودرجات متفاوتة على تطور شكل آخر.
- التقارب هو جوهر التطور في تشكل وسائل الإعلام الموجودة اليوم، يكون هذا التقارب على نطاق صغير لمرات متعددة ويحدث طوال الوقت.
- التقارب يشبه عملية التزاوج بين كائنين لولادة كائن جديد يحمل جينات الكائنين.
- تقارب الوسائط هو العملية التي يتم من خلالها دمج التقنيات الجديدة مع وسائل الإعلام والاتصال الموجودة.
- التعقيد هو أحد العناصر التي يمكن أن تولد ظهور تقنيات جديدة، فجميع أشكال وسائل الإعلام تعيش في عالم ديناميكي ومترابط، وهي أنظمة قابلة للتكيف مع الضغوط الخارجية.
- يتأثر كل شكل من أشكال الاتصال بعمليات التنظيم الذاتي عفويا للحفاظ على بقاءها واستمرارها
- يتأخر الأفراد في تبني مستحدثات وسائل الإعلام ثم يحدث التبني الواسع لها.

إنّ التأثير المحتمل للتكنولوجيا على شكل وبنية الأنواع الصحفية من خلال نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام أو التحول الرقمي يمكن فهمه في إطار تحولها إلى الوسيط الإلكتروني، الذي يمكن توصيفه بأنه جزء من نسق مترابط تمتد جذوره إلى المنشأ (وسائل الإعلام التقليدية)، وتستمر في الحاضر وفقا لسيروية التطور التكنولوجي ومستحدثات البيئة الإعلامية الجديدة، وبذلك فإنّ التحول الرقمي - بالاعتماد على أسس وفروض نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام أو التحول الرقمي - يدعم التوجه الذي يرى بأنّ تحرير المحتوى في الصحافة الإلكترونية يتم وفقا لخصائص الحامل الإلكتروني مع الحفاظ على البعد الوظيفي للمحتوى كالأخبار والتحليل والتعليق والتحقق والتعبير وغيرها من الوظائف،

وهو ما تسعى الدراسة إلى معرفته، عن طريق تحليل محتوى موقع الشروق أونلاين، حول ما إذا كانت فنيات التحرير الصحفي التي سبق التحرير بها في الصحف المطبوعة ورقيا لا تزال تحتفظ بجوهرها، وكيف تتكيف مع الظروف الخارجية التي فرضت اعتماد تقنيات حديثة كالنص الفائق والوسائط المتعددة والأدوات التفاعلية... إلخ

مبدئياً، التطور المشترك والتعايش لوسائل الإعلام يعكسه التحرير اللاخطي للفنون الصحفية المعتمدة على الوسائط الفائقة وخدمات الإنترنت، بشكل بانثت تقرأ وتسمع وتشاهد على شاشة واحدة مع إمكانية التفاعل ومشاركة مضامينها، وهو ما سيتم عرضه في الفصل النظري للأطروحة.

لقد منح الاندماج الإعلامي بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة ووسائل الإعلام والأقمار الصناعية مزيداً من التقارب والاحتكاك بين مختلف وسائل الإعلام الذي يعتبره فيلدر جوهر التطور في شكل وسائل الإعلام الموجودة اليوم، وهو ما يمكن سحبه على تطور الصحافة الإلكترونية كوسيلة متعددة الوسائط والخدمات تحمل جينات طباعية تلفزيونية وإذاعية، وما تبعها من تحديث للبنية الفنية والتقنية لأنواع الصحفية بأساليب تقديم وعرض تعدد امتدادا لعمليات التحرير التقليدية، والتي تتكيف بشكل متواصل مع الأنظمة المعقدة لشبكة الويب.

وعليه فإنّ الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية تعتبر عضواً ينشط في إطار النسق الكلي، يعيد بناء تنظيم له وفقاً للنمط الاتصالي الغالب، فتتحول وتتجدد وفقاً لذلك، وهو ما يمكن إسقاطه على الكيفية التي تتشكل بها الأنواع الصحفية فناً وتقنياً في البيئة الرقمية.

◀ المدخل المهجن (Hybrid Model):

تعتمد هذه الدراسة على النموذج المهجن (المختلط) (Hybrid Model) كمدخل لها، "ومصطلح (التهجين) يشير إلى عملية تتم على مستويين الزماني - من خلال ما يسمى بالتطور المشترك (Coevolution) - والمكاني - من خلال ما يسمى بتلاحق الأنظمة (Cross-Fertilization).

وفقاً لما أشار إليه ماكلوهان في كتابه (فهم الإعلام) فإنّ؛ "عمليات التهجين بين الوسائط الإعلامية تؤدي إلى انبعاث طاقة كبيرة بفعل انصهار أو انشطار العناصر الهجينة ويؤدي تلاحمها إلى توليد شكل إعلامي جديد تماماً" (السيد ف.، 2019، الصفحات 221-222)، مثل الصحافة الإلكترونية التي تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية كالصور الجرافيكية والرسوم والنص، وبين التحرير الفائق ومتعدد الوسائط بتوظيف تقنيات النص الفائق والوسائط المتعددة والرسومات والصور المتحركة والنشر الإلكتروني

باستغلال خدمات الإنترنت، بالإضافة إلى الخدمات التفاعلية Talkback وغرف الدردشة والبريد الإلكتروني واستفتاءات الرأي... إلخ

لذلك-وفقا للنموذج المهجن- فإنّ التحرير في الصحافة الإلكترونية يجمع بين العناصر التقليدية التي تدخل في تحرير الأنواع الصحفية كالنص والصورة وبين تكنولوجيا الإنترنت كالنص الفائق، والوسائط المتعددة باختلاف أنواعها من مقاطع صوتية، فيديوهات، رسوم متحركة ومؤثرات أخرى تستخدم في تحرير وعرض الفنون الصحفية القديمة المتجددة، بالإضافة إلى العناصر التفاعلية التي تختص بها شبكة الإنترنت المتمثلة في البريد الإلكتروني، والأرشفة ومحرك البحث، والذي بات يشكل ذاكرة الصحافة من خلال ميزتي استرجاع الخبر وتحديثه، وهي عناصر جديدة تمنح للقارئ/ المستخدم الحرية في اختيار المواد الصحفية والتعليق عليها أو مشاركتها.

و"المدخل المهجن الذي قدمه جورج جلدرد (George Gilder) يعتمد في بناءه على المعادلة التالية:

$$.(Static Model+ Dynamic Model= Hybrid Model)$$

(النموذج المهجن = النموذج الاستاتيكي + النموذج الديناميكي).

يقصد بالنموذج الاستاتيكي العناصر البنائية التقليدية مثل الصور والنصوص، أمّا النموذج الديناميكي فيقصد به ما تحظى به الإنترنت من عناصر بنائية جديدة تؤدي إلى تفاعلية القارئ مع الشكل والمضمون" (محسب، 2007، صفحة 38).

لقد ساعدت الظروف التي فرضتها البيئة الإعلامية الجديدة إلى تأسيس هذا النموذج ، فبظهور الإنترنت توجهت المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها إلى هذا الفضاء الجديد، حيث بادرت إلى إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، كخطوة لا مفرّ منها من أجل ضمان الديمومة والاستمرارية التي تضمنها خاصية التفاعلية والانتشار الواسع للشبكة، وسعيا منها إلى ترسيخ مبدأ التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية وتكنولوجيا الاتصال، عن طريق المزج بينهما، وفي سياق هذا الاندماج غير المسبوق للإعلام بتكنولوجيا الاتصال المعلومات ظهر النموذج المهجن (Hybrid Model) الذي أسسه وطوره "جورج جلدرد (Gerge Gilder) في توجه داعم لهذا الاندماج الإعلامي بين الإنترنت والصحافة؛ "لقد رأى بأنّ الإنترنت متّمة للصحف الورقية، لأنّها تسهم في تسليم المنتج الصحفي في الوقت المناسب للقارئ، وتزيد من كمية المعلومات سواء أكانت معلومات أرشيفية أو رسوم بيانية أو خرائط أو مواد صحفية أخرى مدعّمة للنص، كما أنّها تتيح استخدام الصور والرسوم ولقطات الفيديو على مواقع الصحف

الإلكترونية، كما تساعد القارئ في اختيار المضمون الذي يريده من خلال النص الفائق" (شاهين، 2014، صفحة 11).

لذلك فإنّ النموذج المهجن يعكس مرونة الصحافة الإلكترونية في استحداث وإعادة هيكلة الأنواع الصحفية بما يتماشى مع الحامل الإلكتروني، مع إمكانية إعادة تقديم مضمون الصحيفة المطبوعة نفسها، وهو ما يمثل قيمة مضافة يعكسها النموذج في عملية التحرير الصحفي وفقا لعدد من المعايير:

- معيار النص الفائق.
- الوسائط المتعددة.
- احتياجات القارئ المستخدم.
- السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية في حد ذاتها.

لذلك فإنّ جانب الإفادة لهذه الدراسة من المدخل المهجن يكمن في التعرف على مدى استخدام العناصر التقليدية التي تدخل في تحرير الأنواع الصحفية كالنص والصورة، والقيمة التي تضيفها الإنترنت عليها من خلال من توفره من تقنيات وخدمات تتمثل أساسا في الوسائط المتعددة والنص الفائق والمقاطع الصوتية والفيديو والرسوم المتحركة، ورصد شكل وحجم توظيفها في بنية وشكل الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين، كما يفيد في جانبه الديناميكي في معرفة طبيعة تحديث المحتوى وكذا الكشف عن مدى استغلال الموقع للإمكانيات المتعلقة بخدمات التفاعلية كالتعليقات واستفتاءات الرأي والتواصل بين القراء/ المستخدمين والقائم بالاتصال، ومشاركة الأنواع الصحفية المنشورة في موقع الشروق أونلاين وغيرها.

← نظرية النص الفائق:

يتزامن تاريخ النص الفائق مع التطورات التكنولوجية التي دعمها فانيفار بوش (Vannevar Bush)، مدير مكتب الأمريكي للبحث والتطوير، حيث لاحظ أنّ التقارير والمعلومات تتزايد بسرعة، فاقترح وسيلة لأتمتة عملية جمع والاطلاع على الوثائق تجسّد في الممكس (MEMEX)، وهو جهاز متعدد الوسائط يعتمد على الميكروفيلم، وكان بوش يفكر في آلة قادرة على تخزين كتب الجميع وملاحظاتهم للاطلاع عليها بطريقة ميكانيكية بسرعة ومرونة.

لقد تحققت فكرة النص التشعبي في خيال بوش أنذاك وترجمها في عنوان بحثه الشهير "كما يمكن أن نفكر" (As We May Think) عام 1945، التي كانت عبارة عن تصوّر لكيفية تفكير البشر ووفقا له؛

"يفكر البشر من خلال الارتباطات، وعندما يتم إدخال عنصر ما، فإنه يلتصق على الفور بالعنصر التالي الذي يقترحه ارتباط الأفكار، متبعا شبكة معقدة من المسارات، وبمجرد أن يتم إنشاء مستند ما، وعند الوصول إلى جهاز الممكس، فإنّ العديد من المسالك الترابطية ستجعله على اتصال بكنز المعلومات المتراكمة، وبعدها تظهر أشكال جديدة من الموسوعات، وبالتالي يصبح كل متخصص على دراية بكل ما يتعلق بمجاله". (George , 2003).

بالرغم من أنّ MEMEX لم يرى النور أبدا بسبب عدم مواءمة إمكانات الطاقة الكهروضوئية لهذه الشركة، إلا أنّ بوش أسس عبر تصوره لعملية المحاكاة للعقل البشري باستخدام الآلة، ومع تطور أجهزة الكمبيوتر بدأ العديد من الباحثين الكمبيوترين أمثال تيد نلسون (Ted Nelson) الذي ندين له باختراع مصطلح النص التشعبي (Hypertext)، بتقديم أفكار حول بنية المعرفة التي يضعها المؤلف في عمله، ومساراتها وطرق الوصول إليها والتفاعل معها من قبل المتعلمين.

- مدخل إلى نظرية النص الفائق Hypertext Theory :

تضمنت الأدبيات العلمية التي تناولت التكنولوجيا الجديدة في الإعلام الإلكتروني، الآثار المترتبة عن اعتماد الوسائط الإلكترونية الحديثة على مجالات الممارسة الإعلامية، وتكيفها مع التحديات التي تفرضها تقنيات الاتصال الجديدة خصوصا الكتابة (Hypertext) والقراءة (Scan read).

ويعتقد صاحب الرؤية الحاسوبية تيد نلسون Ted Nelson أنّ بنية المعرفة التي يضعها المؤلف في المضمون قد تشوش الفهم عند بعض القراء، لأنّه يعتقد أنّ المعرفة تعتمد على خبراتهم وقدراتهم، لذلك، في منتصف الستينيات توصل إلى تعريف "النص الفائق" ببساطة على أنّه؛ "كتابة غير متسلسلة مع روابط يتحكم فيها القارئ الذي يمتلك الخبرات والقدرات المعرفية للوصول إلى المعرفة والتفاعل معها" (Vignaux, 2003).

لم يكن هذا التعريف بمنأى عن المراجعة من قبل الباحثين في مجال الإعلام، فمنذ ذلك الحين اتجه البعض إلى البحث في الهياكل السردية الحديثة التي تدمج النص الفائق كعنصر من عناصر الصحافة الإلكترونية الأكثر استجابة لخصائص الوسائط الرقمية الحديثة في تحرير الأنواع الصحفية، كل هذه النشاطات العلمية والبحوث أدت إلى تطوير نظرية النص الفائق.

ويستخدم هذا المصطلح في نظرية النص الفائق، ويصف تقسيم المعلومات إلى وحدات أصغر ثمّ تزويد هذه الوحدات بالروابط Links، وتدمج هذه الروابط المتشابهة وفق تراتبية من العام إلى الخاص قد

تأتي مرتبة ترتيبا زمنيا أو غيره، ويتم تحديد ذلك من قبل الفريق العامل على التحرير والتصميم في الموقع، ويراعى في ذلك مبدأ الوصول إلى المعلومة والتفاعلية من قبل القارئ، الذي يعدّ محور العملية الاتصالية، باعتباره قارئ نشط ومشارك في تحرير وإنتاج المحتوى عكس القارئ التقليدي على الصحف المطبوعة.

لذلك فإنّ نظرية النص الفائق تفترض أنّ الكتابة المطبوعة سلبية، تؤدي إلى عزلة القارئ عن الكاتب، كما تنتقد النظام الرأسي الذي يكرس تبعية القارئ للكاتب؛ "ففي هذه المرحلة لم يكن لدى القارئ مصادر معلوماتية متعددة يستقي منها معلوماته، فأرغم على اتباع المعلومات المقدمة من الكاتب" (محسب، 2010، صفحة 145)، دون منحه أيّ فرصة لاختيار المحتوى الذي يدخل في نطاق اهتماماته وميولاته.

ويرى روبر هويسكا Robet HUESCA أنّه؛ "بصرف النظر عن الخصائص التركيبية والبصرية التي تشير إلى تغيرات جذرية في الشكل السردي، فإنّ نظرية النص الفائق تفترض أيضا تحولات في طريقة تصور المؤلفين والقراء، وتعتبر تقنيات الاتصال الجديدة تشاركية، مما يجعل القراء هم المنتجون النشطون للقصص" (Huesca, 1999, p. 35)، لذلك فإنّ فروض النظرية تقدم القارئ على أنّه مستخدم متعاون أكثر من كونه مستخدم مستهلك، وتسلب الضوء على جانب الحاجيات والميولات الذي يتطلب فهما نظريا أكثر عمقا لتوقعاته وطرق البحث عن المعلومات.

"وتقيم هذه النظرية علاقة ثلاثية محورها النص وظيفتها المحرر (المؤلف/ الكاتب/ الصحفي...)" والقارئ ما هو دور المحرر في صنع النص بصفة عامة، والنص الفائق بصفة خاصة؟ وما هو دور القارئ في النص؟ وما هي علاقة كل من المحرر بالقارئ" (محسب، 2010، صفحة 102)، ولكن الذي يهم الدراسة الحالية هو النص الفائق بصفة خاصة وكيفية حجم توظيفه وعلاقته بالنص السردي في الأنواع الصحفية بموقع الشروق أونلاين، ومدى إضافته لخلفيات ومعلومات حول المادة الصحفية المنشورة.

- فروض نظرية النص الفائق:

- لدى القارئ حرية اختيار المعلومات أو عدمه بالنقر على الروابط أو تجاوزها.
- انفتاح النص يزيد من التفاعلية بين القراء والكاتب عبر إمكانية التعليق أو إبداء الرأي والمشاركة.

- استخدام النص الفائق يساعد المحرر الإلكتروني على تنظيم المواد الإعلامية وفقا لاحتياجات القارئ/ المستخدم.
- يحيل النص الفائق القارئ/ المستخدم إلى معلومات ذات الصلة باهتماماته مما يعزز ممارسة الصحفيين لدور حارس البوابة (بن مسعود، 2020، صفحة 188).
- يسهل النص الفائق على القارئ/ المستخدم الإبحار عبر الروابط (داخلية خارجية) للحصول على معلومات بعينها وسط كم هائل من المواضيع.
- يثري النص الفائق الموضوع بعدد غير محدود من المعلومات والخلفيات باستخدام الروابط مما يسمح بفهم القصة الخبرية من جميع جوانبها.
- تضيف هذه المعلومات والنصوص الملحقة في الروابط التشعبية معاني جديدة (بن مسعود، 2020، صفحة 188).

وتأسيسا على ما سبق، يتضح جليا أنّ تفسير عملية تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم النص الفائق، يتجاوز عملية جمع المعلومات من المواد الصحفية المتعارف عليها في مجال التحرير الصحفي ونشرها إلكترونيا ليطلع عليها القارئ، إلى تطوير وتصميم وهيكله هذه المعلومات في شكل هياكل سردية تسهل تنقل القارئ/ المستخدم وسط مجموعة من المعلومات المدرجة في شكل روابط تشعبية ووسائط متعددة تتماشى واهتماماته ورغباته، وتساعد المحرر الإلكتروني على تنظيم المواد الإعلامية وفقا لاحتياجات القارئ/ المستخدم، وتجعلها شريكين في إنتاج الدلالات والمعاني التي فرضتها الحاجة الملحة إلى نوع جديد من المعرفة وروايات أخرى للأخبار، وأتاحتها طبيعة الوسيلة الإعلامية (صحف إلكترونية) والتي تكتسي أهمية تتجاوز المضمون المحرر إلكترونيا، وهو ما يؤمن به مارشال ماكلوهان 1969 حول أنّ؛ "طبيعة الوسيلة الإعلامية المستخدمة في كل مرحلة من المراحل تساعد على تشكيل المجتمع وتنظيمه أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل (الطويسي، 2020، صفحة 20).

لذلك فإنّ جانب الاستفادة هذه الدراسة من نظرية النص الفائق تكمن في التعرف على استراتيجية بناء الارتباط للنصوص التشعبية الداخلية والخارجية، ومدى إتاحتها للاختيارات أمام القارئ حول المواد المثيرة لاهتماماته، وتوفيرها للخلفيات والتفاصيل التي من شأنها إثراء مضمون النوع الصحفي من خلال مركزية الموضوع أو القصة الصحفية، والتطور التسلسلي التراكمي للأحداث الذي من شأنه الرفع من مستوى تفاعلية وتشاركية المنتج الصحفي بين القارئ/ المستخدم والمحرر الصحفي.

الفصل الأول

الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني و الصحافة الإلكترونية).

1. الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني و الصحافة الإلكترونية).

1.1 التأسيس العلمي والنظري لعلم البيئة الإعلامية.

1.1.1 لمحة عن بعض الأدبيات البحثية المؤسسة لعلم البيئة الإعلامية.

2.1.1 نظرية البيئة الإعلامية

3.1.1 دراسة الوسائط كبيئات إعلامية جديدة.

2.1 التطور التكنولوجي في مجال النشر الصحفي.

1.2.1 مدخل إلى النشر الإلكتروني.

2.2.1 التكنولوجيا المساندة لمجال النشر الإلكتروني.

3.2.1 مجالات استعادة الصحف من النشر الإلكتروني.

3.1 الصحافة الإلكترونية ارهاصات الانتقال من الحامل الورقي الى الحامل الإلكتروني.

1.3.1 الصحافة الورقية (ظروف النشأة والتطور).

2.3.1 الصحافة الإلكترونية (ظروف النشأة والتطور)

3.3.1 ماهية الصحافة الإلكترونية.

4.3.1 علاقة الصحافة الإلكترونية بالورقية.



1. الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة

(النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

تمهيد:

شهدت صناعة الصحافة ثورة تكنولوجية أحدثت تغييرات جذرية في إنتاج وصناعة المحتوى الإعلامي، بفضل التطورات الحديثة والمتسارعة في مجال التقنية، ممثلة في الحاسوب وبرامجه عموماً وشبكة الإنترنت خصوصاً، التي قدمت ولا تزال تقدم آفاق جديدة للنشر الإلكتروني، جاعلة منه المحرك المركزي لهذه الثورة في العصر الحالي، وخلقت إعلاماً متعدد الوسائط "Multimédia"، وألقت بظلالها على الممارسة الصحفية التي باتت تحكمها بيئة تهيمن عليها التقنية وتمزج بين مختلف أنواع الإعلام والتكنولوجيا؛ " فنجد الصوت والصورة والرسم والعمارة والنص الأدبي والمهارة اللغوية، والتقنيات التكنولوجية والبيث الرقمي، واستخدام الكمبيوتر والانترنت، كل ذلك يتحالف معاً لإنتاج إعلام بالغ التعقيد والكثافة والإبهار، وهذا المزج لوسائط إعلامية كانت فيما مضى منفصلة عن بعضها البعض، أو يشتغل عدد محدود منها معاً في أحسن الحالات، هو الذي يمثل المعلم الأبرز لتلك الثورة الإعلامية" (المعمري، 2014، صفحة 11).

في خضم هذا المد التكنولوجي والزخم الكبير للمعلومات يقدم النشر الإلكتروني خدمات جليلة في مجال الإعلام، من حيث الأساليب الحديثة في نقل وتداول ومشاركة المعلومات والنشر من خلال الإنترنت عبر مختلف الصيغ (HTML) (PDF) (CD-ROM)، أو الوسائط والنصوص الفائقة (Hypermedia) (Hypertext) وخدمات أخرى، وهو ما أعاد صياغة أعراف الممارسة الصحفية بتحول النشر من الوسيط الورقي إلى الوسيط الإلكتروني في عصر الاندماج الإعلامي.

وتعدّ الصحافة الإلكترونية، المولود الجديد لهذا الاندماج بين الإعلام وتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية والأقمار الصناعية والإنترنت، والمستفيد الأكبر من التقنيات الحديثة للنشر الإلكتروني، في المجالات الفنية والتحريرية وغيرها، ونظراً لما توفره التقنية الرقمية من جماليات وتسهيلات وتوفير للوقت والجهد ومواكبة لهذه التطورات المتسارعة، انضمت الصحف الورقية إلى منصات الويب وانتشرت الصحف الإلكترونية في فضاء الإنترنت بشكل كبير، سواء تلك التي لها أصل ورقي أو التي لا تملك أصلاً ورقياً، معوّلة على التقنيات الحديثة في صناعة محتواها والإنترنت في بثه ونشره؛ "وأصبحت اليوم غالبية الصحف اليومية وبخاصة الكبرى منها تعتمد في إنتاجها على التقنية الإلكترونية، بما يشمل كل

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

المراحل الإنتاجية اللازمة لكل العناصر (التيوغرافية) 7 و(الجغرافية) 8 ، سواء التحريرية أو الإعلانية المنشورة على صفحاتها، بدءا من الحصول على مادتها التحريرية والإعلانية وانتهاء بإجراء المعالجات الإخراجية اللازمة لها، كي تأخذ طريقها للنشر" (صالح مهدي، 2017، صفحة 86).

ولمّا كان لمظاهر التحول التكنولوجي للصحافة علاقة بتطور تقنيات النشر الإلكتروني وأساليب الممارسة الصحفية ومواكبتها لهذا التطور عن طريق تطويعها وفقا لمتطلبات العصر الرقمي، سوف يتم الربط في هذا الفصل بين عملية النشر الصحفي الإلكتروني والصحافة الإلكترونية في سياق البيئة الإعلامية الجديدة والتأصيل العلمي لها، مع عرض لمحة عن بعض الأدبيات البحثية المؤسسة لعلم البيئة الإعلامية كتمهيد للفصل، ثم التعريف على النشر الإلكتروني، وسائله، أنواعه، تقنياته وخدمات الحواسيب والإنترنت المساندة للنشر الإلكتروني، ومجالات استعادة الصحف منه، والانتقال بعد ذلك إلى إرصاصات تحوّل الصحافة من الحامل الورقي إلى الحامل الإلكتروني وظروف نشأة وتطور للصحافة الورقية والإلكترونية وعلاقتهما ببعضهما.

1.1. التأسيس العلمي لبيئة الإعلامية الجديدة (الرقمية):

لقد؛ "لاحظ خبراء الإعلام أنّ التغيرات في تكنولوجيا الاتصالات قد عدّلت العديد من التوقعات الأساسية حول جمهور الإعلام ومحتوى الإعلام" (بريس و ويليامز، 2012، صفحة 33)، ومن هنا حاول العديد منهم البحث فهم هذا التغيير وأنظمتهم في إطار بيئة إعلامية رقمية.

1.1.1. لمحة عن بعض الأدبيات البحثية المؤسسة لعلم البيئة الإعلامية:

ترتبط بيئة الإعلام بمدرسة تورنتو ومدرسة سانت لويس والمدرسة الأمريكية للدراسات الثقافية ومدرسة نيويورك وميديولوجيا، بالإضافة إلى إسهامات نيل بوستمان Neil Postman ولانس سترت Lance Strate مؤسسا جمعية علم البيئة الإعلامية (MEA) Media Ecology Association في تحديد مفاهيم البيئة الإعلامية استنادا إلى دراسة النظام البيئي للوسائط، باعتباره نظاما يتكون من البشر الذين يتفاعلون ويتواصلون من خلال الوسائط التكنولوجية عن طريق لغة تخلقها وسائل الإعلام.

⁷ - التيبوغراف: هو فن ترتيب الحروف بطريقة متناسقة من حيث حجم الحرف وطول الخط والمسافة بين السطور.
⁸ - الجرافيك: يأتي من لفظ كرافكسو في الحضارة اليونانية، وبالمفهوم الحديث فن توظيف التقنيات الحديثة لربط الصور المكتوبة أو المرسومة أو المسموعة بأسطح مسطحة.

◀ **هارولد إنيس (Harold Innis 1894-1952):**

اهتم إنيس بالتاريخ الاجتماعي لوسائل الإعلام وتأثيرها على تشكل العلاقات داخل النسق الاجتماعي، في بحثه الأنثروبولوجي قام بتحليل سلوك الكنديين عند القيادة، وأجرى تحليلات للمعطيات التي جمعها بواسطة الملاحظات والمقابلات لسلوكيات عينة بحثه، من أجل الإجابة عن التساؤلات في محاولة لمعرفة انحياز وسائل الإعلام لرسالة معينة عبر طرحه لثلاثة استفهامات:

1- كيف تعمل تقنيات الاتصال المتوفرة؟ 2- ما هي الظروف التي يستقونها من المجتمع والتي تساهم في بناء المجتمع؟ 3- ما هي أشكال القوى التي يدمونها؟

سعى للتعرف على العلاقة بين وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، اهتم هارولد إنيس بالظروف الاجتماعية والثقافية، وقد توصل إلى جملة من الاستنتاجات، مفادها أن انسجام واستقرار الثقافات مرهون بمدى التوازن الذي يحققه محتوى وسائل الإعلام لهذه الثقافات، كما أكد على أن التغيير الاجتماعي يكون متناغماً مع تطوير وسائل اتصال أو ابتكار وسائل جديدة.

الجدير بالذكر أن هذه النظرة العلمية لمفهوم وسائل الإعلام في البيئة، ممثلة في البناء الاجتماعي والثقافي، الاقتصادي والسياسي قد دكّت الحدود الفاصلة بين علوم الاتصال ومختلف العلوم الاجتماعية الأخرى، أهمها علم الاجتماع والاقتصاد والتاريخ والعلوم السياسية...

◀ **لويس مومفورد (Lewis Mumford 1895-1990):**

لم يعترف لويس مومفورد في كتابه بعنوان "التقنيات والحضارة" (1934) بالحتمية التكنولوجية، حينما درس مسألة تأثير التكنولوجيا على البنى الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وانتهي إلى نتيجة مفادها بأنه لا علاقة للتكنولوجيا بصياغة تاريخ المجتمعات، مشيراً إلى دور العوامل الاجتماعية في سيرورة العمليات التاريخية.

وبعد عقد من نشره لكتاب التقنيات والحضارة، عاد لويس إلى التأكيد على توجهه السابق حول دور البيئة الطبيعية في تشكيل الطبيعة البشرية في كتابه "حالة الإنسان" (Condition of man)، حيث اعتبر أن الإنسان وُلِدَ بيئته الطبيعية، وُلِفت الانتباه إلى أن طبيعة وحالة جسم الإنسان الذي يتطور بشكل جيد إذا كانت بيئته صحية وطبيعية.

وانتقد لويس مومفورد آراء مارشال ماکلوهان، وأكد على أن التكنولوجيا ليست البيئة الطبيعية التي ستشكل الطبيعة البشرية، ورافع عن فكرته بأن اللغة هي التي ميزت التواصل بين البشر والحيوانات على

مرّ التاريخ من دون أن تستخدم التكنولوجيا، ومع ذلك تطورت وكانت بذلك اللغة رمزا لمجتمع أكثر تطورا.

◀ هيربرت مارشال ماكلوهان Herbert Marshall McLuhan:

يعتبر من بين أهم المفكرين اسهاما في مجال دراسات الإعلام والاتصال، بفضل دراساته المتعددة وأفكاره الفريدة والرائدة من أشهرها "القرية الكونية" والوسيط هو الرسالة"، كما اهتم بالإعلام الإلكتروني وعصر المعلومات، حيث لاحظ التأثير المحدود لوسائل الإعلام المطبوعة، وأشار إلى أنّ الوسائط الإلكترونية قد غيرت الإدراك البشري، وهو ما انعكس على الطبيعة والبيئة المعيشية الإنسانية، فوسائل الإعلام، في رأيه؛ "لها علاقة قوية بالطبيعة البشرية، لأنها ليست بيئة إعلامية أو تقنية للحياة، ولكنها عنصر لا يتجزأ من الحياة" (McLuhan, Fiore, & Agel, 2001, p. 59).

انتقد ماكلوهان بحدة المراقبين الاجتماعيين الذين حللوا العالم الغربي دون الأخذ بعين الاعتبار البيئات الرمزية، سواء كانت شفوية أو مطبوعة أو إلكترونية، ووصف العلماء المعاصرين بأنهم مثل "النعامة" في رفضهم الاعتراف بالتأثير الثوري للوسائط الإلكترونية على التجربة الحسية للمجتمع المعاصر، وطرح نظريته في "فهم الوسائط" التي أثارت جدلا كبيرا خلف إعجابا وخلافا، حيث تقترح نظريته أنّ الإعلام يجب أن يفهم من الناحية البيئية، وهو بدوره ما يعتقده روبرت لوقان Robert Logan ؛ "قالتحديثات التكنولوجية تغير البيئة الرمزية والعالم الحسي المشيد اجتماعيا من المعاني، التي بدورها تشكل تصوراتنا وخبراتنا ومواقفنا وسلوكنا" (K. Logan, 2016, p. 138).

◀ نيل بزستمان Neil postman (1931-2003):

يعدّ عالم الاجتماع والمنظر الإعلامي الأمريكي نيل بوستمان أحد أهم المؤسسين للمنظور الإيكولوجي في الدراسات الإعلامية، حيث وضع بوستمان الإعلام مقابل الإيكولوجيا للتأكيد على أنّ التفاعل بين الإنسان والإعلام هو الذي يعطي للثقافة خصائصها المميزة، ويحفظ لها نوعا من التوازن الرمزي، أي؛ "إنّ التطورات التكنولوجية والثورات المعلوماتية في القرن التاسع عشر والعشرين هي التي أنتجت الواقع الإعلامي الذي نعيشه الآن" (السيد ف.، 2019، صفحة 3).

في 1971 أسس بوستمان "برنامج للدراسات في علم البيئة الإعلامية، في كلية ستينهاردت للثقافة والتعليم والتنمية البشرية التابعة لجامعة نيويورك، وفي خضم التحول من الطباعة إلى الإعلام الإلكتروني صدرت لبوستمان عدة كتب أهمها كتاب "تسليّة أنفسنا حتى الموت" عام 1985 والذي تناول فيه الثقافة

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

التي يهيمن عليها التلفزيون، عندما تحدث عن التلفزيون وقال؛ ' لقد كان التلفزيون-في النصف الثاني من القرن العشرين-وسيلة مجتمعنا الرئيسية للتعرف على نفسه، ماذا يعني هذا؟ يعني ببساطة أنّ معرفتنا عن العالم-فكرتنا الأساسية عن الحقيقة-تعتمد على الوسائط الإعلامية المعنية التي تهيمن على ثقافتنا" (إد برس و ويليامز، 2017، صفحة 25).

لقد طوّر بوستمان النظرية التي طرحها ماكلوهان، وأكد على أنّ البيئات التي تعمل فيها التكنولوجيا والاتصالات هي من تصميم الوسائط، حيث تنتج بيئات رمزية، تعيد صياغة المعنى والحقيقة وواقع الإنسانية.

◀ والتر جاكسن أونج (Walter Jackson Ong) 1912-2003:

واتر جاكسن أونج أحد الطلبة الأوفياء لأفكار ماكلوهان في التنظير للبيئة الإعلامية، كان اهتمامه الرئيسي بالبحث في تأثير تغيير النموذج الشفهي في الاتصال إلى النموذج الكتابي على الفكر والوعي الإنساني، وانعكاساته على عملية التعليم والبيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية؛ "في رأيه معرفة القراءة والكتابة هي بالفعل نوع من التكنولوجيا" (Małgorzata & Marcyński, 2019, p. 57) ، وأوضح أنّ؛ "الشغف بالايكولوجيا هو تجسيد لحالة جديدة من الوعي بمتطلبات النظم المفتوحة، ولا ينشأ هذا الوعي إلا من خلال ملاحظة خارجية لمكونات النظام لأنّ النظر من الداخل يعطل القدرة على الإحساس بديناميكية العلاقة بين مكوناته" (Ong, 2002, p. 80) .

إنّ هذا البعد الجديد للمنظور الإيكولوجي في الدراسات الإعلامية الذي يركز في الأساس على العلاقة بين السلوك الواعي وتطور وسائل الإعلام، كان له صدى في حقل الدراسات الإعلامية، وزاد من شهرة أونج وكوّلت جهوده البحثية في مجال البيئة الإعلامية؛ "بجائزة واتر بنجامين من جمعية علم البيئة الإعلامية عن مقاله الاستثنائية "الرقمنة القديمة والحديثة: بدايات الكتابة وحاسب اليوم" (Louis, s.d.)

إنّ مجموع الأفكار التي طرحها الباحثون في تاريخ دراسات الاتصال، أمثال هارولد إنيس، لويس مومفورد، ، مارشال ماكلوهان Harbert Marshall McLuhan ونيل بوستمان Neil Postman ، والتر أونج Walter Jackson Ong ، وآخرون أمثال إليزابيث آيزنشتاين Elizabeth Eisenstein، جاك إلول Jacques Ellul، إريك ألفريد هافلوك Eric Alfred Havelock، سترات لانس Strate Lance وغيرهم، قد ساهمت في إثراء التنظير للبيئة الإعلامية الجديدة في الإطار الفكري متعدد التخصصات، إذ تمحورت الأبحاث حول عمليات التواصل الاجتماعي والثقافة واللغة بالمفهوم الأوسع، وكذا الاندماج بين

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

التكنولوجيا والإعلام والاتصال، وهو ما جعل مفهوم البيئة الإعلامية يكتسي شرعية علمية واعتراف واسع لدى منظري الدراسات الإعلامية، بالرغم من الانتقادات التي وجهت للمنظور حول جدلية التغيير بين؛ "التساندي" المبني على المصلحة المشتركة والتنافسي المبني المصلحة الذاتية التي تحتم إلغاء الطرف الآخر، وبالتالي توظف بدلا عنه "تغيير" تحولي" (Morphological)، يتبنى منظور ميديا المورفولوجي للتعبير عن طبيعة التطورات في الساحة الإعلامية" (السيد ف.، 2019، صفحة 16).

2.1.1. نظرية البيئة الإعلامية:

أقرب ما يمكن التعبير عنها هو نظرية ماكلوهان لبيئة الإعلام في قوله المأثور "الوسيلة هي الرسالة"، حيث رأى مارشال ماكلوهان أنه لا يمكن الفصل بينهما فالوسيط الذي يعني الوسيلة هو الذي يقدم الرسالة، وتناقش النظرية من خلال هذا الطرح امتداد وسائل الإعلام للحواس البشرية على مر العصور، وأن تقنيات الاتصال هي التي تعيد صاغة المعاني والرموز في البيئة البشرية، وبذلك تمثل لوحة القيادة لقاطرة التغيير الاجتماعي، وهو ما يفسر اهتمام ماكلوهان بالوسيلة أكثر من مضمونها.

لقد حاول مارشال ماكلوهان تفسير الظاهرة الإعلامية من خلال التغييرات والتطورات التي أحدثتها التكنولوجيا والإنترنت في عالم الاتصال والتي بدورها أثرت على فهم الواقع الذي يتبناه الأفراد والمجتمعات على مستوى الوعي الجمعي في الصور والرموز التي تسوقها وسائل الإعلام، وهنا مربط الفرس، حيث تحول الاتصال ضمنه من المستوى الجزئي (Micro) إلى المستوى الكلي (Macro)، ساهمت فيه الوسيلة في تغيير المعاني الرمزية لبيئة الإنسان، لترسم له معالم جديدة في البناء الاجتماعي ومخطط الإدراك الحسي، وإطار المعاني المتعارف عليها في المجتمعات.

1.2.1.1 نشأة النظرية :

يبلغ عمر نظرية علم البيئة الإعلامية قرابة الستين عاما (60)، تم تطويره بالتزامن مع ظهور الإنترنت والهاتف المحمول، ولم تنتشر على النحو الذي انتشرت به بعض النظريات الرائدة في تاريخ دراسات الاتصال؛ وتم اقتراح هذا التوجه الجديد في دراسات الإعلام والاتصال من قبل مارشال ماكلوهان في عام 1964، وكانت له أصداء ارتدادية لدى جمهور الباحثين أحدث انتعاشا في مجال البحث، تلاشت فيه الحدود بين علم الأحياء والتكنولوجيا بعد تقديم مطلع البيئة الإعلامية لأول مرة رسميا من قبل نيل بوستمان في عام 1968.

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

ومصطلح علم البيئة مشتق من اللغة اليونانية من الكلمات (Oikos) "العائلة"، "البيت" والمنطق (Logos) "العلم"، إذن علم البيئة هو علم الطبيعة، فهو يعنى بالطبيعة التي يعبر عنها منزل بشري وبيئة بشرية، بالإضافة إلى التفاعلات بين الكائنات الحية، وتأثيرها المتبادل، والبيئة تشكل المفاهيم الأساسية للإيكولوجيا: البيئة، الموائل، العوامل المحددة، السكان، النظام البيئي (Małgorzata & Marcyński, 2019, p. 55).

وتشكل التأثيرات المتبادلة عنصرا مهما في منظومة الإدراك والوعي العام، الذي يتشابك ضمن نظام من الرموز، يحظى بالاعتراف الواسع لدى الأفراد والمؤسسات وجميع البنى المشكلة للمجتمعات، يتأسس من خلالها النظام البيئي.

وتشمل طرق الإدراك في هذا النظام البيئي ما يلي:

- الاستقراء
- الملاحظة
- التجربة

ويرجع كوري أنطوان في مقاله بعنوان في جذور بيئة وسائل الإعلام: تاريخ دقيق وتوضيح فلسفي، الامتداد التاريخي لنظرية البيئة الإعلامية إلى أبحاث مارشال ماكلوهان، والتر جيه أونج، ونيل بوستمان، وعلى ضوء أعمال هؤلاء الباحثين نمت النظرية لتصبح بيئة الوسائط.

لم تبدأ بيئة الإعلام كإيديولوجيا، إنما كمنظور بحثي ودراسة لبيئات غير معروفة ووسائل اتصال متنوعة، شكلت عنصرا جديدا من البنى الأساسية للمجتمعات أعادت صياغة الواقع، من خلال دراسة الوسائط ككيئات، حيث صارت على حد قول الفيلسوف الأسترالي لودفيج فيتجنشتاين Ludwing Wittgenstein حدود وسائطنا هي حدود عالمنا.

وتهتم نظرية علم البيئة الإعلامية، بدراسة هذا الترسيم لحدود العالم الجديد الذي فرضته الوسائط والتقنيات الحديثة في الإعلام والاتصال، وهو ما يؤكد على أنّ نظرية البيئة الإعلامية تقوم على دراسة كيفية تأثير الوسائط والتكنولوجيا والاتصال على البيئة البشرية، وتركز بذلك على دراسة العلاقة التي تربط بين الوسيط والانسان، من خلال دراسة النطاق الذي تعمل فيه الوسيلة الإعلامية، والذي تتفاعل فيه مع عناصر اللغة والرموز والمعاني لإنتاج الثقافة المجتمعية والأنظمة الاقتصادية والسياسية أو تعديلها.

3.1.1 دراسة الوسائط كبيئات إعلامية جديدة :

وفقا لماكلوهان؛ "تعدّ وسائل الإعلام بيئة مختلفة عن البيئة الطبيعية، ولكنها في نفس الوقت تتمتع بقوة التأثير والتشكيل، وتعتبر عنصرا هاما وطبيعيا للعالم الحديث، تماما مثل العنصر الطبيعي" (Rotkiewicz , 1983, p. 168)، وترجع مصادر نظريته عن علم البيئة الإعلامية إلى نظرية الأنظمة والبيئة، فهو يرى أنه؛ "عندما يضاف عنصر جديد إلى البيئة القديمة "لن يحصل الشخص على نظام بيئي قديم بل عنصر جديد أي بيئة جديدة، فمفهوم البيئة الجديدة أبعد من حصره في مجموع أجزاءها" (Marcyński, 2016, p. 36).

إنّ هذا الطرح الفلسفي لمارشال ماكلوهان والذي يؤصّل لفرضيته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة أو الوسيط هو الرسالة"، يعدّ تأكيدا على أهمية دراسة الوسائط كبيئات إعلامية جديدة، "فالوسائط" بهذا الشكل ما هي إلاّ بيئات تمثل امتداد لحواس الإنسان، التي يرى ويسمح ويحس من خلالها بالعالم الخارجي والداخلي وفق نظام الأفكار والقيم المتأصلة لديه، والتي تتأثر وتتشكل وفقا لتجدد الوسائط.

على ضوء هذا التوجه يرى بوستمان Postman، من خلال دراسته للمرحلة الحديثة من التطور الاجتماعي التي أفرزت مجتمع المعلومات، أنّ تحليل المعلومات مرتبط ارتباطا وثيقا بوسائل بثها أو نشرها، وأنّ هذه الوسائط لا يقصد بها وسائل الإعلام التقليدية فقط، وإنّما أيّ وسيلة اتصال تعدّ وسيطا، باعتبار أنّ وسائل الإعلام لم تكن موجودة حتى ظهور المجتمع الرأسمالي، في حين أنّ المعلومات نفسها تمّ إنتاجها وتوليدها ونقلها في المجتمع ذاته منذ البداية، ويرى أنّ وسائل الاتصال قد غيرت مفهوم قيمة إدراك المعلومة؛ "فوسائل الاتصال تغير كلا من العالم الاجتماعي والعالم الداخلي للأفراد ونظام أفكارهم حول القيم" (Agibalova & Ivleva, 2018, p. 372).

في مرافعته عن تأثير الوسيط في تصورات الإنسان وخبراته واتجاهاته وسلوكياته حول محيطه المادي وحياته، يؤكد ماكلوهان أنه. "عند النظر في التأثير الثقافي لوسائل الإعلام، فإننا نندفع بتحليل المحتوى والاتنقات إليه أكثر من اللازم، ويشبه المحتوى بالنسبة للوسيط، بقطعة اللحم التي تلقى لكلب الحراسة من قبل السارق ليتم إلهاء العقل عن حقيقة الرسالة" (نحاس، 2014).

تتفق كيت ميلبيري Kate Milberry مع هذا التوجه حيث؛ "تشير إلى أنّ بيئة الإعلام تركز على الوسائط كبيئات، والبيئات كوسائط مع اهتمام واضح بتطور أشكالها وبالأثار المترتبة عن سيرورة تطورها، بهدف زيادة الوعي بالأثار المتبادلة من عملية الاتصال (Melberry, 2009).

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

أدى التغيير "التساندي"-الذي يدعمه هذا التوجه-للسائط الإعلامية والاتصالية عبر سيرورة تطورها إلى إعادة هيكلة البيئة البشرية بمختلف نظمها، فتداخلت التقنية وعلم الأحياء مع المشاعر والأحاسيس الإنسانية، لتنتج جينات تقنية كوحدة التوريث الأساسية وتطور الرموز والمعاني، وهذا يشمل نظرية التفاعل المعقد بين البشر والتكنولوجيا والإعلام والبيئة، وبما طرحته من إشكالات حول فهم الثقافة والتكنولوجيا والاتصال.

2.1 التطور التكنولوجي في مجال النشر الصحفي :

حظي مفهوم النشر الإلكتروني باهتمام كبير في أوساط الباحثين في حقول الإعلام، خصوصا لما له من اسهامات في إثراء الإنتاج الفكري البشري، والتحول نحو مجتمع المعلومات، بفضل ما تجود به تكنولوجيا الحاسبات وخوارزميات الإنترنت من خدمات، حيث أصبحت الأصناف المكتبية غير خاضعة لإجراءات النشر الورقي، وتجاوزته إلى النشر الإلكتروني بفضل تكنولوجيا المعلومات التي لا تزال في تطور متلاحق في مستحدثاتها.

ستحاول الباحثة في هذا المبحث التطرق إلى عملية النشر الإلكتروني من حيث المفهوم، الأنواع، الوسائل، خدمات الحواسيب والإنترنت المساندة للنشر الإلكتروني ومجالات استفادة الصحف منه.

1.2.1 مدخل إلى النشر الإلكتروني Electronic Publishing (الأنواع والوسائل):

ظهر مصطلح النشر الإلكتروني Electronic Publishing أو E-Publishing في منتصف السبعينات من القرن الماضي، لكن يعود الفضل في انتشاره وتوسعه إلى أبل وأدوب والدوس، الشركات الكبرى الرائدة في مجال الرقمنة والمعلوماتية، ففي سنة 1984 قامت هذه الأخيرة بإدخال تحديثات على جهاز الحاسوب، ولم تتوقف بعدها عجلة التحديثات والتطوير في برامج الكمبيوتر؛ وتدعمت تقنية النشر الإلكتروني سنة 1990 عندما أطلقت شركة مايكروسوفت إصدارها الثالث من برنامج ويندوز النشر الإلكتروني" (أحمد محمدى السيد، 2018).

يشير المصطلح النشر الإلكتروني (Electronic Publishing) بمفهومه الواسع الى استخدام امكانات الوسيط الإلكتروني، سواء أكان مربوطا بالإنترنت أم لا في نشر المحتوى إما على الأقراص أو على الإنترنت، وقد حاولت الدراسات وأدبيات البحث العلمي صياغة تعريفات للنشر الإلكتروني منها:

في تعريفه للنشر الإلكتروني يشير السيد السيد النشار إلى أن؛ "جوهر النشر الإلكتروني يكمن في استخدام التكنولوجيا كوسيط إلكتروني سواء أكان ذلك عن طريق نظم مستقلة كالحاسبات الشخصية أو

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

عن طريق الشبكات على اختلاف مستوياتها، وسواء أكان المنشور الإلكتروني ناتجا عن التحويل من الشكل المطبوع إلى الإلكتروني أو ناشئا بالشكل الإلكتروني في الأساس، ويمكن أن يكون هذا الوسيط مشتملا على النص فقط، مضافا له إمكانية الصورة الصوت" (سالم، 1990، الصفحات 15-16)

ويضيف الدكتور **درويش شريف اللبان** لهذا التعريف نظام التخزين الرقمي، حيث يرى أن؛ "النشر الإلكتروني هو الاختزان الرقمي، أي الحاسوب للمعلومات مع تطويعها وبثها وتقديمها، وقد تكون المعلومات في شكل نصي أو صورة أو رسوم يتم توليدها بواسطة الحاسوب" (اللبان د.، 1997، صفحة 310).

ويشير كل من **بوعجمي وبروان** في تعريفهما للنشر الإلكتروني إلى التشابه بينه وبين النشر التقليدي من حيث مجالات الاستخدام والغاية المنشودة من النشر، ووفقا لهما؛ "النشر الإلكتروني هو استخدام الأجهزة الإلكترونية في مختلف مجالات الإنتاج والإدارة والتوزيع للبيانات والمعلومات وتخزينها للمستخدمين، وهو ما يماثل تماما النشر بالوسائل والأساليب التقليدية، ويتم توزيعها بالوسائط الإلكترونية كالأقراص المرنة أو الأقراص المضغوطة أو من خلال الشبكات الإلكترونية كالإنترنت" (بوعجمي و بن روان، 2006، صفحة 6).

ويعرفه **أحمد نافع المدادحة** باختصار بأنه؛ "العملية التي يتم من خلالها تقديم الوسائط المطبوعة بصيغة يمكن استقبالها وقراءتها عبر الإنترنت" (المدادحة، 2014، صفحة 23).

من خلال سرد التعريفات أعلاه، يمكن القول بخصوصها أنّ تعريف أحمد نافع المدادحة يعطي الأولوية للنشر الإلكتروني الذي يتم على الخط والذي يشترط توصيل الوسيط بالإنترنت، ولا يشير إلى النوع الآخر للنشر خارج الخط كالنشر على الأقراص بأشكاله المختلفة، بالنسبة للتشابه بين النشر التقليدي والإلكتروني الذي أشار إليه كل من بوعجمي وبروان والذي يشمل مجالات النشر الإلكتروني وغاياته، يعدّ من الناحية النظرية واقعا، ولكن الاختلاف عمليا بين النشر التقليدي والإلكتروني يكمن في الإمكانيات التي يوفرها كل منهما، والتي تشكل فروقا جوهرية بين النشر التقليدي والإلكتروني، مثل إمكانية التخزين للوسائط المتعددة صوتية وصوتية، والسرعة في الإنتاج والمرونة بإضافة وتعديل المحتوى الإتاحة والتوزيع الآني.

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

يتضح من هنا أنّ التعريف الأقرب إلى موضوع الدراسة الحالية هو الذي يقدمه السيد السيد النشار حيث يشير إلى تكنولوجيا المعلومات "نظم وشبكات"، وكذا شكل النشر "أصل ورقي" أو "إلكتروني بحت"، بالإضافة إلى إشارته إلى إمكانيات الوسيط الإلكتروني "الصورة الصوت"، كما أنّ نظام التخزين الذي يضيفه شريف درويش اللبان يعطي صورة أكثر شمولية لمفهوم النشر الإلكتروني الذي يخص الصحافة عموماً.

وردفاً على التعريفات السابقة، يمكن القول إنّ النشر الإلكتروني هو إرسال أو استقبال أو بث المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية على الخط بالاعتماد على خدمات الإنترنت، أو تحميلها على وسائط أخرى محمولة أو مدمجة، يتم تشغيلها من خلال الحاسوب لتخزينها والاطلاع عليها أو نسخها، كما يشمل النشر عبر الإنترنت والشبكة العنكبوتية الويب وتقنية الملتيميديا (Multimedia) والنشر المكتبي (Desk Top Publishing).

وانطلاقاً من مفهوم النشر الإلكتروني الذي تتبناه الدراسة، فإنّ ما يهم هو النشر الصحفي الإلكتروني، حيث تعتقد الباحثة بأنّه جزء من عملية النشر على الخط، يعتمد على مقدرات الإنترنت وما تتيحه تكنولوجيا المعلومات من تقنيات ونظم كدعامة للنشر الإلكتروني للمحتوى الإعلامي، ويتعلق الأمر بوسائل النشر ذات الطابع الصحفي الإخباري، إذ يمكن حصر وسائل النشر الصحفي الإلكتروني وسط الكم الكبير من وسائل النشر المتشعبة كالآتي:

1.1.2.1 الصحافة الإلكترونية كوسيلة من وسائل النشر الإلكتروني:

تعدّ الصحافة الإلكترونية من أهم وسائل النشر الإلكتروني وأكثرها رواجاً، تنشر بشكل دوري أو غير دوري؛ "وتعدّ جزء من مفهوم النشر الإلكتروني الذي يعتمد على الشبكة العالمية للاتصالات (الإنترنت) الدولية، وترتكز فكرة عمل الصحيفة الإلكترونية على نشر المادة الصحفية على شبكة الإنترنت محلها" (تربان م.، 2008، صفحة 69)، كما أنّ الصحافة الإلكترونية لها أهداف وخط افتتاحي تسير وفقه، وهي ذات طابع إعلامي إخباري، وتمتاز بالتنظيم والمهنية، وتحكمها قوانين وضوابط وأخلاقيات مهنية، فهي تعتمد على رئيس تحرير ومحققين ومحررين تقارير ومخرجين يهتمون بتصميم الصفحة وغيرهم.

2.1.2.1 المنتديات الحوارية:

تمثل المنتديات الحوارية وجها من أوجه النشر الإلكتروني، ذات طابع تفاعلي تشاركي، فهي؛ "خدمة يتم تقديمها على شبكة الإنترنت أو على الشبكات الخاصة، حيث يستطيع مجموعة من الأشخاص وضع مقالات وردود على هذه المقالات ومشاركة بعضهم البعض فيها" (منصور، 2006، صفحة 82)، تتيح المنتديات الحوارية التفاعلية ومشاركة المقالات والتعبير عن الآراء في فضاء رقمي تتلاشى فيه الحدود والفوارق الاجتماعية، إذ بإمكان أي شخص سواء بالاشتراك في المنتدى أو زيارة الموقع، ترك رسالة والتعبير عن آراءه وطرح توجهاته حول موضوع أو مقال ما.

3.1.2.1 المدونات الإلكترونية:

يعرفها محمد عبد الحميد بأنها؛ "وسيلة من وسائل الاتصال على شبكة الإنترنت، وشكل من أشكال صحافة الشبكات ينشئها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك، التي يطرحها الناشر على صفحته بنظم الإتاحة الفورية، أو الاستدعاء اللاحق من أرشيف الرسائل، والروابط النصية الفائقة، دون قيود على حرية القارئ في المناقشة والتعليق على الرسائل المتاحة بالنصوص أو الوسائط المتعددة، وكذا حريته في التحول بين الروابط واستدعاء الرسائل والمدخلات السابقة" (عبد الحميد، 2009، صفحة 59)، وهي بذلك نوع من النشر الإلكتروني داخل الفضاء الرقمي.

4.1.2.1 أنواع النشر الإلكتروني:

يرى يعقوب بن محمد الحارثي أنّ النشر الإلكتروني في مجمله؛ "يشمل النشر عن طريق التقنية (أي استخدام الحاسب الآلي) بالإضافة إلى اتساع مفهوم النشر عن طريق شبكة الاتصالات العالمية (الإنترنت)" (الحارثي، 2015، صفحة 26)، ولقد نتج عن هذا التطور توافر أنماط عديدة للنشر الإلكتروني، مما استدعى تصنيفها من قبل المفكرين وفقا لمستوى التقدم الذي عرفته أبرز محطات النشر الإلكتروني، ومن بين التصنيفات الأولى نجد تصنيف شوقي سالم "الرباعي" (سالم، 1990، صفحة 202):

- حسب الموضوع الذي تختزن فيه المعلومات وتسترجع...وله ثلاث نظم، هي نظم النشر، نظم اللامركزية، ونظم النشر المختلطة.

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

- حسب المحتوى المنتج أي نشر النص الكامل أو النشر الثانوي مثل الأدلة والفهارس والكاشفات والمستخلصات.
 - حسب توافر المنتجات المطبوعة.
 - حسب نوع التقنية المستخدمة التلتكس، الفيديو تكتس، قواعد البيانات والنشر المكتبي والليزري.
- ويتفق كل من سبرنج وأحمد بدر في تصنيفهما مع شوقي سالم بالنسبة للتصنيف الرابع، ويضيف عليها باركر Barker التصنيف حسب وظيفة سواء قواعد البيانات المختلفة أو الوسائط المتعددة.
- ويصنف أحمد نافع المدادحة النشر الإلكتروني حسب نوع الوسيط إلى ثلاثة أنواع رئيسية (المدادحة، 2014، صفحة 40):

- النشر الإلكتروني الورقي.
- النشر الإلكتروني على الأقراص.
- النشر الإلكتروني على الخط مباشرة.

ويطلق على النوعين الأولين (Off Line Publishing)، وينتهي النوع الأول إلى المطبوعات الورقية من كتب ودوريات، ويقف دوره على عمليات ما قبل الطباعة الإلكترونية، والنوع الثاني فهو النشر على الأقراص المضغوطة (CD Rom) والأقراص متعددة الاستخدامات (DVD)، أما النوع الثالث فظهر مع التيليتكس والفيديو تكتس، ثم أخذ وضعه العالمي مع ظهور الإنترنت ويشمل:

أولاً: النشر خارج الخط Off line عن طريق الأقراص:

قبل أن يتطور مجال النشر الإلكتروني نتيجة لثورة تكنولوجيا المعلومات، عرف النشر الإلكتروني أنواعاً لا يمكن إنكار مساهماتها في مجال الاتصال، حيث كان النشر على الأقراص الممغنطة الوسيلة الرائجة في تخزين ونقل الملفات بين أجهزة الكنببيوتر وطباعتها، وقد عرفت وسائط التخزين المغناطيسية بالأقراص الممغنطة.

- الأقراص الممغنطة Magnetic disk:

ظهرت الأقراص الممغنطة عام 1967، وهي الشكل الذي ظهر به النشر الإلكتروني في بداياته الأولى، حيث ارتبط أساساً بأنظمة الحاسوب، لا يزال متوافراً إلى يومنا هذا في شكل أقراص، ويمكن تصنيفها إلى أقراص صلبة وأقراص مرنة، وهما من أدوات التخزين المغناطيسي، تختلف هذه الأقراص

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني، والصحافة الإلكترونية)

في عدد من الخصائص، منها القدرة الاستيعابية في تخزين البيانات والمحركات، والمادة التي صنع منها، حيث يرتبط القرص الصلب بمحرك الأقراص الثابتة، وهو وحدة التخزين الأساسية في الحاسوب، HDD) Hard disk driver، كأداة للتخزين والاسترداد المغناطيسي للمعلومات المخزنة على أسطح قابلة للشحن كهرومغناطيسيا، ويوفر وسيلة تخزين تساوي أضعاف سعة تخزين الأقراص اللينة، إلا أنّ خاصية الثبات وعدم قابلية النقل جعلت من الأقراص المرنة والأقراص الليزرية الشكل الثاني من أشكال نقل المعلومات ونشرها قبل ظهور الإنترنت، واعتمدت عليها الصحف في بداية الأمر، إذ كانت الصحف تصدر على الأقراص المضغوطة، ويتم توزيعها بشكل منتظم أسبوعيا أو شهريا أو فصليا، وكانت جريدة 1994 La vague interactive تصدر أربع مرات سنويا، وتوزع على الأقراص المضغوطة فقط، وكان يتم تجميع محتوى الصحيفة ونشرها على أقراص إما لأغراض تجارية ربحية من خلال بيعه أو لغرض تخزينه في مصلحة الأرشيف.

وتتم هذه العملية بعيدة عن شبكة الإنترنت حيث يتدخل فيها الحاسوب مثلها مثل الطباعة الإلكترونية التي لا تشترط توصيل الحاسوب بشبكة الإنترنت، ونجد منها الأقراص CD Rom وأقراص DVD، ولكل نوع خصائصه تميزه عن الآخر، وهي كالاتي:

- أقراص مضغوطة CD Rom

- أقراص متعددة الاستخدامات (DVD)

مع أنّ النشر في هذه المرحلة قد ساهم في إثراء مجال الإعلام والاتصال إلا أنه طرح في ذات الوقت إشكالا، تمثل أساسا في ارتفاع التكاليف ومحدودية التخزين، وطبيعة المواد المستخدمة لتصنيع الأقراص بأنواعها، إضافة إلى مشاكلها المتعلقة بالنفايات الإلكترونية وتأثيراتها الخطيرة على البيئة وغيرها، ما جعل التفكير والبحث يتجه نحو نشر يتجاوز هذه المعوقات.

ثانيا: النشر الإلكتروني على الانترنت:

وهو ما يطلق عليه "النشر على الخط"، فمع ظهور الشبكة العنكبوتية انتعشت حركية النشر بما يتوافق مع اهتمامات القارئ على المجال في النشر والتوزيع على نطاق أوسع وبأقل التكاليف، مع إتاحة أوسع للمعلومات وتخزينها واسترجاعها ومشاركتها بشكل آني وشامل، كما أنّ التقدم والتحديث السريع لتقنيات النشر المتنام مع متطلبات الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، مهد للانتقال إلى مرحلة

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

أخرى من النشر، فانتقل النشر من سطح ورقي أو غير ورقي إلى فضاء رقمي يعتمد على دعامة إلكترونية يقودها الوسيط الإلكتروني كوسيلة جديدة لنشر المادة بأنواع وأشكال مختلفة منها:

- الصحف الإلكترونية.
- المجلات الإلكترونية.
- الكتب والمطبوعات الإلكترونية والدوريات العلمية المنشورة بصيغة PDF و EPUB .
- الملفات الصوتية والصور والرسومات.
- المدونات والرسائل الإلكترونية.

ويعتمد النشر الصحفي الإلكتروني على الانترنت وما توفره من دعائم إلكترونية ناقلة للمحتوى الإعلامي، حيث يتم توزيعه على مواقع الصحف الإلكترونية، ويتجلى النشر الصحفي على الإنترنت في مختلف وسائل التعبير التي تدخل ضمن أنواع النشر الصحفي الإلكتروني وهي نوعين فوري مباشر Online وغير مباشر Offline.

5.1.2.1 الموقع الصحفي الإلكتروني:

وهي الصحف التي يعاد نشرها في الإنترنت، أي هي مجرد نسخ للصحف المكتوبة، وهي تابعة لها اقتصاديا، مهنيا، ومن حيث الشكل والمضمون، ويعرف كذلك بالنشر الإلكتروني الموازي حيث يعدّ النسخة الإلكترونية الموازية للمطبوعة على الوسيط الورقي.

وتعتقد مي العبد الله سنو بأنّ تحول الصحيفة إلى النسخة الإلكترونية هو شكل من أشكال النشر الإلكتروني، ويمثل بدوره وسيلة من وسائل الصحافة الإلكترونية؛ " وهي وضع الصحيفة اليومية الكبيرة على الخط أي جعلها في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم" (العبد الله، 2001، صفحة 75).

على الرغم من أنّ الصحيفة الإلكترونية هي نسخة طبق الأصل من الصحيفة المطبوعة من حيث المحتوى، إلا أنّ انتقالها إلى الوسيط الإلكتروني واستفادتها من تقنيات النشر الإلكتروني ساهم في تحسين مرئيتها ومقروئيتها خصوصا من خدمات البحث داخل الصحيفة، والتفاعلية والمشاركة، وخدمات النصوص والوسائط الفائقة، والتشبيك والأرشفة وغيرها.

6.1.2.1 الموقع الإخباري الإلكتروني:

وفيه يتم نشر المادة الصحفية على شبكة المعلومات الدولية دون وجود أصل ورقي مطبوع للمادة الصحفية؛ "ويكون لهذا الموقع غرفة أخبار تحتوي على رئيس تحرير ومحررين وصحفيين ومدققي اللغة والمعلومات ومصنفي المواد، وقسم الملتيميديا الذي يوفر المواد المسموعة والمرئية المصاحبة للمواد المنشورة، ويمتاز هذا النوع بالتحديث المستمر للأخبار فور حدوثها" (الزعبلاوي، 2017، صفحة 227) ويطلق عليه كذلك تسمية **النشر الإلكتروني الخالص** ويكون النشر فيه إلكتروني لا يتوافر على نسخة مطبوعة فهو ينتج ويحرر ويصمم وينشر مباشرة على الإنترنت.

2.2.1 التكنولوجيا المساندة لمجال النشر الإلكتروني:

1.2.2.1 نظم النشر الإلكتروني المعتمدة على الحواسيب وملحقاتها:

يساند هذه التقنيات الحديثة للنشر نظام نشر إلكتروني مكون من عدد من الأجهزة الإلكترونية، التي تعتمد في عملها على أساسيات التقنية الرقمية، منها ما يتعلق بدعامات الكمبيوتر وبرامجه ومنها ما يتعلق بخدمات الشبكة العنكبوتية، وتتمثل أجهزة الحاسوب وملحقاته كأبسط شكل لنظم النشر فيما يلي:

- جهاز كمبيوتر.
- وحدة ذاكرة التخزين البيانات الرقمية (PC) .
- النصوص الرقمية الجاهزة: "وهي النصوص المخزنة على إحدى وسائط التخزين الإلكترونية للبيانات، كالأقراص المرنة Floppy Disk، أو أقراص CDs المدمجة، التي تُخزن عليها النصوص الصحفية في هيئة رقمية صالحة لإدخالها مباشرة إلى نظم النشر الإلكتروني بالصحف" (صالح مهدي، 2017، صفحة 78).
- شبكات الكمبيوتر: سواء المحلية أو العالمية التي يتصل بها نظام النشر الإلكتروني، مما يتيح الفرصة لإرسال أو استقبال أو تخزين أية بيانات أو معلومات نصية أو غيرها مباشرة على الشبكة؛ "وتؤلف هذه الأجهزة، نظاما صغيرا يناسب أعمال النشر الصغيرة ومحدودة الأغراض، كإنتاج النشرات الإخبارية والتي تتكون في الأساس من وحدات إدخال (Input units) للمدخلات ووحدات إخراج (output units) للمخرجات يتوسطهما تقنية التوضيب الإلكتروني على شاشات العرض المرئي عالية التبئين، هذا إلى جانب مجموعة متعددة ومتنوعة من البرمجيات التي من خلالها تستطيع هذه النظم القيام بوظائفها المختلفة" (صالح مهدي، 2017، صفحة 77).

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

وتتوفر هذه النظم في شكل وحدات الإدخال والإخراج في الحاسوب وهي:

✓ وحدات الإدخال في الحاسوب منها:

- الفأرة: تستخدم لتحديد وتفعيل القوائم والأزرار والبرامج.
- لوحة المفاتيح: تحتوي على الأحرف والأرقام والرموز التي يتم الاستعانة بها في الكتابة الإلكترونية.
- المساح الضوئي الإلكتروني: بمثابة وحدة إدخال للعناصر الجرافيكية، يقوم بمسح الصور والمستندات والنصوص ضوئياً وتحويله عن طريق برامج خاصة إلى ملف يمكن الاحتفاظ به.
- الكاميرا الرقمية: آلة التقاط الصور الفوتوغرافية وتخزينها إلكترونياً.
- كاميرا الويب: تسمح بالتقاط صور رقمية، وتأتي إما المفصلة ضمن أجهزة الحاسوب، أو يتم توصيلها بالحاسب الآلي.
- الميكروفون: يتيح إدخال الحروف والنصوص عن طريق الميكروفون للحاسبات الآلية المزودة ببرامج التعرف على الكلام إمكانية إدخال البيانات وإخراجها، ومنه فهو يعدّ جهاز إدخال وإخراج في نفس الوقت مثلما هو الحال بالنسبة لشاشة اللمس.

✓ وحدات الإخراج في الحاسوب، منها:

- شاشة العرض (Monitor): وهي جهاز العرض في الحاسوب، تفعل عن طريق زر التشغيل.
 - الطابعات: منها طابعة نفث الحبر، وطابعة الليزر.
 - السماعات: أداة صوتية تتيح لاستماع إلى الصوت بصفة شخصية.
 - استخدام وسائط التخزين مثل الأقراص الليزرية المتراصة CD-ROM والأقراص الرقمية المتعددة الأغراض D.U.D و USB وغيرها.
- وإذ تمثل نظم الحاسوب وملحقاته جزء من منظومة النشر الإلكتروني، فإنّ خدمات الشبكة العنكبوتية تساهم في تفعيل تلك النظم، حيث تعتمد النظم على التقنية الرقمية التي تقوم على معالجة الوسائط المتعددة والنص الفائق بكفاءة وسرعة.

2.2.2.1 النشر الإلكتروني المعتمد على الإنترنت وخدمات الويب:

تقدم شبكة الإنترنت خدمات جمّة ومتنوعة في مجال المكتبات والمعلومات مثل؛ "خدمات البحث الآلي المباشر والإحاطة وخدمات الدوريات الإلكترونية، والتكشيف والاطلاع على فهارس المكتبات والمراجع الإلكترونية (الجازي، 2008) عامة، أما على مستوى النشر الإلكتروني فهناك عدد من الأدوات

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

التكنولوجية الداعمة لعملية النشر الإلكتروني على شبكة الإنترنت والتي تستخدم في نشر المحتوى إلكترونيًا؛ "منها البرمجيات التي تستخدم لوصف عرض النصوص والرسوم والوسائط الإعلامية وقراءة صفحات الويب، وتعريف البيانات في المستندات ومنها الملفات التي تمّ تطويرها لتسهيل طباعة النصوص والرسوم، وأيضًا تلك التي تهدف إلى نشر وتبادل المعلومات المقروءة إلكترونيًا (أبو رشيد، 2020، صفحة 122) بالاعتماد على لغات برمجة مواقع الإنترنت أو الويب أهمها:

- النشر الإلكتروني بلغة (HTML (Hyertext Markup Language).
- النشر الإلكتروني بلغة Post Script.
- النشر الإلكتروني بلغة Acrobat PDF (Portable Document Format).
- النشر الإلكتروني بلغة XML (Extensible Markup Language).

بالإضافة إلى:

- النشر الإلكتروني بلغة SGML (Standard Generalized Markup Language).
- النشر الإلكتروني بلغة DVI.

وهناك أدوات أخرى:

- لغات برمجة الإنترنت Microsoft Office.
- برامج Flash Action.
- برامج Electronic books.

3.2.1 مجالات استفادة الصحف من النشر الإلكتروني :

لا يمكن إنكار مساندة النشر الإلكتروني للصحافة في كل محطاته ومراحله التي مرّ بها منذ الستينيات من القرن الماضي، أين كانت التجهيزات الإلكترونية تستخدم في إنتاج المستخلصات المطبوعة على الورق، ثم بعدها إلى مرحله التوزيع الإلكتروني للمطبوعات عبر مختلف الوسائط وأشكال التوزيع المختلفة، مرورًا بالنشر المكتبي وما أتاحتها نظم الحواسيب من إمكانات في معالجة النصوص وتخزينها ونقلها وتبادلها بواسطة الأقراص الليزرية، والذي ساهم بشكل كبير في تطور النشر وظهور النصوص والوسائط الفائقة.

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

إنّ هذا العرض الوجيز للمحطات الهامة في مسار النشر الإلكتروني وانتقاله من مرحلة إلى أخرى طبعه التطور الكبير في التقنيات، فهذا التطور نتج عنه توافر أنماط حديثة في نشر الصحف الإلكترونية، بحيث تشكل كل تقنية من هذه التقنيات إجراء من إجراءات النشر، والتي باتت مألوفة عبر الوسيط الإلكتروني، انطلاقاً من تقنيات جمع المعلومات ثم انتاجها وتخزينها واسترجاعها فنشرها وتوزيعها ومشاركتها، وقد قامت الصحف الإلكترونية بتطويع مختلف التقنيات والمستحدثات التكنولوجية استجابة لعامل السرعة والمرئية في مختلف مستويات النشر الإلكتروني، ويمكن تصنيف مجالات استفادة الصحف من النشر الإلكتروني إلى مستويات هي:

1.3.2.1 على مستوى جمع المادة وتخزين الصحفية :

وتتعلق بالتقنيات الحديثة في إدارة وتوزيع المحتوى الاعلامي:

أولاً: غرف الأخبار The Newsroom :

هو فضاء من النظم الآلية التي توفرها التقنيات الحديثة، والتي تسمح بتوفير المواد الإخبارية من مصادرها بصفة آنية وسرعة ووفرة فائقة، حيث تجتمع فيها آليا فيقوم فريق التحرير بفلترتها وترتيبها ثم تحريرها فنشرها في المساحة الإلكترونية المخصصة لها، وهي نوعان:

- غرف الأخبار المدمجة:

يتم فيها تحرير الفيديو وتصميم الصفحة والتصوير الفوتوغرافي وتحرير الصوت والسردي الصوتي، فهي؛ "مؤلف من مجموعة من الأفراد ذوي مهارة تقنية عالية، لذلك كان على محرري الأخبار اكتساب قدرات جديدة من أجل تحرير المحتوى في جميع وسائل الإعلام" (CARVAJAL & GARCIA, 2008, p. 230).

- غرف الأخبار الذكية (الرقمية):

تمكّن غرف الأخبار الرقمية من جمع الأخبار وتخزينها في الخوادم، ويمكن تسجيل الخلاصات الواردة عبر الأقمار الصناعية من وكالات الأنباء أو شاحنات جمع الأخبار في الميدان تلقائياً وعرضها على الفور في أيّ مكان في غرفة الأخبار عبر أنظمة تحرير سطح المكتب " Desktop Editing System (GARCIA & BIENVENIDO, 2016, p. 361).

ثانياً: نظام إدارة المحتوى (CMS) (Content Management System):

هو نظام لإدارة المضامين؛ "تستخدمه بعض مواقع الأخبار من أجل إدارة "كواليس" صنع الخبر على الويب، وتحرير المقالات قبل نشرها، يميز هذا النظام بين مجموعات من المستخدمين الذين يملكون حقوقاً متفاوتة على غرار الصحفيين المحترفين الذين يغذون النظام بالمضامين، والمشاركين الذين يكتبون التعقيبات مثلاً، والمستخدمين المجهولين الذين يستطيعون الاطلاع على المضامين (أنتوم، 2017، صفحة 170).

وهناك العديد من أنظمة إدارة المحتوى التي تمّ تصميمها في خدمة المستخدم لإنشاء وإدارة وتحرير المضامين على مواقع الويب أهمها من حيث الاستخدام:

- الوردبريس:

هو أداة تستخدم في إنشاء مواقع الويب مكتوبة بلغة PHP، تمّ إنشائه من قبل شركة Automatic. وهو مفتوح المصدر ومجاني؛ "كما تهتم الشركة ذاتها بتطوير الخدمات الشهيرة مثل: Akismet (مكافحة البريد العشوائي) أو خدمة Gravatar (إدارة هويتك على الإنترنت) و WordPress.com و WordPress.org كلا الموقعين يتم تشغيلهما بواسطة Automatic" (Kern, 2017, p. 3) ، ويعتبر أفضل أنظمة إدارة المحتوى بحسب الدراسات، حيث تمّ استخدامه بشكل واسع في المواقع التي صممت باستخدام CMS.

- دروبال Drupal:

من أنظمة إدارة المحتوى، يتيح العديد من الخدمات من بينها برمجة المواقع والتحليلات المعقدة، خدمة المساعد عن بعد، البحث والفهرسة لجميع أنواع المحتوى، كما أنّ أدواته في تطور مستمر يستخدم بكثرة في المواقع الضخمة كالمواقع الإخبارية وكذا مواقع التجارة الإلكترونية.

- جوملا Joomla:

تلجأ إليه الكثير من الصحف والمجلات والبوابات لسهولة استخدامه، فهو جيد في تصميم المواقع على الانترنت، مزود بمحرر النصوص والصور، كما أنّه يتيح إمكانية اتصال المستخدم بالقائم بالاتصال من خلال مشاركاته وتعليقاته على المحتوى الإلكتروني، يمكن الاعتماد عليه في التصويت وسبر الآراء،

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

ويفضل خدمة نظام التقييم للموضوعات المتاحة، يمكن رصد عدد الزيارات وكذا عدد مرات ظهور الصفحات، ليكون ذلك بمثابة وسيلة للتعرف على رغبات وميولات وكذا حاجيات القارئ المتصفح.

1.2.3.2.1. على مستوى تحرير ومعالجة المادة الصحفية :

◀ البرمجيات:

هي برامج ونظم يتم تثبيتها على الحاسبات تعمل من خلال نظم التشغيل Operating Systems، ولا يمكن بدون هاته النظم تشغيل الحاسبات أو استخدام أي من التطبيقات الشائعة كبرامج إعداد النصوص أو الجداول أو الرسم أو الصوت أو الصورة المتحركة ويمكن الإشارة إلى هذه البرامج فيما يلي (خالد الشريف، 2014، صفحة 44):

- معالجة النصوص Word Processing.
- معالجة الجداول Spread Sheets.
- برامج الرسم والمليميديا Graphics and Multimedia.
- قواعد البيانات Databases.
- برمجيات الذكاء الاصطناعي

◀ التقنيات الحديثة المرتبطة بأنماط نقل النص في الصحف الإلكترونية:

يستفيد المحرر خلال عملية التحرير الإلكتروني من تقنية التحرير الحديثة التي أفرزتها البيئة الإعلامية الجديدة وهي:

أ- تقنية الجرافيك التبادلي GIF (Graphic Inerchange Format):

وهو؛ "نظام يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية الى موقعها على الإنترنت" (نصر و عبد الرحمن، 2009، صفحة 99).

ب- تقنية النص المحمول PDF (Portable Data Gram Format):

هو؛ "نظام يتيح نقل النصوص والأشكال والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية الى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية مثل جريدة السفير اللبنانية" (بصلي و حمدي، 2017، صفحة 162).

ت-تقنية النص الفائق HTML (Hyper Text Markup Format):

وهو؛ "النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة، وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص مثل جريدة الأهرام والرياض والبيان" (عبد الواحد، 2007، صفحة 101)، و"يمكن خلاله خلق علاقة بين نصين، بين نص وصورة أو بين نص ووثيقة... إلخ (تيميزار، 2008، صفحة 110).

ث-تقنية الميلتي ميديا Multimedia:

تسمح باشتراك وثائق من طبيعة مختلفة (نصوص، أصوات، صور ثابتة أو متحركة) في الصحافة الإلكترونية، فهي بذلك تجمع بين ثلاث وسائل، صحافة، راديو وتلفزيون" (MARINO, 1996, p. 69). بالإضافة تقنية الهيبيرلينكس (Hyperlinks) التي تسمح بربط النصوص وتشبيكها لتسهيل عملية البحث والابحار في المحتوى الصحفي الموجه للنشر.

3.1. الصحافة الإلكترونية : ارهاصات الانتقال من الحامل الورقي الى الحامل الإلكتروني :

لقد شهد العالم من نشأة الخليقة محطات هامة في تاريخ تطوره، فقد كان اختراع الكتابة من حوالي 3200 سنة قبل الميلاد من أهم محطات هذا التاريخ الإنساني، حيث نقل البشرية من العصور الحجرية إلى عصر التأريخ، وأسس لمرحلة جديدة، أعادت ترتيب أولويات الإنسان من البحث عن الغذاء إلى البحث عن التواصل والاتصال، وهجر الكهوف والمغارات للسكن في القرى وبعدها في المدن، وانتقل من الانعزال إلى التكتل في جماعات، وهكذا بدأت رحلته في البحث عن المعرفة وتقصي أخبار العالم الخارجي، ومعرفة ما يدور حوله.

لعب الاتصال الجمعي دورا أساسيا في قيادة وتنظيم المجتمعات المحلية، وتطور اهتمام الأفراد من الحاجة إلى معرفة ما يدور في قراهم ومدنهم إلى الحاجة إلى ما يحدث في حيز أوسع، صاحب هذه المرحلة جملة من الظروف والعوامل التي مهدت إلى ظهور الصحافة المطبوعة باختراع الألماني غوتنبورغ الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة في 1445 م، والانتقال من الخبر المخطوط إلى الخبر المطبوع.

1.3.1 الصحافة الورقية (ظروف النشأة والتطور):

احتلت الصحافة الورقية أو المطبوعة مكانة مرموقة في عصر الاتصال الجماهيري، وشكلت لقرون عديدة أكبر وسيلة تبليغ الأفراد بما يحدث حولهم، حتى قبل أن تطبع وتظهر بشكلها المألوف كصحيفة ورقية تحوي أخبار وتستهدف جماهير واسعة ومتزامية الأطراف مع منتصف القرن التاسع عشر.

وتهدف الصحافة المطبوعة إلى تداول الأنباء، حيث يتم تسجيلها ونشرها على سطح يتيح للقارئ أو المتلقي الاطلاع على مضمونها، وترتبط نشأة الصحافة المطبوعة وتطورها بتطور الوسيط أو الحامل، واستنادا لذلك، يمكن تحديد مرحلتين رئيسيتين وهما مرحلة ما قبل اكتشاف الطباعة ومرحلة ما بعد اكتشاف الطباعة.

1.1.3.1. مرحلة ما قبل اكتشاف الطباعة:

أولاً: تداول الأخبار قبل الصحيفة الورقية:

يذكر في الإرث العلمي المتداول لدى الباحثين في علوم الإعلام والاتصال مصادر متعددة لنشأة الصحافة المطبوعة، منهم من ينسبها إلى البابليين، على غرار الباحث " فلافوس جوزيف؛ "الذي يؤكد أنه كان للبابليين مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث التي اعتمد عليها بيروز في القرن الثالث قبل الميلاد في كتابه تاريخ الكلدانيين" (بوفان، 2018، صفحة 12).

ويؤكد بعض المؤرخين أنّ جذور الصحافة المطبوعة تمتد إلى الصينيين الذين عرفوا الصحف والمجلات قبل الشعوب بمئات السنين، ويذهب آخرون إلى القول بأنّ؛ "الصحافة نشأت عند المصريين القدماء والرومان، حيث كانوا ينقشون الأخبار على الأحجار، ويكتبونها على أوراق البردي (عزت، 2018، صفحة 98).

إنّ التعمق في جذور الصحافة والبحث عن منشئها، يحيل إلى قناعة مفادها أنّ نكران مساهمة الحضارات القديمة في ظهور وتطور الصحافة هو وجه من أوجه الإجحاف، فمن خلال قراءة تاريخ الصحافة قبل اكتشاف الطباعة، تظهر جليا محطات هامة من هذا التاريخ سجلتها الحضارات القديمة، كان لها الأثر الكبير في إدراك البشر لأهمية الإعلام المكتوب والعمل على تطوير وسائله وأساليبه.

ويمكن تقسيمها إلى الحضارات الشرقية والحضارات الغربية:

أ- الحضارات الشرقية:

- المصريون:

تشير النقوش والخط بالهيروغليفية على جدران المعابد الفرعونية منذ أزيد من خمسة آلاف سنة إلى اهتمام المصريين بالاتصال والتدوين، من خلال الكتابة والرسومات على الصخور كوسيط إعلامي، والذي انتقل لاحقا إلى خشب الأبانوس ليكون الوسيط الثاني الممهد لصناعة الكتب في الألفية الثالثة قبل الميلاد، وبدأت مسيرة المصريين في البحث عن أفضل الطرق لنشر المعلومات عبر الإعلام المكتوب، فاستعانوا بالكتابة والخط في تدوين تاريخهم، وتعدّ المراسيم التي كانت تنشر على جدران المعابد شكلا من أشكال الإعلام، لاحتوائها على عناصره كاملة مكتملة (المرسل والرسالة والوسيلة)، والواقع أنّ الحضارة المصرية كان لها السبق في استغلال ورق البردي (Papyrus) قبل أربع آلاف سنة، إذ؛ " بينت المعلومات عن مصر القديمة أنّ الفراعنة أصدروا نشرة (بابيروس) كتبت على ورق البردي" (العيانوي، 2020، صفحة 10).

- البابليون والآشوريون:

استعمل البابليون والآشوريون العلوم والكتابة بالأحرف المسمارية التي اقتبسوها عن الأكاديين والسومريين؛ "واستخدم البابليون الطباعة على قوالب بارزة من الحروف كان الكلدانيون يطبعونها على الأجر اللين، ويغلب أن يفعلوا ذلك فيما يريدون نشره من أوامر حكومية" (جورجي، 2017، صفحة 1235)، واعتمد البابليون والآشوريون في كتاباتهم الإعلامية على الموارد الطبيعية التي كانت تزخر بها المنطقة المشرفة على وادي الفرات ودجلة، حيث استغلوا القطن وقشر الأرز بالإضافة إلى الكتان لصنع الورق، وقد تعاصر البابليون والمصريون وكانت لهم صحف مثلما كانت للمصريين، يسجل عليها كتاب معينون الحوادث اليومية.

- الفينيقيون:

أما الفينيقيون والعرب عموما؛ "فقد نقشوا الروايات على الألواح والأعمدة الحجرية حول أعمال الحكام، كما حفرها القوانين على المعادن" (العيانوي، 2020، صفحة 11)؛ واهتموا بالشعر والرواية والقصص، فاستقطبوا برواياتهم الأفراد وأصبحت مهنة لها أصحابها يعرفون بالرواة؛ "حيث اشتغلوا بمهنة الرواية واتسعت أعمالهم وامتد نطاق نشاطهم حتى أصبح يشمل رواية الأحاديث والأشعار والحكايات

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

والأساطير إلى جانب نقل الأخبار والتبليغات" (أديب، 1961، صفحة 76)، وبذلك ساهم الإغريق كبقية الحضارات الشرقية في تطور وسائل ومختلف أساليب تبليغ الرسائل.

- الصينيون:

قام الصينيون بتأسيس لبنات الصحافة الأولى، ويشير المؤرخون إلى أنّ أول جريدة أنشئت في العالم هي كين بان في الصين عام 911 قبل الميلاد، وهي صحيفة حكومية لاتزال تنشر إلى يومنا؛ والواقع أنّ الحضارة الصينية كان لها الفضل في المخترعات الطباعية وفي صناعة الورق من البامبو (الخيزران) (Bambou) الذي يشبه البردي عند قدماء المصريين، وفي القرن الأول للميلاد صنع الصينيون ورقا من ألياف النباتات وغيرها، بطريقة الطحن والعجن وهي نفس الطرق الحديثة التي ابتكرها الأوروبيون من أمثال فوردرينيه الفرنسي وغيره" (بصلي وحمدي، 2017، صفحة 48)، وبالرغم من أنّ الصين واليابان كانا السباقين في مجال الطبع على اللوح الخشبي المنقوش في القرن الثامن عشر، إلاّ أنّه لم يحظى بالاهتمام الذي ناله اختراع الطباعة بالأحرف المعدنية، ويرجع ذلك إلى اعتماده على طبع النصوص كاملة بالرموز والصور، وليس أحرف هجائية متفرقة يمكنها طباعة الكلمات وتركيبها على نحو يتحكم فيه القائم على الطبع.

ب- الحضارات الغربية:

- اليونانيون:

بحكم موقعه القريب من الشرق، تأثر اليونانيون بالحضارات الشرقية، وكانوا السباقين إلى النهل من العلوم عن سواهم في الغرب، وهي أقدم الأمم التي دونت آدابها وعلومها، كما أنّها أولى الحضارات التي صيغت في سياقها الزمني نظرية الاتصال بفضل أفكار أفلاطون-والذي اهتمت بالخطيب الذي يرسل الرسالة فقط- نظرا للازدهار الذي شهده فن الخطابة والأدب، ازدهر الشعر والفكر، ومركز الأدباء والشعراء الاجتماعي المرموق، فانتعشت الحضارة اليونانية بفضل المناقشات الفكرية والإعلام عن طريق الخطباء، الذين تنقلوا مع الإسكندر المقدوني في فتوحاته، نظرا لقدرتهم على قيادة الرأي العام والتأثير على عامة الشعب.

- الرومان:

عرف الرومان منذ وقت سحيق الكتابة الإعلامية والتي تطورت بالمفهوم الحالي إلى صحافة مطبوعة؛ وكان للرومان صحيفة تصدر في عهد يوليوس قيصر في القرن الأول قبل الميلاد سموها

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

الأعمال اليومية (Acta Duria)، كانوا ينشرون فيها أعمال الحكومة والأخبار الهامة، ويقال أنها أنشئت عام 691 قبل الميلاد" (جورجي، 2017، صفحة 1235)، وهي بمثابة سجل الأخبار الموجه لشعب روما، تنشر عليها الأخبار وتعلق في الأماكن العامة، وكانت تسمى بالأحداث العامة.

ثانياً: تداول الأخبار عن طريق الرسائل الإخبارية المخطوطة:

تجلت الصحافة قبل الطباعة في شكل مخطوطات تحمل رسائل مكتوبة باليد، كان ذلك في القرن الرابع عشر، تداولها الإيطاليون ومن ثم انتقلت إلى إنجلترا وبعدها إلى ألمانيا، حظيت بها فئة قليلة من رجال المال والسلطة في تلك المرحلة، والتي آمنت بضرورة معرفة جميع الأحداث التي تجري في العالم. قبل اكتشاف آلة الطباعة، كانت مهمة تقصي وتحري الأخبار وإيصالها للزبائن من الطبقة البرجوازية مكفولة من قبل تجار الأخبار، حيث عرفت العملية تنظيماً على مستوى الإدارة وفتحت مكاتب خاصة لها في القرن الرابع عشر، وانتشر هذا النشاط الإخباري في سائر العواصم الأوروبية و؛ "كان كاتب الأخبار يستأجر العبيد الذين يعرفون الكتابة أو يشتريهم، ويملي عليهم ما جمعه من أخبار ليدونوها، ويعدون لها للبيع والتوزيع على المشتركين... وكان أشهر هؤلاء المخبرين جميعاً الأخوان فوجرز "Fuggers brothers"، اللذان اتخذوا مدينة أوجزبرغ Augsburg مقراً لهما، إلى جانب مكاتب إخبارية فرعية في لندن وباريس، وغيرهما من العواصم الأوروبية ومدنها الكبرى (عزت، 2018، صفحة 99).

وبقي نشاط الرسائل الإخبارية المخطوطة مستمراً إلى جانب الطباعة حتى مطلع القرن الثامن عشر، وساهمت بشكل كبير في تأمين الأخبار، لكنها لم تستطع التصدي لزحف الصحافة المطبوعة، ما أدى إلى تضائلها واختفاءها بعد رواج الصحف الورقية.

لقد تميزت مرحلة تداول الأخبار قبل الصحيفة الورقية بالطبيعة الخطية للصحف والرسائل، وتناولت بقدر من الاهتمام القضايا الخاصة الموجهة للنخبة من رجال المال والسلطة، إلى جانب الأخبار العامة الموجهة لعامة الناس، وتمظهرت الصحافة في شكل:

- صحف مخطوطة.
- صحف دورية إخبارية.
- رسائل إخبارية مخطوطة.
- صحف أدبية مخطوطة.
- رسائل سياسية واجتماعية.

2.1.3.1 مرحلة ما بعد اكتشاف الطباعة:

← اختراع المطبعة 1450:

يجمع الباحثون أنّ؛ "عام 1450م هو التاريخ التقريبي لاختراع المطبعة في أوروبا، التي يحتمل أن تكون من اختراع جوهان غتنبيرغ من مدينة مينز، الذي يكون قد استلهم فكرتها من معاصر العنب التي كانت منتشرة في وادي الراين الذي ينتمي إليه، إذ تقوم كلتا الآلتين على فكرة القالب المعدني المتحرك (بريغز و بورك، 2005، صفحة 27)، وقد أدى ظهور المطبعة إلى نشأة الصحافة وتحولها إلى وسيلة اتصال جماهيرية، ومع اكتشاف المطبعة في القرن الخامس عشر، بدأت نوعية الورق تتطور بالتوافق مع خصائص المستحدث الجديد وظهرت في أشكال متنوعة. "منها (إحدان، 2012، صفحة 16):

- أوراق المناسبات: عبارة عن كراسات فيها 4 أو 8 أو 16 صفحة كلها مخصصة لحدث هام.
- أوراق الهجاء: ورقة واحدة تصدرها الأطراف المتصارعة دينيا أو سياسيا وتتضمن هجوما لاذعا على المنافس.
- التقويم أو الحوليات: وهي كراسة فيها ملخص لجميع الأحداث التي وقعت في فترة معينة.

3.1.3.1 مرحلة انتشار الطباعة:

انتشرت الطباعة في البداية بأوروبا، حيث بدأ الإيطاليون باستخدامها عام 1464، بعد أن أنشأ كل من كونراد ريفايهايم وأرنولد بانارتز مطبعة بمدينة Subiaco، وباشرا طباعة سلسلة من الكتب بالنصوص اللاتينية تعدادها ثلاثين كتابا ضمّ آلاف المجلدات بمجرد انتقالهما إلى روما، ثم انتقلت إلى سويسرا عام 1468 والبرتغال عام 1487، وبحلول بحلول عام 1500 أنشأت مطابع في معظم أنحاء أوروبا، قدر عددها بمئتين وخمسين مطبعة موزعة بين إيطاليا بثمانين وألمانيا باثنتان وخمسين، وفرنسا بثلاثة وأربعين مطبعة، انتجت حوالى سبعة وعشرين ألف طبعة واثنا عشر كتابا.

لم يعرف انتشار الطباعة في الشرق نفس السلاسة والوتيرة بالعالم الأرثوذكسي عموما، لانهيار حق معرفة القراءة والكتابة على رجال الدين، ولم تكن المنطقة مهياًة فكريا وثقافيا واجتماعيا لتقبل هذا المستحدث غير المسبوق وسط الظروف السائدة آنذاك، ولكن بعد قرنين من الزمن على ظهور الطباعة في أوروبا؛ نجح القيصر بيتر الأكبر في إنشاء أول مطبعة سنة 1719 في بركسبرغ ومسكو ومطبعة الاكاديمية البحرية في 1721 ومطبعة أكاديمية العلوم 1727" (بريغز و بورك، 2005، صفحة 28).

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في السبنة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

أما بخصوص الطباعة في البلاد الإسلامية، فبعد تاريخ 1450 بحوالي أربعين عاما دخلت الطباعة عبر أبواب الدولة العثمانية، بعد أن جلبها اليهود إلى إستانة بحروف عبرية قصد نشر كتب دينية، ولكن مارس السلطان بيازيد وقتها سلطته بحضر استخدام الطباعة على غير اليهود عام 1485، وبقي الأمر قائما حتى 1716 عام، أين أصدر السلطان مراد الثالث الفرمان السلطاني بعد أن رفع ابن السفير التركي في باريس سعيد أفندي تقريرا لصهر السلطان إبراهيم أفندي لرفع الحظر عن الطباعة، وبعد مشاورة شيخ الإسلام عبد الله، صدرت فتوى شيخ الإسلام تجيز الطباعة على ألا تشمل الكتب الدينية، مع استحسان تأليف لجنة لتصحيح الكتب، وبذلك حصل على ترخيص بإنشاء مطبعة باللغة العربية لطباعة كتب التاريخ والطب واللغة والحكمة والقواميس، وتعتبر أول مطبعة إسلامية نشرت كتبها باللغة العربية بدأت إصداراتها عام 1728 كتاب (تحفة الكبار في أسفار البحار).

4.1.3.1 انتشار الصحافة المطبوعة في الجزائر :

يرتبط تاريخ الصحافة المطبوعة بمرحلة الاستعمار الذي قام على استعمار العقول، وكانت أول جريدة تنشر وتوزع في الجزائر هي ليستيت دي سيدي فرج (Lestafette de Sidi Fredj)، تتضمن معلومات عن الحملة الفرنسية، ولم تعمّر طويلا، حيث ظهرت بعدها صحيفة المرشد عام 1882 كجريدة رسمية إلى غاية 1885 وكانت أول جريدة تفتح ملحقا لها باللغة العربية، وبعد حجبها عاودت الظهور تحت اسم "مونيوتور الجزائر" عام 1862 لكن الجريدة التي لاقت رواجا كبيرا كانت جريدة الأخبار التي ظهرت عام 1839 وتوقفت في 1898؛ "وتوالى الصحف الناطقة باللغة الفرنسية الصحافة الحرّة le parisien libre) وصدى الجزائر (L'éco d'Alger) وجريدة الجزائر (Le journal d'Alger) وصدى وهران (L'éco d'Oran) " (إحدادن، 2012، صفحة 26)، وكانت أولى الصحف الصادرة باللغتين العربية والفرنسية هي صحيفة (المبشر) عام 1847 التي سجلت ظهور أول خطاب افتتاحي في الجزائر، وصدرت صحف أخرى منها من سعى لنصرة الجزائر، كان خطها الافتتاحي بمثابة تحدي للوجود الاستعماري، حيث قامت بدور هام في الحفاظ على مقومات الشخصية الجزائرية العربية الإسلامية، ويبقى تاريخ بعض الصحف شاهدا على مقاومة الإدماج حتى مع الاضطهاد والتضييق الذي مارسه الاستعمار عليها، مثل جريدة المنقذ 1925 والشهاب (1925-1933)، وجريدة السنة والشريعة عام 1933 والصراف من (1933-1934)، والبصائر (1935-1939).

بالرغم من أنّ هذه الحقبة الاستعمارية من المراحل التي تميزت بالثراء من حيث الإصدارات، لكن الرقابة والاضطهاد والملاحقة الاستعمارية لهذه الجرائد لم تسمح باستمرار صدورها، ومع ذلك لم تنطفئ شعلتها، إذ عاودت الاشتعال باندلاع الثورة التحريرية الكبرى في أول نوفمبر 1954، وواكب الإعلام

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

الجزائري تلك الحقبة، وعرفت بصحافة الثورة وظهرت في جوان 1956 صحيفة المجاهد، التي أصبحت لسان جبهة التحرير الوطني وتوقف صدورها في العاصمة في 1957، ثم واصلت صدورها بعد استقلال الجزائر في 05 جويلية 1962 وانتقلت إلى مرحلة البناء جنبا إلى جنب مع حزب جبهة التحرير الوطني، وانقسمت الصحافة الجزائرية؛ "بموجب المرسوم الرئاسي عام 1965 إلى صحافة حزبية وأخرى حكومية" (عبد الغني، 2011، صفحة 157)، ولم تتسلخ من ثوب الحزب الواحد، وضلت على هذا الحال - قبل فتح باب التعددية الحزبية والسياسية التي نص عليها دستور 23 فيفري 1989 في إطار حرية الرأي والتعبير المنصوص عليها في المادة 35- إلى غاية التسعينيات من القرن الماضي.

لقد ترتب عن فتح المجال السياسي بموجب دستور 1989 إقرار قانون الإعلام عام 1990، والذي جاء بجملة من الواجبات والحقوق المتعلقة بالصحفي والمنظمة لمهنة الصحافة عامة، وهو ما أشارت إليه المادة 40 من قانون الإعلام 1990⁹ (الجريدة الرسمية العدد 14، 1990)، بالإضافة إلى شروط إصدار النشريات الدورية في مادته 19¹⁰، وتزامنا مع تلك المستجدات، بدأ الحراك الإعلامي يتواتر، وأصبحت الساحة الإعلامية شيئا فشيئا تستقطب المهتمين بإنشاء صحف باللغتين العربية والفرنسية، وتنوعت من حيث الصدور اليومي مثل الخبر، والشروق اليومي، وصوت الأحرار، واليوم، الصادرة باللغة العربية، والوطن (El Watan)، ولوسوار (Le soir d'Algerie)، ولوماتان (Le matin)، وليبارتي (Liberté)، والرأي (L'Opinion)، ولانوفال ريبوبليك (La nouvelle république) بوهران، والتي كانت تصدر باللغة الفرنسية، بالإضافة إلى عدد من الصحف الأسبوعية والشهرية وحتى الفصلية، وبدأت الصحف الجزائرية تتجه نحو صحافة متخصصة، ولكن ظروف اضطراب الشارع السياسي الجزائري خلال العشرية الدامية من تاريخ الجزائر، حرم الصحافة المطبوعة من ممارسة مهامها في سلام، مما خلق اضطرابا فكريا بين الفئات والأحزاب التي أفرزتها التعددية الحزبية، ما أقحم الصحافة في هذا الصراع

⁹ - نص المادة 40: يتعين على الصحفي المحترف أن يحترم بكل صرامة أخلاق وآداب المهنة أثناء ممارسته مهنته، ويجب عليه أن يقوم خصوصا بما يأتي: احترام حقوق المواطنين الدستورية وحياتهم الفردية، الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي، تصحيح أي خبر يتبين أنه غير صحيح، التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث، الامتناع عن الانتحال، والافتراء، والقذف، والشائعات، والامتناع عن استغلال السمعة المرتبطة بالمهنة في أغراض شخصية أو مادية، يحق للصحافي أن يرفض أي تعليمة تحريرية آتية من مصدر آخر غير مسؤولي التحرير.

¹⁰ - نص المادة 19: يجب أن يشمل التصريح على ما يلي: هدف النشرية، عنوان النشرية ووقت صدورها، مكان النشرية، اسم المدير ولقبه وعنوانه، الغرض التجاري للطابع وعنوانه، المقاس والسعر، اللغة أو اللغات النشرية غير العربية عند الاقتضاء، اسم المالك وعنوانه، رأسمال الشركة أو المؤسسة، نسخة من القانون الأساسي للشركة أو المؤسسة.

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

الذي لم يخدم لا حرية الصحافة ولا الأحزاب، وظلت الصحافة رهينة التجاذبات الحزبية، ومع ذلك حافظت العديد من الصحف على استمراريتها وتواجدها في المطابع.

2.3.1 الصحافة الإلكترونية (ظروف النشأة والتطور):

شكلت الصحافة الإلكترونية مرحلة مهمة من مراحل تطور تقنيات الاتصال الحديثة ومصدرا ثريا للأخبار التي تنتج بمعايير وسمات وخصائص الوسيط الإلكتروني في بيئة متعددة الوسائط والخدمات اللامحدودة على شبكة الإنترنت، وقد مررت الصحافة الإلكترونية بمحطات تاريخية كبرى سيتم تحديدها في العنصر التالي:

1.2.3.1 نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية:

أولاً: الصحافة الإلكترونية في العالم (سياقات النشأة والتطور):

تباينت الدراسات حول البداية الحقيقية للصحافة الإلكترونية، منها من أرجعت البدايات الأولى للصحافة في مجال النشر الإلكتروني لأوائل السبعينات من القرن العشرين بتجريب التليكست (Teletext) والفيديو تكست (Videotext)، ومن ثم تطورت نتيجة استخدام الشبكة العنكبوتية الدولية (World Wide Web) المحرك الأساس لثورة المعلومات، حيث توجهت الصحف إلى النشر الإلكتروني كفضاء جديد لتعويض النقص المتزايد في عدد قراءها وتدني عائداتها من الإعلانات؛ "وفي هذا الصدد يؤكد سيمون باينز على أنّ البدايات الأولى للصحافة الإلكترونية هو ثمرة تعاون بين مؤسستي بي بيسي "BBC" الإخبارية، واندبندنت بروكاست أورثي "IBA" عام 1976 ضمن خدمة التليكست" ¹¹ (كنعان، 2014، صفحة 17)، "فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت اسم سيفكس، بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل، وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديو تكست¹²، مع نظام بريتل قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثيريتي" (علم الدين، صفحة 19).

¹¹ - خدمة التليكست (هي أنظمة البث غير التفاعلي التي تبثها الشركات الإذاعية على قنواتها عند توقف الإرسال العادي، ويتم استقبالها إما عن طريق التلفزيون أو شاشات الحاسوب).

¹² - خدمة الفيديو تكست (هي أنظمة تعرض النصوص والرسوم في شكل يشبه الكتاب الإلكتروني تمتاز بمميزات عديدة مثل حفظ واسترجاع وكذلك الدخول بين جزئيات المعلومات المتداولة على النظام ويتميز هذا النظام بإمكانية تخزين كمية كبيرة من المعلومات وإمكانية تحديث المعلومات بسهولة وسرعة كما أنّها متاحة لأي شخص يمتلك خط هاتف وشاشة استقبال).

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

وتبنت بذلك الصحف المبتكر الجديد، وولجت مجال النشر الإلكتروني باستخدام تقنية النشر عن طريق التليتكست والفيديو تكست، ما مهد لمرحلة جديدة من مراحل تطور الصحافة ألا وهي الصحافة الإلكترونية.

بدأ الاهتمام بهذا المبتكر الجديد من قبل الباحثين وأصحاب المؤسسات الإعلامية يتزايد خصوصا في الثمانينيات من القرن الماضي؛ "ويمثل عام 1981 أول بداية حقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية عندما قدمت كومبيوسيرف خدماتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الاسوسيتيد برس "Associated Press"، إلا أنّ هذه الخدمة توقفت عام 1982 بعد انقراض الشراكة، وتبع ذلك ظهور الخدمات الصحافية في قوائم الأخبار الإلكترونية Bulletin Board System-BBS في سنوات 1985-1988" (كنعان، 2014، صفحة 19).

وبعد خروج الإنترنت من شبكة الاتصالات الضيقة التي كانت تقتصر على وزارة الدفاع الأمريكية وبعض الجامعات، واختراع الويب سنة 1992 بفضل Tim Berners-Lee باستخدام المبدأ البرمجي للهيبرتكس "Hypertext"، أصبح بالإمكان للجميع بفضل الإنترنت فتح صفحة على الويب لتلقي ونشر ومشاركة مختلف المضامين، وظهر مصطلح جديد للنشر ألا وهو "النشر الإلكتروني"، ما أتاح الفرصة أمام الصحف للشيوع والانتشار على نطاق واسع مع بداية العقد التاسع من القرن الماضي.

وفي هذا المقام يتفق الباحثون على أنّ؛ "البدايات الجادة للنشر الصحفي الإلكتروني على الويب بدأت في أوائل التسعينيات ويحدد بعضهم صحيفة "هيلزونبورج داجبلاد" السويدية أول صحيفة إلكترونية تمّ نشرها على الإنترنت عام 1991" (الدليمي، 2011، صفحة 219)، في حين يرى آخرون على غرار الباحث الأمريكي "مارك ديوز" في دراسة له حول تاريخ الصحافة الإلكترونية أنّ؛ "أول صحيفة دشنت نسخة إلكترونية لها على الإنترنت كانت و "شيكاغو تريبيون" عام 1992 مع نسختها "شيكاغو أونلاين" (بوثلجي، 2010-2011، صفحة 44).

ورأى البعض أنّ بداية نشر الصحف إلكترونيا انطلق بإنشاء صحيفة سان جوزيه ميركوري نيوز (San José Mercury News) التي نشرها مركز أبحاث "ميركوري" عام 1993 على الإنترنت، وآخرون رأوا أنّ صحيفة لوس أنجلوس هي أول صحيفة ظهرت على الإنترنت عام 1995.

وتماشيا مع الوضع المستجد التي فرضته البيئة الإعلامية الجديدة؛ "توجهت العديد من الصحف نحو الفضاء الشبكي، حيث التحقت صحيفة "إلكترونيك تلجراف Electronic Telegraph وهي نسخة إلكترونية من صحيفة "ديلي تلجراف Daily Telegraph"، كانت من الصحف الرائدة في بريطانيا والتي

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

ظهرت في 1994 " (اللبان د.، 2005، صفحة 27)، ومنذ ذلك الوقت، وقبل نهاية التسعينيات هاجرت العشرات من الصحف العالمية إلى الوسيط الإلكتروني، وأنشأت مواقع لها، سعياً منها إلى توسيع مجال انتشارها وتوزيعها والانفلات من الرقابة، وكذا تخفيف الأعباء المالية المترتبة عن طرائق النشر التقليدية المكلفة، ووصل عدد الصحف الإلكترونية عام 2000 إلى 4000 صحيفة.

لم تختلف الصحف الإلكترونية التي كانت تصدر في البداية عن الصحف المطبوعة، حيث كانت تنشر في شكل صور ثابتة لا يمكن الاحتفاظ بنسخة منها، وكمرحلة ثانية أكثر تطوراً ظهرت مواقع إخبارية إلكترونية ليست لها نسخ مطبوعة كاستجابة منطقية لرغبات القراء، وتواصلت التحديثات السريعة في المنصات الإلكترونية الإخبارية التي استفادت بشكل كبير من التطور الهائل في الملميديا، حيث أصبح النص مفعماً بالحياة من خلال إدراج الصوت والصورة والفيديو والحركة وتقنيات النص المترابط الذي سمح للمتصفح بالإبحار وسط كم لا متناه من المعلومات المتاحة دون قيود أو شروط، كما أنّ المواقع الصحف الإلكترونية باتت تتيح إمكانية تصفح الصحيفة المطبوعة بمجرد النقر على أيقونة تحمل عنوانها على الموقع، وتعدّ صحيفة نيويورك تايمز الإلكترونية أول من استخدم هذه التقنية التي منحت للمتصفح لأول مرة خدمة الاحتفاظ بنسخة من الصحيفة بصيغة PDF «Portable Document Format».

ثانياً: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي (سياقات النشأة والتطور)

قسّم الخبراء في مجال الإعلام مراحل تطور الإلكترونيّة كوسيلة إعلام جماهيرية في الوطن العربي إلى ثلاث محطات تاريخية كبرى انطلقاً من التحولات التي عرفتتها منذ انتقالها من النمط التقليدي أو من المطبوع إلى البوابات الإعلامية إلى أن وصلت للمتوقع على شبكة الويب العالمية ممثلة في المواقع الصحفية الإلكترونية والإخبارية.

وفقاً لهم؛ "مرت الصحافة الإلكترونية العربية بمرحلة النشأة المبكرة (1995-1999)، ثم مرحلة الانتشار (2000-2010)، فمرحلة التأثير والتنافس (2011-الوقت الحالي)" (الطويسي، 2020، صفحة 28)، حيث تحددت كالتالي:

أ- مرحلة النشأة المبكرة (1995-1999):

صنفت هذه المرحلة امتداداً للصحافة المطبوعة على الورق، حيث بادرت المؤسسات الإعلامية في التحول تدريجياً مواقع إلكترونية، هذا التحول لم يكن عنوانه التحول في الممارسة إنّما كان مجرد نقل للنسخة الورقية بنفس مواصفاتها وكما هي على وسيط إلكتروني جديد؛ "وفي التاسع من سبتمبر 1995

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة عبر شبكة الإنترنت وهي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صورة، وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الإنترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من 01 يناير 1996 تلتها جريدة الحياة في الأول من يونيو 1996 والسفير في نهاية العام نفسه" (عبد الواحد أمين، 2007، صفحة 116).

ومن الصحف العربية التي بادرت أيضا إلى حجز مكان لها على شبكة الويب الدولية صحيفة "الراية" في أول إصدار لها في يناير 1997، وفي فبراير من نفس السنة صدرت جريدة "الجمهورية" كأول صحيفة إلكترونية على شبكة الويب؛ تليها جريدة الوطن الكويتية والأيام البحرينية والدستور والبيان والرأي الأردنية وجريدة الحياة وكذلك جريدة الجزيرة في 16 أبريل 1997، وتبعتها السعودية في 12 يوليو، وصحيفة المراسل تميزت في كونها أول صحيفة عربية إلكترونية -لا ترتبط بالنسخة الورقية- يتم إعدادها ونشرها إلكترونيا في 22 أوت 1997" (العقباوي، 2010، صفحة 30)، ثم "الأهرام" المصرية في أوت 1998 و"الأخبار" في سنة 2000، وهكذا فقد ازداد عدد الصحف العربية على شبكة الإنترنت، حيث رصدت أكثر من 350 صحيفة ومجلة ودورية عربية مع حلول سنة 2000.

ب- مرحلة الانتشار (2000-2010):

عرفت الصحافة الإلكترونية العربية في هذه المرحلة، نقلة نوعية في مجال النشر الصحفي الإلكتروني، وبدأت تتسلخ تدريجيا عن النسخ المطبوعة المحملة على موقع الويب، وأصبحت المواقع الإخبارية الإلكترونية التي لا تملك أصلا ورقيا لها الوجه الجديد للإعلام الإلكتروني المحض؛ ويمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة إلكترونية على الإنترنت بشكل كامل ومباشر، صحيفة الجريدة التي انطلقت من أبو ظبي في يناير 2000 www.eljareeda.com، وصحيفة إيلاف في 2001 www.elaph.com (أبو رشيد، 2020، صفحة 93)، وبعدها صحيفة اتجاهات السعودية، وصحيفة اسلام أونلاين المصرية، وصحيفة باب وبوابة الأردنية، كما ازدهرت الصحافة بشكل كبير مع ظهور البوابات الإلكترونية، التي سمحت بتجميع ونشر المعلومات والأخبار ومختلف العروض والطلبات واستعراض الأحداث الجارية والخدمات المتاحة على البوابة لفائدة المستخدمين في إطار مشاركة وتبادل المحتوى، كما انتشر التدوين الإلكتروني بصورة كبيرة واعتمده الإعلام على نطاق واسع كمصدر مهم للمعلومات والأخبار، ومع مطلع العام 2003 خلال الحرب على العراق بدأ التدوين يتسع ويحتل مكانة هامة ضمن الفضاء الإلكتروني؛ فظهرت مدونة طق حنك digressing.blogspot.com للشباب المصري محمد في ديسمبر 2003، ومدونة سردال للإمراتي عبد الله المهيري في مارس 2004، ومدونة حوليات

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

صاحب الأشجار للمصري عمرو غربية gharbeia.net في أوت 2004". (شريطي، 2015، صفحة 160)، وتزايد الاهتمام الإعلامي بالمدونات منذ ذلك الحين.

الملاحظ أنّ. "في بداية مرحلة الانتشار كانت الصحف الإلكترونية العربية المتوفرة عبر الإنترنت تعتمد في بثها للمادة الصحافية على ثلاث تقنيات هي تقنية العرض كصورة Image وتقنية النص Texte وتقنية بي دي أف PDF". (ولد جاب الله، 2005-2006، صفحة 127)، ومثلت هذه التقنيات-على اختلاف سماتها التكنولوجية والفنية-الأركان الرئيسية لعملية النشر الإلكتروني في المواقع العربية خلال تلك المرحلة؛ "والتي قسمها عبد الأمير مويت الفيصل إلى ثلاث فئات" (الفيصل، 2006، صفحة 205):

الأولى: تعتمد سياسة الحد الأدنى المتمثلة في إطلاق نسخ كربونية صماء من الصحيفة المطبوعة، والاكتفاء بالإشارة إلى أنّ للصحيفة موقعا على الإنترنت، يقوم بدور التواصل ما بين الصحيفة والقراء أينما كانوا.

الثانية: تعتمد بناء مواقع متميزة أقرب ما تكون إلى البوابات الإعلامية الشاملة، وهي تطور في مواقعها الموجودة للوصول إلى البوابة الإعلامية.

الثالثة: تعتمد سياسة الانطلاق من الصحيفة الإلكترونية، دون وجود صحيفة مطبوعة.

ت-مرحلة التأثير والتنافس (2011-الوقت الحاضر):

شهد العقد الأول من القرن الواحد والعشرين حروب خلفت أزمات سياسية خصوصا في المنطقة العربية، نتج عنها ثورات اصطاح عليها إعلاميا بثورات الربيع العربي لعب فيها الإعلام دورا كبيرا، خصوصا من حيث النقل المباشر والحي للأحداث على مدار الساعة، ولم تقتصر مظاهر التحول على المجال السياسي، بل مست أنظمة الإعلام وخاصة الصحافة الإلكترونية، التي استفادت من تحررها من رقابة الحكومات الاستبدادية في معظم الدول العربية وبات المجال مفتوحا لحرية التعبير والنشر، ما أدى إلى تضاعف أعدادها والتوسع بشكل كمي كبير.

ساعد مجال الحرية المتاح للصحف الإلكترونية وعدم خضوعها لرقابة الدولة نظرا للفراغ القانوني الذي نشأت فيه الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي عموما، والتوسع الكمي للصحف من تعاضد دور الصحف الإلكترونية في مواكبة الأحداث على مدار الساعة، إلا أنّها عرفت في الوقت ذاته تحديات كثيرة، فإلى جانب ضعف مواكبة التشريعات والقوانين، اصطدمت الصحافة الإلكترونية بصحافة المواطن

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

أو منصات الإعلام الرقمي وخاصة مواقع الشبكات الاجتماعية، والتي باتت تأخذ حيزا كبيرا من اهتمام الجماهير، مما استدعى القائمين على الصحف الإلكترونية للعمل من أجل مواجهة هذه التحديات بجعل محتواها أكثر ابتكارا وتنوعا ومواكبة للأخبار العاجلة.

لم تكن المنافسة بين الصحافة الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي متكافئة، لا من الناحية المادية ولا من حيث عدد المشتركين، إذ؛ "أظهر الإصدار السابع من سلسلة تقرير الإعلام الاجتماعي العربي استمرار نمو المواقع الاجتماعية ... و أشارت التقارير السنوية إلى أنّ مستخدمي موقع الفيسبوك في الوطن العربي بلغ 245 مليون مستخدم" (الدناني و باشا، 2020، صفحة 61)، وهو ما جعله مصدرا استقطاب لعائدات الإعلان، فبالرغم من ازدياد حصة الصحافة الإلكترونية من سوق الإعلان منذ عام 2010، إلا أنّ منصات الإعلام الرقمي تحديدا مواقع الشبكات الاجتماعية استولت على نسبة كبيرة منها "ففي عام 2017 نما سوق الإعلانات الرقمية عالميا بنحو 17%... لكن أغلب هذه الإعلانات تذهب إلى الفيسبوك" (الطويسي، 2020، صفحة 34).

لقد استطاعت الصحافة الإلكترونية برغم ضغط الحكومات والمنافسة الشديدة لمواقع الشبكات الاجتماعية أن تتجاوز جميع الأزمات، وزاد الاعتماد عليها في المشهد الإعلامي خصوصا مع الارتباك الكبير الذي تشهده الأخبار والمعلومات على مواقع الشبكات الاجتماعية وانتشار الأخبار الكاذبة وخطاب الكراهية، وهو ما جعل من الصحاف الإلكترونية مصدرا موثوقا للمعلومة ومصداقيتها، لكن على الرغم من كل المكتسبات التي حققتها في مجال توفير المعلومة وتحديث المحتوى وحرية التعبير والرأي، إلا أنّ الصحف الإلكترونية لا تزال تصارع من أجل البقاء على الساحة الإعلامية، وتواجه تحديا جديدا يتمثل في التشريعات والقوانين الجزرية التي بدأت الحكومات العربية بفرضها مؤخرا بشكل تعسفي، وصل أحيانا إلى حضر العديد مواقع الصحف الإلكترونية التي تعمل في نطاق الوطن العربي، متحجّبة بفرض النظام والسلم وتنظيم نشاط الصحافة الإلكترونية.

ثالثا: نشأة وعوامل تطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

إنّ السرد المتسلسل للتواريخ والمراحل التي مرت بها نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر، يكتسي طابعا تاريخيا أكثر منه معرفيا، فتطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر يستند إلى تراكمات واقع قطاع الإعلام والاتصال في الجزائر وماضيها، والحديث عنها في إطار المنظور التكنولوجي وحده لن يكون موضوعيا. " لأنّ الصحافة كمهنة وكمنتج ليست ثابتة ولم تولد مكتملة، بل إنّها ذات ولادة مستأنفة وفق بناء سياقي متجدد" (لعياضي، 2016، صفحة 174)، فالصحافة الإلكترونية في الجزائر مرت بمحطات

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

تاريخية هامة، رافقتها عوامل اجتماعية وثقافية كان لها الأثر في تعطيل نزعة القطيعة مع الأساليب التحريرية والإخراجية والتعامل مع مصادر الأخبار، وكرست الأسلوب التنظيمي التحريري المتوارث عن الصحافة الورقية.

من الواضح أنّ الصحافة تلبس عباءة السياق التاريخي الذي تنشأ فيه وتتطور لظروف تحول السياق، فالصحافة في الجزائر نشأت في سياق تاريخي مرّ بمراحل كبرى، وأولها مرحلة الاستعمار أين اتسمت الصحافة بالنزعة التعبوية التي تقوم على الخطاب الحماسي، ثم مرحلة الاستقلال ونظام الحزب الواحد أين اتجهت الصحافة إلى الطابع الدعائي، وفي مرحلة التعددية الحزبية التي أقرها دستور 1989 والتي صاحبها إنشاء الصحف الخاصة بموجب قانون الإعلام الصادر في 4 أبريل 1990، استفادت الصحافة من فتح مجال حرية التعبير وقامت بدور سياسي أكثر منه إخباري مغطية بذلك الفراغ السياسي في مرحلة العشرينيات السوداء، من جهة لكنها وقعت في شرك تصادمات الأجنحة السياسية فلم تنعم بالاستقرار، حيث تأرجحت علاقتها بالسلطة حينها بين الانسجام والتوتر وضرورة الانصياع لأوامرها، بعد أن أطبقت على كل أساليب التموين للصحف من خلال احتكارها للاشهار، واستغلالها عائدات الإعلان وتوجيهها للقطاع العام.

يعتبر تاريخ مارس (1994) من أهم التواريخ التي مهدت إلى تحول الصحافة الجزائرية إلى فضاء الإنترنت، حيث يرتبط هذا التاريخ بأول عملية ربط كامل بشبكة الإنترنت، اقتصر في البداية على مركز البحث العلمي والتقني (Cerist) عن طريق كابل الألياف الضوئية، لكن سرعة التدفق كانت محدودة؛ "وفي ديسمبر عام (1997) وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، تمّ تدعيم هذا الكابل الخطي بخط متخصص، بعدها لم يعد الدخول إلى الشبكة محصورا فقط على المؤسسات الحكومية" (حمدي، 2015، صفحة 9)، وفتح المجال أمام الخواص للاستثمار في مجال الإنترنت بشروط تمّ تحديدها في المرسوم التنفيذي رقم (98-257) (الجريدة الرسمية العدد 63، 1998)، وبدأ نشاط عدد من الموزعين الخواص وتضاعفت قوة الربط مما زاد من عدد المشتركين في الإنترنت، وكان لذلك تأثيرا كبيرا في تضاعف عدد المواقع الإخبارية لاحقا.

وبخصوص الصحافة المكتوبة، انتقلت جريدة الوطن الناطقة باللغة الفرنسية إلى فضاء الإنترنت، في نوفمبر 1997 وكانت أول صحيفة إلكترونية تحتل مساحة على شبكة الويب، بنشر نسختها الورقية دون تعديل، وبالتالي اقتصر التغيير على مستوى الوسيلة لا المحتوى، وبالنسبة للصحافة الصادرة باللغة العربية فكانت جريدة الخبر أولى الوافدين على الشبكة العنكبوتية في أبريل 1998، واقتصر نشرها على النسخة الأصلية بصيغة PDF في البداية.

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني، والصحافة الإلكترونية)

جدول رقم (02): يوضح تتابع انشاء المواقع الإلكترونية لأهم الصحف في الجزائر (شطاح ، 2006 ،
صفحة 128):

الصفحة	الموقع	تاريخ انشاء الموقع	الملكية
El watan	www.elwatan.com	نوفمبر 1997	مستقلة
Liberté	www.liberte.alger.com	جانفي 1998	مستقلة
اليوم	www.elyoum.com	فيفري 1998	مستقلة
الخبر	www.elkhabar.com	أفريل 1998	مستقلة
الشعب	www.ech-chaab.com	جوان 1998	مستقلة
Elmoudjahid	www.elmoudjahid.com	جويلية 1998	مستقلة
Le matin	www.lemation.dz.com	أكتوبر 1998	مستقلة
Lesoir d'Algérie	www.lesoir.com	نوفمبر 1998	مستقلة
El acil	www.elacil.com	مارس 2000	مستقلة

شهدت الصحف الإلكترونية الجزائرية خلال العشر سنوات الأخيرة (2012-2022) تطورا ملحوظا، وهو ما جعل الحكومة الجزائرية تتجه نحو تأطيرها من خلال القانون العضوي للإعلام سنة 2012، بتحديد تدابير وشروط الممارسة الصحفية في الصحف الإلكترونية؛ "وأدرج مفهوم الصحافة الإلكترونية في الجزائر ضمن كل خدمة اتصال مكتوب عبر الإنترنت موجهة للجمهور أو فئة من هذا الجمهور، ويتمثل نشاطها في إنتاج مضمون إعلامي موجه للصالح العام" (شبري، 2021، صفحة 151)، أما على شبكة الإنترنت فلم تحدد إلا بصدور مرسوم التنفيذي 323/20 الصادر بتاريخ 22 نوفمبر 2020 (الجريدة الرسمية العدد 69، 2020)، الذي حدد الأطر التشريعية والقانونية للممارسة الصحفية الإلكترونية في الجزائر وكيفيات الممارسة الإعلامية في إطار تنظيم العمل الصحفي على الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.

الملاحظ أنّ قطاع الصحافة الإلكترونية يشهد حراكا من حيث تنامي عدد المؤسسات الإعلامية التي تمارس نشاط الإعلام عبر الإنترنت، حيث وصل إلى 150 موقعا 84 منها مصرّح به في وزارة الاتصال في انتظار الدعم التنظيمي وضبط الصحافة الإلكترونية.

3.3.1 ماهية الصحافة الإلكترونية:

يأتي ترجمة الصحافة الإلكترونية في الكتابات الأجنبية إلى تعابير عدة نذكر منها:

Electronic journalism-

Electronic Edition-

Electronic news paper-

Online journalism-

Virtual news paper-

Interactive journalism-

Internet journalist-

Digital journalism-

Digital publishing

ويشار إلى الصحافة الإلكترونية في الدراسات والكتابات العربية بمسميات عديدة أبرزها (القيسي،

2013، صفحة 90):

-الصحافة الفورية

-النسخ الإلكترونية

-الصحافة الرقمية

ويضيف إليها الدكتور علي عبد الفتاح كنعان مصطلح "الجريدة الإلكترونية" (كنعان، 2014، صفحة 7).

ومصطلح (الصحافة الإلكترونية) هو الأكثر استخداماً في المصطلحات الأخرى السابق عرضها، إذ أنه؛ يشمل الصحافة الإلكترونية، سواء أكانت في شكلها (لمباشر أو الفوري Online) أو في شكلها (غير المباشر Offline) "البردي (عزت، 2018، صفحة 307)، وتعددت التعريفات التي سعت إلى تحديد ماهية الصحافة الإلكترونية كظاهرة إعلامية اعتماداً على معايير تصنيف متباينة، وفيما يلي عرض لبعض هذه التحديدات:

ترى الدكتورة سميرة شيخاني أنّ الصحافة الإلكترونية هي؛ "نتاج للتحولات الكبرى التي طرأت على الصحافة المطبوعة بفضل التكنولوجيا الحديثة والتطور التقني والاستعانة بالفاكسيميل والحواسيب والاتصالات السلكية واللاسلكية في مختلف مراحل الإنتاج والإخراج وتوصيل المواد الصحفية باستخدام أنظمة النشر المكتبي والنشر الإلكتروني (الشيخاني، 2010، صفحة 449).

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

وتتطلب شيخاني من كون الصحافة الإلكترونية تقدم خدمات من خلال تقنية النشر المكتبي، الذي يعتمد على الحاسوب وبرامج الطباعة والنشر في استقبال الأخبار والصور وفي التصميم والإخراج، إضافة إلى خدمات تختص بالنشر الإلكتروني، الذي يستدعي التوفير الإلكتروني لنصوص الصحيفة وصورها كمصدر معلومات فوري عبر شبكة الإنترنت أو على أقراص مدمجة أو من خلال الشبكة الداخلية للصحيفة، حيث يستطيع المستخدم الوصول إلى النصوص من خلال برامج خاصة بالبحث والاسترجاع.

تضفي شيخاني الطابع التقني الخدماتي في تعريفها للصحافة الإلكترونية، على اعتبار أنها تزوج بين تكنولوجيا الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال عن بعد، اللذان يدعمان تقنيتي النشر المكتبي والنشر الإلكتروني، وبالتالي يمكن القول بأن الصحافة الإلكترونية جزء من منظومة اتصال كبيرة تقوم على النشر المكتبي والإلكتروني.

يركز فرانك ريبيلارد Frank Rebillard على المحتوى من خلال العلاقة الموجودة بين الصحافة والإنترنت لذلك يطلق على الصحافة الإلكترونية تسمية الصحافة على الخط Online Journalism، ويرى أن القيمة المضافة للإنترنت تتمثل في مساهمتها في إثراء المحتوى الإعلامي، ويصنف هذا المحتوى على المواقع والصحف الإلكترونية استناداً إلى معيارين وهما أسلوب النشر ونوع المحتوى الناتج عن التفاعلات السوسيوثقافية.

وفقاً لفرانك ريبيلارد Frank Rebillard ينقسم أسلوب النشر إلى أربع فئات وهي (النموذج التحريري modèle éditorial، النشر الموثق publication authoritative، النشر الموزع publication distribuée، المستوى فوق التحريري niveau méta-éditorial) أما نوع المحتوى فيقسمه إلى (معلومات الرأي، معلومات عامة، معلومات متخصصة) (Ribillard, 2006, p. 215).

يشير هذا التوجه إلى دور تفاعلات المستخدمين على شبكة الإنترنت في إنتاج محتوى الصحافة على الخط (الصحافة الإلكترونية)، ويعتبره نتاج للسياقات السوسيوثقافية العامة للمجتمع التي تبرز ظاهرة التقارب الفكري والاجتماعي على الشبكة نتيجة ارتفاع نسبة التعبير ومشاركة الآراء.

حاول الباحث عبد العزيز الشريف أن يعرض أهم التعريفات التي رامت إلى وصف الصحافة الإلكترونية، وقد سعى من جهة أن يناقشها محاولاً بلورة تعريف جديد.

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

فقد أورد التعريف القائل بأنّ الصحافة الإلكترونية "هي إصدار لاورقي يتم إصداره بالاستعانة بشبكة الإنترنت، وعرضه على الشبكة أو أي وسائط أخرى غير ورقية" (خالد الشريف، 2014، صفحة 56) والملاحظ أنّ رؤية خالد الشريف التي استخلصها حول المحتوى الصحفي الإلكتروني لا تختلف كثيرا عن فرانك ريبيار، إذ يرى أنّه "شكل إعلامي هجين" لأنّ مضامينه نتاج مشترك بين الصحفي والمستخدم" (خالد الشريف، 2014، صفحة 72)، فالصحافة الإلكترونية هي ثمرة طبيعية لبيئة الإنترنت الغنية بتنوعاتها وأطيافها المختلفة وآلياتها الجديدة، فهي تعكس جزءا متزايد الحجم وشديد التفاعل وسريع التغيير من المجتمع البشري.

ويرجع خالد الشريف الفضل في انتشار الصحيفة بشكلها الإلكتروني كأحد مصادر المعلومات إلى الطفرة الحديثة في استخدام الإنترنت، وبالتالي هذا التعريف يعزز الدور الخدماتي التفاعلي للإنترنت، ويدعم التوجه القائم على محورية دور الإنترنت في إنتاج محتوى الصحافة الإلكترونية.

وبالرغم من أنّ الصحافة الإلكترونية لا تختلف عن نظيرتها التقليدية، فيما تعلق بالأهداف والمبادئ، إلا أنّها تختلف عنها جذريا من حيث الوسيلة التي أضفت عليها عددا من الخصائص والسمات الشكلية والنوعية سواء من ناحية المضمون أو من ناحية الإخراج والنشر، فاستوقفت هذه الظاهرة جمهور الباحثين والمهتمين بمجال الاعلام والاتصال، الذين حاولوا رسم إطار مفاهيمي واضح المعالم للصحافة الإلكترونية بعد التعمق بالدراسة والتحليل لتلك السمات.

وتوصلت تلك الدراسات والأبحاث إلى مجموعة من التعريفات، منها تعريف محمود علم الدين الذي يرى أنّ "الصحافة الإلكترونية هي تلك الصحافة التي تستعين بالحاسبات في عمليات الإنتاج والنشر الإلكتروني العادي" (علم الدين، 1990، صفحة 95)، ويعطي هذا التعريف أهمية للمعايير التقنية، حيث يربط ماهية الصحافة الإلكترونية بجهاز الحاسوب كأداة ووسيط جديد لعرض المحتوى الصحفي.

وعليه، بعد قراءات متأنية للعديد من التعاريف التي تطرقت لمفهوم الصحافة الإلكترونية، يأتي التعريف الإجرائي للصحافة الإلكترونية في هذه الدراسة، بأنّها وسيلة إعلام إلكترونية تنشط في إطار شبكة الويب، وتهتم بتقديم المواد الصحفية من أخبار وتقارير وأحاديث صحفية، ومواد الرأي والفكر

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

وتحقيقات الصحفية وغيرها، يسهر الصحفي على تحريرها باستغلال خدمات الإنترنت والوسائط الفائقة والمتعددة، وتحديث المحتوى على مدار الساعة.

وتقدم الصحافة الإلكترونية إضافة إلى خدمة توفير الأخبار السريعة، عدة خدمات مثل خدمة البريد الإلكتروني، خدمة مجموعات الحوار، خدمة خريطة الموقع، خدمة الربط والاحالة إلى مواقع داخلية أو خارجية، خدمة التعليق ومشاركة المحتوى، خدمة الإعلانات المبوبة، خدمة ملفات الربط والإرشاد إلى مواضيع مهمة، خدمة الاطلاع وتحميل النسخة المطبوعة للجريدة في حال كان لها أصل ورقي

1.3.3.1 أنواع الصحف الإلكترونية:

يهتم كل من بلقاسم بن روان وجمال بوعجيمي بنوع الصحف الإلكترونية في تعريفهما، حيث يتفقان في تعريف الصحافة الإلكترونية من حيث النوع بأنها؛ "صحف على الخط وصحف إلكترونية مستقلة" (بوعجيمي و بن روان، 2006، صفحة 338).

أولاً: الصحف على الخط:

يتم من خلالها إعادة نشر محتوى الصحف الورقية المطبوعة أو أهم محتوياتها على شبكة المعلومات الدولية، ويحمل نفس اسم الصحيفة الورقية، ويعمل به طاقم من الفنيين الذين يقومون بمجرد رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني، ويرتبط زمن تحديث الأخبار بدورية صدور الصحيفة سواء كانت يومية أو أسبوعية، (الزعلابي، 2017، صفحة 227).

ثانياً: الصحف الإلكترونية المستقلة:

الصحف الإلكترونية المستقلة أو الصحف الإلكترونية الكاملة Online newspaper، وهي غير تابعة للصحف المكتوبة وليس لها مقابل ورقي وهذا ما يجعلها مستقلة، ويضيف على ذلك الدكتور نزار بشير جديد في تعريفه للصحافة الإلكترونية جانب التصميم حيث يرى أنّ؛ "الصحافة الإلكترونية تحتفظ لنفسها بتصميم ثابت لا يتغير مصرح به لدى الجهات ذات الصلة المعنية بصدور الصحف والدوريات الإلكترونية، المانحة للتراخيص والموافقات القانونية" (جديد ن.، 2015، صفحة 117)، ويطلق عليها كذلك اسم الصحف الفاعلة، التي تعمل وفق خصائص وسمات الصحف الإلكترونية، وتقدم خدمات التحديث الدوري للمحتوى من نصوص ووسائط متعددة، وتقوم على تقديم خدمات التفاعلية ومشاركة المحتوى وخدمات أخرى لا تتيحها الصحيفة الورقية.

"ويقسم كل من ليلى عبد المجيد، ومحمود علم الدين وروبرت الأشكال التي تتخذها الصحف الإلكترونية إلى": (العقباوي، 2010، صفحة 88)

- صحف إلكترونية بحتة (ليس لها نسخة مطبوعة).
- نفس النسخة المطبوعة الورقية.
- موجز بأهم محتويات الصحيفة المطبوعة.
- طبعات سابقة من الجريدة.
- أرشيف لقصص إخبارية.
- منابر ومساحات للرأي.
- خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية.

وبهذا أدخلت الصحافة الإلكترونية تغييرات جوهرية في تحرير المضامين الإعلامية وأشكال وطرق عرضها بفضل إمكانات الوسيط الإلكتروني، وباتت تقدم فنون الصحافة التقليدية بسمات وخصائص لا تستطيع الأخيرة تقديمها، فالصحافة الإلكترونية وبالارتكاز على هذا المنظور تستطيع أن تجمع ما بين التقنية وأسس التحرير الصحفي المتوارث عن الصحافة المطبوعة، الأمر الذي فتح المجال أمام الباحثين للاجتهاد في تحليل طبيعة العلاقة بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية، ورصد أوجه التشابه والاختلاف بينهما.

4.3.1 علاقة الصحافة الإلكترونية بالورقية:

هناك من يرى أنّ المقارنة بين الصحافة الإلكترونية والورقية مرفوضة من منطلق أنّ الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة، والصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والصور بشكل مجرد من الإبداع (سليمان، 2008، صفحة 63)، وهناك من يرافع لضرورة تكيف الصحافة مع مستجدات البيئة الإعلامية من منطلق مقولة آرني جليمر؛ "يمكن استخدام الماضي لتجديد الحاضر وليس فقط لدفعه"، ومع ذلك هناك من يري بأنّ الصحافة المطبوعة في طريق الاندثار مستعينا ببعض الإحصائيات والتصريحات التي تمّ جمعها من مصادر مختلفة، وبقي الجدل قائماً؛ " ففي أعقاب البدايات الأولى للصحافة الإلكترونية، عكف عديد من الباحثين على إجراء عديد من البحوث والدراسات التي تركز الضوء على الاختلافات بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية في محاولة

لاستكشاف طبيعة الوسيلة الإلكترونية الجديدة، ومدى تفردها في الخصائص والسمات والمزايا التي تقدمها للجمهور" (اللبان د.، 1997، صفحة 41).

لا شك أنّ الاندماج الحاصل بين وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة والمعلومات على رأسها الإنترنت والحاسب والأقمار الصناعية، قد غير من ملامح الصحافة عموماً، حيث يمكن رصد بعض مظاهر الاختلاف بين الصحف الورقية والإلكترونية وطبيعة العلاقة بينهما كما يلي:

1.4.3.1 مظاهر الاختلاف بين الصحف الورقية والصحف الإلكترونية:

لخص نزار بشير جديد أهم الفوارق بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية كالآتي: (جديد ن.، 2015، صفحة 154).

- الصحافة الورقية يلزمها معدات وآلات المطابع بالإضافة إلى الحبر والورق ومواد الإخراج والتصوير والأفلام وغيرها من التجهيزات الباهظة، في حين الصحافة الإلكترونية تحتاج فقط إلى جهاز كمبيوتر مزود ببرامج ومربوط بالإنترنت.
- تخضع الصحافة الورقية لرقابة مشددة ومتابعة عن كثب، وغير قابلة للإضافة والحذف والإلغاء، في مقابل ذلك تتمتع الصحافة الإلكترونية بمجال حرية واسع في نشر ومشاركة المحتوى، كما تتميز بالمرونة لإمكانية الحذف والإضافة وتحديث الخبر.

ويضاف على ذلك:

- محدودية المساحة وأوقات النشر والإصدار بالنسبة للصحافة الورقية، في مقابل لامحدودية المساحة وأوقات النشر في الصحافة الإلكترونية.
- قابلية النفاذ للصحف الورقية، مقابل غير قابلية النفاذ بالنسبة للصحف الإلكترونية.
- لا تهتم الصحافة الورقية بالتفاعلية بينها وبين قراءها، في حين تتسم الصحافة الإلكترونية بالتفاعلية بينها وبين مستخدميها.
- لا توفر الصحافة الورقية إمكانية الأرشفة وإن وجدت تكون محدودة، أما الصحافة الإلكترونية لا تحتاج إلى توفير أماكن لحفظ الأرشيف إنّما يتم أرشفتها آلياً على الوسيط الإلكتروني.
- التحرير الصحفي في الصحافة الورقية يعتمد بشكل أساسي على المهارة اللغوية، بينما في الصحافة الإلكترونية يعتمد على المهارة التقنية والفنية أكثر من اللغوية.

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

- الكتابة في الصحافة الإلكترونية خطية سطرية، بينما في الصحافة الإلكترونية رقمية تعتمد على تقنية النص الفائق والتشبيك والوسائط المتعددة.
- تحظى الصحيفة الورقية بعائد مادي مقابل خدماتها الإخبارية، في حين تعاني الصحافة الإلكترونية من صعوبات مادية تتعلق بالتمويل وعائدات الإعلان الضعيفة.
- تنقيد الصحافة الورقية بجملة من القوانين المنظمة لها، بينما لا توجد قوانين مؤطرة للصحافة الإلكترونية وهو ما يؤثر على مصداقيتها.

ومن ثمّ يمكن القول إنّ الاختلاف الجوهرى بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية يكمن في تقنيات ووسائل التحرير المتاحة على شبكة الويب، والتفاعلية وانفتاح النص ولا محدودية مساحة المحتوى والرسالة الإعلامية وإمكانات وتجهيزات النشر، والتمويل، وقلة التكلفة، وكذا سمات القارئ/ المستخدم، حيث أعطت الصحافة الإلكترونية البعد النشط للجمهور، بينما بقي القارئ سلبيا في علاقته مع الصحافة الورقية، كما أنّ المضمون يختلف، فمحتوى الصحافة الورقية هو نتاج جهد الصحفي وفريق التحرير، ويميل غالبا إلى الأنواع الصحفية التعبيرية الفكرية والاستقصائية التي تعتمد على الحس والإبداع للصحفي، بينما المحتوى الصحفي الإلكتروني هو شكل إعلامي هجين مشترك بين الصحفي والمستخدم، يهتم بالإخبار وتحديث المحتوى، والكتابة المستعجلة والتنافسية بهدف تحقيق السبق الصحفي في إطار مواكبة الأخبار بصفة آنية على مدار الساعة، وتعتمد على عنصر الاختصار مع القدرة على ربط الخبر بخلفياته وملابساته التي يكفلها النص الفائق، وفقا لميولات الجمهور وتوجهاته التي يستشققها من خلال ميزة التفاعلية.

2.4.3.1 طبيعة العلاقة الصحفية الورقية بالصحافة الإلكترونية:

تشهد الصحف المطبوعة تراجعاً وضعفاً في مستويي التوزيع والمقروئية، حيث انخفض توزيع الصحف اليومية منذ ظهور شبكة الإنترنت في 1990 إلى غاية العام 2004 إلى نحو (11%)، وهو ما يشكل هاجساً أمام المؤسسات الصحفية والجرائد المطبوعة يصعب تجاوزه في ظل هيمنة الصحافة الإلكترونية على المجال الإعلامي، ومع ذلك فإنّه؛ "من الناحية الواقعية لا يزال أمام الصحف الإلكترونية سنوات حتى تصل إلى مجال التنافس مع اقتصادات الإعلام القديم" (جديد ن.، 2015، صفحة 193) وفي خضم الجدل المطروح حول طبيعة العلاقة بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية برز تيارين رئيسيين هما:

التيار الأول: العلاقة بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية هي علاقة إحلال:

تذكر عدة تقارير أنّ تقريباً كل المؤسسات الإعلامية فتحت موقعا لها على شبكة الإنترنت، وأنها استفادت من خصائص الإنترنت التي شكلت إضافة جديدة في جذب الإشهار والإعلان للصحف، مما يدل بشكل منطقي على أنّ التحول إلى الوسيط الإلكتروني لم يأت طواعية، وإنما كان انضمام الصحافة الورقية إلى هذا الفضاء الجديد للنشر نتيجة لهيمنة الصحافة الإلكترونية على السوق الإعلامية؛ "ويقوم هذا الاتجاه على أساس أنّ الصحف الإلكترونية تمثل بديلا مهما عن الصحف الورقية، وسوف تحلّ محلها (تريان م.، 2008، صفحة 280).

يبرر أصحاب هذا الاتجاه بأنّ الصحافة الورقية تشهد تراجعا ملحوظا في التوزيع، كما أنّها لا تحظى باهتمام شريحة الشباب وتواجهه عدة تحديات أهمها ضعف التمويل، إضافة على أنّها تحتاج إلى تجهيزات ومعدات ضخمة وباهظة، كما أنّها مقيدة من حيث الزمان والمكان ومحدودية مساحة التحرير، زد على ذلك التحديات البيئية، كونه منتج مادي يمكن أن يشكل ضررا على البيئة إذا لم يتم تدويره.

وانتقد تيرتيرنر رجل الأعمال الأمريكي ومالك شبكة CNN الصحافة الورقية، وأشار إلى أنّ؛ "أيامها كحبر وورق باتت معدودة، وتتباّن أنّ العالم سيشهد آخر إصدار لصحيفة ورقية في عام "2018 (دمرجي، 2015، صفحة 94)، لكنّ الأمر لم يحدث، على الأقل إلى عامنا هذا 2023.

ومع أنّه لم يصب في تقديره لعام اختفاء الصحافة الورقية، فإننا لا نستطيع الجزم ما إذا كانت نبوءة تيرتيرنر خاطئة، فكل الاحتمالات واردة في ظل الغزو المستمر للمستحدثات التقنية في الفضاء الإلكتروني.

التيار الثاني: العلاقة بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية هي علاقة تكامل وتنافس:

في الواقع لم يسجل تاريخ الاتصال الجماهيري ومنذ نشأته إلغاء لأيّ وسيلة إعلامية بفعل استحداث وسيلة أخرى، بل تميل الوسائل إلى استيعاب بعضها، ويشكك الخبراء والإعلاميون في قدرة الصحافة الإلكترونية على القضاء على الصحافة الورقية، بحجة أنّ الأخيرة استطاعت الصمود أمام التلفزيون والإذاعة بالرغم من السمات الجذابة لهاتين الوسيلتين الإعلاميتين.

وفي وصف العلاقة بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، يرى جون ماري شارون Jean Marie Charon أنّ؛ " القاعدة في علاقة الصحافة المطبوعة بالإلكترونية هي التراكم في الممارسة

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني، والصحافة الإلكترونية)

وليس الاستبدال، ومن الضروري أن تتكيف وسائل الإعلام القديمة مع الوضع الجديد، وتستند هذه العلاقة المتبادلة على المحتوى التحريري المدعّم بالوسائط الفائقة " (Charon, 2010, p. 261)، فالتكيف بالنسبة لشارون هو محور العلاقة.

وفي هذا الصدد يرى الصحفي على عليوة مراسل شبكة المعلومات العربية "محيط؛" " أن العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ليست علاقة إحلال، بل إنها علاقة تكامل وتنافس لصالح القارئ والرأي العام... والصحافة الورقية لازالت تمتاز بجمهورها من كبار صنّاع القرار والكتاب، حيث يحرص القراء على متابعة تحليلاتهم وتفسيراتهم للأحداث رغم تحقيق الصحافة الإلكترونية للسبق الصحفي لسرعة نقلها للأحداث" (ذبلان ، 2008 ، صفحة 43).

يستند هذا التيار في توقعه لاستمرار تواجد الصحافة المطبوعة في المجال الإعلامي، إلى ضعف استخدام الإنترنت خصوصا في المنطقة العربية، كما أنّ هذا الكم الهائل من المعلومات قد يطرح إشكالية مصداقية المعلومات المتداولة والبحث عن الحقيقة من المصدر الموثوق، التي تسعى الصحافة الورقية لتقديمها بكل احترافية إلى قراءها، بعد عملية الفرز والتدقيق والتحقق من الخبر ومصدره، وهو ما يوفر على جمهورها عناء الإبحار في طوفان المعلومات.

3.4.3.1 مستقبل الصحيفة الورقية في ظل شيوع الصحافة الإلكترونية:

فرضت الخصائص التقنية للوسيط الإلكتروني على الصحف المطبوعة اللجوء إلى النشر الإلكتروني خوفا من الاندثار، وقد طرح هذا الاقبال المتزايد للمجلات والجرائد الورقية من أجل فتح صفحات خاصة بها على الشبكة العنكبوتية، التساؤل حول مستقبل الصحيفة الورقية في الصناعة الإعلامية.

وفي إطار الحديث حول الموضوع، حسم بعض المفكرين الأمر بقولهم: إنّ الصحافة الورقية آيلة للزوال لا محالة، ولا يمكنها التصدي لمد التكنولوجيا، مبررين اعتقاداتهم بكون الميزات التقنية والفنية التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية كالسبق الصحفي والتغطية التزامنية وتوفير المصادر المفتوحة، وشكل الصياغة والإخراج التيبوغرافي والجرافيكي الجذاب وسهولة الانتقال والإبحار داخل الموقع واسترجاع المعلومات وأرشفتها وتحديث الأخبار...، تمثل مصدر قوة لها وفي نفس الوقت مصدر ضعف للصحف الورقية، وكلها وعوامل تصعب من استمرارها في طبع أعدادها بالطريقة التقليدية.

ومن جهة ثانية، هناك من يدعم فكرة أنّ لا زوال للصحافة الورقية، وثمة آراء تقول إنّ الصحافة الورقية موجودة لتبقى، لأنّ الصحافة الرقمية؛ "أنتجت طوفانا هائلا من المعلومات والروابط، تجعل لزاما

الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية)

على الصحافة الورقية أن تغربلها، وتفرز الغث عن السمين منها، لتقدم لقارئها، اللذين لن يقرؤوا كل شيء بالتأكد، زبدة ما في العالم من أخبار ومعلومات وتحليلات وتحقيقات، وهو رأي الخبيرة فينيت كاول Vineet Kaul DAIICT من معهد ديروباي أمباني للإعلام والاتصال والتكنولوجيا في الهند (القافلة، 2016).

• خلاصة الفصل الأول:

تعدّ الصحافة الإلكترونية مظهرا من مظاهر التحول التكنولوجي المرتبط أساسا بالإنترنت، ووسيلة من وسائل النشر الإلكتروني الذي يعتمد على الشبكة العالمية للاتصال، هذا الوسيط الذي استحدثت تقنيات جديدة في مجال جمع وتحرير ونشر المواد الصحفية، وخلق بذلك بيئة إعلامية جديدة بمتغيرات حديثة، تركز على الاندماج بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والحوايب والإنترنت والأقمار الصناعية ووسائل الإعلام، التي استفادت -بهذا التحول- من خدمات غير مسبوقة منها تقليص عامل الوقت والتكاليف والانتشار الواسع وإمكانية قياس الجمهور من خلال رجع الصدى، وكذا الانفلات من الرقابة وفتح مجال حرية التعبير وغيرها، مما شجع القائمين على المجال بالتوطن في الشبكة.

لقد سمح هذا التطور التكنولوجي في مجال النشر الصحفي الإلكتروني سواء ما تعلق بنظم النشر المعتمدة على الحوايب وملحقاتها، أو بالنشر المعتمد على الإنترنت وخدمات الويب، بإحداث نقلة نوعية في مجال الصحافة الإلكترونية، خصوصا على مستويات جمع المادة وتصميم وتخزين الصحيفة، وتحرير ومعالجة النصوص، حيث نجح في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، وفي فترة وجيزة بإحداث انقلاب في معايير الكتابة والقراءة والنشر الصحفي، فتحوّلت من كتابة خطية، قراءة متأنية، نشر ورقي، إلى كتابة لاخطية قراءة مسحية، نشر إلكتروني، وهو ما شكّل تحولا جذريا للصحافة، ولم يتوقف تأثير هذا التحول الرقمي للصحافة عند هذا الحد، بل تجاوزه إلى خلق بيئة افتراضية يعيش فيها الإنسان جنبا إلى جنب مع الآلة، في إطار من التفاعل المعقد بين البشر والتكنولوجيا سعيا للوصول إلى المعلومة.

الفصل الثاني

التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

2.2 التحرير الصحفي الإلكتروني وفنونه على شبكة الويب.

1.1.2 مدخل إلى التحرير الإلكتروني (الأسس والإمكانات)

2.1.2 الأنواع الصحفية في التحرير الصحفي الإلكتروني وتصنيفاتها

3.1.1 البناء الفني للأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية

4.1.2 الأساليب الشائعة لتقديم المحتوى الصحفي في الصحف الإلكترونية

2.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم النص الفائق "النص التشعبي".

1.2.2 المفاهيم الاصطلاحية المتعلقة بالنص على شبكة الويب

2.2.2 أنواع وخصائص النص الفائق على شبكة الويب أنواع وأشكال النص الفائق في

الصحف الإلكترونية.

3.2.2 توظيف النص الفائق في تحرير الأنواع الصحفية

3.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم الوسائط المتعددة.

1.3.2 الوسائط المتعددة Multimedia (المفهوم، التعريف، والخصائص).

2.3.2 عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية

3.3.2 توظيف الوسائط المتعددة في تحرير الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية.

4.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لاحتياجات المستخدم المنتج "التفاعلية وتحديث المحتوى"

1.4.2 التفاعلية (المفهوم والأبعاد)

2.4.2 أدوات وأشكال التفاعلية في الصحف الإلكترونية وخدماتها

3.4.2 تحديث المحتوى في الصحف والمواقع الإلكترونية

4.4.2 تحرير المحتوى وفقا لاحتياجات المستخدم المنتج التفاعلية



الفصل الثاني: التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

تمهيد:

من أجل الولوج إلى التحويلات الكبرى التي شهدتها عملية التحرير الصحفي الإلكتروني، لابد من الحفر المعرفي في المفاهيم، والتعرف على سياقاتها التاريخية، وأطرها المعرفية والتطبيقية في الفضاء الافتراضي، لذلك تتطرق الباحثة في هذا الفصل إلى مفهوم التحرير الصحفي الإلكتروني والمتغيرات المتحكمة فيه في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، والتي تشمل متطلبات التحرير وفقاً لمفهوم النص الفائق، الوسط المتعددة، والتفاعلية، سعياً للإلمام بجميع المتغيرات التقنية المتحكمة في عملية التحرير الصحفي الإلكتروني وأسسها وتوظيفها.

1.2 التحرير الصحفي الإلكتروني وفنونه على شبكة الويب:

إنّ فهم العملية التحريرية للمضامين الصحفية يستلزم معرفة النسق العام الذي تحرّر في إطاره، وباعتبار التحرير الإلكتروني أحد أهم الممارسات الصحفية الحديثة التي أتاحتها الإنترنت أو شبكة الشبكات، فإنّ أساس العملية يتم على التشبيك، حيث يتم ربط الحواسيب المتصلة ببعضها البعض على الصعيد العالمي عن طريق لغات البرمجيات أو ما يسمى بالبروتوكولات Protocols، وهو أساس الشبكة العنكبوتية.

يشكل ظهور الإنترنت منذ التسعينيات من القرن الماضي ثورة باتم معنى الكلمة، إلا أنّه لم يكن للعالم أن يشهد ذلك الانفجار في المعلومات لولا ظهور الشبكة العالمية أو الويب www، الذي يقوم على نظام المستندات الفائقة التي يتم إنتاجها باستعمال شيفرة حاسوبية واحدة يمكن الانتقال بينها عبر وصلات فائقة، وتمثل كل وثيقة موقعا Site أو صفحة بدء Home Page، وترتكز في بناءها على النص الفائق (Hypertext) والوسائط الفائقة (Hypermedia) حيث يؤديان وظيفة الربط بين المواضيع والمعلومات وإخراجها في شكل وبنية يمكنها احتواء وسائط متعددة كالنص والصورة والصوت والرسوم... إلخ، بحيث يتيح ذلك الوصول إلى المعلومات على صفحات الويب، وعرضها على شاشة الكمبيوتر، والإبحار عبر الروابط التشعبية إلى صفحات أخرى داخلية أو خارجية، وتعدّ هذه الخدمات أساس التواصل المعلوماتي وتحرير المضامين الصحفية إلكترونياً.

1.1.2 مدخل إلى التحرير الإلكتروني (الأسس والإمكانات):

1.1.1.2 مفهوم التحرير الصحفي الإلكتروني:

يعرّف مطّح التحرير الإلكتروني من الجانب الاصطلاحي تداولاً واسعاً في أوساط الباحثين المهتمين بمجال الصحافة، فمنهم من ينطلق من قدرات ومهارات المحرر الصحفي في التعامل مع المادة الصحفية، ومنهم من يهتم بكيفية إدارة العملية التحريرية، وفنون التحرير الصحفي، ومنهم من يركز على أهمية الوسيط في مساندة العملية التحريرية، ولكل من وجهات النظر تلك مرجعها الذي تنطلق منه للتأسيس المفاهيمي في تعريف التحرير الصحفي الإلكتروني، يمكن إيجاز بعض من تلك تعريفات على النحو التالي:

تعريف محمود علم الدين: يعرف محمود علم الدين التحرير الصحفي بمفهومه العام أنه هو؛ "طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية وأفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي، حيث تعد الأداة التي يتم من خلالها تحويل المضمون إلى مادة صحفية " (علم الدين، 1990، صفحة 95)

يكز محمود علم الدين على الجانب الفني التحريري والقدرات الذهنية للصحفي المحرر ويعتبره حيز الزاوية في عملية التحرير الصحفي عامة، إلا أنّ الإقتصار على الجانب الفني الذي يشكل القاعدة الأساسية للتحرير الصحفي في الصحافة الورقية سيحمل جانباً من القصور إذا ما سحبناه على التحرير الصحفي على الوسيط الإلكتروني، فتعريف التحرير الصحفي يستلزم ضبطه ضمن حدود الإطار الذي تجرى فيه عملية التعامل مع المادة الصحفية، والذي اكتسب بعداً تقنياً بعدما انتقل من الوسيط الخطي إلى الإلكتروني.

تعريف عبد العزيز خالد الشريف: يضيف عبد العزيز خالد الشريف إلى البعد الفني بعداً تقنياً، فوفقاً له التحرير الصحفي الإلكتروني هو أيضاً؛ "التحرير الذي يتم على إحدى شاشات الكمبيوتر، حيث يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليه والمخزنة على ملفات داخل جهاز الحاسب (خالد الشريف، 2014، صفحة 86)، وتتطوي وجهة النظر في هذا التعريف على دور وأهمية الحاسوب الذي تتم عليه عملية التحرير الإلكتروني.

ويهتم كل من بسنت عبد المحسن عبد اللطيف العقباوي، ومحمد عبد البديع السيد بكيفية إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل، حيث ترى العقباوي أنّ؛ "التحرير الإلكتروني يعتمد على نظام

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

الشبكة المحلية التي تربط كافة عناصر العملية الإنتاجية داخل الصحيفة، حيث ترتبط كل الوصلات الطرفية الموجودة أمام المحررين بصالة التحرير في شبكة محلية، تدار بواسطة جهاز مركزي ينتهي عند المسؤول الرئيسي عن العدد الصادر عن الصحيفة" (العقباوي، 2010، صفحة 127).

يتضح من خلال هذا التعريف أنّ التحرير الصحفي الإلكتروني يتجاوز مهمة المحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعا صحفيا بالاستعانة بأداة تكنولوجية، إلى غرف الأخبار وكيفية إدارتها للعملية التحريرية من خلال أرشيف الصحيفة وقسم السكرتارية الفنية وكافة الإدارات الأخرى التي تعتمد في عملها على أنظمة الحاسوب.

إجمالاً، تكز التصورات الواردة أعلاه على الأبعاد الثلاثة وهي: البعد الفني المهاري للصحفي البعد التقني والمعلوماتي للوسيط والبعد الإداري والتنظيمي لصالة التحرير، وتعتبرها مرجعا لتعريف التحرير الصحفي الإلكتروني، فهو بذلك يشمل الجوانب الأربعة للتحرير الصحفي الإلكتروني (الكتابة أو التحرير، الصحفي المحرر، الوسيط الإلكتروني أو جهاز الحاسوب، وغرف الأخبار).

على ضوء ما تمّ عرضه من تعريفات، استقرت الباحثة على أنّ التحرير الصحفي الإلكتروني هو فن الكتابة الصحفية الذي يقوم خلاله المحرر الصحفي بتحرير القصة الخبرية، أو أي نوع من الأنواع الصحفية على الوسيط الإلكتروني، وضبطه فنيا وتقنيا بالاستعانة بمهارات الكتابة الرقمية، وتوظيف دعائم الحاسوب وبرامجه وتكنولوجيا الوسائط والاتصالات المتاحة على شبكة الإنترنت، ثم إنتاجه قبل نشره تحت إشراف جهاز مركزي.

2.1.1.2 إمكانات التحرير الصحفي الإلكتروني:

لم تتوقف آفاق التطور في مجال التحرير الصحفي عند مزايا الجهاز كوسيلة إلكترونية احتضنت المادة الإعلامية، من جمع المادة الصحفية عن طريق أنظمة الجمع الإلكتروني والتدقيق اللغوي، بالإضافة إلى الإخراج التيبوغرافي للصحيفة، إذ تزايد الاهتمام بالبحث في إمكانية الاستفادة القصوى من مستحدثات بيئة متعددة الوسائط والخدمات مرتبطة بشبكة الإنترنت قائمة على النص، والتصميم والتفاعلية.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

أولاً: إمكانات متعلقة بالنص وتتضمن:

- تشبيك النصوص: عن طريق استخدام الإحالات أو الروابط التشعبية، وعرض النصوص في شكل نصوص أو صور ثابتة
- الوسائط الفائقة: عرض التقنيات المرئية أو المسموعة في شكل مرئي أو مسموع أو مقاطع صوتية أو صور متحركة، ويمكن للوسائط الفائقة أن تصنف ضمن إمكانات النظم التفاعلية لما تمنحه للصحفي والقارئ/المستخدم من قدرة في التحكم بالمحتوى.
- التعديل والتصحيح: وهي إمكانية تصحيح الخطأ أو تحديث مضمون المواد الإعلامية تماشياً مع تطور الأحداث وسياق الأخبار.

ثانياً: إمكانات تتعلق بالإنتاج وتتضمن

- إعداد الملفات التجميعية
- إعداد الملفات التكوينية
- تعدد أشكال تقديم المواد الصحفية
- الأرشفة واسترجاع المعلومات

ثالثاً: إمكانات تتعلق بالتفاعلية

- قياس رجع الصدى: ويكون إما من خلال سجلات الزائرين أو غرف الدردشة وكذا استطلاعات الرأي والاستفتاءات حول موضوع، ويحرص الصحفي على متابعة تعليقات القراء/المستخدمين وتصحيح الأخطاء في حال وجودها
- الايقونات: تستخدم كدلالات رمزية للمعاني التي يستدل عليها المحرر الصحفي لكتابة المقالات تحت عناوين منها (آراء)، (زوايا)، (قراءات)، (منوعات) ...إلخ
- دعائم الخدمات الإعلامية كخدمة الإرشاد، خريطة الموقع، المعلومات حول الموقع، الإعلانات...إلخ

وتكمن أوجه استفادة التحرير الصحفي من هذه الإمكانيات فيما يلي:

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- توضيح لغة النص وتبسيطه وتصحيح الأخطاء اللغوية، أو ما تعلق بالأسماء والإحصائيات وغيرها باستخدام برامج الحاسوب وبالتالي؛ " تحقيق مستوى أعلى من الدقة أثناء عملية الكتابة" (العقباوي، 2010، صفحة 126).
 - تتيح الأرشفة المناسبة للموضوع الصحفي قاعدة بيانات هامة يمكن اللجوء إليها لرصد وجمع المعلومات من؛" قسم الارشيف الذي يتولى بدوره تجميع الموضوعات التي سبق نشرها على الموقع بخصوص ذلك الحدث" (أبو جهل، 2017، صفحة 63).
 - تجزئته على فقرات بما يتناسب مع القصة الإخبارية والقالب الفني الذي يتم التحرير به دون التقيد بالمساحة.
 - إعطاء حيوية للنص من خلال الربط والتشبيك بين النصوص والمواضيع سواء أكان داخلي او خارجي.
 - خلق نوع من التفاعلية بين النصوص الصحفية المرفقة بالوسائط المتعددة، والتي تضفي جمالا ومصداقية على المواد الصحفية التي يتم تحريرها.
 - التعرف على ميولات وتوجهات القارئ/المستخدم من خلال قياس الرأي العام والاستفتاءات والتعليقات حول الموضوع، مما يسمح للصحفي بتحديد جمهوره وتحقيق اشباعاته وبالتالي استقطاب اعداد أكبر من القراء.
- بالإضافة إلى ما يتوفر عليه التحرير الصحفي الإلكتروني من إمكانيات، فإنّ المحرر الصحفي قد يستفيد كذلك من التقنيات والأدوات المستحدثة لمساندة التحرير الصحفي الإلكتروني في جمع المواد الإعلامية وتحريرها وأهم هذه الأدوات (الرفاعي و صبيبة، 2020، صفحة 59):

- مسجلات الصوت الرقمي Digital Audio Recorders
- الكاميرات الرقمية Digital Cameras..
- البودكاست Podcast.
- برامج الرسم Photoshops.
- أجهزة الكمبيوتر المحمولة ونوت باد Laptops, Notepads.
- تطبيقات الجوال Mobile Apps.
- الهواتف الذكية: Smartphones.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- شبكات الهاتف الخليوي Cellular Telephone Net Works.
- البريد الإلكتروني Email.
- الإنترنت اللاسلكي Wireless Internet .
- المصادر الجماعية Crowdsourcing.
- أرشيفات الصحف على الإنترنت Online Newspaper Archives.

3.1.1.2 أسس التحرير الصحفي الإلكتروني في شبكة الويب:

تختلف عملية التحرير باختلاف الوسيلة، وتتبنى كل وسيلة معايير محددة وأسس وضوابط، حيث تبنى أسس التحرير الصحفي على شبكة الويب وفق أسس فنية وأخرى تقنية، وتحدد كالاتي:

أولاً: أسس فنية:

يتسم التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية ببعض السمات التي تختلف عن الكتابة للصحافة المطبوعة، وتظهر هذه الاختلافات جليا في صياغة العناوين وتحرير المقدمات وحجم الجمل، ويعتمد ذلك على نوع الخبر وحجم الحدث، فالانتقال من التحرير الخطي على سطح ورقي نحو التحرير اللاخطي الإلكتروني فرض ضوابط ومهارات جديدة، وبات القائم بالاتصال أو المحرر الصحفي الإلكتروني ملزما بقواعد جديدة للكتابة، فمن ناحية صياغة المواد التحريرية؛ "هناك ثلاث شروط في اللغة التي تكتب بها وهي": (يحي عياش، 2015، صفحة 88).

- البساطة والسهولة والابتعاد عن التراكيب الغريبة والمعقدة في اللغة، وكذلك تجنب المحسنات اللفظية والمترادفات والصور البانية أو الاستشهاد بأمثلة أو بالأشعار، وغير ذلك مما هو أقرب إلى لغة الأدب منه إلى لغة الصحافة.
- تجنب استخدام الفعل المبني للمجهول.
- استخدام جمل قصيرة وفقرات موجزة مع الالتزام بالمصطلحات المألوفة للقراء.

كما أنّ الوضوح في كتابة الصحفية والاختصار يعدّان عاملان هامين لانقرأة الصحيفة الإلكترونية، لذلك يذكر Robert GUNNING وهو مستشار سابق لوكالة اليوناييتدبرس United Press المبادئ العشر للكتابة الواضحة وهي (أحمد ابراهيم، 2009، صفحة 92):

- الجمل القصيرة.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- تفضيل البسيط على المعقد.
- تفضيل الكلمات الشائعة.
- تجنب الكلمات غير الضرورية.
- استعمال أفعال توحى بالحركة.
- الكتابة مثل الحديث.
- استعمال مصطلحات يستطيع القارئ إدراكها.
- ربط المادة بخبرة القارئ.
- استعمال أكبر قدر من التنوع.
- الكتابة للتعبير لا لإعطاء انطباع.

ومع ذلك يجدر الإشارة الى أنّ هذه الضوابط العامة تبقى نسبية، كونها تختلف حسب الفنون والأنواع الصحفية المعتمدة في عملية التحرير أو الكتابة الصحفية.

ثانيا: أسس تقنية:

يعتمد التحرير الإلكتروني على تقنيات حديثة تضبط من خلالها الكتابة الصحفية في شكل متشابك مترابط يتميز بتنوع الوسائط، أثرت على شكل وبنية وخصائص التحرير الصحفي خصائص تقنية وهي:

- الهيبيرتكست (Hypertext):

يقصد به النص التشعبي ويعرفه كونكلين Conklin بأنه؛ "تلك النوافذ الموجودة على الشاشة والمرتبطة بالمواد الموجودة في قاعدة البيانات، حيث يتم توفير روابط بين هاته المواد" (Conklin, 1987)، تكون إما داخلية أو خارجية؛ "وعلى مستوى بنية التفاعل ترتبط بالتقديرات الداخلية والمناقشات والمواد الخارجية في الشبكة ابتداء من المقالة باعتبارها العقدة الرئيسية، حيث يتم ذلك في شكل عناوين على مستوى الواجهة" (Lundberg, 2001, p. 517).

- الهيبيرميديا (Hypermedia):

يقصد به الوسائط التشعبية؛ "وهو امتداد للنص التشعبي، يتضمن مجموعة متنوعة من الوسائط الأخرى مثل الصوت والفيديو والرسومات" (Scarbeau, 1993, p. 64)، تتم باستخدام إمكانات النص المتشعب.

أما بالنسبة لشكل الكتابة فهي تظهر في شكل روابط داخلية أو خارجية، أو ما أصطلح عليه تقنيا بالهيبيرلينكس أو الارتباطات التشعبية (Hyperlinks).

- الهيبيرلينكس (Hyperlinks):

يتم استخدام الارتباطات التشعبية على نطاق واسع في شبكة الإنترنت، وغالبا ما يتم تقديمها في كلمة أو عبارة أو جزء من صورة، والتي بمجرد النقر عليها تظهر المعلومات ذات الصلة" (Lundberg, 2001, p. 510).

و"تختص الارتباطات التشعبية" بـ (Bacalja, 2020, p. 39):

- عدم خطية الكتابة.
- تشابك النصوص بطرق أكثر تعقيدا من خلال استخدام الارتباطات التشعبية.
- إضافة إلى ذلك تتيح الإحالات من خلال الارتباطات التشعبية:

- إضافة مستويات جديدة من الدلالة للنصوص الأصلية.

- إنتاج المعنى من خلال المسارات اللامتناهية.

ويوجد العديد من أشكال الهيبيرلينكس وهي: (جديد ن.، 2015، صفحة 165)

- الوصلات الداخلية.
- الوصلات النصف داخلية.
- الوصلات الخارجية.

2.1.2 الأنواع الصحفية في التحرير الصحفي الإلكتروني وتصنيفاتها:

1.2.1.2 الأنواع الصحفية (الخلفية التاريخية لنشأة الأنواع الصحفية):

يعرف مجال التأريخ للأنواع الصحفية ونشأتها تباينا في أوساط الباحثين، ولا يقتصر التباين في تحديد نشأة الأنواع الصحفية، بل حتى في ضبط وتبني مصطلح يعبر عن الفنون الصحفية المستحدثة، إذ نجد اختلافا في ذلك أيضا، بيد أنّ هناك اتفاق حول هيمنة الصحافة الإخبارية على الكتابة الصحفية طيلة القرنين الخامس والسادس عشر تزامنا مع ظهور وانشار الطباعة، ورغم بعض المحاولات بقيت الرسائل الإخبارية المنسوخة يدويا الصورة الوحيدة التي تمثل الصحافة حتى مطلع القرن الثامن عشر.

ويعدّ عام 1704 مفصليا في تحول الصحافة إلى وسيلة إعلامية تجمع بين الأخبار وصحافة الفكر والرأي والنقاش وكتابة القصص الإخبارية، ويرجع الفضل في ذلك إلى دانيال ديفو Daniel Defoe الذي قام بإصدار أول مجلة في 19 فيفري 1704 سماها ذي ريفيو (The review) كانت مختلفة، حيث جمع

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

فيها بين الأخبار ومقالات الرأي وقدم لها "خطاب افتتاحي"، فلم تكن صحيفة على وجه التحديد، بل عبارة عن كراسة واحدة تتضمن سلسلة من المقالات ورسائل القراء ذات الطابع الترفيهي، حيث؛ "نجح في الحصول على حديث صحفي من قاطع طريق اسمه "جاك شيرد" قبيل تنفيذ حكم الإعدام عليه شنقا" (محمود حمزة، 1971، صفحة 404)، ومثلت وقتها اختراقا لأدبيات الكتابة الصحفية؛ "وهناك رواية أخرى تقول بأنّ الوراق جون دونتيو أصدر سنة 1691 نشرة دعاها (الصحيفة الأتنية)، ثم دعاها فيما بعد (عطارد أثينا)، وكانت تنشر الأخبار والمعارف العامة عن طريق السؤال والجواب، وأنه بعد احتجاجها، أصدر الكاتب الساخر دانيال ديفو مجلة عام 1704" (رزاق، 2009، صفحة 197).

والمطلع على المصادر العلمية، يدرك أنّ الظهور الأول للأنواع الصحفية كان في أوروبا، تحديدا في بريطانيا وفرنسا، ويعود ذلك إلى الظروف التي سادت المنطقة خلال القرن الثامن عشر والتجاذبات السياسية والاجتماعية، خصوصا في فرنسا التي كان لها الفضل في تطوير هذا النموذج الصحفي الجديد والقائم على الرأي، إذ؛ "يبدو أنّ تركز الحياة السياسية والثقافية والإعلامية العامة الفرنسية، وخصوصا المسار الثوري 1789 هي العوامل الأساسية التي أدت إلى هذا التقدم الفرنسي في مجال ظهور الأنواع الصحفية" (فاطمة الزهراء، 2016، صفحة 51)، كما حققت مكتسبات ديمقراطية للمواطنين بمنحهم الحرية في قول وكتابة وطبع ما يريدون، وشجعت للانفتاح على الرأي والتعليق والنقاش والتحليل، وهو ما جاء به إعلان حقوق الإنسان والمواطن الذي منح بموجبه الحق لكل مواطن أن يقول ويكتب ويطلع ما يريد، مع تحميله المسؤولية عن تجاوزات هذه الحرية في الحالات التي يحددها القانون.

وتعتبر صحافة الرأي من بين النماذج الاتصالية التي ساهمت في تكوين الفضاء العمومي، وقد أشار إلى ذلك الباحث برنار مياج Bernard Miège انطلاقا في تحليله لتطور المجتمعات الغربية منذ القرن الثامن عشر، حيث ظهرت في تلك الفترة، الافتتاحية، والنقد المسرحي، والريورتاج، والحديث الصحفي، معلنة عن ميلاد صنف جديد من الصحافة يستند إلى الرأي والتعليق كأحد الأنواع الصحفية المثيرة للفكر في أوروبا، وحملت معها مشروعا فكريا بأبعاد أدبية، حضارية وإيديولوجية، واعتبرها البعض أداة تنوير في أيدي المثقفين من الأدباء الصحفيين ورجال الدين بأوروبا، والتحت إيطاليا وألمانيا ودول أخرى لتعمم كنوع صحفي قائم بذاته، له أسسه وفنونه التحريرية إلى جانب الأنواع الإخبارية.

2.2.1.2 الأنواع الصحفية في التحرير الصحفي الإلكتروني:

تتمثل فنون التحرير الصحفي الإلكتروني في: الخبر الصحفي الإلكتروني، والتقرير الإلكتروني، والقصة الصحفية الإلكترونية، والتغطية الخاصة، والحديث الصحفي، والمقال، والكاريكاتير (ناجي حسن، 2013، صفحة 136)، إضافة إلى التعليق والربورتاج والتحقيق والبورترتي.

أولاً: الخبر الإلكتروني:

يشير مفهوم الخبر الإلكتروني إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية المختلفة على الشبكة وعلى مدار الساعة، والتي يتم تحديثها بصفة مستمرة بالموازات مع تطور مجرياتها بإضافة تفاصيل جديدة، يتم دعمها بمختلف الوسائط المتعددة، كما يعتمد على تشبيك النص باستخدام النص الفائق.

عموما للخبر الجيد شروط يجب أن تتوفر فيه وهي:

- الصحة-الدقة.
- الحالية-الإثارة.
- السرعة-الأهمية.
- الجودة-الطرف (العقباوي، 2010، صفحة 30).

إلا أن؛ الخبر الإلكتروني ينفرد بعدد من الميزات مقارنة بالأخبار المنشورة في الوسائل الإعلامية

الأخرى وأبرزها" (الرفاعي و صبيبة، 2020، صفحة 148):

- تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار.
- تعدد المصادر وتنوعها.
- التحديث المستمر للأخبار.
- البحث داخل الاخبار وفي الأرشيف الإخباري.
- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة.
- إمكانية وصول لأخبار معينة باستخدام محركات البحث

ثانياً: التقرير الصحفي الإلكتروني:

يعرف التقرير الصحفي بأنه؛ "مجموعة المعارف والمعلومات عن الوقائع في سيرها وحركيتها الديناميكية، كما يستوعب الجوانب الجوهرية والرئيسية في الحدث فقط " (تربان م.، 2008، صفحة 238)، وهو؛ "مادة إخبارية تخدم فكرة واحدة، وتعلق على ما هو أعمق من الخبر، ويستمد من المعلومات

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

الموثوقة" (كنعان، 2014، صفحة 93)، حيث يختار المحرر الصحفي بعناية زاوية الموضوع التي تكون في شكل مدخل لجسم التقرير، بحيث لا يقتصر على وصف الأحداث بطريقة موضوعية، إنما يحمل الآراء الشخصية والشواهد والصور الحية، ويختم بنتيجة أو حقيقة تجيب عن الانشغال الذي طرحه الموضوع.

وتترجم كلمة Report الإنجليزية أو كلمة Rapport الفرنسية بـ (تقرير)، وهو؛ "عرض رسمي للحقائق أو بحث عن موضوع معين، فهو محاولة لترجمة الملاحظة للواقع المادي في عبارات مكتوبة" (بدوي، 1985، صفحة 143)، ويشير لغة إلى فعل قرر، يقرر، تقريراً ومعناه اعترف بالشئ أو تركه قاراً ووضعه في مكانه (معجم المعاني الجامع، 2010).

وتختلف تصنيفات التقرير، فهناك تصنيف وفق الوسيلة (إذاعي، تلفزيوني...)، وآخر يستند إلى المضمون (اجتماعي، اقتصادي، سياسي...) وهناك من يصنفه وفق زمن الظهور (يومي، أسبوعي، دوري...) وتصنيف وفق المعالجة.

وفقاً لطبيعة المعالجة، قسّم الدكتور أديب خضور التقرير إلى ثلاثة أنواع هي:

- التقرير الإخباري:

يتميز بتقديم تفاصيل الحدث وفق تسلسل زمني، عادة يناسب المؤتمرات، والأحداث ذات الطابع الرسمي والتي تشغل الرأي العام مثل المحاكمات، والمهرجانات وغيرها.

- **التقرير ذو الطابع الخاص:** يتضمن آراء ووجهات نظر حول قضية مركزية، انطلاقاً من حالة خاصة.

- التقرير الحي:

"يعتمد أساساً على تقديم الحدث عن طريق الوصف الحي، وعلى لسان الأشخاص المشتركين بالحدث أو المعنيين به، ومن خلال تقديم أمثلة حية من موقع الحدث" (خضور، 2000، صفحة 100). يشترط في التقرير الصحفي الإلكتروني الأسلوب البسيط واللغة المباشرة والمختصرة في حدود 400 كلمة، كما يستحسن تعزيز المضمون بإحصائيات وبيانات موثوقة.

ويبنى التقرير الإلكتروني وفق مخطط منظم يتضمن:

- تمهيد للموضوع.
- عرض الأحداث مع الشرح.
- ربط الحدث بخلفياته (الماضية).
- عرض وجهات النظر للأشخاص الذين لهم علاقة بالحدث.

- دعم التقرير بإحصاءات ومشاهد حية من عين المكان.
- خلاصة التقرير حول الموضوع المثار في التقرير.

ثالثاً: القصة الصحفية الإلكترونية:

يقصد بالقصة هي أحد الفنون الأدبية، وهناك فرق بين لغة القصة الأدبية والقصة الصحفية، حيث أنّ الأولى تستخدم اللغة الموحية والرموز والأسلوب الإنشائي والمحسنات البديعية والصور البيانية، بينما تميل اللغة في القصة الصحفية إلى الدقة والواقعية وتعرض الحقائق والشهادات الحية، وتعتمد على الإحصاءات والبيانات.

والقصة الصحفية لا تكتفي بنقل خبر كما حدث؛ "فالخبر ليس إلا تسجيلًا لمجموعة من الحوادث المتتالية بأسلوب تقريرى مباشر، دون دلالة، أما القصة القصيرة فتقدم حدثًا أو مجموعة من الأحداث يتسبب كل منها في حدوث الآخر، بأسلوب تصويرى ذي دلالة" (شهاب أحمد، 2012، صفحة 33).

والقصة في الأصل هي شكل من أشكال الإخبار، يصاغ فيه الخبر في قالب روائى متسلسل، والعلاقة بين القصة والخبر علاقة أصيلة، فالقصة تروي حكاية تتطوي على خبر ما، إلا أنّ الصحافة عموماً تتناول القصة القصيرة التي تدين في انتشارها ورواجها بشكل كبير للصحافة، حيث سيطرت القصة الصحفية القصيرة على الأنواع القصصية الأخرى بعد انتشار الصحافة خصوصاً الإلكترونية.

والقصة الصحفية في شكلها الحديث وليدة التحويلات الكبرى التي أحدثتها الثورة الصناعية في أوروبا، والتي أنشأت طبقة وسطى متعلمة، استغلت الأسلوب القصصي في صياغة الأخبار والتعبير عن كينونتها، وبالتالي فالأسلوب القصصي في الصحافة الإلكترونية ليس بالفن المستحدث تماماً، وإنما هو امتداد للقصة الصحفية التي كانت تروى في الجرائد والمجلات بعد تحول الكتابة الصحفية إلى الفكر والرأي والنقاش وكتابة القصص الإخبارية، مثل مجلة ذي ريفي The review لدانيال ديفو Daniel Defoe التي كانت تميل إلى نشر مضامين صحفية بأسلوب قصصي.

ويأتي تعريف القصة الصحفية الإلكترونية بأنها القصة التي تبنى أحداثها على خبر صحفى واقعي، تستهل بجملة جذابة تفتح شهية القارئ لمواصلة القراءة للقصة الصحفية، وتكون القصة الإخبارية في الصحف الإلكترونية أقصر من القصص الصحفية في الجرائد؛ "ومن الإرشادات الجيدة بهذا الشأن قصر طول القصة الإخبارية الإلكترونية على حوالي 800 كلمة، والتأكيد من إبقاءها ضمن صفحة واحدة" (ناجي حسن، 2013، صفحة 143)، ويمكن تقسيم القصة الصحفية إلى فقرات بحيث تبدأ كل فقرة بعنوان فرعي، وتبنى القصة الصحفية على عناصر:

- مقدمة تتضمن زوايا الحدث.
- معلومات تفسر الأحداث الواردة في المقدمة.
- الربط بين الأحداث وملابساتها وتفرع القصة الصحفية.
- خدمات ضرورية.
- "تفسير أكثر للأفكار المتضمنة في المقدمة" (القيسي، 2013، صفحة 197).

رابعاً: الحديث الصحفي الإلكتروني L'interview:

يعدّ أحد ركائز التحرير الصحفي الإلكتروني، يسعى الصحفي من خلاله إلى الحصول على المعلومات مباشرة من المصدر، باستخدام أسلوب الحوار بينه وبين الشخصية المنتقاة لغرض تجميع المعلومات أو إبراز وجهة النظر الخاصة بالشخصية، أو التركيز على خصوصياتها وتصويرها بشكل تشويقي يحمل أحيانا جانبا من التسلية.

والحديث الصحفي الإلكتروني، يزيد عنه في استخدامه للأدوات التقنية المتوفرة على الوسيط الإلكتروني، مثل الفيديو، والمقاطع الصوتية، والنص الفائق.

ويأتي الحديث الصحفي في الصحافة الإلكترونية كذلك في شكل حوار مع الجمهور، وتلتزم به المواقع والصحفية الإلكترونية التي تهتم بالاقتراب من جمهورها والتعرف عليه؛ كما يأتي في شكل دردشة؛ "فالحديث الصحفي الذي يتحول بفضل "Talkback" إلى حوار مع الجمهور، ودردشة القراء مع الكاتب أو الشخصية يشكل السمة البارزة للصحافة الإلكترونية" (لعياضي، 2007، صفحة 54).

ويمرّ إعداد الحديث الصحفي بمراحل تبدأ بمرحلة إعداد الحديث عن طريق جمع المعلومات الخاصة بشخصية المتحدث ودراسة موضوع الحديث وإعداد الأسئلة، تليها مرحلة قيادة الحديث والتي تتخذ خطوات تراتبية وهي استهلال الحديث، توجيه الأسئلة وتنتهي بمراجعتها.

ويصنف الحديث وفقا للدكتور عبد اللطيف محمود حمزة إلى؛ "حديث الخبر أو الحقائق، حديث الرأي، حديث التسلية والامتناع، حديث الجماعات وحديث المؤتمرات" (محمود حمزة، 1971، صفحة 136):

- حديث الخبر أو الحقائق Information interview : يسعى الصحفي من خلاله إلى جمع المعلومات حول حدث معين يكون المتحدث عادة شاهد عيان عليه.
- حديث الرأي Opinion interview: يصب اهتمام حديث الرأي في اتجاه التوجيه والإرشاد عن طريق الحصول على آراء الشخصية المختارة على أساس الخبرة أو الاختصاص حول موضوع ذو أهمية في المجتمع.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- حديث التسلية والامتع Feature interview: المهم في هذا النوع تحقيق المتعة والتسلية للقراء، يركز على تصوير شخصية مميزة بغرابتها أو شهرتها أو طرافتها دونما التركيز على رأيها، يستخدم في ذلك الصحفي المخبر أساليب معينة لزيادة التشويق والتسلية.
- حديث الجماعات Group interview : يقوم الصحفي باختيار جماعة لتوجيه السؤال يجمع به إجابات الجماعة ليخرج بصورة عامة عن آراءها حول موضوع محدد.
- حديث المؤتمرات Press conferece: من أنواع الحديث الشائعة حيث يسعى الصحفي للحصول على المعلومة من المسؤولين، حيث تحدد الشخصية وقتا تدلي خلاله بتصريحات وتجيب عن أسئلة الصحفيين.

خامسا: المقال الصحفي L'article journalistique

في اللغات الأجنبية (Analyse, Article) و (Information expliquée)، ويعرف المعجم الإعلامي المقال الصحفي بأنه؛ "الأداة التي تعبّر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة بآراء بعض كتابها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي" (الفار، 2014، صفحة 322)، ويعبّر المقال عن سياسة الصحيفة أو الموقع الإلكتروني، ويقوم على الرأي وشرح الأحداث وتفسيرها من وجهة نظر محرر المقال الصحفي التي تعكس السياسة التحريرية والخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية، يمتاز المقال بأسلوب العرض والتحليل والتعقيب والمجادلة والاقناع والاستخلاص، ويسعى إلى فهم أعمق للأحداث التي تشغل الرأي العام.

ويشبه المقال في صياغته الأبحاث العلمية التي تقوم على العلاقات السببية، حيث تربط الوقائع وتضع الحجج لتصل إلى نتائج وبراهين تؤكد أو تنفي رأيا ما، وتعتبر خاتمة المقال أهم جزء فيه، كونها تعبّر عن الرؤية التي يريد المحرر الصحفي تشيبتها، ويكون التمهيد لها بطريقة علمية منطقية؛ "فدات النتيجة تكون إما خلاصة للتحليل الاستنباطي Deduction الذي يؤكد على أنّ العلة كامنة في المقدمات، أو نتيجة للتحليل الاستقرائي Induction والذي يكشف على أنه يمكن الانتقال من حقائق مفردة إلى قضايا عامة" (لعياضي، 2007، صفحة 112).

ومن أبرز أنواع المقال في الصحف الإلكترونية:

- المقال الافتتاحي الإلكتروني.
- مقال التعليق الإلكتروني.
- مقال العمود الإلكتروني.
- مقال التحليل الإلكتروني.

- المقال النقدي الإلكتروني.

سادسا: الكاريكاتير La caricature:

وهو؛ "فن ساخر من فنون الرسم، وهو صورة تتبالغ في إظهار وتحريف الملامح الطبيعية أو خصائص ومميزات شخص أو جسم ما، بهدف السخرية أو النقد الاجتماعي والسياسي، ظهر في اليونان بفضل بوستن، وذكره أرسطو بأنه شخص يرسم رسوما ساخرة للناس، وفن الكاريكاتير له القدرة على النقد بما يفوق المقالات والتقارير الصحفية أحيانا" (كنعان، 2014، صفحة 98).

وتكمن قوة هذا الفن الساخر في بساطته وقدرته الخارقة على إثارة خيال القارئ، وكشف العيوب بطريقة فكاهية، والتنفيس عن القارئ، ومن أنواع الكاريكاتير.

- الكاريكاتير السياسي.

- الكاريكاتير الاجتماعي.

- الكاريكاتير الفكاهي.

- كاريكاتير البورتري.

سابعا: التعليق الصحفي:

يرتبط التعليق كنوع صحفي فلسفي فكري راسخ في الصحفية الفرنسية التي تتميز بالتأني والعمق الفكري، حيث تبلور نتيجة نمو الوعي وظهور حركة التحرر الفكري لدى الكتاب الليبراليين في ظل الظروف الاقتصادية السياسية وكذا الثقافية التي كانت تعيشها أوروبا في بدايات الصحافة كأكبر وأحدث وسيلة اتصال جماهيري، لذلك يعتقد الدكتور لعياضي أنّ التعليق الصحفي؛ "شكل مسقل من الكتابة الصحفية، ينتمي إلى خانة الأنواع الصحفية الفكرية" (لعياضي، 2007، صفحة 81).

يعمل التعليق الصحفي على زيادة فهم الجمهور العام وإعطاء خلفية عن الأحداث التي تشغل باله قصد ترسيخها، مع إبراز وجهة نظر المحرر الصحفي، ويتقاطع التعليق الصحفي مع بقية الأنواع الإخبارية خاصة الخبر والتقرير الصحفيين، حيث يهتم بالأحداث الآنية ويواكبها، ويكمل النوعين السابقين من خلال توضيح الحدث وتفسيره في سياقه وكشفه للجمهور في إطار خدمة عمومية تتوافق والخط التحرير للمؤسسة الإعلامية.

وبهذا فالتعليق الصحفي لا يتعدى عتبة توضيح الحدث وتفسيره في سياقه وكشفه للجمهور، إلى التحليل المعمق لأنه من صلاحيات المقال الصحفي، وهنا يمكن استخلاص أنّ الأنواع الصحفية على اختلافها تمثل عناصر أو أعضاء ذات وظائف وأدوار محددة ومتكاملة، ضمن السياق العام للنسق الكلي للتحرير الصحفي سواء على الوسيط الورقي أو الإلكتروني.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

يسلك الصحفي خلال كتابته للتعليق خطوات منهجية يتم تحديدها في ثلاث خطوات:

- تقديم الخبر أو التذكير به.
- ربط الموضوع بالأحداث السابقة والآنية وتوضيح صلته بها في مضمونه، بالإضافة إلى الاعتماد على الإحالات التشعبية كدعامة لإقامة الحجج.
- تقديم خلاصة تتضمن وجهة نظرة الصحفي المحرر للتعليق، دون الخروج عن الخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية.

ثامنا: الريبورتاج الصحفي Le reportage :

يجمع الريبورتاج بين ثلاثة عناصر متناقضة فهو؛ يملك صفة التقرير، باعتبار أن كاتبه يعيش الحدث، ويملك صفة المحلل والمعلق باعتباره يوجه الخبر، ويملك صفة الأديب باعتباره ينقل المشاعر والأحاسيس " (رزاق، 2009، صفحة 178).

وتترجم كلمة (Reportage) الفرنسية أو الإنجليزية إلى العربية بـ (البيان الصحفي) أو نقل الأحاسيس أو التصوير الحي) وهناك من يترجمها (بالتحقيق) (بدوي، 1985، صفحة 142)، كما أن الاتفاق على تحديد تعريف واحد للريبورتاج لم يتم، نظرا لتداخله بعديد الأنواع الصحفية، فمن وجهة نظر مغايرة هناك من يرى أنه يمكن تمييز الريبورتاج عن غيره من الأنواع التي يتداخل معها في كونه؛ "لا يعتمد على التحليل والتنظير والاستنتاجات، ولا على التعليق وإبداء الرأي الواضح والمكشوف إزاء الأحداث والوقائع، بل يركز، بدرجة أساسية على الوصف" (لعياضي، 2007، صفحة 142).

ويصنف الريبورتاج إلى ريبورتاج حي وريبورتاج موضوعاتي، أو يصنف وفق الوسيلة (ريبورتاج صحفي، إذاعي، تلفزيوني، إلكتروني) أو المضمون (اقتصادي، سياسي، اجتماعي، ثقافي، رياضي...).

تاسعا: التحقيق الصحفي Enquête journalistique :

معنى التحقيق في اللغة هو؛ "الكشف عن الحقائق وتوضيحها والتأكد منها عبر التقصي والمتابعة والملاحظة" (الفار، 2014، صفحة 60)، ولم يتفق الباحثون على تحديد تعريف واحد للتحقيق بمعناه الصحفي، فيعرف على أنه تسجيلات حقيقية من العالم المحيط بنا ومعالجتها بأسلوب واقعي وجذاب، ويقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ويختلف التحقيق الصحفي عن الخبر في حجم المعلومات، وطريقة تناول الهدف والوظيفة، فهو لا يهدف إلى تقديم أخبار أو وصف المشكلة، ولا إبداء الرأي، إنما يسعى بكل الأدوات والوسائل المتاحة للإجابة على السؤال لماذا؟ بكل صدق وموثوقية من خلال ما يجمعه من معلومات وشهادات

الفصل الثاني : التحولات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

من المصادر التي يتحصل عليها كالتعليمات أو التقارير الصادرة عن هيئات رسمية أو الأخبار التي يتم تداولها في وسائل الإعلام وغيرها.

- وحدد تومسن فونديشن خمسة أنواع للتحقيق الصحفي (القيسي، 2013، صفحة 183):
- تحقيق الخلفية Background: يبحث فيما وراء الخبر بالشرح والتحليل والكشف عن الجانب المستور منه.
- تحقيق الاستعلام Inquiry: يتعرض إلى القضايا التي تهم الرأي العام، ويقدم التفاصيل المتعلقة بها.
- تحقيق البحث أو التحقق Inverstigation: يحقق في القضايا الغامضة للوصول على الحقيقة وكشفها للناس.
- تحقيق التوقع Anticipation: وهو تحقيق صحفي استباقي لقضية واستشراف مستقبلها وتطوراتها. اهتمام
- تحقيق الهروب: يحمل طابع التسلية والامتع، يتعرض إلى الجوانب الغريبة والطريفة. يوجد تقسيم آخر من حيث المحتوى والحجم فنجد: التحقيق القصير، التحقيق الطويل، التحقيق النقدي، التحقيق الصحفي المصور " (لعياضي، 2007، الصفحات 27-31)، وبحسب إحلال خليفة ينقسم التحقيق الصحفي إلى:
- تحقيق قصير (صغير): يهتم بالتقصي حول مشكلة ذات جانب واحد، ويمكن نشره في صفحة واحدة أقل من ذلك.
- تحقيق طويل (كبير): يعالج قضية متشعبة من عدة زوايا، تشغل في الرأي العام.
- تحقيق جزئي: يتناول في الغالب الموضوعات التاريخية، يمكن أن يستمر لأيام في شكل على سلسلة من التحقيقات الصحفية.

عاشرا: البورتري الصحفي Le portrait journalistique:

ويسمى كذلك البروفائل استنادا إلى اللفظ الإنجليزي، وهو؛ "نوع صحفي يقوم أساسا على تقديم وقائع آنية من الحياة الشخصية لفرد معين يقف لسبب ما في دائرة الضوء" (خضور، 1986، صفحة 36)، ويقوم البورتري على رسم الشخصية بنظرة ممزوجة بذاتية الصحفي، حيث يختار الأخير العبارات والمعلومات وفق رؤية ذاتية لرواية تفاصيل حياة الشخصية، فتبرز الملامح التعريفية والإنسانية الاجتماعية والفكرية للشخصية بنظرة الصحفي الخاصة، لا بنظرة الشخصية مثلما هو الأمر في الحديث الصحفي.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

ويتميز البورتري عن فن الحديث الصحفي بأسلوب الكتابة حيث يغلب عليه الحوار، كما يركز على شخصية رئيسية واحدة وقد تكون من خلال مقابلة أو دونها، في حين لا يستغني الحديث الصحفي عن المقابلة في بناءه الفني، سواء مع شخصية واحدة أو حوار مع شخصيات متعددة.

ويفرق الرامي بين بورتري السيرة الحياتية والبروفایل من خلال تقديمه لجوهر بناءه إذ؛ "يقوم البورتري برسم ملامح الشخصية، وتشكل المحطات الحياتية فيه تفسيراً لسلوكها، كما يرصد مساراً مختزلاً وانتقائياً بتقديم يعتمد على الأحاسيس والحيوية والألوان، ويركز على إعطاء معنى لدور الشخصية المنتقاة في الأحداث، في حين تقدم السيرة الذاتية معطيات مهنية، عن الشخص صارمة عن محطات حياته دون روابط" (الرامي، 2011، صفحة 144).

ويحصر الدكتور جميل حمداوي أنواع وأشكال البورتري في؛ "البورتري السياسي، المجتمعي، الاقتصادي، العلمي، الأدبي، الفني، الرياضي، الصحفي" (حمداوي، 2020، صفحة 31).

3.2.1.2 تصنيف الأنواع الصحفية:

تقسّم المدرسة الإنجلوسكسونية المادة الصحفية إلى أخبار News وموضوعات Features، وهي تتقاطع مع المدرسة الاشتراكية التي تقسّم المادة الصحفية إلى مادة خبرية ومادة فكرية (خضور، 1990)، وتمزج المدرسة الفرنسية بين الرأي والخبر يلخص منها الدكتور عبد العالي رزاق خمسة أصناف وهي (رزاق، 2009، صفحة 43):

- الأنواع الإخبارية
- الروايات
- البحوث
- الآراء
- التعليق

وتصنف المدرسة الفرنسية المواد الصحفية إلى نوعين من الصحافة:

أولاً: أنواع الصحفية الجلوسية (Assis): أين يتم تحرير المادة الصحفية في المكتب، دون عناء التنقل إلى الميدان لتقصي الأخبار، وترفع هذه الأنواع من الموهبة التحريرية للمؤلف مثل الافتتاحية، العمود، المقال النقدي، الكاريكاتور.

ثانياً: أنواع القيام (Debout) وهي الأنواع الميدانية (De terrain): منها الخبر، التقرير، الحديث الصحفي، التحقيق، البورتري، الربورتاج.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

كما يمكن أن تنتمي بعض الأنواع الصحفية إلى الصحافة الجالسة والصحافة القائمة مثل المقال النقدي (التنقل لمشاهدة مسرحية أو عرض كتاب)، أو الحديث والبورترى (في المؤسسة الإعلامية).

عموماً يورد دليل الصحفي المحترف للإيسيكو في نسخته الموسومة بـ "الأنواع الصحفية مفاتيح الأخبار المهنية" (ERRAMI, 2016) تصنيفات متعددة أهمها:

أولاً: التصنيف على أساس ثنائية الأنواع الإخبارية/ أنواع الرأي:

✓ الأنواع الإخبارية:

- الموجز الإخباري

- الخبر المختصر Le filet

- الخبر القصير ذو الطابع الطريف L'écho

- المقال الإخباري L'article d'information

- الخبر المركب Le montage

- التقرير الصحفي

- ملخص التقرير

- البورترى

- الحديث الصحفي

- الروبرتاج الصحفي

- التحقيق الصحفي

✓ أنواع الرأي:

- مقال العمود الصحفي

- المقال النقدي

- الافتتاحية

- المقال التحليلي

ثانياً: التصنيف على أساس ثنائية الوظيفة الرئيسية:

✓ الأنواع التي تقوم على الإبلاغ ونقل الأحداث:

- الخبر

- التقرير الصحفي

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- الخبر المختصر Le filet

- الخبر المركب Le montage

✓ الأنواع التي تقوم على شرح الأحداث:

- الحيث الصحفي

- الربورتاج الصحفي

- التحقيق الصحفي

- المقال التحليلي

- البورتري

✓ الأنواع التي تقوم على التعليق على الأحداث:

- الموجز

- الخبر المختصر Le filet

- المقال الإخباري

- الخبر المركب Le montage

- التقرير الصحفي

✓ الأنواع التعبيرية غير الصحفية، التي يتم معالجتها في سكريتارية التحرير:

- الحديث الصحفي

- الربورتاج

- التحقيق الصحفي

- المقال التحليلي

- البورتري

✓ التصنيف الذي يميز الأنواع الصحفية الرئيسية: حيث يضيف هذا التصنيف إلى

الأنواع الإخبارية وأنواع الرأي، أنواعا رئيسية وهي:

- الحديث الصحفي.

- الربورتاج الصحفي.

- التحقيق الصحفي.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

ويرى الدكتور محمد لعقاب أن "الأنواع الصحفية هي الطريقة الفنية والأشكال التي يلجأ إليها الصحفي للتعبير عن الواقع ونقله إلى الجمهور المتلقي عبر وسائل الاتصال والإعلام المختلفة، لذلك تسمى في علوم الإعلام والاتصال فنيات التحرير الصحفي، وفن الكتابة الصحفية، وفنيات التعبير، ويقسمها إلى أربع مجموعات" (لعقاب، 2004، صفحة 48):

- الأنواع الإخبارية (التقريرية).
- أنواع الرأي (الأنواع الفكرية).
- الأنواع الاستقصائية.
- الأنواع الإبداعية أو التعبيرية.

ويطرح الدكتور لعياضي إشكالية تصنيف الأنواع الصحفية وفقاً إلى عاملين أساسيين، "يتعلق أولهما بالغاية من التصنيف، ويرتبط ثانيهما بالطريقة الإجرائية التي يتم بها، حيث توجد أكثر من طريقة لتصنيف الأنواع الصحفية" (لعياضي، 2007، الصفحات 27-31)، ويكتفي بعرض ثلاث طرق منها، وهي كالاتي:

❖ الطريقة الأولى:

- الأنواع الصحفية التي تعالج الأخبار الخام: (برقيات وكالات الأنباء).
- الأنواع الصحفية التي تقوم على السرد: (التقرير الصحفي، المقال التاريخي، الربورتاج).
- الأنواع الصحفية التي تقوم على الدراسة: (المقال التحليلي، التحقيق الصحفي).
- الكتابات الخارجية: (البيان الصحفي، بريد القراء، منبر الآراء).
- الأنواع التي تقوم على التعليق: (الافتتاحية، العمود والمقال النقدي).

❖ الطريقة الثانية:

وفق تصنيف باتريك شارودو Patrik Charaudeau

- المنتج القائم على الحدث المنقول: بنقل الأحداث والأقوال التي تسري في الفضاء العمومي.
- المنتج القائم على التعليق على الحدث: باقتراح تصور مبني على تفسير ما يجري.
- المنتج القائم على إثارة الحدث: بالإسهام بفعالية في الحوار الاجتماعي وتأثيره.

❖ الطريقة الثالثة

- الأنواع الإخبارية (الخبر والتقرير الصحفي...)
- الأنواع الفكرية: (المقال والتعليق الصحفي)

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- الأنواع التعبيرية: (الربورتاج والبورتري)

- الأنواع الاستقصائية: (التحقيق الصحف)

إلى جانب هذه التصنيفات، هناك التصنيف الوظيفي القائم على وظيفة الأنواع الصحفية، يحدده الدكتور عبد الوهاب الرامي كالاتي (الرامي، 2011، صفحة 24):

أولاً: وظيفة نقل الأحداث:

وتشمل المختصر، المختصر الموضح، المقال الإخباري، المقال التجميعي، المقال التركيبي، ملخص التقرير، التقرير الصحفي، الصدى.

ثانياً: وظيفة شرح الأحداث: وتتضمن الاستجواب، الاستطلاع أو الربورتاج، التحقيق، مقال التحليل، البورتري.

ثالثاً: التعليق على الأحداث: وتضم الافتتاحية، العمود الصحفي، الركن القار، مقال النقد، الكاريكاتير، مقتطفات من الصحافة Revue de presse.

رابعاً: التفاعل مع الأحداث: وهي تعبيرية غير صحفية لكنها تعالج على مستوى سكرتارية التحرير وتشمل، بريد القراء، الرسالة المفتوحة، المنبر الحر، الرأي الحر.

"وآخرون يقسمون هذه الوظائف إلى الوظيفة السياسية، الوظيفة الاقتصادية، الوظيفة الرقابية والمتابعة، ووظيفة جمع الأنباء، والمعلومات وتفسيرها، ووظيفة التسلية والترؤيع (رزاق، 2009، صفحة 44).

ويدين الباحثون كذلك لريبيلارد (2006) بتصنيف عام لمختلف المنشورات التي تقدم مضامين صحفية على الإنترنت، حيث أخذ تصنيفه في الاعتبار جانبيين أولهما جانب النشر أو "جانب طريقة النشر"، مقسمة إلى أربعة، والثاني "الأنواع المكوّنة اجتماعياً وتاريخياً": (DIAZ, 2014, p. 24):

أولاً: الفئات:

- الافتتاحية أو النموذج التحريري.

- المنشور الرسمي.

- المنشور الموزع.

- مستوى التحرير الفوقي.

ثانياً: الأنواع المكوّنة اجتماعياً وتاريخياً

- مواد الرأي.

- المعلومات العامة.

- المعلومات المتخصصة.

إنّ استيعاب الأنواع الصحفية لأشكال التعبير عن الواقع، ونقله إلى الجمهور المتلقي الشغوف بالاطلاع على كل ما يحيط به من أحداث وأخبار ومعلومات، هو نوع من المرونة والإبداع الذي تختص به فنون الكتابة الصحفية بمختلف أنواعها، فنفس الأفكار التي يعبر عنها النوع الصحفي يختلف مستوى إدراكها الحسي والوجداني من نوع إلى آخر، فلكل نوع روحه التي تطفئ على المعنى.

3.1.2 البناء الفني للأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية:

وينقسم إلى شقين الأول يتعلق بالعناصر البنائية الفنية في تحرير الأنواع الصحفية المتمثلة في العناوين والتمتون من نصوص وكلمات وفقرات تبني النص، أما الشق الثاني فيتعلق بالقوالب الفنية في تحرير الأنواع الصحفية، ويبرز الشق الثالث أساليب تقديم المحتوى الصحفي في الصحافة الإلكترونية، أما العناصر البنائية التقنية كالنص الفائق والوسائط المتعددة، فسيتم التطرق إليها في الجزء المتعلق بتحرير الأنواع الصحفية وفقا للعناصر البنائية التكنولوجية من الدراسة.

1.3.1.2 العناصر البنائية الفنية للأنواع الصحفية:

تتألف بنية النص في الأنواع الصحفية على شبكة الويب من عناوين وتمتون، ولكل نوع ضوابط تحكم شكله داخل البناء الفني للنوع الصحفي:

أولاً: الحروف: وهي؛ "من أهم العناصر التيبوغرافية التي تظهر فوق فضاء الصفحة وتشكل هذه الحروف مادة العناوين والتمتون للمواضيع المختلفة (موسى ب.، 2015، صفحة 76)، فهي تتسق شكل وبنية النص، لذلك اهتم علماء الحواسيب والبصريات بوضع قواعد وضوابط تحدد نوع وحجم البنط المناسب في تحرير وقراءة النصوص على الويب، وأوضحت نتائج الدراسات أنّ خط (Arial) هو أنسب الخطوط لكتابة العناوين والفقرات التمهيدية، بينما خط (Verdana) هو الأنسب لكتابة التمتون على الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، ومع ذلك فإنّ المخرج أو القائم بالاتصال حر في استخدام وتوظيف أنواع الخطوط المتوفرة على شبكة الويب بشرط أن يتم مراعاة المعايير الآتية:

- تحقيق تباين في حجم البنط بحيث تظهر العناوين والفقرة التمهيدية أو المقدمة بشكل واضح.

- التنسيق في شكل وحجم الخطوط باعتماد نوع واحد في المتن.

- البساطة والابتعاد على الخطوط غير المألوفة أو المزخرفة.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

ثانياً: العناوين (Headlines): تشترك الأنواع الصحفية في الصحافة التقليدية والإلكترونية في توظيفها للعناوين كعنصر أساسي في عملية بناء النص الصحفي، غير أنّ التطور التكنولوجي أضفى عليها المزيد من الأهمية نتيجة لتقسيم النص إلى فقرات قصيرة واعتماد القارئ/ المستخدم في البيئة الرقمية أسلوب القراءة المسحية، إذ أنّه عند مسحه للنص يقرأ فقط العناوين وفي أحسن الحالات الجملة الأولى من كل فقرة، لذلك يهتم المحرر الصحفي الإلكتروني بصياغة العناوين بمختلف أنواعها، من رئيسية تمهيدية ثانوية في الواجهة أو فرعية في المتن بغرض كسر رتابة النص وشد انتباه المتلقي.

وتصنف العناوين إلى ثلاث وهي:

- التصنيف الشكلي: وينقسم إلى العنوان العريض، والعنوان الممتد والعنوان العمودي.
 - التصنيف التحريري: ومنه العنوان الملخص والمقتبس والاستهامي والاستنكاري والتقريرية والتعجبي والمخاطب والوصفي.
 - التصنيف الوظيفي: وتنقسم العناوين إلى أكثر من نوع منها العنوان التمهيدي والعنوان الرئيسي والعنوان الثانوي والعناوين الفرعية، وهو التصنيف الذي تبنته الباحثة في هذه الدراسة:
- أ- **العنوان تمهيدي:** وهو "العنوان الذي يسبق العنوان الرئيسي ويمهد له، ويتكون غالباً من كلمة أو كلمتين...بحجم أصغر من العنوان الرئيسي" (النعمي، 2023).
- ب- **العنوان رئيسي:** يتكون من عدد محدود من الكلمات عادة من ثلاث إلى سبعة، تختزل فيه الفكرة الأهم في الخبر أو القصة الخبرية أو أي نوع صحفي آخر، فهو لا يحكي القصة بتفاصيلها، إنّما يختار الفكرة الأبرز فيها كي يجذب من خلالها انتباه القارئ، ويثير فضوله للتعرف على حيثياتها، كما توظف فيه الكلمات المفتاحية على ألاّ تقل على كلمة واحدة، ويراعى في كتابته الوضوح والعملية والاختصار.
- ت- **العنوان ثانوي:** وهو العنوان الذي يشير إلى الأفكار الثانوية التي تحويها فقرات المتن، قد يصل طوله إلى سطرين، ويكتب ببسط أقل كثافة من العنوان الرئيسي.
- ث- **العناوين الفرعية في المتن:** يقصد بها العناوين التي تستخدم بين فقرات المتن أو الجسم، وتعمل العناوين الفرعية في المتن على تحديد نقاط البدايات للقارئ/ المستخدم، وتمكينه من النقاط أنفاسه خصوصاً في النصوص الطويلة، عادة يحمل كل عنوان فرعي الفكرة الأساسية للفقرة، ويستحسن عدم الإفراط في استخدام العناوين الفرعية، واستخدامها ابتداءً من الفقرة الثانية حتى لا تشوش على فعل القراءة.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

وتأخذ صياغة العناوين في الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية ثلاث مستويات رئيسية وهي؛ "المستوى السطحي، المستوى المتعمق، مستوى التحديث" (كنعان، 2014، صفحة 68).

◀ المستوى السطحي:

وهو عنوان مباشر مكثف وموجز يتوفر على المعلومات الأهم، ويأتي بصيغة الإخبار والإبلاغ، حيث يؤدي وظيفة الإخبار، وفي هذه الحالة يكتفي المتلقي/ المستخدم بقراءة العنوان دونما تصفح وقراءة مضمون النوع الصحفي.

◀ المستوى المتعمق:

يضم تفاصيل وآراء وخلفيات لحدث هام، يثير هذا النوع فضول المتلقي المستخدم للاطلاع على مضمون النوع الصحفي على الموقع للاستزادة.

◀ مستوى التحديث:

متابعة المستجدات هي الغاية من صياغة العنوان وفقا لمستوى التحديث، حيث يقوم على طرح قضية تشدّ القارئ/ المستخدم -عادة الرأي العام- بأسلوب يجعله ينتظر الجديد، وبالتالي يتابع التحديثات حول الموضوع في الموقع الإخباري أو الصحيفة الإلكترونية التي نشرته أول مرة.

وبناء على ما سبق فإنّ توظيف العناوين في الأنواع الصحفية في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية يجب أن يراعى فيه جملة من المعايير أهمها:

- "مراعاة الاختصار في عدد الكلمات بحيث يكون قصيرا قدر الإمكان" (فهمي، 1982، صفحة 90).

- تجنب التعبير المجازي في صياغة العناوين بأشكالها.

- ألا يروي العنوان كل القصة إنّما يشير إلى أهم حقيقة فيها.

- يجب أن يتضمن أكثر الوقائع وأهمها إثارة من حيث الإخبارية.

- "المعلومة التي يتضمنها العنوان يجب أن تكون موجودة في مقدمة الخبر وليس في وسطه أو نهايته" (ناجي حسن، 2013، صفحة 172).

- أن يستخدم الأفعال في صيغة المضارع المبني للمعلوم.

- استعمال الكلمات والتعابير ذات المعنى الواضح والابتعاد عن المبهمة.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- ألا يستخدم الضمائر إنّما التصريح بالاسم مع الوظيفة خصوصا الشخصيات المهمة في الحدث.
- تجنب استعمال الاختصارات في الكلمات أو الأسماء غير المعروفة.

ثالثا: المتن:

ويقصد به النص الذي يحوي تفاصيل الحدث، ينقسم إلى فقرات متدرجة حسب قالب التحرير المستخدم، عادة مقدمة، متن وخاتمة:

أ- المقدمة:

المقدمات الصحفية أو ما يسمى بالفقرة الاستهلالية التمهيدية، توظف لإعطاء التفاصيل الأولى التي صرح بها العنوان، كما تمثل الفقرة الأكثر إثارة لاهتمام القراء/المستخدمين لمتابعة قراءة الخبر خصوصا في بيئة الويب، حيث تجيب عن الأسئلة الجوهرية من، ماذا، أين، كيف، لماذا، أو بعضها اعتمادا على النوع الصحفي والقالب الفني الذي يتم التحرير وفقه، ولا تختلف المقدمة عنها في الصحف المطبوعة من حيث المبدأ في تناسق حجمها مع جسم الخبر أو في طريقة عرضها للأفكار بأقل عدد ممكن من الكلمات، ومع ذلك يمكن تسجيل اختلاف من حيث نوع وحجم الحرف والكلمات التي تظهر عليها في الصحف الإلكترونية.

وتختلف صياغة المقدمة في الصحف الإلكترونية من نوع إلى آخر، ويمكن التمييز بينها من حيث بعض المواصفات:

◀ في الأنواع الإخبارية:

- قد تكون تحمل إجابة عن سؤال معين من الأسئلة الخمسة الأساسية أو بعضها أو عليها كلها.
- قد تكون فكرة عامة أو ملخصا للخبر.
- "قد تكون تعبيرية أو تصويرية تصف مشهدا أساسا مؤثرا او فاعلا" (أبو السعيد، 2014، صفحة 89).

- قد تكون اقتباسا من أقوال الشخصيات المحيطة بالخبر.

- "قد تكون مقدمة القنبلة" (إبراهيم ، 1998، صفحة 49) التي تحدث صدمة للقارئ.

◀ في الأنواع الفكرية والتعبيرية:

- قد تكون مدخلا تحليلي أو عاطفي أو علمي أو عقلاني أو وصفي تصويري.

- قد تحمل البعد التعليلي والحجاجي والتفسيري والمناقشة.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- قد تتضمن حسًا كبيرًا من البلاغة والأساليب الإنشائية.
- " قد تستهل بتساؤل فيه إخراج أو غضب أو عتاب، أو برأي يثير الجدل حوله أو مطلب يلتقي عنده الناس أو يفترقون " (كرم، 1992، صفحة 50).

◀ في الأنواع الاستقصائية:

- تكون مدخلا إلى موضوع التحقيق وتقوم على الربط بين العنوان وصلب التحقيق.
- قد تكون استفهامية.
- قد تكون اقتباسية، والمجاز وأسلوب التشويق.
- قد تحمل معنى المقارنة والتناقض.

◀ في الحديث الصحفي:

- ينطبق على مقدمة الحديث الصحفي قاعدة السهل الممتنع التي تراعي البساطة والتشويق.
- تضم المقدمة المحاور الأساسية التي يدور حولها الحديث الصحفي دون تفصيل.
- التشويق عن طريق تأجيل آراء الشخصية أو الشخصيات إلى جسم الحديث الصحفي أين تعرض بقية الحقائق والوقائع.

ب- الجسم:

وهو الجزء الأكبر في البناء الفني للنوع الصحفي، ويسمى كذلك متن أو صلب الموضوع، وهو الفقرات الوسطى التي تسرد فيها تفاصيل الموضوع والتي لم تقص عنها المقدمة أو مهدت لها، والمتن في الكتابة التقليدية كان يقوم على السرد من الأعلى إلى الأسفل، بينما لم يعد هذا الشكل مناسباً في تحرير الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية، فالقصة الإخبارية والمقالات الصحفية الإلكترونية والتقارير والتحقيقات والحديث الصحفي وغيرها تأثرت بمتغيرات البيئة الإعلامية الجديدة، والمفارقة أنّ ميزة لا محدودة المساحة التي وفرتها الإنترنت في التحرير الصحفي الإلكتروني لم تحرر الصحفي من الاقتصاد في الكتابة، والسبب هو تغير معطيات القراءة من قراءة متأنية إلى قراءة مستعجلة أو ما يسمى بالقراءة المسحية Scan read، حيث؛ "أصبح يقرأ على طريقة المرور السريع بالعين أو المسح Scanning" (حسنين، 2011، صفحة 49)، وهو ما فرض تقسيم المتن إلى فقرات قصيرة، بجمل مركزة ومختصرة وواضحة، بحيث تحمل كل فقرة فكرة موجزة، يندمج فيها النص الخطي بالنص اللاخطي أو الوسائط المتعددة من صورة ثابتة ومتحركة وصوت والفيديو تغني عن الكلمات المكتوبة، مما يجعلها أكثر ثراء من حيث المعنى كنتيجة منطقية لثراء الوسيلة (الصحافة الإلكترونية).

وثمة قواعد أساسية ينبغي الالتزام بها عند صياغة المتن في الأنواع الصحفية عموماً هي:

- الابتعاد عن التكرار حتى لا يصاب القارئ/ المستخدم بالملل.
 - وضع الكلمات والجمل المقتبسة بين علامات التنصيص.
 - الاهتمام بعلامات الترقيم والوقف.
 - كتابة الأرقام بالحروف من واحد إلى عشرة، أما إذا تجاوز ذلك فيكتب بالأرقام.
 - "التقليل من كتابة التواريخ والاقتصار على ذكر الأيام صراحة أو الإشارة إليها باستعمال" (أمس، اليوم، غدا).
 - الاعتماد على الكتابة متعددة الوسائط، وتشبيك النص باستخدام النصوص التشعبية.
- ت-الخاتمة:

تمثل الخاتمة جزء من بنية النص الصحفي، وهي فقرة استنتاجية تقدم فهماً شاملاً للموضوع، وتأتي مفتوحة أو مغلقة أو دائرية استهلاكية، وقد تعبر عن رأي الموقع الصحفي أو المحرر كما هو الحال في المقال الصحفي أو التعليق، أو حقيقة أو فرضاً في التحقيق وغيرها، وتصطدم الخاتمة في الصحافة الإلكترونية بخصائص القارئ الإلكتروني؛ "فقرأ الويب لا يقرؤون كلمة بكلمة بل يمسحون النص عن طريق مشاهدة العناوين الرئيسية والفرعية أولاً، ثم يذهبون إلى الروابط التشعبية ويركزون على الأرقام والكلمات المفتاحية ويقفزون حول الموضوع" (لعقاب ، 2013، صفحة 34)، وهو ما كشفت عنه تجربة المستخدم (User experience) التي قام بها الباحث جاكوب نلسن (Jakob Nielsen) سنة 1997 للتعرف على سلوك القارئ على الشاشة من خلال تتبع حركة العين، حيث كشفت أنّ العين البشرية أثناء تنقلها من أعلى الصفحة إلى الأسفل ومن اليسار إلى اليمين تقوم بحركة شبيهة بحرف F ، ما يعني أنّ موقع الخاتمة في الأسفل يجعلها أضعف حلقة في سلسلة البناء الفني للأنواع الصحفية الإلكترونية، كما أنّ الأنواع الصحفية خصوصاً الإخبارية لا تنتهي عادة بخاتمة؛ "إذ ينتهي الخبر بفقرته الأخيرة التي تحوي أقل معلوماته أهمية من وجهة نظر المحرر" (نصر و عبد الرحمن، 2009، صفحة 214)، نظراً لاعتمادها قالب الهرم المقلوب، ومع ذلك فإنّ ذكاء المحرر الصحفي في التحرير بالاعتماد على مستحدثات البيئة الإعلامية الجديدة لتجاوز القارئ المستعجل، عن طريق استخدام الكلمات المفتاحية والاختصار في الجمل مع الاهتمام بالعلامات والفواصل، وتوظيف الروابط التشعبية في الخاتمة والإحالات على المواضيع ذات الصلة أسفل الموضوع يمكنه أن يرفع من فرص قراءة كامل النص بما في ذلك الخاتمة.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

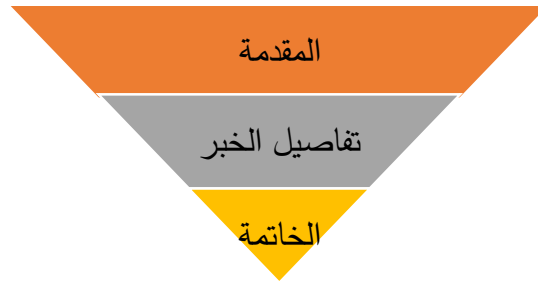
وبناء على ما تقدم، يمكن القول إن أهمية كل جزء من النص أمر نسبي يرتبط بعنصرين الأول يتعلق بالنوع الصحفي المعتمد في عملية التحرير الإلكتروني، حيث تظهر أهمية المقدمة في الأنواع الإخبارية خصوصا الأخبار السريعة، بينما يحتل المتن أو الجسم درجة أكبر من الأهمية في الأنواع الفكرية والتعبيرية نظرا لغزارة المعلومات وأسلوب الكتابة الذي يميل إلى التفسير والتحليل والتوصيف كالرپورتاج والپورتوي والحديث الصحفي والمقالات بأنواعها، وتتباين أهمية الخاتمة من نوع صحفي لآخر، كما تؤثر الفواصل والألوان وحجم البنط وشكل الحروف وعدد الكلمات وتقسيم الفقرات على الشاشة في بنية النص، وبالتالي على قابلية قراء المضمون الصحفي، أما العنصر الثاني فيتعلق بالقوالب الفنية المستخدمة كوعاء لهذه الأنواع الصحفية.

2.3.1.2 القوالب الفنية وأساليب تقديم المحتوى الصحفي في الصحافة الإلكترونية:

ويمثل البدراني القالب بالوعاء الذي توضع فيه المادة الصحفية، بحيث يستوعبها ويكون مناسباً لها وهناك أنواع نورد منها:

◀ قالب الهرم المقلوب The Inverted pyramid model:

يتيح استخدام هذا القالب الاستعانة بالمقدمة الموجزة، والانتقال منها لقائمة العناوين أو المحاور الرئيسية داخل الموضوع، وكل منها مكتوب بشكل مستقل مع وجود علاقة لا خطية، تربط كل هذه المحاور مع بعضها البعض، ويناسب قالب الهرم المقلوب كتابة الأخبار والقصص الإخبارية) (كنعان، 2014، صفحة 102)، ويجدر الذكر أنه يستخدم كذلك في الصحافة المطبوعة، ويكون شكل هذا القالب كالآتي:



الشكل رقم (01) يوضح قالب الهرم المقلوب The Inverted pyramid model في تحرير الأخبار

◀ قالب السرد المتسلسل Serial narrative model :

يُعتمد في المواد ذات الطبيعة الدرامية والقصصية، يتم فيه تقسيم المادة إلى مقاطع صغيرة ينتهي كل مقطع بخاتمة مشوقة، يكتب بطريقة سردية خطية ودون وصلات.

◀ قالب الكتل النصية بحجم الشاشة Screen-Size chunk model :

يناسب الموضوعات والقصص الصحفية التي تتناول أحداث مترابطة ويتم عرض المادة على شكل كتل بحجم الشاشة ينتقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات بالنقر على الوصلتين (التالي-السابق)، تعرف كل وحدة نهاية منطقية.

◀ قالب النص الطويل Scrolling stories :

مناسب لعرض الوثائق والتقارير المهمة، التي تعرض بأسلوب خطي كلاسيكي، ويقوم على عرض النص على شاشات متتالية، يتاح فيها للمستخدم إمكانية تصفح المحتوى كاملاً عن طريق أشرطة وأدوات التصفح، كما يمكن تقسيمه إلى وحدات نصية صغيرة ومترابطة ببعضها البعض بشكل لا خطي.

◀ قالب المقاطع Section Technique : (نصر و عبد الرحمن، 2009، الصفحات 221-224).

يتناسب مع الأخبار المركبة والمعقدة والقصص الخبرية، حيث يقوم على تقسيم الخبر إلى مقاطع والتعامل مع كل مقطع على أنه خبر مستقل، له مقدمة وجسم وخاتمة، ويتم تقسيم الخبر إلى مقاطع وفقاً لترتيب وقوع الأحداث أو وفقاً للتطور الزمني للحدث، ويحمل كل المقاطع الأهمية ذاتها من حيث المادة المنشورة في كل مقطع.

المقطع الأول	المقطع الثاني	المقطع الثالث
مقدمة	مقدمة	مقدمة
جسم	جسم	جسم
خاتمة	خاتمة	خاتمة
المقطع الرابع	المقطع الخامس	المقطع السادس
مقدمة	مقدمة	مقدمة
جسم	جسم	جسم
خاتمة	خاتمة	خاتمة

الشكل (02) يوضح قالب المقاطع Section Technique في تحرير الأخبار

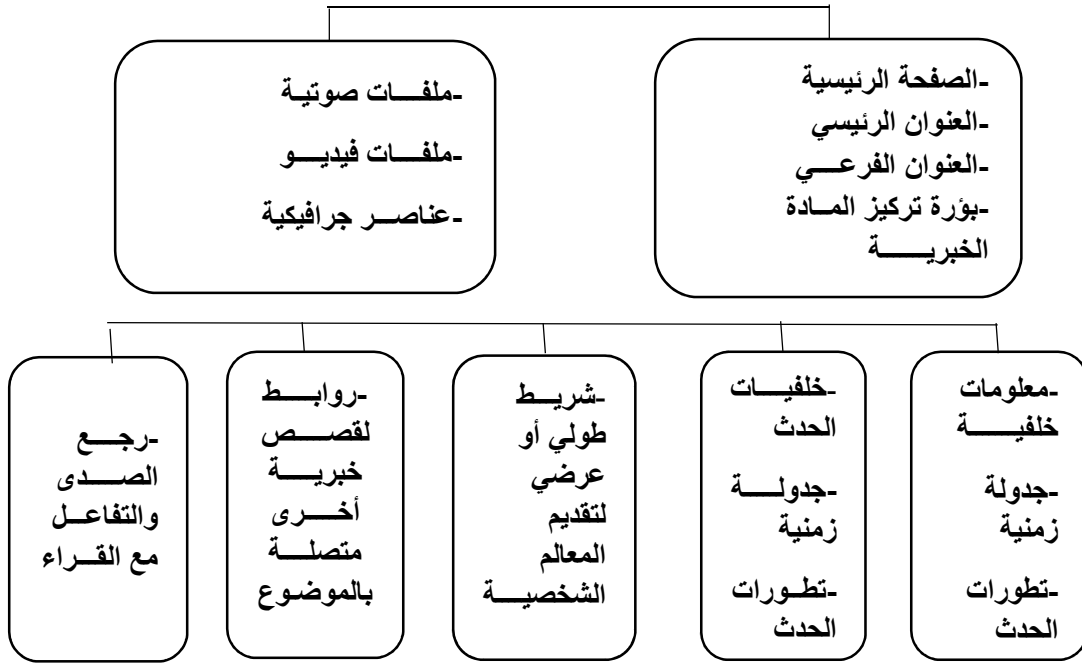
◀ النمط غير الطولي Nonlinear:

يقوم على وجود وصلات متعددة «Hyperlinks» يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع، بالإضافة إلى وصلات إلى جسمه وتفصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع، يأخذ هذا القالب شكل شجرة متعددة الفروع والأغصان أو شكل دائرة ذات أشعة تقود القارئ إلى عناصر الخبر من خلال وصلات النص الفائقة.

◀ قالب لوحة التصميم Storyboard:

يأخذ هذا القالب في اعتباره أنّ الموضوع المنشور في الصحيفة الإلكترونية يتميز عن مثله المطبوع باستخدام كل الإمكانيات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت، خاصة الوسائط المتعددة التفاعلية (الوسائط الفائقة؛ ويتم في هذا النمط إدخال الصوت والصورة والمندييات الحوارية" (خالد الشريف، 2014، صفحة 63)، ويتضح هذا القالب في الشكل التالي:

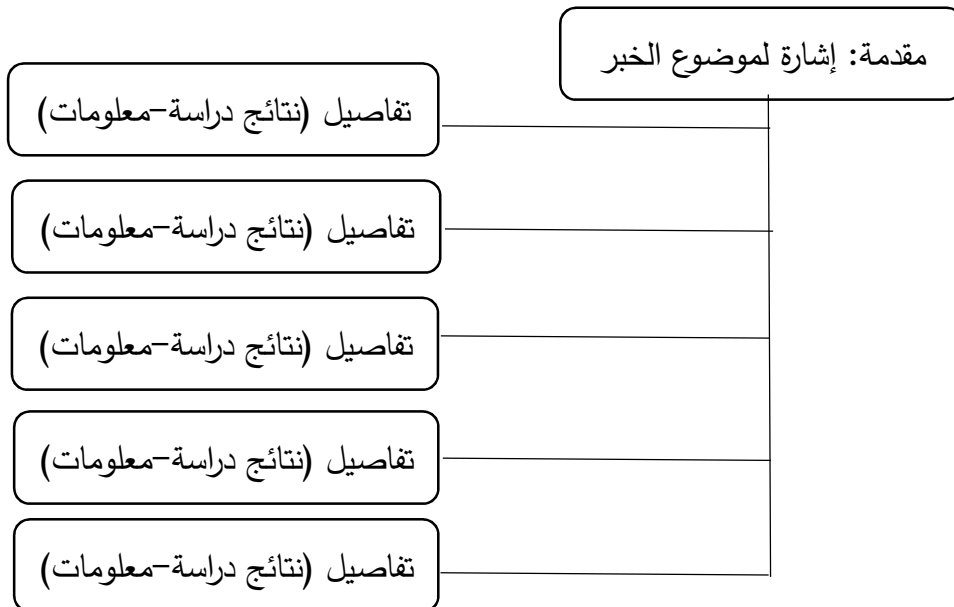
الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب



الشكل رقم (03) يوضح قالب لوحة التصميم Storyboard في تحرير الأخبار

◀ قالب القائمة The list Technique :

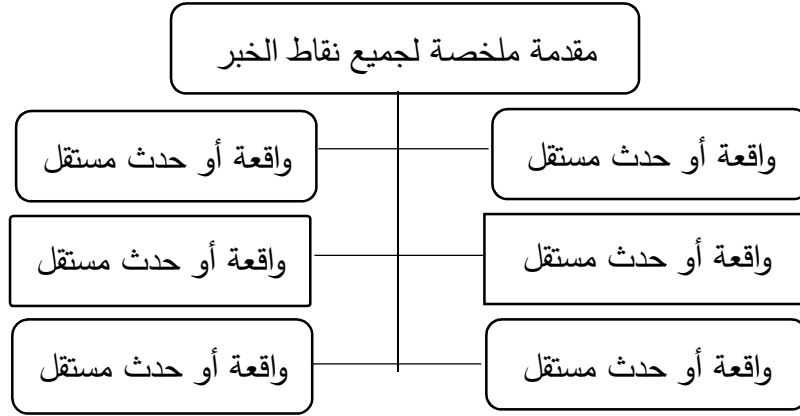
"يفيد في تحرير الأخبار عندما يكون لدى المحرر عدة نقاط مهمة يجب تأكيدها، ويقوم على وضع معلومات الخبر على شكل قوائم (علبة معلومات) داخل الخبر أو في خاتمته" (القيسي، 2013، صفحة 166)، ويظهر على الشكل التالي:



الشكل رقم (04) يوضح قالب القائمة The list Technique في تحرير الأخبار

◀ قالب الكتل الرئيسية Key Subject Blocks:

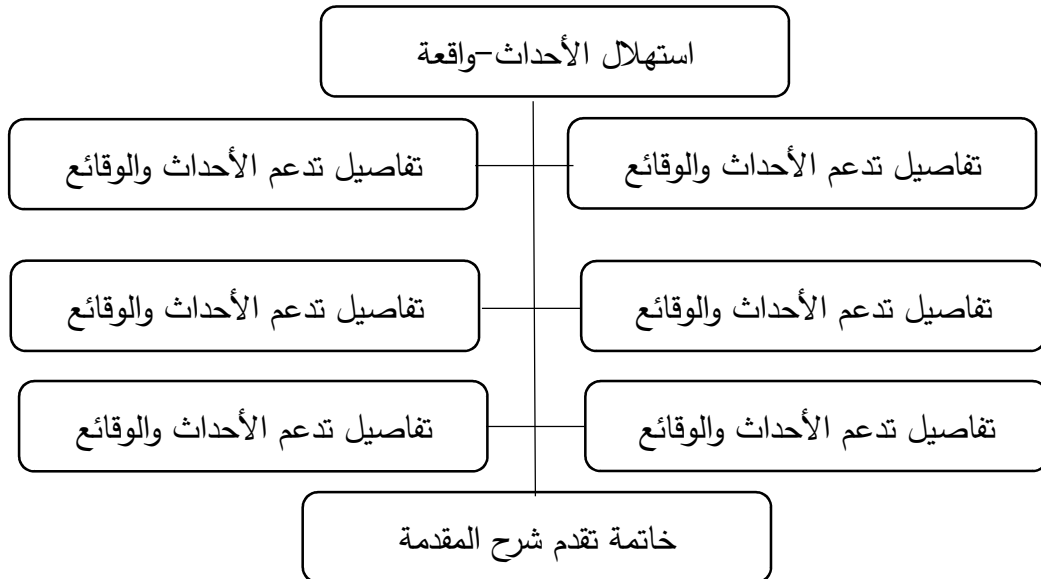
"ويقوم الصحفي بعرض أفكار رئيسية، ثم يقوم بجذب انتباه القارئ بملخص يتناول نقاط الموضوع، ثم يبدأ بتناول هذه الأفكار واحدة واحدة، بحيث تمثل كل فكرة كتلة مستقلة في النص الصحفي كما في العناوين الفرعية" (القيسي، 2013، صفحة 172).



الشكل رقم (05) يوضح قالب الكتل الرئيسية Key Subject Blocks في تحرير الأخبار

◀ قالب الدائرة Technique Circle:

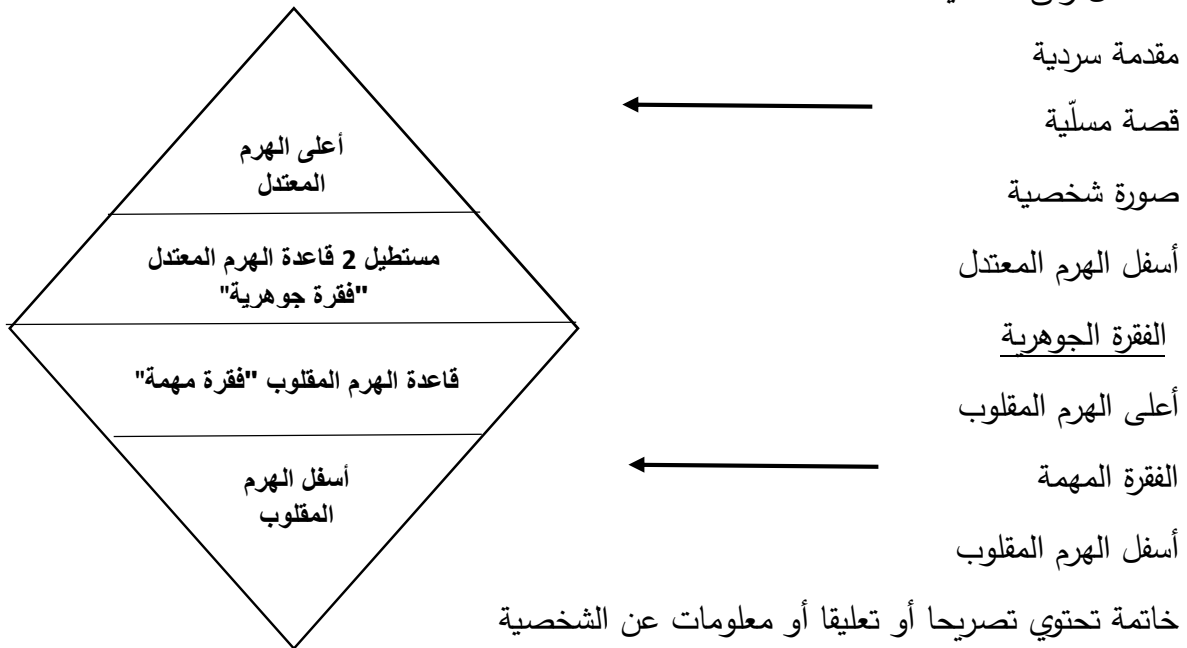
"يكون تحرير الخبر في شكل دائرة، النقطة الرئيسية فيها هي الاستهلال، وجميع النقاط المساندة يجب أن تعود إلى النقطة المركزية في الاستهلال، وفي قالب الدائرة كل جزء من الخبر متساو في الأهمية، وربما ترجع الخاتمة إلى نقطة الاستهلال" (ناجي حسن، 2013، صفحة 150).



الشكل رقم (06) يوضح قالب الدائرة Technique Circle في تحرير الأخبار.

◀ قالب الماسة The Diamond Technique :

وهو عبارة عن هرمين متقاطعين في القاعدة أعلاهما معتدل وأسفلهما مقلوب، ويشتملان على نفس الخطوات التي يتركب منها كل هرم وتتطور الحبكة عند قاعدة الهرمين المتقاطعتين حيث؛ "يتقاطع مع هذين الهرمين ثلاثة مستطيلات لثلاث كتل، تمثل الكتلة الأولى وهي الرأس الهرم المعتدل المقدمة، أما الكتلة الثانية فتشكل باقي الهرم المعتدل وغالبية القسم الأعلى من الهرم المقلوب، ثم الكتلة الثالثة وتمثل نهاية الهرم المقلوب" (ناجي حسن، 2013، صفحة 170)، يبدأ قالب الماسة بقصة صغيرة كمقدمة تمهد للقصة الأكبر التي تسرد في الجسم، التي تحتوي على حقائق وقصص صغيرة يجري سردها بمراعاة التسلسل وفق للأهمية.



الشكل رقم (07) يوضح قالب الماسة The Diamond Technique في تحرير الأخبار

◀ قالب فورك The Fork Method ويقوم على:

- النقطة المركزية F= Focus

- الترتيب O= Order

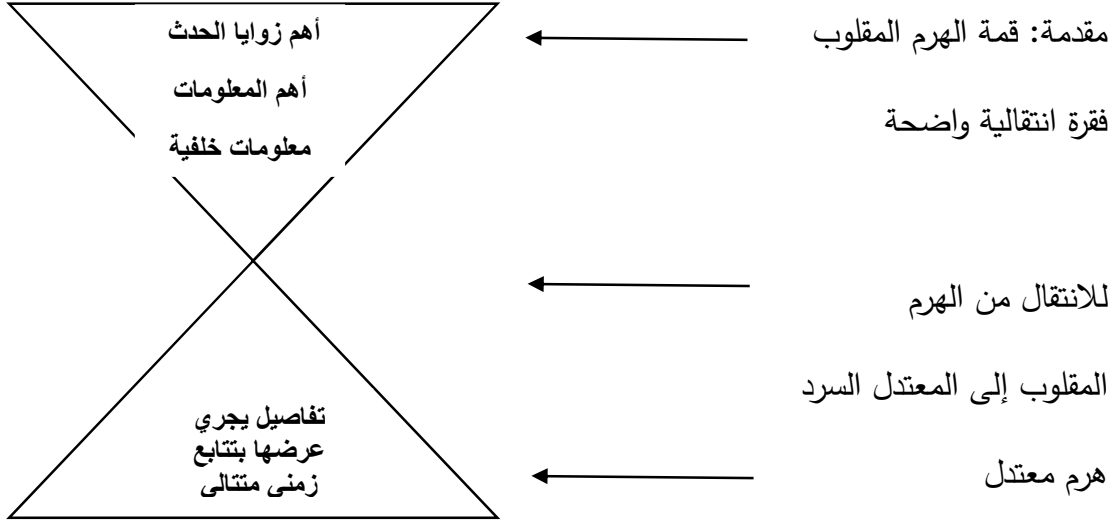
- إعادة المفردات الرئيسية R= Reception ok key words

- الإيجاز والتبسيط K= Kiss off Technique

"إذ يتضمن استهلالاً وصفياً، يركز على النقطة المركزية والتي تصف طبيعة الحال دون الإشارة إلى الحدث المسبب بصورة مباشرة في الاستهلال، فهو ينتقل من العام إلى الخاص، ثم يأتي جسم الخبر يوضح الحدث وتفاصيلاته" تريان (تريان س.، 2008، صفحة 244).

◀ قالب الساعة الرملية Hourglass Structure:

وهو شكل معتدل من قالب الهرم المقلوب؛ "ويبدأ هذا القالب بهرم مقلوب بحيث يقدم زوايا الحدث وأهم المعلومات، ثم بعد عدة فقرات يغيّر من طريقة العرض، ويتحول ليصبح سردياً، حيث يتكون من مقدمة ملخصة ثم معلومات عن خلفية الخبر ثم عرض أهم وجهات نظر أطراف الحدث، ومن ثم عرض زمني متتالي للأحداث الفرعية في الخبر" (نصر و عبد الرحمن، 2009، صفحة 221)، ويكون شكله كالآتي:



الشكل رقم (08) يوضح قالب الساعة الرملية Hourglass Structure في تحرير الأخبار

4.1.2 الأساليب الشائعة لتقديم المحتوى الصحفي في الصحف الإلكترونية:

تطورت فنون التحرير الإبداعية على الويب فباتت تعرض في أشكال مستحدثة أبرزها:

◀ إعادة نشر المحتوى المطبوع بميزات مضافة Print plus:

يتم خلاله إعادة إنتاج وتنظيم المحتوى الذي سبق إنتاجه عن طريق وسائل الإعلام الكلاسيكية من أجل عرضه على الموقع الإلكتروني مع إضافة ميزة النسخ Print plus، يسمى أيضا بالنص الطباعي ويمثل الشكل الأساسي لعرض الأخبار في صحافة الإنترنت (برنيس، 2017، صفحة 364).

◀ الشكل التفاعلي Clickable interactive:

يقوم هذا الأسلوب على فكرة تفاعل المتصفح ومشاركة المضامين المنشورة، يعتمد على الوسائط المتعددة والإحالات من خلال الروابط والنصوص المتشعبة؛ "التي تعرض في شكل إشارات مثل الحدود واللون والحجم والاتساق والموضع والالتزام بمعايير الويب، ما يمنح للمكونات التفاعلية المظهر المناسب،

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

وتساعد هذه الإشارات المرئية التي تتوافق مع توقعات الأشخاص في تحديد العناصر التي يجب النقر عليها (Loranger, 2015)، يتطلب وضعها وقتا وجهدا فكريا كبيرا.

◀ أسلوب عرض الشرائح Slides-Shows :

هي أحد طرق عرض الصور الإلكترونية؛ "حيث يتم عرض مجموعة من الصور الخاصة بموضوع واحد بشكل متتال، قد يكون مصاحبا لها تعليقات أو بدون تعليقات، ويتم استعراض الصور بشكل تلقائي (محمد أحمد، 2018، صفحة 112)، يمكن للمستخدم التنقل بين الصور من خلال النقر، وتكبير حجمها، وقد تستخدم في الشرائح مع مقاطع صوتية أو مقتطفات من فيديو ونصوص، ويعكس هذا الأسلوب الكتابة الفائقة في المواقع الإلكترونية من خلال عرض متكامل لتقنية الوسائط المتعددة.

◀ أسلوب القصص المسموعة:

تقدم المادة الصوتية لقالب عرض القصص أهمية تتمثل في إضفاء معنى جديد لا يمكن للكلمات المكتوبة أن توصلها إلى القارئ الجديد.

◀ أسلوب القصص الجانبية Sidebars:

يتناول القصة الخبرية بشكل موجز ومختصر وتقدم ضمنها قصص جانبية لمزيد من الاطلاع، ويتضمن أحيانا جداول، قوائم، سير ذاتية... الخ؛ "يستعين به المحرر لقراءة بطاقة المعلومات والتفاعل مع المحتوى المنشور وكذا دمج المواد والمصادر الجديدة في النص، كما أن للمحرر إمكانية فحص ومعرفة تاريخ نشر المحتوى الذي تشكل مصدرا من مصادر المعلومات" (Franks, Wells, Maiden, & Zachos, 2021, p. 8).

◀ أسلوب عرض الوثائق أو النسخ الأصلية Transcripts:

يهتم بالتقارير المهمة التي تنشر على مدى واسع وتحظى باستهلاك كبير من قبل المتصفحين، مثل وثائق ويكيليكس، وقد تزود المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت مستخدميه بالوثائق الأصلية الخاصة بالمقابلات والاجتماعات العامة (مثل الوثائق والنسخ الأصلية الخاصة بالمؤتمرات الصحفية) (خالد الشريف، 2014، صفحة 62).

2.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم النص الفائق "النص الشعبي":

تمتاز النصوص الإلكترونية على شبكة الويب بأنها نصوص شعبية، حيث تتيح للمستخدم الانتقال من نص إلى آخر وفق اختيارات منتج المحتوى، وتعدّ في الصحافة شكلا جديدا من أشكال المحتوى الهجين الذي يقدم مضامين إعلامية مدعومة بتقنيات تشبيك النصوص عن طريق العُقد المرتبطة فيما

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

بينها، ولفهم طبيعة توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية، لابد من معرفة بنيته التقنية في بنئه الإلكترونية، والمتمثلة أساسا في العقد والارتباطات؛ "فالعقد والروابط هي العناصر المكونة للنص الفائق، وتسمى مجموع العقد بالشبكة أو قاعدة البيانات، مجموع الارتباطات بالإبحار إذا تم تحديد مساره" (Vignaux, 2003).

وإصطلح على النص الفائق من الناحية كذلك بالنص المترابط، والنص الرقمي، والسبيرنص...

1.2.2 المفاهيم الاصطلاحية المتعلقة بالنص على شبكة الويب:

تختلف الكتابة في الفضاء الشبكي اختلافا جذريا عن الكتابة على حامل ورقي، سواء أكان ذلك في الصحف المطبوعة أو في المنشورات المختلفة، ويكمن الاختلاف في طبيعة الحامل والوسائل المستخدمة والصياغة شكلا وأسلوبا، وقد أحدث الانتقال من الكتابة بالقلم على سطح ورقي إلى الكتابة على شاشة الحاسوب تغييرا في مفهوم النص الإعلامي، وأدى إلى استحداث طرق جديدة في بناء النصوص تصميمها؛ وإعادة تكيفها لتتوافق مع الحاجة إلى التوزيع عبر الشبكة العالمية" (عبان، 2023)، باستخدام النصوص الفائقة التي عرفت تعدد المصطلحات، لكنها تصب في مفهوم واحد ولو اختلفت مسمياتها، من أهمها:

◀ النص الفائق (Hypertext):

هو نص متوفر على شبكة الإنترنت يسمح للمتلقي بالتفاعل مع المضمون على شبكة الويب، عن طريق التصفح والقفز من موقع إلى آخر في مسارات متشعبة؛ "ويتيح خاصية الترابط بين المضامين المختلفة عن طريق عرض الملامح اللفظية المتمثلة في النص المرئي، واللقطات السمعية البصرية، والرسوم المتحركة، وغير اللفظية المتمثلة في الألوان، الحركات، وتعبيرات الوجه، والمؤثرات الصوتية" (شاهين، 2014، صفحة 167).

◀ النص المترابط (Hypertext):

أطلق عليه الدكتور حسام الخطيب تسمية النص المتفرع، بينما اقترح الدكتور نبيل علي تسمية النص الفائق، أما سعيد يقطين فترجم المصطلح إلى النص المترابط؛ "وهو النص الإلكتروني الذي تتحقق فيه الروابط" (يقطين، 2005، صفحة 128)، وهو رابط يظهر عادة باللون الأزرق يتم فيه تخزين النصوص سواء أكانت هذه النصوص صورا، رسومات، رسومات متحركة، تسجيلات صوتية، فيديوهات،

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

أو أي شكل من الوسائط المتعددة وربطها مباشرة بالصفحة المنشورة بغرض الاطلاع عليها في حال أراد القارئ تصفحها، وقد تطور هذا المصطلح فيما بعد ليصير النص الشبكي (Cybertext).

◀ السبيرنص (Cybertext):

وظفه أول مرة أريسيث Espen Jean Arseth، وهو يرى أنه مختلف ومميز عن النصوص المألوفة؛ يقصد به النص المتأهة لأنه يستدعي قراءة تفاعلية ومشاركة فعالة من قبل المتلقي/المستخدم (البريكي، 2006، صفحة 29)، ويتطلب مجهودا أكبر من قبل القارئ للولوج إليه، ووفق لأريسيث السبيرنص هو عبارة عن آلة لإنتاج مجموعة متنوعة من التعبيرات.

◀ النص التشعبي أو المتشعب:

يتميز هذا النص باستيعابه لمجموعة من الإضافات غير الموجودة بالنص الورقي، كأنظمة الخط، والصوت، والصورة، كما تقوم إضافة لذلك بين النص وقارئه علاقة تناظرية وغير أحادية، فعملية التواصل لا تكون في اتجاه واحد، كما هو الحال في النص التقليدي (بشير، 2015، صفحة 49).

◀ النص التفاعلي (Inteactive text):

وهو نص حيوي يتصف بالتفاعلية اللامحدودة، يقدمه سعيد يقطين على أنه يستخدم الوسائط التفاعلية من جهات متعددة، وباستخدامات تخضع للمستخدم الإلكتروني، مع مراعاة قدراته في التحكم الكلي/ شبه الكلي.

ث- النص الرقمي (Degital text):

هو عبارة عن؛ "مجموعة من المعطيات النصية المرقمة والتي تتجلى بواسطة شاشة الحاسوب، ويمكن أن تقرأ بطرق متعددة، حيث تقسم تلك المعطيات إلى عناصر معلوماتية توازي الفقرات...، تتسم بكونها روابط لا خطية ذات معني، تسمح بالانتقال من معلومة إلى أخرى عندما يقوم المتلقي/ المستخدم بتنشيطها، ويتم التأشير عليها بعلامات تكون مثلا إما كلمة أو جملة" (العنوز، 2021).

◀ النص الأدبي التفاعلي (Interactive literary text):

هو؛ "الأدب الذي يوظف معطيات التكنولوجيا الحديثة في تقديم جنس أدبي جديد، يجمع بين الأدبية والإلكترونية، ولا يمكن أن يتأتى لمتلقيه إلا عبر الوسيط الإلكتروني أي من خلال الشاشة الزرقاء (البريكي، 2006، صفحة 49)، ونجد هذا النوع من النصوص في الأخبار المتنوعة.

وتستخدم الصحف الإلكترونية النص الفائق لعرض مضامينها وتسهيل الانتقال في الصفحة أو بين صفحاتها داخليا أو خارجيا، ويجدر الإشارة إلى أنّ مصطلح الرابطة الفائقة (Hyperlinks) أعمّ وأوسع من مصطلح النص الفائق (Hypertext)، والذي يحوي إضافة إلى النص، الصور والرسومات وغيرها من الوسائط التي تمثل حلقة ضمن سلسلة تطور النص الفائق، وبالرغم من ذلك لا يزال مصطلح النص الفائق دارجا في أوساط المبرمجين للتعبير عن الربط والتشبيك مهما كان نوعه وشكله.

2.2.2 أنواع وخصائص النص الفائق على شبكة الويب:

يمثل استخدام روابط النص الفائق Hypertext أبرز ملامح التحرير الصحفي على شبكة الويب، حيث تتيح لغة النص الفائق HTML إمكانية تشبيك النص عن طريق وضع روابط ضمن محتوى المادة الصحفية، تستخدم في بناء القصص الإخبارية بشكل يربط أجزاءها داخليا ويتيح التنقل بين ثنايا الخبر داخل الصفحة الابتدائية، أو خارجيا بحيث تقود القارئ إلى صفحة أو صفحات أخرى عبر النقر على الروابط الفائقة "Hyperlinks"، والتي تقوم على ربط مختلف أجزاء الموضوع ببعضها البعض أو تربط الصفحة بصفحات خارجية أخرى، وتنقسم الروابط الفائقة إلى نوعين رئيسيين هما:

أ- النص الفائق الداخلي Internal Hypertext:

وهو النص الذي يحيل القارئ على صفحات داخلية للموقع ذاته، وتتعلق الإحالة عبر النص الفائق الداخلي من مبدأ السياق النصي، ويتم من خلاله توفير أكبر حجم معلومات بقدر كبير من الاختصار، مع التركيز على بقاء القارئ المستخدم على الموقع الأصلي، وتستخدمه الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية كخلفية للحدث أو عناوين تحوي تفاصيل معينة تتعلق به، تمّ نشرها من قبل.

ويسمى كذلك النص الفائق المحلي Home Hypertext، ويقصد به "النص أو الشكل الجرافيكي الذي يسمح للقارئ بالتنقل داخل نفس الصفحة" (محسب، 2007، صفحة 109)، ويوجد في شكل روابط محلية على صفحة الواجهة، ويكون التنقل من الأعلى إلى الأسفل، كما يظهر في الصفحات الداخلية ويتيح للقارئ التنقل بين تفاصيل الأخبار والمواضيع المختلفة، ويكون التنقل بشكل منظم ضمن قائمة من

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

الروابط تحوي معلومات حول الحدث مما يوفر للقارئ المستخدم الوقت ويساعده على تحديد الروابط ذات الصلة باهتماماته وتنظيم أفكاره.

ب-النص الفائق الخارجي External Hypertext:

وهو النص الذي يحيل القارئ المستخدم على مواقع خارجية، من أجل توسيع المعرفة والتزود بالمعلومات حول الحدث الذي يعرض في شكل نوع صحفي يتضمن إحالات خارجية، ويتميز النص الفائق الخارجي بقدرته على ربط وتشبيك عدد كبير من المواقع على شبكة الويب، مما يطرح إشكالا حول قدرة الموقع في استقطاب قراء مستخدمين أوفياء ودائمي المتابعة، إذ يعاب عليه إمكانية ترك القارئ للموقع الأصلي، وعدم الرجوع إليه، إضافة إلى ذلك فإنّ الإحالات الخارجية قد تشوّش على تركيز القارئ المستخدم على الحدث، بحيث يجد نفسه غارقا في كم كبير ولا متناه من المعلومات هو في غنى عنها، كما يمكن إنهاء فعل القراءة بسبب التشتت وعدم القدرة على الرجوع إلى مبدأ القصة الخبرية أو غيرها.

كما يتوافر النص الفائق الموظف في شكله التفاعلي بين المستخدمين على المواقع والصحف الإلكترونية في:

ت-النص الفائق والقوى الفاعلة Factor Power & Hypertext:

وهو النص الفائق الذي يحيل القارئ المستخدم على قوى فاعلة في النص مثل؛ "الشخصيات العامة من السياسيين والكتاب، والفنانين والرياضيين... الخ" (محسب، 2007، صفحة 109)، وبذلك يمكن استخلاص نتيجة مفادها أنّ هذا النص الفائق يقوم على نسج علاقة شخصية بين القارئ المستخدم والفاعلين أو المؤثرين من جهة، اشباع رغباته في الاستزادة بالمعلومات حول المواضيع التي تشغله، ويتم الربط بالقوى الفاعلة من خلال توفير مواقع أو البريد الإلكتروني لهذه الشخصيات على موقع الصحيفة.

ث-النص الفائق والقائم بالاتصال Communication & Hypertext:

يقصد به ربط القارئ/ المستخدم بالقائم بالاتصال، سواء بالمؤسسة الإعلامية أو الصحفي منتج المحتوى الصحفي، بحيث تفيد في دعم عملية التواصل بين الطرفين.

3.2.2 توظيف النص الفائق في تحرير الأنواع الصحفية:

تستعرض نظم النص الفائق البيانات والوثائق بطريقة غير خطية، وتستخدمها لأغراض إخراجية كما هو الحال في خريطة الموقع، كما تظهر على شكل عقد ووصلات تحتوي على مفاهيم أو رموز ذات روابط علاقية مبنية على أساس دلالي، يحكمها تنظيم شبكي (Net Work hypertext)

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

(organization)، وتبنى في شكل تنظيم هرمي (Hierarchical hypertext) يقوم فيه الربط على أساس بناءي، يجعل من الصحيفة الإلكترونية أقرب ما يكون إلى النسخة التقليدية الورقية من حيث الانتقال بين الصفحات وعناوين المواضيع، ولعل الأسلوب الأكثر استخداماً في الصحف الإلكترونية المشهورة هو الجمع بين التنظيمين الأولين؛ "حيث يوجد البناء الهرمي بالتوازي مع البناء الشبكي المبني على الدلالات وهذا التنظيم هو الأنسب في البرمجة غير الخطية للصحف الإلكترونية" (العقباوي، 2010، صفحة 217)، وتستغل الصحافة الإلكترونية نظم النص الفائق في المواد الصحفية المنشورة في شكل أنواع صحفية إخبارية وأحاديث صحفية، فكرية، تعبيرية، استقصائية وغيره، وترتب في مضمون النوع الصحفي بغرض:

- تفسير النصوص الطويلة إلى وحدات صغيرة.
- تقديم معلومات ملخصة وتنظيمها في شكل روابط وإحالات.
- ترتيب هذه الروابط وفق احتياجات القارئ.
- فتح مسارات جديدة للنص لتحسين الفهم.
- توسيع رقعة المشاركة في إنتاج مضامين إعلامية اعتماداً على المعلومات المقدمة في محتوى النوع الصحفي.
- عرض أشكال متعددة من المضمون منها الوسائط المرئية والمسموعة، والصور الثابتة والمتحركة والنصوص... إلخ.

بالرغم من أن نمطية الكتابة الخطية السردية المتتابعة (مقدمة-متن-خاتمة) لازالت تمثل الشكل الغالب على معظم الأنواع الصحفية التي يتم تحريرها ونشرها على الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، إلا أنّ الشكل الأفقي الذي يأخذه النص الفائق الذي يتضمنها قد حررها من سيطرة الكاتب على ترابعية قراءة النص، فهو يكتفي بترتيب الروابط التي يسلكها القارئ، وفي هذه الحالة على المحرر الصحفي أن يوظف قدراته في ترتيب الروابط وتنسيق وتنظيم النص وفقاً لاهتمامات القارئ، وقد وضع علماء التصميم والاتصال والمعلوماتية عدد من المعايير لتقييم النص الفائق وهي كما:

أ- معيار ربرت وباتريسيا (Wright & Patricia, 1991):

- وضع كل من ربرت وباتريسيا خمسة معايير لتقييم النص الفائق هي:
- مقدرة النص الفائق في التعبير عن المضمون بدقة.
- رضا القارئ عن النص الفائق وارتباطه من حيث كمية المعلومات.
- تكيف القارئ مع النص الفائق في تناوله من حيث السهولة.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- مهارات القارئ المتعلقة باستخدامه للنص السردي وكيفية مواعته مع الشكل غير الخطي.
- تكاليف الإنتاج والنشر.

ب- معايير برجر ومندي (" (McAdams & Berger, 2001) وهي:

- إعطاء المستخدم خيارات متعددة في الصفحة الواحدة.
- عدم استخدام جمل متشابهة في ربط الصفحات.
- استخدام نفس النص أو الرسوم لكل رابطة.
- وضع دليل شاملا واختيار أفضل الروابط.
- عدم الإكثار من الخيارات.
- إظهار روابط الصفحات التي يهتم بها المستخدمين.
- تجنب الروابط الغريبة.
- عدم إبعاد المستخدم عن الموقع بدون سبب منطقي.
- كتابة الروابط التي تحمل معنى واحد ومحدد.
- عدم استخدام جملة اضغط هنا فهي لا معنى لها.

بالرغم من أنّ المعايير المشار إليها أعلاه قد تخدم الصحفي في تمديد المساحة النصية للقصص الإخبارية، وتشبيك المعلومات التي تتضمنها مختلف الأنواع الصحفية، إضافة إلى إسهامها في تنسيق معارف القراء/المستخدمين وفقا لاهتماماتهم وميولاتهم، إلا أنّ مراعات العقلانية في استخدام النص الفائق أمر لا بد منه حتى لا يشوش ذهن القارئ، وهناك من يعتقد أنّ "النص التقليدي الخطي يساعد الأفراد على تذكر المضمون الإلكتروني بشكل أكبر من النص ذي الوصلات الفائقة" (اللبان د.، 2005، صفحة 139)، وهو ما بينته دراسة M.J.Lee التي استهدفت قياس تأثير النص الفائق على استرجاع القراء للمضمون، في دراسة مقارنة على عينة من القراء الذين يقرأون النص في شكله التقليدي على شبكة الويب مقابل أفراد يقرأون النص الفائق.

في الحقيقة يتفق هذا الطرح مع فروض نظرية التحول الرقمي، وأفكار فيلدر الذي يرى أنّ كل شكل جديد من أشكال الاتصال، يعدّ امتدادا لشكل خاص به ضمن سلسلة من التحويلات والتكيفات التدريجية، وهو ما يدعّمه صمود الكتابة الخطية التتابعية على شبكة الويب التي لا زالت توظف في عديد الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.

3.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم الوسائط المتعددة:

يعتبر التحرير متعددة الوسائط في الصحافة الإلكترونية شكلا من أشكال الإبداع والفن، ويتطلب مهارات عديدة للتعامل مع هذه النظم المتعددة واستخدامها بالشكل الذي يتناسب مع الخصائص التقنية للوسيط الإلكتروني؛ "ونظم الوسائط المتعددة من الناحية الشكلية تعني التعدد والتكامل بين أكثر من وسيلة كاستخدام النص المكتوب مع الصوت المسموع مع الصورة الثابتة والمتحركة في توصيل الأفكار" (برنيس، 2017، صفحة 357)، وتوظيف هذه الوسائط في التحرير الصحفي الإلكتروني بات السمة الغالبة على المواد الصحفية، فاستخدامها يزيد من مرونة الانتقال بين أكثر من بديل من الوسائط، كما تعدّ هذه التقنية مساندة للنص، يعتمد عليها المحرر لإضفاء مزيد من الجمالية والتفاعلية على النصوص المحررة في الصحيفة الإلكترونية، ليصبح الصحفي متحكما بتصميم وإنتاج الصور والفيديوهات واختيار الألوان والأشكال التي يراها مناسبة، وتتعدد مجالات استخداماتها وعرضها في المحتوى، ونظرا لكونها عنصرا تقنيا مستحدثا في بنية النصوص، فقد حظيت باهتمام بالغ من قبل الباحثين الذين حاولوا الاقتراب منها وتحديد مفهوم شامل لها، وهو ما سيتم عرضه في العنصر التالي.

1.3.2 الوسائط المتعددة Multimedia (المفهوم، التعريف، والخصائص):

ينقسم مسمى الوسائط المتعددة إلى مقطعين هما (Multi- Media) حيث تعني كلمة Multi متعددة وتعني كلمة Media وسائط، وهو مصطلح يرمز إلى تقنيات الحاسوب المتطورة التي تُعنى باستخدام أجهزة مختلفة كوسيط لحمل المعلومات، أما المفهوم الإعلامي لمصطلح الوسائط المتعددة فيعرفه معجم المصطلحات الإعلامية بأنها "ركن من أركان الإعلام، وهو العنصر الآلي الذي لا يعدّ في العمل الإعلامي الحديث مجرد أداة صماء، بل عنصر مكوّن وركن من أركان هذا العمل، فمن غير هذه الوسائل لا يكون هناك إعلام" (الفار، 2014، صفحة 351).

ومن ناحية تعريف الوسائط المتعددة فقد شملت عدة تعريفات، حيث تعرفها المنظمة العربية بأنها؛ "تكامل بين أكثر من وسيلة واحدة تكمل بعضها البعض عند العرض أو التدريس...ومن أمثلة ذلك (المطبوعات-الفيديو، الشرائح، التسجيلات الصوتية، الكمبيوتر، الشفافيات، الأفلام بأنواعه)" (ناجي حسن، 2016، صفحة 133).

ويعرفها من الناحية العلمية Fred T.H Ofstetter بأنها؛ "استخدام الحاسوب الشخصي في تقديم ودمج النص والرسم والصوت ولقطات الفيديو بوصلات وأدوات تجعل المستخدم يبحر ويتفاعل ويبدع ويتواصل" (Hofstetter, 2001, p. 3).

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

ومن المنظور الإعلامي يعرفها **وسام محمد أحمد** بأنها؛ "دمج عنصرين أو أكثر من النص- الصورة-الصوت-الفيديو في نظام واحد لعرض الرسالة الاتصالية، أو لتقديم الخبر أو القصة الخبرية في هيئة مختلفة عن الأشكال التقليدية، لتحقيق التنوع والتكامل والتباين في العرض وذلك من أجل دعم الفكرة وتأكيد المعنى" (محمد أحمد، 2018، صفحة 22).

ويرى محمد الأمين موسى بأنها، "توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو بكيفية مندمجة ومتكاملة من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة من أجل تلبية حاجيات المتلقي متكيفة مع قدراته الإدراكية" (موسى م.، 2012، صفحة 312).

من خلال التعاريف السابقة للوسائط المتعددة، يتضح أنّ عنصر الدمج بين أكثر من وسيط هو القاسم المشترك بينها، في حين يشكّل فعل التواصل من أجل بناء المعنى الغاية منها. وبالتالي تستقر الباحثة في تعريفها للوسائط المتعددة في سياق التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية، بأنها دمج بين العناصر الجرافيكية التقليدية (الصورة والرسوم الثابتة)، والعناصر الإلكترونية الحديثة (الرسوم المتحركة ومقاطع الصوت والفيديو) في تصميم وإخراج وإنتاج قصة إخبارية بهدف توجيه المعنى، وخلق مسارات جديدة للتواصل والاستزادة.

وللوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية خصائص يمكن تلخيصها كالآتي:

◀ التفاعلية (Interactivity):

تتسم الوسائط المتعددة بأنها تفاعلية وغير أحادية، ويعني ذلك إمكانية القارئ/المستخدم من التفاعل مع الأنواع الصحفية، والتحكم بالعروض السمعية والبصرية التي ينتقي التعرض إليها بالشكل والوقت الذي يريده، ويكون التواصل مباشراً، كما أنّه صاحب القرار في اختيار المسارات المتفرّعة داخل النص والوسائط للحصول على المعلومات.

- التنوع (Diversity):

تتمثل في العناصر التي تضمها الوسائط المتعددة من نصوص وصور ومقاطع صوتية وفيديوهات ورسوم ثابتة ومتحركة، يتم استخدامها كدعامات فنية وتقنية في عملية تحرير الأنواع الصحفية في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.

- التكامل (Integration):

يمكن أن تحتل الأنواع الصحفية على شبكة الويب أكثر من وسيط، بحيث يؤدي كل نوع وظيفة معينة ضمن سياق النص ومسار المعلومات التي يتضمنها، لتحقيق هدف معين في إطار التكامل الوظيفي وتوجيه النص.

- الجاذبية ومخاطبة الحواس:

من خلال ما تقدمه من رسائل التمثيل الإدراكي التي تتضمنها الأنواع الصحفية على الويب، مثل المؤثرات الصوتية كالموسيقى والبصرية كالصورة والفيديو... إلخ، في منتج ذو جودة عالية، وتمثل الوسائط المتعددة عامل جذب للانتباه، حيث يعتمد استخدامها على قناتين سمعية وبصرية، مما يجعلها أكثر جاذبية للقارئ/ المستخدم، ويعزز من تفاعله مع المحتوى المنشور واهتمامه به.

ويتم توظيف الوسائط المتعددة في (Dunham, 2019, p. 14):

- الأخبار العاجلة، الأعمدة، التعليقات، المدونات، القصص الإخبارية.
- التصوير.
- صور متحركة.
- عروض الشرائح ومعارض الصور.
- عروض الشرائح مع الصوت.
- البودكاست السمعية.
- بودكاست الفيديو.
- الرسومات التفاعلية.
- رسوم متحركة.
- الذكاء الاصطناعي.

2.3.2 عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية:

وتتمثل في الفيديو والصوت والصور والرسوم المتحركة (فراج حسن، 2019، صفحة 80):

أ- الفيديو (Video):

من أهم وأكثر الوسائل تأثيراً، إذ يضم مجموعة من الوسائط التي تعمل ضمن نسق واحد منها النص والصورة والصوت، والمؤثرات الجانبية مثل الحركة، وتتوقف جودة انسيابية وعرض الفيديو على ذاكرة الحاسوب وسرعة تدفق الإنترنت، بالإضافة إلى قوة وسرعة المعالج المركزي للحاسوب، ويمكن أن

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

يستخدم الفيديو لدعم القصص الإخبارية وجعلها أكثر إقناعا وجمالا، ويوجد برامج عديدة لإنشاء وتطوير الفيديو، وهو ما يعرف بالفيديو جرافيك بحيث يمكن إضافة المؤثرات والأنمايشن والصور والبيانات عن طريق بعض البرامج مثل Adobe after Effects.

ب- الصوت الرقمي (Digital Voice):

من الوسائط المتعددة المهمة، من حيث قدرته على تسهيل الفهم وتكميل المعنى الذي تحمله الصورة، كما يعزز الصوت والموسيقى العملية التفاعلية في الأنواع الصحفية الإلكترونية، وينقسم إلى نوعين الموسيقى Music والخطاب Speech، وهناك تنسيقات عديدة منها WAV, AIEF, MP3، إلى جانب الصوت الميدي (Midi Sound) وكارت الصوت (Sound Card)، وتعدّ ملفات الموسيقى الحديثة mp3 أكثر الأنواع استخداما في الأنواع الصحفية على شبكة الويب، نظرا للخصائص التي ينفرد بها، إذ يتميز بالجودة والنقاوة العالية، والمرونة في التخزين، وإمكانية النسخ، ويتم في العادة تقديم الملفات الصوتية عن طريق العرض المتدفق كما تتيح بعض المواقع الصحفية إمكانية التحميل والنقل.

ت- الصور والرسوم المتحركة (Motion Pictures- Animation):

تعدّ الرسوم المتحركة أسلوبا من أساليب العرض الحي، حيث تساهم الحركة في تعزيز اللغة المنطوقة، وتأتي الصور والرسوم المتحركة في شكل؛ "عرض نموذج حي للحركة أو عرض صور متحركة أو رسوم متحركة" (فراج حسن، 2019، صفحة 81)، وتستخدم الصور تحديدا بشكل مركز في مختلف الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية، وتمثل أكثر وأهم الوسائط المتعددة شيوعا، والقاسم المشترك بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية، غير أنها يمكن أن تتعدد في الموضوع الواحد مقارنة بالصحف المطبوعة، كما تستخدم أيضا عروض الشرائح في شكل ألبوم للصور أو منفردة، وتأتي ثابتة مثل الكاريكاتير والصور البيانية، وصورة أرشيفية ومتحركة بتقنية الإيحاء الحركي، أو ما يسمى بالرسوم المتحركة تظهر في شكل سلسلة من الرسوم أو الصور المنفصلة تعرض متتالية في حركة متسلسلة سريعة تضيف حيوية؛ "وتأتي على شكل رسوم معقدة مثل أفلام الكارتون أو بسيطة مثل تحريك الأجسام على الشاشة، كما تأتي إما ثنائية الأبعاد أو ثلاثية الأبعاد" (خلف، 2015، صفحة 723).

ولفهم آلية عمل الوسائط المتعددة لجأ الباحثون في مجال علوم الإعلام والاتصال إلى دراستها كعنصر أو عضو له وظائف معينة، يؤديها ضمن النسق الكلي لعملية التحرير الصحفي الإلكتروني بمعايير خاصة تتفق ونظم النص الفائت بهدف تحقيق التفاعل، وعليه فإنّ توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الإلكترونية يستدعي مراعاة جملة من الضوابط أهمها:

- جودة الصور والألوان ووضوحها.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- تنسيق الصور وإدراج تعليق عليها للتعريف بها.
- تنوع توظيف الوسائط والمزج بين العناصر النصية والجغرافية والصوتية والمرئية.
- التركيز على الأهم عند إخراج الفيديو، مع مراعاة الاختصار قدر الإمكان في اللقطات والمقاطع والحجم.

3.3.2 توظيف الوسائط المتعددة في تحرير الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية:

تستخدم الوسائط المتعددة في التحرير الصحفي الإلكتروني لدعم المضامين الإعلامية ومختلف الأنواع الصحفية، وتكريس تفاعل الجمهور المستخدم مع النصوص الجامدة، حيث يرى Gibbs " أنه يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات تحسين الاتصال وإثراء المواد المقدمة عبرها" (بسيوني، 2004، صفحة 11)، فهي تمثل السمة الشكلية المستحدثة التي أضافت إلى المحتوى النصي في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية أنواعا أخرى من الوسائط، بهدف إيضاح المعاني عن طريق استغلال ودمج مستحدثات البيئة الرقمية، من نصوص وصور ثابتة ومتحركة وفيديوهات ووسائط سمعية وتأثيرات مختلفة، لتوصيل المعنى في بيئة افتراضية تحاكي الواقع.

إنّ عملية تبني هذا المبتكر الجديد في التحرير الصحفي الإلكتروني كان له امتداد على طرائق جمع الأخبار وتحريرها ونشرها على الويب، ولم تعد الأنواع الصحفية مجرد سرد أو وصف أو تحليل أو تقصى للأحداث بل أصبحت صناعة تكنولوجية بأبعاد إعلامية.

1.3.3.2 استخدام الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الإخبارية:

عرفت صناعة الأخبار والتقارير الصحفية في الصحافة الإلكترونية تطورا كبيرا على المستوى الفني والتقني والمهني، حيث حققت امكانيات النقل الفوري للأخبار بالنص والصورة والصوت وقت حدوثه أو ما يسمى بالتزامنية في نقل الحدث، مع إمكانية تعديله أو إضافة تفاصيل جديدة عن طريق إدراج الوسائط المتعددة كتقنية مساندة للتحرير الصحفي، ومساهمة في خلق أنواع جديدة؛ "وفي هذا الاتجاه يمثل التقرير الوثائقي الإلكتروني Web documentaire إحدى المحاولات الجديرة بالذكر لابتكار صنف صحفي خاص بالصحافة الإلكترونية...يحاول أن يتجاوز البعد الأحادي للخبر الكلاسيكي" (الحمامي، 2009، صفحة 89)، إضافة إلى الملف الصحفي الذي يتناول قضية من مختلف الجوانب وتوظف فيه مختلف الفنون الصحفية واستخدام المصادر ومتابعة الموضوع بشكل موسّع، كما قد يشترك في إعداده أكثر من صحفي.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

كما أنّ الكتابة الآنية والمتجددة كسرت الطابع المتأني للأخبار والتقارير الصحفية كاستجابة طبيعية لضغط التدفق المستمر للأخبار التي يعاد صياغتها في كل مرة، وأصبح الخبر يكتب ويقرأ باستخدام النص الفائق ويسمع ويشاهد بفضل الوسائط المتعددة من صورة، صوت وفيديو، وتأثرت بنيته بمتغيرات البيئة الإعلامية الجديدة متعددة الوسائط لتعيد تشكيل نفسها بسمات حديثة، ويشرح الدكتور سيف الدين عبان هذه العملية بالقول أنّه؛ "عندما تمتص الشبكة وسيطا ما، فإنّها تعيد إنشائه على صورته الخاصة، فهي لا تصهر الشكل المادي للوسيط فحسب، بل تقوم بتضمين محتوى الوسيط مع الروابط التشعبية...، وتحيط المحتوى بما يشبهه من جميع الوسائط الأخرى التي امتصتها، وكل هذه التغيرات في شكل المحتوى تغير أيضا طريقة استخدامنا وتجربتنا وحتى فهمنا له"، وتمثل هذه الصورة واقعا يدعمه النموذج المهجن (Hybrid Model) لجورج جلد (Gerge Gilder) القائم على النموذجين الاستاتيكي والديناميكي، الذي يعكسه العناصر البنائية التقليدية في تحرير المواد الصحفية ويقصد بها النص والصورة، والعناصر البنائية الرقمية كالصوت والفيديو والصور والرسوم المتحركة المتممة لعملية تسليم المنتج الصحفي في الوقت المناسب للقارئ على شبكة الإنترنت.

2.3.3.2 استخدام الوسائط المتعددة في الحديث الصحفي:

يمثل الحديث الصحفي الإلكتروني أحد أهم الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة، حيث تتنافس اليوم المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية على تقديمه بشكل أكثر جاذبية وإثارة للأحاسيس، بفضل ما تجود به تكنولوجيا الوسائط المتعددة، وهو ما يتطلب تدخل فريق كامل من المختصين يضم محرر الحديث وأخصائي التصوير والإضاءة والديكور، وبات بذلك عملا جماعيا يتشارك فيه الفاعلين من أجل إنتاج وإخراج الحديث الصحفي، ويأتي الفيديو في مقدمة الوسائط الأكثر ارتباطا بالأحاديث الصحفية، حيث يرصد بفضل لقطاته المدروسة تعابير الوجه والإيحاءات والتفاصيل التي تمثل حجر الزاوية في هذا النوع الصحفي، كما أنّ مؤثرات الصوت لا تقل أهمية عن الفيديو باعتبارها تحاكي الأحاسيس وتكمل المشهد أو اللقطة.

3.3.3.2 استخدام الوسائط المتعددة في التحقيق الصحفي:

يشهد العالم ارتفاعا ملحوظا في المشاكل والأزمات المحلية والإقليمية والدولية، مما عزز من مكانة وأهمية التحقيقات الصحفية المتواجدة ضمن باقة الأنواع الصحفية التي يتم تحريرها ونشرها يوميا بالمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية على شبكة الويب، ومع تزايد حرية الصحافة وتنوع قضايا المجتمع ومشاكله، تخصص العديد من الصحفيين في صحافة الاستقصاء والتحري، ومع التطور التكنولوجي والانفتاح واتساع رقعة التغطية الجغرافية للتحقيقات في خلفيات الأحداث ومجرياتها ومآلاتها، برز

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

الاهتمام بتوظيف الوسائط المتعددة بأنواعها المختلفة، واستخدامها كمصادر لتوثيق الحقيقة، ما يضيف على التحقيقات الصحفية الحيادية والمصادقية، وتكتسي كل الوسائط المتعددة نفس الأهمية، بشرط أن تكون موثقة من مصادر أو شهود عيان، دون الإخلال بالنصوص القانونية وأخلاقيات المهنة الصحفية، وتحل الصورة والفيديو والصوت والبيانات والرسومات الموثقة محل الوثائق الرسمية في التحقيقات القضائية، وبالتالي فاستخدام أي من الوسائط المتعددة في التحقيق الصحفي الإلكتروني لا ينقص من أهميته، ومع ذلك يبقى توظيف أكثر من وسيط أمراً مستحبا لضمان أكثر مصداقية للتحقيق الصحفي.

4.3.3.2 استخدام الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الفكرية والتعبيرية:

يبدو أنّ الأنواع الفكرية لا تولي الأهمية ذاته التي توليها الأنواع الصحفية الأخرى في توظيفها للوسائط المتعددة الإلكترونية من صوت وفيديو، ويعود ذلك إلى وظيفتها القائمة أساساً على التفسير والتحليل والمحاكاة والتعليق باستخدام النص الخطي أو المتشعب على غرار المقال الصحفي بأنواعه والتعليق الصحفي حيث يشكل النص أهم الوسائط.

أما الأنواع التعبيرية فهي أكثر انفتاحاً على استخدام الوسائط المتعددة باستثناء الكاريكاتير أين تمثل الرسوم الثابتة دون غيرها جوهره، وتغني بذلك عن النص والفيديو والصورة والصوت وتطلق العنان للفكر في تأويل المعنى وفقاً للمرجعية المعرفية والثقافية وغيرها.

أما بالنسبة للربورتاج والبورترى اللذان يعتمدان الأسلوب السردى الوصفي، فإنّ استخدام الوسائط المتعددة تمثل الركيزة الأساس نظراً لخصوصية كل من النوعين إذ؛ "يقوم البورترى برسم شخصية معروفة أو مجهولة من خلال استعراض خصائصها، أي سيرتها الذاتية، نشاطاتها، تصريحاتها، طريقة حياتها، مظهرها البدني" (لعياضي، 2007، صفحة 84)، والأمر ذاته بالنسبة للربورتاج، غير أنّ الأخير يركز على الحدث بينما الأول يركز على الشخصية، وبالتالي فإنّ توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع التعبيرية يعدّ عنصراً استراتيجياً في البناء الفني والتقني له.

وتميل معظم الأنواع الفكرية والتعبيرية على شبكة الويب إلى استخدام النص المجزأ إلى فقرات قصيرة بسبب طول النص وغزارة الأفكار التي يتضمنها، ويتباين استخدامها للوسائط المتعددة نظراً للوظيفة التي يؤديها كل نوع، وعلى ضوءها يمكن اتخاذ قرار استبعاد أو التركيز على وسائط بعينها دون غيرها، خاصة الديناميكية منها كالصوت ومقاطع الفيديو للتأثير في القارئ/المستخدم.

وعليه يمكن القول إنّ استخدام الوسائط المتعددة في التحرير الصحفي خلق جيلاً جديداً من الكتابة، زادت من قوة عرض المواد الصحفية وأنتجت أنواعاً تحريرية مزجت بين الفكرة ودلالاتها، وبين التقنية والفن.

4.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لاحتياجات المستخدم المنتج "التفاعلية وتحديث

المحتوى":

1.4.2 التفاعلية (المفهوم والأبعاد):

أجمعت نماذج الاتصال التقليدية في محاولتها لتوصيف العلاقة الكامنة بين وسائل الاتصال والمتلقي، بدء من نموذج أرسطو الذي ركز على الخطيب، مروراً بنموذج لاسويل الذي أضاف على سابقه الوسيلة والمتلقي والتغذية الراجعة، ونموذج جورج جينر وشانون وويفر ونموذج بيرلو وغيرها على أحادية اتجاه الاتصال في وسائل الإعلام التقليدية، بينما أكدت النماذج التفاعلية على ديناميكية الاتصال في وسائل الاعلام والاتصال الحديثة، وأنّ عملية الاتصال إما تحدث في اتجاهين Two Way communication أو في اتجاهات متعددة Multi-direction model، يحركها الاتصال الذي يعدّ شرطاً من شروط التفاعلية، ولا يمكن حدوثه دون تفاعل، بحيث تمثل تلك العلاقة الارتباطية جوهر العملية التفاعلية.

ومنذ أواسط القرن العشرين بدأ الحديث عن التفاعلية حين؛ "أكد Wiener 1948 على أهمية رجوع الصدى كعنصر أساسي من عناصر العملية الاتصالية، وأعقب ذلك صدور كتاب ولبر شرام Wilburshranm عام 1954 عنوانه عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها، والذي جاء فيه أول إشارة لمصطلح التفاعلية" (بورقعة، 2013، صفحة 254)، حيث أكد شرام على مفهوم مجال الخبرة المشتركة بين المصدر والهدف، وأهميته في تعزيز العملية الاتصالية التفاعلية Interaction communication process، وأضاف روز إلى ذلك أهمية السياق والبيئة التي يحدث فيها الاتصال، لكن الاهتمام بدراسة التفاعلية كعملية ديناميكية لامركزية محركة للاتصال، بدأ فعليا مع تطور وسائل الاتصال وانتشار شبكة الإنترنت وتحول وسائل الإعلام إلى الفضاء الإلكتروني، حيث حاول العديد من الباحثين في مجال تكنولوجيا الاتصال دراسة التفاعلية على شبكة الإنترنت بهدف الوصول إلى تعريف دقيق يضبط مفهوم التفاعلية ويحدد أبعادها ويرصد أدواتها واستخداماتها.

1.1.4.2 مفهوم التفاعلية Interactivity:

تعني كلمة التفاعلية في معاجم اللغة العربية فعل الشيء أي عمله، أما في أصل الكلمة اللاتيني فهي مركبة من قسمين Inter وتعني بين أو وسط و Activus تعني الممارسة، أما معناها في اللغة الإنجليزية Interactivity أي ممارسة تفاعل بين إثنين.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

والتفاعلية مفهوم واسع يستخدم في كثير من المجالات، وهو من أكثر المصطلحات شيوعاً في علم تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ويرتبط مصطلح التفاعلية بتكنولوجيا الاتصال التفاعلي منها الاتصال الكمبيوترية والاتصال التفاعلي والفضاء الافتراضي وغيرها من المصطلحات، وتتعدد تعريفات التفاعلية في مجال الاتصال نذكر منها:

تعريف التفاعلية **جودج Guedj** وزملاءه عام 1980 وهو من أولى الاجتهادات لتعريف التفاعلية، حيث عرفوها بأنها "منهج التحكم في النظام عن طريق تغذية راجعة بنتيجة فعله وأداءه السابق" (الموسى، 2013، صفحة 131).

وفي ذات السياق قدم **هايكل (Haeckel)** تعريفه للتفاعلية عام 1998، بعد رصده لتعريفات خبراء الاقتصاد، وحدده بأنه "اتصال من شخص لآخر مع إتاحة الفرصة لرجع الصدى" (شاهين، 2014، صفحة 152).

من الواضح أنّ كل من جودج وهايكل قد ركزا على رجع الصدى أكثر من عملية التفاعل (Interavtive process ذاتها، وهو ما يعكس توافقاً في التوجه الفكري للباحثين مع ما قدمه وينر وولبر شرام في تعريفهما للتفاعلية.

وحاولت **سبيرو كياوسيس Spiro Kiausis** عام 1999 تحديد مفهوم إجرائي نظري للتفاعلية، بعد مسح التعريفات التي توصلت إليها الدراسات السابقة، حيث قدمت خلفية عامة عن الاتصال التفاعلي والتفاعلية وخلصت إلى أنّ؛ "التفاعلية تعدّ عاملاً نفسياً وإعلامياً يتغير وفقاً لتقنيات الاتصال أو بناء هذه الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالية وإدراك الجمهور" (اللبان د.، 2005، صفحة 82).

ولم تكن دراسة كياوسيس الوحيدة التي أكدت على البعد النفسي للعملية التفاعلية، فقد سبقتها دراسات عديدة منها دراسة جون نيوهاجن John Newhagen وآخرون عام 1995، عندما قاموا بتحليل 650 رسالة بريد إلكتروني تم إرسالها إلى محطة NBC، لمعرفة مدى إدراك المتلقي للتفاعلية عند استخدامه للبريد الإلكتروني، ولتحقيق الغاية قام الباحثون برصد المتغيرات النفسية التي تحكم مستوى العلاقة التي تربط المستخدم بالقائم بالاتصال، وخلصت الدراسة إلى؛ "أنّ البريد المرسل إلى المحطة كان يعكس إحساس المرسل بعمق العلاقة بينه وبين القائم بالاتصال مما يجعل الاتصال أكثر تفاعلية وجدوى (Newhagen, Cordes, & Levy, 1995)

أما بخصوص التفاعلية كمفهوم إعلامي في البيئة الاتصالية والإعلامية يرى **ميلسون Millison** بأنها "الاستجابة اللحظية للمادة المقدمة من قبل الصحفي الإلكتروني" (اللبان د.، 2005، صفحة 92).

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

وتعني في الصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية تحديداً؛ "الذكاء الجماعي والشراكة أو الاقتسام Sharing والذي يدل على مشاركة الجميع في إنتاج المادة الإعلامية وتوزيعها" (لعياضي، 2016، صفحة 173).

ومن خلال القراءة المنهجية لعدد من الدراسات التي اقتربت من مفهوم التفاعلية في الصحافة الإلكترونية خاصة، ترى الباحثة أنّ التفاعلية في الصحف والمواقع الإخبارية هي تلك العملية الاتصالية الديناميكية التي تحدث بين المستخدمين في الفضاء الافتراضي، تدعمها تكنولوجيا الإنترنت والحواسيب ومستحدثات البيئة الرقمية، بغرض تحقيق أهداف اتصالية بأبعاد تواصلية تشاركية ومعلوماتية تقنية وهي:

أولاً-تواصلية تشاركية:

تتعلق بالتفاعل بين المستخدمين، ومنهم المرسل والقوى الفاعلة وعامة القراء، بالاعتماد على أدوات تفاعلية التي يوفرها الوسيط الإلكتروني، قد تكون تزامنية مثل غرف الدردشة والحوار والنقاش أو غير تزامنية مثل البريد الإلكتروني ومساحات التعليقات، والمشاركة عبرها في خلق أنماط اتصالية جديدة لإنتاج المضامين الإعلامية، من خلال أدوات تسمح بأرشفة واسترجاع وإعادة توزيع المحتوى الإعلامي، والمشاركة في إنتاج المعنى وربط رأس المال الاجتماعي.

ثانياً-تفاعلية معلوماتية تقنية:

وتعني "الأدوات التي تمد المستخدم بالمعلومات التي يريدها، سواء أكان ذلك عن طريق مدخلاته إلى النظام مثل محركات البحث والأرشفة، أم اختياره بين مجموعة من البدائل المعلوماتية مثل خريطة الموقع" (محسب، 2007، صفحة 217).

وعليه يمكن القول بأنّ التفاعلية أحدثت شرخاً في مبدأ أحادية اتجاه الاتصال وسلبية المتلقي الذي ساد لعقود، وأسست لنموذج حديث يقوم على ثنائية أو تعدد اتجاه الاتصال، يؤدي فيه المستخدم المنتج الدور الأساس في إعادة صياغة وإنتاج المعنى في إطار عملية تفاعلية معقدة بأبعاد تواصلية تشاركية ومعلوماتية بين حلقات السلسلة الاتصالية، قد تكون بين المرسل والمتلقي وبين المستخدم والآلة أو بين الرسالة وقارئها.

2.1.4.2 أبعاد التفاعلية:

اجتهد العديد من الباحثين في مجال التصميم والاتصالات لوضع أبعاد للتفاعلية نذكر منها:

أ- تصنيف ناثن شيردوف: يقوم على ستة مكونات هي (مكادامز، 2015، صفحة 51):

- مردود.

- تحكم.
- إبداع.
- إنتاجية.
- اتصالات.
- قدرة على التكيف.

من خلال عرض للقائمة أعلاه والمتضمنة أبعاد التفاعلية، يتضح أنّ شيردوف في تقديمه لأبعاد التفاعلية لم يشر إلى اتجاه الاتصال في الصحافة، بالرغم أنّه يؤمن أنّها تسير في اتجاه أحادي، لكنه في الوقت ذاته يؤكد على أنّ لمرودود القراء (التعليقات والتفاعل بين المستخدمين) تأثير على القائم بالاتصال.

ب- تصنيف الباحثان إدوارد جي داونز Ewouard Downes وسالي جي ماكميلان Sally

1998 McMillan: وتضم قائمة من ستة أبعاد هي:

- اتجاه الاتصال: يسير في اتجاه واحد بالنسبة لوسائل الاتصال الجماهيرية واتجاهين في الاتجاه الشخصي.
- المرونة الزمنية: الاتصال إما متزامن وفوري أو غير متزامن مخزن في أرشيف الموقع.
- الإحساس بالمكان: بالحضور أو الحضور الافتراضي.
- مستوى التحكم: من يتحكم القائم بالاتصال أو المتلقي.
- القدرة على الاستجابة: عملية تداول المحتوى من قبل المتلقي، ومدى قدرته على الاستجابة له.
- الغرض المدرك من الاتصال: الهدف من وراء عملية التفاعل متعددة الإعلان الإعلام الإقناع...إلخ.

من الواضح أنّ النموذج الذي اقترحه الباحثان يؤكد على ثنائية الاتجاه في عملية الاتصال التفاعلية ذات البعد التبادلي الإعلامي، مع الأخذ بعين الاعتبار الهدف من الاتصال واتجاهه والتحكم والجهد المبذول وزمن التفاعل.

ت- تصنيف جينز جنسن: وضع ثلاث أبعاد للتفاعلية وهي:

- التحادثية: مدى قدرة المستخدم لإنتاج رسالة في نسق إعلامي ذو اتجاهين.
- الانتقائية: مدى قدرة المستخدم على انتقاء الأدوات التفاعلية المتوفرة من مجموع الخيارات المتاحة أو التقدم بطلبات حسب ميولاته ورغباته.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- التسجيلية: مستوى إمام المستخدم بالمعلومة واستخدامها في إطار التشاركية مع المستخدمين.
ث- تصنيف لوتز غويرتز: يقوم تصنيفه على التمييز بين عدد الاختيارات ومجالات الاختيارات الممكنة لدى المستخدم، بحيث صنف أبعاد التفاعلية على النحو التالي (مكادامز، 2015، صفحة 53):

- درجة الاختيارات المتاحة.
 - عدد الاختيارات والتعديلات المتاحة (مكادامز، 2015، صفحة 53).
 - درجة الخطية أو عدم الخطية.
- لقد اهتم غويرتز وجنسن ببعد الخيارات والانتقاءات وكيف أنها تسهم في العملية التفاعلية، غير أنّ غويرتز ركز في تحديده لأبعاد التفاعلية على القيمة الكمية لمستوياتها، المتمثلة في عدد الاختيارات والتعديلات المتاحة للمستخدمين، ولم يذكر ما إذا كانت تمثل معياراً للأفضلية، في حين ربط جنسن مستوى التفاعلية وأهميتها بمدى قدرة المستخدم على الانتقاء من مجموع الخيارات المتاحة وجعل من المستخدم محور العملية التفاعلية.

ج- تصنيف سالي ماكملان وجانج Hwang Jang-Sun & Sally McMillan 2002 (الليان د،، 2005، صفحة 89):

- استهدفا التعرف على المقاييس المحددة لإدراك الجمهور المستخدم للتفاعلية المتاحة على المواقع التجارية واقترحاً مقياس جديد من ثلاث أبعاد هي:
- اتجاه الاتصال: يؤكد على حتمية ثنائية الاتجاه في الاتصال حتى يكون تفاعلياً.
 - السيطرة والتحكم: وعي وسيطرة المتلقي من خلال التحكم في الإبحار والتحكم في الاختيار بين الأدوات التفاعلية المتاحة.
 - الوقت: وتعني مدى سرعة إرسال المعلومات واستقبالها وتحميلها من طرف المستخدم والوقت الذي يمضيه في تحميلها.

في قراءة للتصنيفات أعلاه تلاحظ الباحثة أنّ كل النماذج قد أشارت إلى التحكم على الرغم من عدم الإشارة إلى ما يتم التحكم فيه، ومن يتحكم في العملية التفاعلية، كما أنّها اتفقت على ثنائية أو تعدد الاتجاه في العملية الاتصالية، بالتالي فإنّ اتجاه الاتصال وسيطرة المستخدم على عملية الاتصال يعدّان بعدان أساسيان لا تتحقق التفاعلية من دونهما، وهو ما أكدت عليه دراسة ماكملان في عام 2002.

2.4.2 أدوات وأشكال التفاعلية في الصحف الإلكترونية وخدماتها:

قبل الحديث عن أشكال التفاعلية، لابد من الإشارة إلى أنّ التفاعلية بحد ذاتها لا تتحقق من دون الأطراف الرباعية كحد أدنى لعملية الاتصال وهي المرسل، الرسالة، الوسيلة (الوسيط) والمستقبل، وتعدّ التفاعلية متغيراً مهماً في تفعيل التجاوب في الاتصال الشخصي والجمعي، ويحدث هذا التجاوب إما بشكل مواجهي في الواقع، أو بشكل افتراضي تزامني أو غير تزامني على الحامل الموصول بالإنترنت أو برامج الاتصال التي تربط برامج الكمبيوتر ببعضها البعض، وهو المحرك المركزي لهذه الاستجابة. وتقود الحاسبات الإلكترونية Computer Mediated Communication (CMC)، عمليات التواصل والتفاعل البشري بالاعتماد على تقنيات وأدوات مصممة لهذا الغرض، بحيث تقدم أشكالاً متفاوتة، منها مصممة على شكل معالم تفاعلية كأدوات التصفح عبر محركات البحث، والوسائط الفائقة وغيرها. ويحتوي Computer Mediated Communication الأشكال الاتصالية التفاعلية التالية (محبس، 2007، صفحة 208):

- البريد الإلكتروني Electronic Mailing.
- لوحة النشر الإلكتروني Bulletin Boards .
- جماعة المناقشة Discussion Groups .
- برمجيات المؤتمرات Conferencing Software .
- الشبكة العنكبوتية World Wide WEB .
- حجر التثرة IRC.
- بيئة الصفحات البيضاء Whiteboard environments .
- أعمال تدفق التطبيقات World Flow application

أما في الصحافة الإلكترونية، يقدم ميلسون Millison بعض الأدوات التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية التي تتيح مجموعة من الخدمات تضمن الاستجابة الفورية للمضامين الصحفية التي يحررها الصحفي الإلكتروني، وتأخذ شكل البريد الإلكتروني ورجع الصدى Feedback والتعليقات، ويمكن للقائم بالاتصال الاستفادة منها في بناء الرسالة، كما يمكن للقراء اقتراح موضوعات وخلق فضاء تحريري تشاركي، ويضيف حلمي محمود محمد أحمد محسب أدوات تتعلق بالجهاز أو الآلة، وتساهم في تسهيل التصفح والبحث والاطلاع على الموضوعات حسب اختيار القارئ/المستخدم.

وعليه يمكن تصنيف الأدوات التفاعلية في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية وفقاً للخدمات المقدمة في شكلين وهما أدوات تواصلية تفاعلية وأخرى معلوماتية آلية:

أولاً: تفاعلية تواصلية تشاركية:

يقصد بها الأدوات التي توفر خدمة التواصل بين المستخدمين والقائم بالاتصال أو المستخدمين فيما بينهم بحيث يكون الاتصال ثنائي أو متعدد الاتجاهات، ومن بين هذه الأدوات:

أ- خدمة التعليق أو رجع الصدى (Feedback) على محتوى الإلكتروني للصحف:

تتيح إمكانية مشاركة جمهور القراء /المستخدمين في العملية التحريرية، ويمكن أن يكون في شكل تعليق أو ما يسمى بـرجع الصدى الفوري «Instant feedback»، وتساهم ردود الفعل التي تأتي غالباً في نهاية النص الصحفي في خلق بيئة حوارية ومحادثة وتفاعل جماهيري.

ب- خدمة الاستفتاءات (سبر الآراء) (Polls):

تقوم على استفتاء جمهور القراء المستخدمين واستطلاع آراءهم حول قضية مركزية تشغل الرأي العام الوطني أو الإقليمي أو الدولي، أو فيما يقدمه الموقع الصحفي من خدمات إخبارية وغيرها، عن طريق آلية التصويت الإلكتروني، وتوفر بذلك الوقت أمام القائم بالاتصال للتعرف على سمات وخصائص جمهوره.

ت- منتديات الحوار (Forums):

تتميز المنتديات عن غيرها من الخدمات التفاعلية التي تقدمها الصحف على مواقع الويب بكونها تجمع أعضاء لديهم اهتمامات مشتركة عادة مجموعات مركزة، تجتمع في الفضاء الافتراضي للنقاش والتفاعل التزامني حول موضوع محدد أو عدة موضوعات، وتستخدم المنتديات تقنية «Bulletin board system» التي تسمح للصحف بتعديل أو حذف المشاركات الواردة، وتسهم هذه الخدمة في تعزيز سمة التفاعلية للموقع.

ث- البريد الإلكتروني (E-mail):

من الخدمات التفاعلية غير المباشرة، تسمح بإرسال وتبادل رسائل بين القراء /المستخدمين ومحري الصحيفة أو الصحيفة ذاتها كشخص معنوي، عن طريق إما البريد الخاص بالصحفي أو البريد الخاص بالصحيفة أو بالقوى الفاعلة أو مواقع خدمية، وتهدف من خلال هذه الخدمة إلى ربط المستخدم بالموقع، وتتوسع هذه الخدمة في الصحف الكبيرة، بحيث تقدم ميزة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع لإرسال واستقبال الرسائل على أي وسيط إلكتروني موصول بشبكة الإنترنت.

ج- حجرة التثرثرة (Chat):

وهي تطبيق للتفاعل المباشر في الوقت الحقيقي Real time بين القراء/المستخدمين بعضهم البعض وبينهم وبين الصحفيين، وتتميز بأنها رسائل قصيرة جدا لا تتجاوز السطرين، يسهم خلالها القارئ بإثراء المادة الصحفية.

ثانيا: تفاعلية معلوماتية آلية:

وقفا لحلمي محمود محمد أحمد محاسب؛ "يقصد بها الأدوات التي تمدّ المستخدم بالمعلومات التي يريدها سواء أكان ذلك عن طريق مدخلاته إلى النظام أو اختياره من بين مجموعة من البدائل المعلوماتية" (محاسب، 2007، صفحة 218) ويصنفها إلى:

أ- أدوات تفاعلية معلوماتية آلية تتعلق بمدخلات المستخدم إلى النظام وهي:

- محركات البحث (Search Engine):

من أدوات التفاعلية المعلوماتية المتعلقة بالآلة، وهو برنامج بحثي يقوم على خورزميات الإنترنت وبرمجيات الوسيط الإلكتروني، بحيث؛ "يرسل المحرك البحثي العنكبوت (Crawler) يقوم بفحص الإنترنت آليا وتسجيل ما يجده من صفحات ويصنفه في الفهرس المخصص للموضوعات وفقا لترتيب قاعدة البيانات (محاسب، 2007، صفحة 218)، ويسمح ذلك للمستخدم سواء أكان القائم بالاتصال أو القارئ المستخدم من استرجاع الصفحات أو المعلومات ذات الصلة بمدخلاته من كلمات أو جمل مفتاحية في محرك البحث، الذي يستدعي تلك المعلومات سواء أكان البحث داخل الصفحات أو بينها.

- الأرشفة (Archiving):

يقصد بالأرشفة حفظ الصحيفة لموضوعاتها بصورة منتظمة، بحيث يمكن استرجاعها والوصول إليها بسهولة، وتتباين عملية الأرشفة في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، إذ يعتمد بعضها على الترتيب الزمني للأحداث وأخرى التحديث الزمني للأعداد، بحيث تكون الموضوعات مأرشفة وفقا لترتيب صدور الأعداد الخاصة بالصحيفة، ومنها من يعتمد على الأسلوبين بحيث تحفظ الموضوعات والأعداد المنشورة في ملفات مرتبة ترتيبا زمنيا باليوم والشهر والسنة، وتعّدّ عملية التحديث « Updating » هي الفيصل في تحديد الأرشفة.

ب- أدوات تفاعلية معلوماتية تتعلق باختيارات المستخدم من بين مجموع البدائل المعلوماتية وهي:

- خريطة الموقع (Sitemap):

وتعني بنية هندسية للمعلومات، تقدم فيها محتويات الموقع على شكل فهرس لصفحات الموقع، بحيث يزود محركات البحث بمعلومات حول محتوى الصفحة أو الموقع صور ومقاطع فيديو وما إلى

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

ذلك، تجعل المستخدم يتصفح بطريقة مبسطة وسهلة وتفيد في التعرف على الموقع، كما تساهم في تحسين تصنيف الموقع ومرئيته.

3.4.2 تحديث المحتوى في الصحف والمواقع الإلكترونية:

بفضل الإمكانيات التي تقدمها الوسائط الرقمية، بات بالإمكان تقديم الأخبار بطريقة آنية ومباشرة عن طريق التحديث المستمر للأخبار وتعديلها وإضافة تفاصيل إليها أو حذف جزء منها أو كلها، ويشمل ذلك النصوص والصور والرسوم والفيديو والصوت والموسيقى، وتعدّ خاصية تحديث المحتوى من الخصائص التقنية الهامة في الصحافة الإلكترونية، حيث تُكسب الموقع أو الصحيفة الإلكترونية ديناميكية تجعل منها؛ "كيان إخباري رقمي مرتبط بتواتر الأحداث، يقوم بنشر الأخبار والصور والتصاميم الفنية والرقمية والوثائقية السمعية أو البصرية أو النصية ذات العلاقة بالحدث، معتمدة على التحديث الدائم للمعلومات بما ينسجم مع تواتر الأحداث عبر الإنترنت" (خالد و محمد ، 2011، صفحة 223).

وفي ظل الانفجار في تداولية المعلومة والأخبار، أصبح من الصعب مجازاة الكم الهائل منها، لذلك تلجأ بعض المواقع والصحف الإلكترونية إلى التغطية الخاصة لبعض الأحداث الآنية وتلك التي تشغل الرأي العام في شكل شريط للأخبار العاجلة، توظف فيه العناصر التيبوغرافية المناسبة من ألوان وخطوط لعرضه بشكل جذاب تتناسب مع خصائص الوسيط الإلكتروني من أجل الحفاظ على مقروئيتها أو بالأحرى مرئيتها، كما أنّ تكريس مبدأ الآنية في نقل ونشر وتحديث الأخبار أدى إلى شيوع الأنواع الصحفية الإخبارية على حساب الأنواع الفكرية والتعبيرية، التي تميل إلى الكتابة المتعمقة المتأنية، ومع ذلك فإنّ التراكمات التي ينتجها الأخبار السريعة، باتت مصدرا لرواية القصص الإخبارية وكتابة المقالات التحليلية والتعليقات والأحاديث والتحقيقات الصحفية.

وتسعى الصحف والمواقع الإخبارية إلى الاستجابة لضغط القراء/ المستخدمين ورغبتهم الجامحة في الاطلاع على أحدث الأخبار والمقالات، عن طريق تحديث المضامين التي تنشر في شكل أنواع صحفية بصفة آنية وعلى مدار الساعة، وتعكس خاصية تحديث المحتوى معيار الجودة في التغطيات الإخبارية ومستوى التزام القائم بالاتصال في النقل الفوري للأخبار، وتوفر خدمات جلييلة للصحافة والنشر الإلكتروني منها:

- إمكانية تحديث التغطية الإخبارية للوقائع والأحداث بإضافة تفاصيل جديدة بشكل لحظي.
- إمكانية تحديث القصة بمرونة في المستقبل بإضافة حلقات وتفاصيل جديدة لمضمون النوع الصحفي الإلكتروني.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- إمكانية سرد نفس القصة الإخبارية في قوالب وأنواع صحفية وأساليب عرض مختلفة.
- إمكانية تصحيح الأخطاء وإعادة نشر المضمون الصحفي.
- إمكانية إضافة خبر عاجل في شكل شريط إخباري جذاب تحقيقاً للسبق الصحفي.
- إمكانية حذف خبر أو قصة صحفية تم نشرها من قبل.

4.4.2 تحرير المحتوى وفقاً لاحتياجات المستخدم المنتج التفاعلية:

منذ مطلع القرن الواحد والعشرين بدأ التحول الجذري في العملية الاتصالية، وشكل اندماج تكنولوجيا المعلومات والحواسيب والإنترنت المحرك الأساس لهذا التحول، فاندمج الاتصال بالإعلام وتبادل كل من المرسل والمستقبل الأدوار وأصبح التفريق بين أطراف العملية الاتصالية غاية في التعقيد، وتلاشى مفهوم أحادية ومركزية الاتصال بفضل انتشار الأجهزة المتصلة بالشبكة والأنظمة التفاعلية، ما نتج عنه انفجار المحتوى الذي ينشئه المستخدم، و؛ "ظهر المستخدم المنتج الذي يقوم بنفسه بإنتاج ما يختار من مضامين إعلامية فيما يجمعه من أخبار، وما يلتقطه من صور، وما يصوره من مقاطع فيديو وما يساهم به من آراء وتعليقات وتحليلات" (عبد الفتاح رمضان، 2019، صفحة 291)، الأمر الذي دفع ببعض المختصين في مجال الإعلام للحديث حول دور هذه الفئة الوسيطة من الأفراد -الذين ينتقلون بسهولة من مستخدم المنتج إلى منتجي المحتوى الإعلامي ويطلق عليهم تسمية Producer- في إنتاج المضامين الصحفية.

- المستخدم المنتج The producer user:

تعدّ المضامين التي ينتجها المستخدم UGC User Generated Content التوجه الحديث للمفاهيم المرتبطة بالصحافة الرقمية، وتمثل المادة الخام وبنك المعطيات الذي يعتمده الصحفيون في تكلمة وإثراء القصص الصحفية الإخبارية، وفي الوقت نفسه، يستخدمه الجمهور المنتج لإيصال صوته ومشاركة المحتوى وتبادل والآراء والأخبار والتعليق عليها.

بالإضافة إلى المضامين التي ينتجها المستخدم والتي تفرض على المحرر الصحفي تعديلات في صناعة الرسالة الإعلامية وفقاً لمستويات اهتمامات الجمهور، فإن اتجاهات وميولات المستخدم المنتج التي يعبر عنها مستوى العلاقة الثلاثية "تواصلية، تفاعلية، تشاركية" بينه وبين القائم بالاتصال، ومدى سيطرته وتحكمه في الإبحار والتصفح واختيار أدوات التفاعل المتوفرة في الوسيط الإلكتروني، والتي تؤسس بدورها لمعرفة مشتركة بين طرفي العملية الاتصالية، وتعدّ مرجعاً لإنتاج مختلف الأنواع الصحفية في الفضاء الافتراضي، أين تتجلى علاقة تفاعلية قوية بأبعاد نفسية بين الإنسان والآلة، وفي هذا السياق،

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

يرى وسام كمال أنّ احتياجات المستخدم تفرض في المستقبل القريب تعديلات في صناعة الرسالة في غرف الأخبار يلخصها في ثلاث نقاط أساسية هي:

- "الاستمرار في نشر الأخبار.
- توظيف المحتوى المقدم من المواطن.
- استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة" (كمال، 2014، صفحة 32)

ويمكن أن يؤثر توظيف تقنيات الاتصال التفاعلي وتصميم الوسيلة وبناء المحتوى بالإضافة إلى إدراك الجمهور في مستوى التفاعلية، وهو ما أشارت إليه دراسة سبيروكياوسيس 1999، كما أنّ التحكم في الأدوات التفاعلية من قبل الجمهور المستخدم، والغرض المدرك من عملية التفاعل-وفقا لسالي ماكلان- يعدّان عنصران أساسيان للتفاعلية، إضافة إلى أنّ الخبرة المشتركة بين الطرفين لولبر شرام-التي تفسر على ضوءها الرسالة-هي التي تضمن نجاح العملية الاتصالية، ويمكن أن تكون هذه الخبرة لغة أو خلفيات ومكتسبات قبلية أو ثقافة مشتركة، أما في الصحافة الإلكترونية فمجال الخبرة هو المعرفة المشتركة بين المصمم في إخراج الموقع (الوسيط) ومنتج المحتوى الصحفي في بناءه للرسالة وتوظيفه للأدوات التفاعلية، والقارئ في استخدامه للتقنيات التفاعلية والوسائط الفائقة، ومن ثمّ فإنّ العملية التفاعلية تستمر في حال قام كل طرف بدوره من مرسل وسيلة رسالة ومتلقي.

وبناء عليه فإنّ تحرير الأنواع الصحفية في الصحف والمواقع الإلكترونية يجب أن يراعي مجموعة من مقومات الاتصال التفاعلي وهي:

أولاً: المقومات المتعلقة بالمرسل:

- الثقافة الإلكترونية العالية، وإلمام بمهارات التحرير والنشر الإلكتروني ومتابعة مستحدثاته.
- أن يدرك بأنّ الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع (شاهين، 2014، صفحة 152).
- التفاعل مع تعليقات المستقبل والاستجابة لرسائلهم.
- تنوع الخيارات أمام المستقبل.
- إتاحة فرص التفاعل ومشاركة المضمون وتعديله.

ثانياً: المقومات المتعلقة بالوسيلة:

- السرعة في نقل المضامين من وإلى المرسل.
- الاستجابة الفورية للأوامر الآلية عند تفاعل المستخدم مع الوسيلة.
- سهولة الاتصال الشخصي بين المستخدمين.

الفصل الثاني : التحويلات في عملية التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية في شبكة الويب

- توافر الأدوات التفاعلية التزامنية مثل غرف الدردشة ووجير التزامنية مثل البريد الإلكتروني وغيرها.
- إتاحة خدمة تحميل مختلف الملفات بسرعة ونقلها وتخزينها (نصوص رسومات فيديو...).
- التصميم الجذاب للموقع وربطه بمحرك البحث قوقل Google .

ثالثاً: المقومات المتعلقة بالرسالة:

- التحديث المستمر للأنواع الصحفية.
- مرونة النص وتداخله في علاقات حوارية مع نصوص أخرى عن طريق توظيف تقنيات النص الفائق (التناس)، وربط مضمون الأنواع الصحفية بمواضيع ذات الصلة.
- البساطة والاختصار في جمل و فقرات النص المكتوب إلكترونياً.
- ثراء الرسالة من حيث التنوع في توظيف تكنولوجيا الوسائط المتعددة (صوت، فيديو، صور متحركة في تحرير الأنواع الصحفية.
- استخدام الكلمات المفتاحية.

• خلاصة الفصل الثاني:

لقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال في تيسير عملية إعداد وتحرير وتقديم المواد الصحفية، بحيث باتت تستغل إمكانات الشبكة الدولية للمعلومات لتقديم مضامين أكثر ثراءً، من حيث توظيف التقنيات الفائقة في بناء نصوص جذابة، سواء ما تعلق بالعناصر الجرافيكية كالألوان والصور أو العناصر التيبوغرافية كالعناوين ونوع الخط والفواصل والجداول أو العناصر التكنولوجية كالنص الفائق والوسائط المتعددة التي تسمح بتعزيز التفاعلية والمشاركة للمضامين الصحفية.

وتعمل هذه التكنولوجيا كعنصر مساند لعملية تحرير الأنواع الصحفية على الويب عبر اقتراح بدائل للمحرر الصحفي من أجل الاختيار بينها وفقاً لما يراه ملائماً، سواء بالنسبة للموضوع أو السياسة التحريرية للموقع الصحفي، كما مكنت من إجراء ترتيبات فنية على النص الصحفي، بدءاً من تقسيم النص إلى فقرات واقتراح العناصر الجرافيكية المناسبة والتصحيح اللغوي واختيار العناوين والاختصارات المناسبة للكلمات والجمل والفقرات وغيرها من الخدمات الأخرى، كآليات التعديل والمراجعة وأرشفة واسترجاع المضامين بقدر كبير من السرعة والمرونة، ولعل التحول الكبير الذي عرفه تحرير الأنواع الصحفية في المواقع الإلكترونية هو استخدام الوسائط المتعددة كتقنية مساندة للنص يعتمد عليها المحرر لإضفاء مزيد من الحيوية على النصوص، إضافة إلى تشبيك النصوص وانفتاحها على فضاء لا متناهي من المحتوى، يتيح للمستخدم الانتقال عبر الروابط التشعبية وفق اختيارات منتج المحتوى من أجل إتاحة أكبر قدر من التفاعل والمشاركة، كما أنّ خاصية تحديث المحتوى التي تعدّ من الخصائص التقنية الهامة اليوم في الصحف الإلكترونية، والتي تسعى للاستجابة لضغط الوقت من جهة ورغبة القراء في الاطلاع على آخر المستجدات باتت تتحكم في العملية التحريرية برمتها، إذ فرضت طرق جديدة في تحرير وإدارة المحتوى تقوم على الكتابة المستعجلة المدعومة بوسائط فائقة.

من خلال ما تمّ عرضه في الفصل الثاني يتضح مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على رأسها شبكة الويب وتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية في إعادة صياغة واقعا جديدا للممارسة الصحفية الحديثة في مجال التحرير الإلكتروني.

الفصل الثالث

الدراسة المبرانية



الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

1.3 عرض النتائج ومناقشتها

2.3 نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

3.3 عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المحصل عليها من استمارات تحليل المحتوى التي تمّ بناءها وفقا لمتغيرات الدراسة، وقد تمّ تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية تمّ التعليق عليها كما وكيفا، وإيجاد تفسيرات ذات دلالات للنسب والأرقام التي تمّ جمعها، ولا بأس بالتذكير بإشكالية الدراسة والتساؤلات المتفرعة عنها، بغية الربط بينها وبين المحاور الرئيسية للاستمارة والتي جاءت كالتالي:

• ما سمات الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين في ظل البيئة الإعلامية

الجديدة خلال الفترة الممتدة من 13 إلى 22 جانفي 2023؟

وتتفرّع من هذا السؤال الأسئلة الآتية:

ويندرج تحت هذا السؤال الجوهري التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة؟
- ما السمات الشكلية لبنية النصوص والعناوين في الأنواع الصحفية عينة الدراسة؟
- كيف تمّ توظيف تقنيات النص الفائق وما مدى حضوره في تحرير الأنواع الصحفية عينة الدراسة وإضافته لخلفيات حول مضامينها؟
- ما حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية عينة الدراسة وما مدى تنوعها؟
- ما موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية محل الدراسة؟
- ما شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية عينة الدراسة؟
- ما شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين؟

أما بخصوص عينة الدراسة فقد تمّ تحديد عينة من (270) بمائتين وسبعين مفردة بحث (مادة صحفية)، بعد أن تمّ حذف 17 سبعة عشر من مجموع المادة التي نشرت على موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة من 13 إلى 22 جانفي 2023، والبالغ عددها مائتان وسبعة وثمانون (287) مفردة، والتي اشتملت على الأنواع الصحفية مصنفة في أربعة أنواع صحفية وهي أنواع إخبارية، أنواع فكرية،

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

أنواع تعبيرية، أنواع استقصائية، كما قامت الباحثة بتطبيق العينة القصدية باعتبارها الأكثر ملائمة للدراسة.

وتم الاعتماد على منهج المسح المرتكز على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية، بالإضافة إلى الملاحظة والمقابلة المقننة من أجل جمع المعطيات الخاصة بالدراسة، ومن ثمّ وصفها وتحليلها كما وكيف، وربطها بمتغيرات البيئة الإعلامية للتوصل إلى استنتاجات حول بنية الأنواع الصحفية الفنية في البيئة الإعلامية الجديدة وحجم وشكل توظيفها للمتغيرات التقنية التي تتيحها هذه البيئة في تحريرها وعرضها.

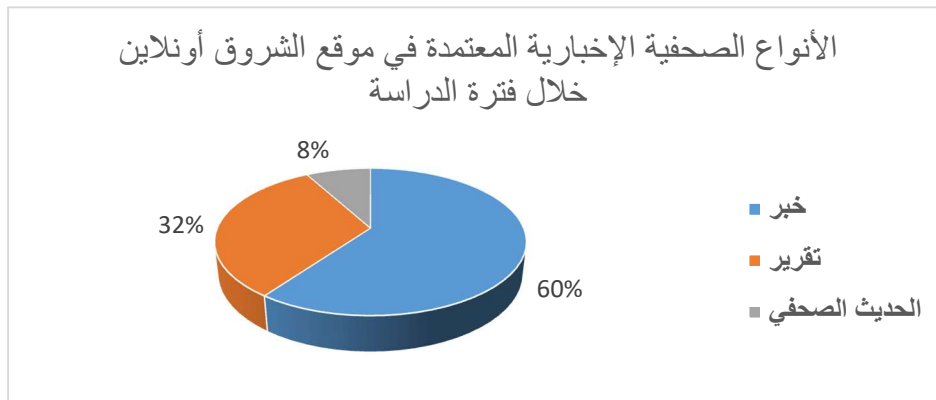
✚ في إطار السمات الفنية للأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة:

1.1.3 عرض نتائج التساؤل الأول-أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين

خلال فترة الدراسة:

جدول رقم (03): يوضح الأنواع الصحفية الإخبارية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة-الأنواع الإخبارية
60%	144	خبر
32%	76	تقرير
8%	20	الحديث الصحفي
%100	240	الإجمالي



الشكل رقم (09): يوضح الأنواع الصحفية الإخبارية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

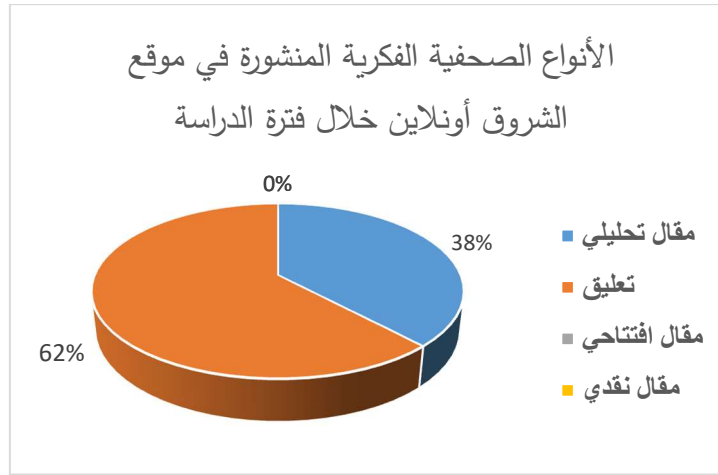
يمثل الجدول أعلاه الأنواع الصحفية الإخبارية التي تم تحريرها ونشرها في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة (من 13 إلى 22 جانفي 2023)، حيث بلغ إجمالي المحتوى الصحفي في صنف الأنواع الإخبارية مئتان وأربعون (240) مادة إخبارية، ويلاحظ أنّ الخبر الصحفي طغى على التقرير الصحفي والحديث الصحفي، إذ قارب الثلثين حيث سجل 60%، في حين بلغت نسبة التقرير 32%، والحديث الصحفي 8%.

ويمكن إرجاع تقدم الخبر عن التقرير والحديث الصحفي في الأنواع الصحفية الإخبارية إلى سعي موقع الشروق أونلاين إلى تحقيق سبق الصحفي الذي يستند إلى تقديم الخبر أولاً، ثم متابعة وتقديم تفاصيله لاحقاً، بالاعتماد على التقرير والحديث الصحفي، حيث يميل الموقع إلى الاهتمام بنقل الأخبار العاجلة بنسبة كبيرة، وهو ما تسعى إليه العديد من الصحف والمواقع الإخبارية حتى المشهورة منها، إذ تتقارب نتيجة هذه الدراسة مع ما توصل إليه الباحث عبد الباسط أحمد هشام الذي أظهرت نتائج دراسته لمواقع المجالات المصرية والأمريكية تميّز موقع مجلة " التايم " الأمريكية بنقل الأخبار العاجلة" (شاهين، 2014).

كما أنّ الدراسة تتقارب ونتائج دراسة الباحث جمال عبد ناموس القيسي فقد حيث بينت دراسته التي أجراها على المادة الإخبارية في الصحافة الإلكترونية من خلال عينة البحث أنّ المادة الإخبارية كان لها حضور واضح، كما أظهر موقعي BBC العربية وإيلاف تطابقاً في استخدام الخبر القصير على حساب القصة الإخبارية والتقرير الإخباري (القيسي، 2013).

جدول رقم (04): يوضح الأنواع الصحفية الفكرية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة-الأنواع الفكرية
0%	0	مقال افتتاحي
0%	0	مقال نقدي
38%	5	مقال تحليلي
0%	0	العمود
62%	8	تعليق
100%	13	الإجمالي



الشكل رقم (10): يوضح الأنواع الصحفية الفكرية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

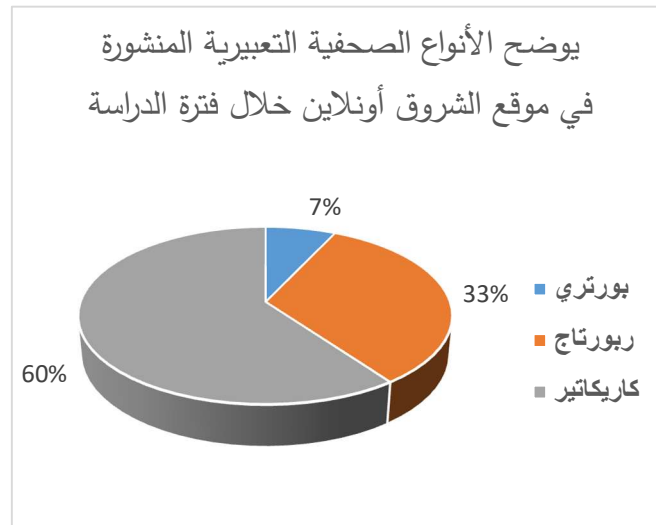
يمثل الجدول أعلاه الأنواع الصحفية الفكرية التي تم تحريرها ونشرها على موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة (من 13 إلى 22 جانفي 2023)، حيث بلغ عدد المضامين المنشورة والمصنفة كأنواع فكرية إلى ثلاثة عشر (13) مادة صحفية فكرية، ويلاحظ أنّ التعليق تقدم على حساب المقال التحليلي حيث بلغت نسبته 62% من إجمالي الأنواع الفكرية التي نشرت، في حين بلغت نسبة المقال التحليلي 38%، ولم يتم نشر أيّ من أنواع المقال الأخرى التي اعتمدها الدراسة كالمقال الافتتاحي والمقال النقدي والعمود، حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

يمكن تفسير النتائج المبوبة التي تظهر تقدم التعليق عن المقال التحليلي في الأنواع الصحفية الفكرية، إلى التوجه السائد في الموقع وغيره من المواقع الذي يركز أساسا على الإخبار أكثر من الفكر، كما أنّها نتيجة منطقة لهذا التوجه؛ "فالتعليق الصحفي يلتقي والأنواع الإخبارية في كونه يتناول الأحداث الآنية الخاصة ويواكب الوقائع *Les actualité*" (لعياضي، 2007، صفحة 85)، حيث يأتي ليعقب على ما قدمه الخبر والتقرير الصحفي ويفسره ويوضحه في إطار الخط الافتتاحي الذي يتبناه الموقع، بينما يركز المقال الصحفي على قضايا تثير الرأي العام ويحللها وفق مبدأ محدد واتجاه مسطر يرافع فيه الصحفي عن موقف معين، وبالتالي فتقدم التعليق على المقال يؤكد مرة أخرى على اهتمام الموقع أكثر بمتابعة الأخبار الآنية، وتفسير الأحداث وتوضيحها على حساب أنواع المقال التي تتسم بالعمق الذي يستدعي قدرات ومؤهلات تحريرية عالية وثقافة واسعة.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (05): يوضح الأنواع الصحفية التعبيرية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة-الأنواع التعبيرية
7%	1	بورترى
33%	5	رپورتاج
60%	9	كارىكاتير
100%	15	الإجمالي



الشكل رقم (11): يوضح الأنواع الصحفية التعبيرية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

يمثل الجدول أعلاه الأنواع الصحفية التعبيرية التي تم تحريرها ونشرها على موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة (من 13 إلى 22 جانفي 2023)، حيث بلغ عدد المواد المصنفة ضمن الأنواع التعبيرية إلى خمسة عشر (15) مادة صحفية تعبيرية، بحيث يلاحظ أنّ الكاريكاتير كانت له الحصة الأكبر من بين الأنواع التعبيرية في الموقع، إذ تقدم على الرپورتاج والبورترى مسجلا نسبة 60% من إجمالي الأنواع الفكرية التي نشرت خلال فترة الدراسة، يليه الرپورتاج بنسبة 33%، والبورترى بنسبة 7% فقط. يمكن إيعاز تقدم الكاريكاتير على كل من الرپورتاج والبورترى في الأنواع الصحفية التعبيرية إلى سياسة الموقع التي تحرص على تخصيص مساحة لنشر رسم كاريكاتوري واحد على الأكثر يوميا، حيث لم يسجل غياب الكاريكاتير سوى ليوم واحد فقط خلال فترة الدراسة وهو يوم 19 جانفي، ويرجع اهتمام الموقع بإدراج الكاريكاتير ضمن قائمة الأنواع الصحفية التي يتم تحريرها ونشرها يوميا إلى إمكاناته في

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

اختزال القصص الإخبارية، وامتلاكه لطاقة جذب عالية وقدرته على إحداث التأثير الكبير على القارئ المستخدم، وبالتالي تحقيق أكبر قدر من المرئية للموقع، في حين أنّ الربورتاج والبورتري يمثلان شكلا من أشكال التنوع التي يسهر عليها الموقع، وعلى الرغم من أهمية الربورتاج والبورتري في وصف الأحداث وكيفية تفاعل الأشخاص معها والتعريف بالشخصيات المؤثرة والفاعلة في المجتمع إلا أنّها لا تلقى الاهتمام ذاته الذي يحظى به الكاريكاتور في الموقع.

جدول رقم (06): يوضح الأنواع الصحفية الاستقصائية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين

النسبة المئوية	التكرار	الفئة-الأنواع الاستقصائية
100%	2	تحقيق صحفي
100%	2	الإجمالي

يمثل الجدول أعلاه أنواع الصحفية الاستقصائية التي تمّ تحريرها ونشرها على موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة (من 13 إلى 22 جانفي 2023)، ويمثلها التحقيق الصحفي، حيث بلغ عدد المواد المنشورة في صنف التحقيق الصحفي اثنان (2)، وكانت تحقيقات صحفية قصيرة.

يمكن إيعاز اللجوء إلى التحقيق القصير على حساب التحقيق الطويل إلى طبيعة المشكلة التي يتناولها موضوع التحقيق حيث؛ يتعرض لمشكلة صغيرة ذات جانب واحد، ويمكن نشره في صفحة واحدة أو جزء من الصفحة (لعياضي، 2007، صفحة 172)، كما أنّ التحقيق الطويل يستلزم مهارات عالية ومصادر وإمكانات مادية كبيرة لا تتوفر عادة في الصحف الإلكترونية نظرا لانعدام التمويل المادي.

2.1.3 عرض نتائج التساؤل الثاني- السمات الشكلية لبنية النصوص والعناوين في الأنواع

الصحفية عينة الدراسة

📌 شكل تقديم العناوين في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين:

1.2.1.3 شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية الإخبارية

جدول رقم (07): يوضح شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية الإخبارية

مستوى صياغة العنوان				عنوان فرعي في المتن		عنوان ثانوي	عنوان رئيسي فقط	عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي	فئة شكل تقديم النوع الصحفي الإخباري/ العنوان	
المجموع	مستوى التحديث	المستوى المتعمق	المستوى السطحي	لا	نعم				التكرار	النسبة
144	7	26	111	138	6	0	121	23	التكرار	الخبر الصحفي
100%	5%	18%	77%	96%	4%	0%	84%	16%	النسبة	
76	7	29	40	56	20	0	27	49	التكرار	التقرير الصحفي
100%	9%	38%	53%	74%	26%	0%	36%	64%	النسبة	
20	1	14	5	9	11	0	2	18	التكرار	الحديث الصحفي
100%	5%	70%	25%	45%	55%	0%	10%	90%	النسبة	
240	15	69	156	203	37	0	150	90	التكرار	المجموع الكلي
100%	6%	29%	65%	85%	15%	0%	62.5%	37.5%	النسبة	



الشكل رقم (12): يوضح مستوى التحديث في صياغة العنوان

يعبر الجدول أعلاه عن شكل تقديم النوع الصحفي الإخباري في شقه المتعلق بالعنوان، سواء من حيث النوع أو مستوى الصياغة، حيث يتضح من خلال النتائج المبوبة أنّ معظم العناوين التي تمّ صياغتها في الأنواع الصحفية الإخبارية المنشورة خلال فترة الدراسة جاءت على شكل عنوان رئيسي فقط وذلك بنسبة 62.5% مقابل 37.5% من العناوين جاءت في شكل عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي، في حين لم يوظف العنوان الثانوي المصاحب للعنوان الرئيسي حيث جاءت النسبة منعدمة 0%. ووظف الخبر العنوان الرئيسي فقط بنسبة 84%، فيما سجلت النسبة الأكبر من توظيف العنوان الرئيسي المرفق بالعنوان التمهيدي للحدث الصحفي بنسبة 90%، واعتمد التقرير الصحفي عليه بنسبة 64%، بينما انعدم العنوان الثانوي المصاحب للعنوان الرئيسي في مجمل الأنواع الصحفية الإخبارية. أما بخصوص العنوان الفرعي في المتن، فلم يتم توظيفه في الأنواع الصحفية الإخبارية إجمالاً بنسبة 85% مقابل 15% فقط استخدم فيها العنوان الفرعي في المتن، واعتمد عليه الحدث الصحفي أكثر من باقي الأنواع بنسبة 55%.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

وبالنسبة لمستوى صياغة العنوان في الأنواع الصحفية، تعبر الأرقام عن غلبة المستوى السطحي في صياغة العنوان في الأنواع الصحفية الإخبارية بنسبة 65% مقابل 29% للمستوى المتعمق و6% لمستوى التحديث في صياغة العنوان، ويغطي المستوى السطحي في صياغة العنوان على الخبر بنسبة 77% و53% للتقرير فيما تتميز صياغة العنوان في الحديث الصحفي بالمستوى المتعمق بنسبة 70%، أما صياغة العنوان وفقا لمستوى التحديث فتأتي النسب ضئيلة في مجمل الأنواع.

من خلال المعطيات والنسب المدرجة في الجدول يتضح أنّ سمات العنوان تتقارب بين كل التقرير الصحفي والحديث الصحفي من حيث توظيفهم للعنوان الرئيسي المرفق بعنوان تمهيدي، والعنوان الفرعي في المتن، والمستوى المتعمق في صياغة العنوان، في حين لم تظهر هذه المؤشرات في الخبر الصحفي الذي اعتمد أساسا على العنوان الرئيسي والمستوى السطحي في صياغته، بالرغم من أنّه - وفقا للدكتور لعياضي - "عنوان التقرير الصحفي يلبي الشروط ذاتها التي يتطلبها عنوان الخبر" (لعياضي، 2007، صفحة 71)، إلا أنّ طبيعة التقرير والحديث الصحفي اللذان يتميزان عن الخبر في كمّ المعلومات التي يقدمها حول الوقائع تفرض قدرا من التجانس بين المتن والعنوان، كما أنّ بنية الحديث الصحفي تتطلب وضع عناوين فرعية إما في شكل جملة أو سؤال بين فقرات المتن، بالإضافة على حجم النص في كلّ من الحديث والتقرير الذي تعدى الخبر من حيث عدد الكلمات والفقرات (انظر الجدول رقم 11) يفسر ذلك التباين في توظيف العناوين الفرعية في الأنواع الصحفية الإخبارية.

جدول رقم (08): يوضح شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية الفكرية:

مستوى صياغة العنوان				عنوان فرعي في المتن		عنوان ثانوي	عنوان رئيسي فقط	عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي	فئة شكل تقديم النوع الصحفي الفكري / العنوان	
المجموع	مستوى التحديث	المستوى المتعمق	المستوى السطحي	لا	نعم				التكرار	النسبة
5	0	3	2	4	1	0	1	4	التكرار	مقال تحليلي
100%	0%	60%	40%	80%	20%	0%	20%	80%	النسبة	
8	0	5	3	6	2	0	5	3	التكرار	تعليق
100%	0%	62.5%	37.5%	75%	25%	0%	62.5%	37.5%	النسبة	
13	0	8	5	10	3	0	6	7	التكرار	المجموع الكلي
100%	0%	62%	38%	77%	23%	0%	46%	54%	النسبة	



الشكل رقم (13): يوضح المستوى المتعمق في صياغة العنوان

يعبر الجدول أعلاه عن شكل تقديم النوع الصحفي الفكري في محوره المتعلق بالعنوان، سواء من حيث النوع أو مستوى الصياغة، حيث يتضح من خلال النتائج المبوبة أنّ معظم العناوين التي تمّ

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

صياغتها في الأنواع الصحفية الفكرية المنشورة خلال فترة الدراسة جاءت على شكل عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي وذلك بنسبة 54% مقابل 46% من العناوين جاءت في شكل عنوان رئيسي فقط، في حين لم يوظف العنوان الثانوي المصاحب للعنوان الرئيسي حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

احتل المقال التحليلي المقدمة في استخدامه للعنوان الرئيسي المرفق بعنوان تمهيدي بنسبة 80% فيما تسجل النسبة الأكبر من العنوان الرئيسي فقط للتعليق بنسبة 62.5% و 37.5% للعنوان الرئيسي المرفق بعنوان تمهيدي، مقابل 20% للعنوان الرئيسي فقط بالنسبة للمقال التحليلي، بينما لم يوظف العنوان الفرعي المصاحب للعنوان الرئيسي في النوعين الفكرين المقال التحليلي والتعليق.

أما بخصوص العنوان الفرعي في المتن، لم يتم توظيفه في الأنواع الصحفية الفكرية إجمالاً بنسبة 77% مقابل 23% فقط استخدم فيها العنوان الفرعي في المتن، وجاءت النسب المعبرة عن عدم توظيفه متقاربة، حيث سجل على التوالي المقال التحليلي 80% وسجل التعليق 75%، فيما جاء توظيف العنوان الفرعي المرافق في المتن بنسب 25% و 20% في التعليق والمقال الصحفي التحليلي.

وبالنسبة لمستوى صياغة العنوان في الأنواع الصحفية، تعبر الأرقام عن تقدم كبير للمستوى المتعمق في العنوان بنسبة 62% مقابل 38% للمستوى السطحي و 0% لمستوى التحديث في صياغة العنوان، وتكاد تكون النسب متساوية في الصياغة المتعمقة للعنوان في التعليق والمقال الصحفي التحليلي، وسجل فارق بسيط بين المقال الصحفي التحليل والتعليق من حيث الصياغة السطحية للعنوان بنسب على التوالي 40% و 37.5%.

يمكن إرجاع اعتماد الأنواع الفكرية على العنوان الرئيسي المرفق بعنوان تمهيدي والمستوى المتعمق في صياغته إلى كونها ذات طابع فكري يخاطب ذهن القارئ ويتسم بالعمق القائم على الشرح والتفسير والمجادلة والإقناع، مما يستوجب صياغة متعمقة للعنوان بما يتناغم ومستوى الأفكار التي يتضمنها النوع الصحفي الفكري والتي تعكسها بنية وأسلوب صياغة العنوان، أما بخصوص العنوان الفرعي في المتن، فإن نسبة توظيفه الضعيفة يعكسها قصور واضح في تحرير الأنواع الصحفية الفكرية على الموقع، إذ بالرغم من أن معظم نصوصها تجاوز فقراتها سبعة (07) فقرات- كما يوضحه الجدول رقم (12)- إلا أن العنوان الفرعي لم يكن له حضور في المجمل.

جدول رقم (09): يوضح شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية التعبيرية

مستوى صياغة العنوان				عنوان فرعي في المتن		عنوان ثانوي	عنوان رئيسي فقط	عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي	فئة شكل تقديم النوع الصحفي التعبيري/ العنوان	
المجموع	مستوى التحديث	المستوى المتعمق	المستوى السطحي	لا	نعم				التكرار	النسبة
1	0	1	0	0	1	0	0	1	التكرار	بورتر
100%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	النسبة	
5	0	1	4	3	2	0	0	5	التكرار	رپورتاج
100%	0%	20%	80%	60%	40%	0%	0%	100%	النسبة	
9	0	5	4	9	0	0	9	0	التكرار	كاريكاتير
100%	0%	56%	44%	100%	0%	0%	100%	0%	النسبة	
15	0	7	8	12	3	0	9	6	التكرار	المجموع الكلي
100%	0%	47%	53%	80%	20%	0%	60%	40%	النسبة	



الشكل رقم (14): يوضح المستوى السطحي في صياغة العنوان

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

يعبر الجدول أعلاه عن شكل تقديم النوع الصحفي التعبيري في محوره المتعلق بنوع العنوان ومستوى صياغته، حيث يتبين من خلال النتائج المبوبة أنّ معظم العناوين التي تمّ صياغتها في الأنواع الصحفية التعبيرية المنشورة خلال فترة الدراسة جاءت على شكل عنوان رئيسي فقط وذلك بنسبة 60% مقابل 40% من العناوين جاءت في شكل عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي، في حين لم يوظف العنوان الثانوي المصاحب للعنوان الرئيسي حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

وتميز الكاريكاتير عن الربورتاج باعتماده على العنوان الرئيسي بنسبة 100% في حين تميز الربورتاج والبورتري باعتمادهما على العناوين الفرعية في المتن، ويعتبر هذا الأمر منطقيًا باعتبار أنّ الكاريكاتير لا يعتمد على الكلمات بل على الصورة في المقام الأول.

أما بخصوص مستوى صياغة العنوان فقد جاءت النسب متقاربة حيث تقدم المستوى السطحي على المستوى المتعمق بـ 57% مقابل 47%.

يمكن إرجاع اعتماد الأنواع التعبيرية خصوصًا البورتري على العناوين الفرعية إلى طول النص (أنظر الجدول رقم 13)، فيأتي العنوان الفرعي لكسر رتابته بتخصيص فكرة لكل فقرة، وتقديم الفكرة المولية.

جدول رقم (10): يوضح شكل تقديم العنوان في النوع الصحفي الاستقصائي

مستوى صياغة العنوان				عنوان فرعي في المتن		عنوان ثانوي	عنوان رئيسي فقط	عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي	فئة شكل تقديم النوع الصحفي الاستقصائي/ العنوان	
المجموع	المستوى المتعمق	المستوى السطحي	لا	نعم	التكرار				النسبة	
2	0	1	1	1	1	0	0	2	تحقيق صحفي	
100%	0%	50%	50%	50%	50%	0%	0%	100%	النسبة	



الشكل رقم (15): يوضح شكل العنوان الرئيسي المرفق بعنوان تمهيدي

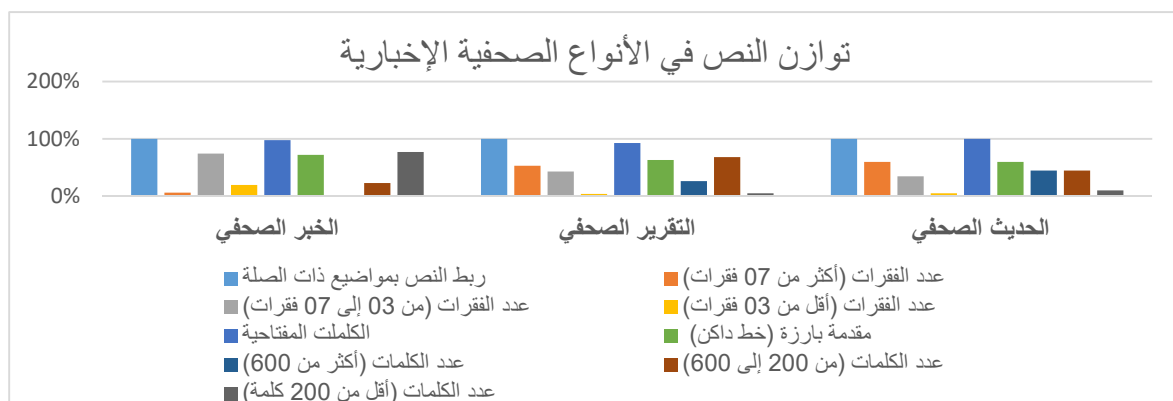
يعبر الجدول أعلاه عن شكل تقديم النوع الصحفي الاستقصائي من حيث العنوان ومستوى صياغته، حيث يتضح أنّ كل العناوين التي تمّ صياغتها في التحقيق الصحفي خلال فترة الدراسة كانت عناوين رئيسية مرفقة بعناوين تمهيدية بنسبة 100%، وانقسمت النسب مناصفة في كل من المؤشرين الخاصين بتوظيف عنوان فرعي في المتن من عدمه بنسبة 50%، والأمر ذاته فيما يتعلق بمستوى صياغة العنوان بين المستوى السطحي والمستوى المتعمق 50%، كما لم يوظف العنوان الثانوي.

ويؤكد الباحثون حمزة قدة وعطاء الله طريف وخالدية مداح عن ارتباط معيار جودة المحتوى في الصحافة الإلكترونية بمدى وجود عناوين بسيطة، ومدى وجود عناوين جذابة ومدى وجود عناوين فرعية" (قدة، طريف، و مداح، 2021، صفحة 706)؛ وعليه يمكن اعتبار أنّ التحقيق الصحفي وظف العناوين الفرعية بمستوى متوسط مع صياغة تتراوح بين السطحية والمتعمقة، حيث اكتفى بنسبة وسطية 50% يحتاج إلى قدر من التوازن بين كم المعلومات التي ينقلها التحقيق - بطبيعته المركبة بما يتضمنه من شواهد وبيانات ومعلومات وآراء- والفقرات المستوفاة من حيث توظيف العناوين الفرعية.

2.2.1.3 توازن النص في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين:

جدول رقم (11): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية الإخبارية

ربط النص بمواضيع ذات الصلة	عدد الفقرات				استخدام الكلمات المفتاحية		مقدمة بارزة (خط داكن)		عدد كلمات النص			توازن النص في النوع الصحفي الإخباري	
	لا	نعم	أكثر من 07 فقرات	من 03 إلى 07 فقرات	أقل من 03 فقرات	لا	نعم	لا	نعم	أقل من 200 كلمة	من 200 إلى 600		أكثر من 600
0	144	9	107	28	3	141	40	104	0	33	111	ت	الخبر الصحفي
0%	100%	6.25%	74.31%	19.44%	2%	98%	28%	72%	0%	23%	77%	ن	
0	76	40	33	3	5	71	28	48	20	52	4	ت	التقرير الصحفي
0%	100%	53%	43%	4%	7%	93%	37%	63%	26.32%	68.42%	5.26%	ن	
0	20	12	7	1	0	20	8	12	9	9	2	ت	الحديث الصحفي
0%	100%	60%	35%	5%	0%	100%	40%	60%	45%	45%	10%	ن	
0	240	61	147	32	8	232	76	164	29	94	117	ت	المجموع
0%	100%	25.42%	61.25%	13.33%	3%	97%	32%	68%	12%	39%	49%	ن	الكلي



الشكل رقم (16): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية الإخبارية

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

يبين الجدول أعلاه شكل تقديم الأنواع الصحفية الإخبارية الذي يعكسه توازن النص في الأنواع الصحفية الإخبارية تبعا لعدد الكلمات والفقرات وبروز المقدمة بخط الداكن (Bold) واستخدام الكلمات المفتاحية في تحرير النوع الصحفي الإخباري وكذا وربطه بالمواضيع ذات الصلة، حيث تقدمت النصوص التي تحوي على أقل من 200 كلمة مسجلة نسبة 49%، بينما سجلت النصوص التي تحوي من 200 إلى 600 كلمة نسبة 39% في حين لم تسجل النصوص التي تحوي أكثر من 600 كلمة سوى 12%.

بالنسبة للخبر اعتمد على عدد كلمات أقل مقارنة بالتقرير، حيث غلب فيه النص أقل من 200 كلمة بنسبة 77% بينما غلب النص الذي يحوي " من 200 على 600 كلمة على التقرير بنسبة 68.42%، تقدم الحديث الصحفي حجم النص الأطول نسبيا أكثر من 600 كلمة حيث سجل نسبة 45%.

وفيما يخص المقدمة البارزة في النوع الصحفي الإخباري، فقد جاءت بنسبة 68% مقابل لا 32%، حيث سجل الخبر اعتماده على المقدمة البارزة بنسبة 72%، وتقاربت النسب بين التقرير الصحفي والحديث الصحفي بنسبة 63% و 60% على التوالي، كما أنّ استخدام الكلمات المفتاحية يحظى بأهمية قصوى في تحرير الأنواع الصحفية الإخبارية تعكسه نسبة 97%.

أما بالنسبة لعدد الفقرات في النوع الصحفي فجاءت النسب الإجمالية من 03 إلى 07 فقرات 73%، وأكثر من 07 فقرات بنسبة 16%، وأقل من 03 فقرات بنسبة 11%، وبعد تفكيك النسب اتضح أنّ اعتماد الخبر والتقرير على عدد فقرات يتراوح من 03 إلى 07 جاء متقاربا 74.31%، للخبر مقابل 72% للتقرير، واعتمد التقرير على عدد فقرات يفوق 07 بنسبة 26% في حين اعتمد الخبر على عدد فقرات أقل من 03 بنسبة 19.44%، وسجل الخبر أقل نسبة 6.25% في تعداد الفقرات بمستوى أكثر من 7 فقرات، في حين جاءت أضعف نسبة 2% للتقرير من حيث اعتماده على أقل من 03 فقرات بنسبة 2%.

أما بخصوص ربط النص بالمواضيع ذات الصلة، فقد تمّ ربط جميع الأنواع الصحفية الإخبارية التي نشرت خلال فترة الدراسة بمواضيع ذات الصلة بنسبة 100%.

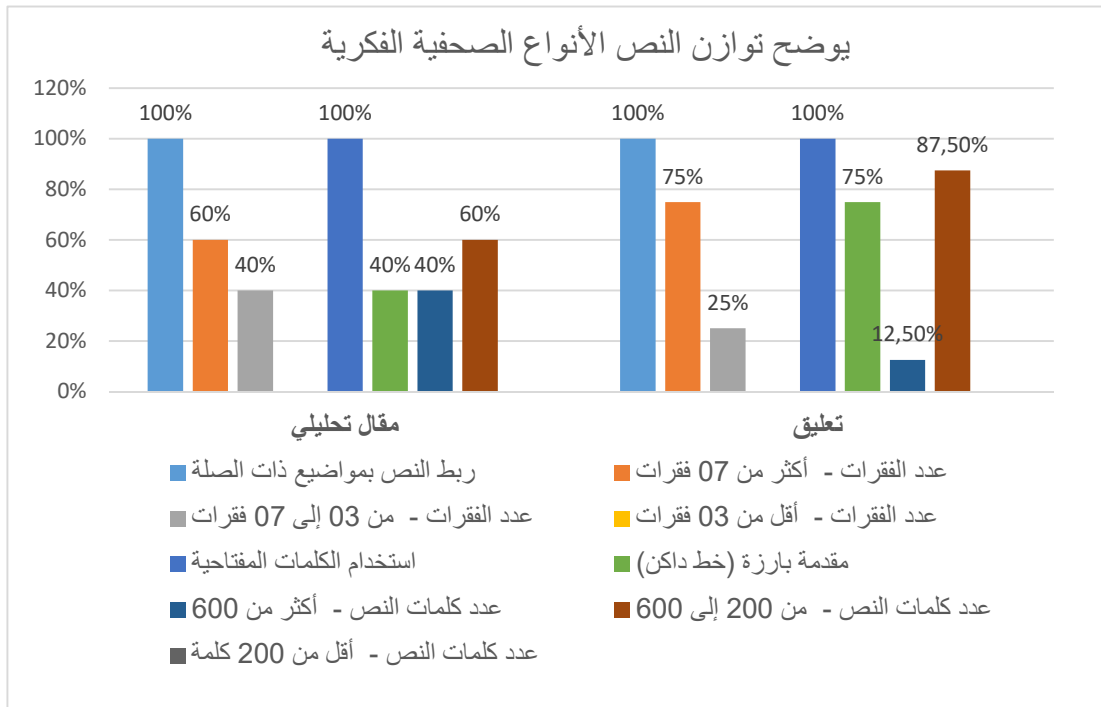
إجمالا يتضح من خلال النتائج أنّ التقرير والحديث الصحفي يميلان إلى استخدام عدد أكبر من الكلمات من 200 كلمة فما فوق، والفقرات التي تفوق عددها 07 بمستوى أكبر من الخبر، بالمقابل يوظف بصفة أقل المقدمة البارزة من الخبر الذي يعتمد أساسا على كلمات وفقرات أقل عددا، ويمكن إرجاع ذلك إلى التدفق الكبير والآني للمعلومات والأخبار في البيئة الإعلامية الجديدة والذي يفرض بدوره تغطية سريعة للخبر مما يدفع بالصحفي إلى اللجوء إلى الكتابة المستعجلة للخبر بحيث يركز على المقدمة

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

حيث تحتوي الإجابة على الأسئلة السبعة كمرحلة أولية، ثم يأتي التقرير الصحفي ليسرد تفاصيل الخبر ومآلاته بصورة أوسع وهو ما يفسر حجم الاختلاف في حجم النص بين الخبر والتقرير الصحفي. عموماً يبدو أنّ شكل النص في الأنواع الصحفية الإخبارية متوازن كونه يعتمد على تقنيات الكتابة الرقمية من حيث استخدام الكلمات المفتاحية وربطه بالمواضيع ذات الصلة وكذا من حيث الاختصار في عدد الكلمات في النص (أقل من 200) وتقسيمه على فقرات صغيرة (من 03 إلى 07).

جدول رقم (12): يوضح توازن النص الأنواع الصحفية الفكرية

ربط النص بمواضيع ذات الصلة	عدد الفقرات (الجسم)			استخدام الكلمات المفتاحية		مقدمة بارزة (خط داكن)		عدد كلمات النص			توازن النص في النوع الصحفي الفكري / الكلمات والفقرات		
	لا	نعم	أكثر من 07 فقرات	أقل من 03 فقرات	لا	نعم	لا	نعم	أقل من 200 كلمة	من 200 إلى 600		أكثر من 600	
0	5	3	2	0	0	5	3	2	2	3	0	ت	مقال تحليلي
0%	100%	60%	40%	0%	0%	100%	60%	40%	40%	60%	0%	ن	
0	8	6	2	0	0	8	2	6	1	7	0	ت	تعليق
0%	100%	75%	25%	0%	0%	100%	25%	75%	12.5%	87.5%	0%	ن	
0	13	9	4	0	0	13	5	8	3	10	0	ت	المجموع الكلي
0%	100%	69%	31%	0%	0%	100%	38%	62%	23%	77%	0%	ن	



الشكل رقم (17): يوضح توازن النص الأنواع الصحفية الفكرية

يبين الجدول أعلاه شكل تقديم الأنواع الصحفية الفكرية في شقه المتعلق بتوازن النص في الأنواع الصحفية الفكرية، استنادا إلى حساب عدد الكلمات الفقرات وكذا بروز المقدمة بخط داكن واستخدام الكلمات المفتاحية في تحرير الأنواع الصحفية الفكرية وربطها بالمواضيع ذات الصلة، حيث سجلت النصوص التي تحوي من 200 إلى 600 كلمة نسبة 77%، أما النصوص التي تحوي أكثر من 600 كلمة مسجلة فنسبتها 23%، بينما انعمت النصوص التي تحوي أقل من 200 كلمة فجاءت النسبة 0%. بالنسبة للتعليق اعتمد على عدد كلمات من 200 إلى 600 كلمة بصفة أكبر من المقال التحليلي فجاءت النسب على التوالي 87.5% للتعليق و60% للمقال، واعتمد المقال الصحفي التحليلي بنسبة 40% على النصوص التي تتضمن أكثر من 600 كلمة، مقابل التعليق بنسبة 12.5%. وفيما يخص بروز المقدمة بالخط الداكن في النوع الصحفي الفكري فقد جاءت النسب إجمالا "نعم" بنسبة 62% مقابل "لا" 38%، حيث ظهرت مقدمة التعليق بخط داكن بنسبة 75% في حين لم تظهر 60% من مقدمة المقال التحليلي بشكل بارز، كما لوحظ استخدام الكلمات المفتاحية بنسبة 100% في الأنواع الفكرية.

أما بالنسبة للنسب الإجمالية لعدد الفقرات أكثر من 07 فقرات بـ 69%، ومن 03 إلى 07 فقرات بـ 31%، وفي قراءة مفصلة للأرقام يتضح أنّ اعتماد التعليق والمقال الصحفي التحليلي على فقرات

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

تتجاوز 07 جاء متقاربا 75% للتعليق مقابل 60% للمقال الصحفي التحليلي، وتراوح عدد فقرات الأخير من 03 إلى 07 فقرات 40% في حين تراوح في التعليق 25%.

وبخصوص ربط النص بالمواضيع ذات الصلة، فقد تم ربط جميع الأنواع الصحفية الفكرية التي نشرت خلال فترة الدراسة بمواضيع ذات الصلة بنسبة 100%.

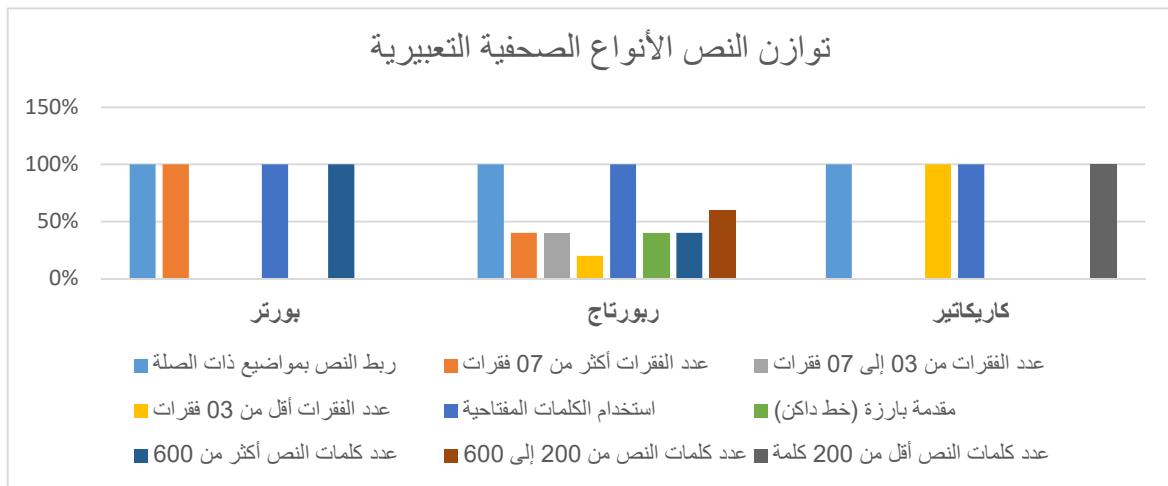
من خلال قراءة في النسب المتحصل عليها، يتضح جليا أنّ الأنواع الفكرية في مجملها تميل إلى توظيف متوافق للكلمات والفقرات استنادا إلى حجم المعلومات والتوجه التحليلي الذي يكتسيه هذا النوع الصحفي، والذي يستدعي الفكر والمحاكاة والتفسير والتعليق...، وهو الأسلوب الذي يستلزم توظيف أكبر للكلمات، مع تقسيم للفقرات بما يتناسب وحجم والكلمات.

أما بخصوص استخدام الفقرات بشكل أوفر، فيعزى إلى طول النص نسبيا كما يعود إلى خصائص التحرير الصحفي الإلكتروني الذي يفضل فيه استخدام فقرات قصيرة بحيث تنفرد كل فقرة بفكرة معينة، وبالتالي فإنّه وفقا إلى التوصيات التي خرجت بها دراسة جاكوب نلسون حول الكتابة الجيدة للصحافة الإلكترونية والتي؛ "تقتضي بتقسيم فقرات النص بحيث تحمل كل فقرة فكرة أساسية واحدة" (Neilsen & Morkes, 1997) ، وبما أنّ أغلب النصوص في الأنواع الصحفية الفكرية بين 200 إلى 600 كلمة والفقرات أكثر من 7، فيمكن القول إنّ النصوص في الأنواع الصحفية الفكرية تميل إلى التوازن الذي يعكسه الاختصار والتوافق بين عدد الكلمات والفقرات وحجم الأفكار المطلوب في التحرير الإلكتروني وهو تماما ما يدعو إليه جاكوب نلسن، كما أنّها وظفت الكلمات المفتاحية في كل مادتها بما يتوافق مع التحرير وفق معايير SEO.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (13): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية التعبيرية

ربط النص بمواضيع ذات الصلة		عدد الفقرات			استخدام الكلمات المفتاحية		مقدمة بارزة (خط داكن)		عدد كلمات النص			توازن النص في النوع الصحفي التعبيري / الكلمات والفقرات	
0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	ت	بورتر
0%	100%	100%	0%	0%	0%	100%	100%	0%	100%	0%	0%	ن	
0	5	2	2	1	0	5	3	2	2	3	0	ت	رپورتاج
0%	100%	40%	40%	20%	0%	100%	60%	40%	40%	60%	0%	ن	
0	9	0	0	9	0	9	9	0	0	0	9	ت	كاركاتير
0%	100%	0%	0%	100%	0%	100%	100%	0%	0%	0%	100%	ن	
0	15	3	2	10	0	15	13	2	3	3	9	ت	المجموع الكل
0%	100%	20%	13%	67%	0%	100%	87%	13%	20%	20%	60%	ن	



الشكل رقم (18): يوضح توازن النص الأنواع الصحفية التعبيرية

يبين الجدول أعلاه شكل تقديم الأنواع الصحفية التعبيرية من حيث توازن النص في الأنواع الصحفية التعبيرية، وفقا لعدد الكلمات والفقرات وكذا وجود مقدمة بارزة بالخط الداكن وتوظيف الكلمات المفتاحية في النوع الصحفي الفكري وربط النص بالمواضيع ذات الصلة، حيث سجلت النصوص التي تحوي أقل من 200 كلمة نسبة 60%، أما النصوص التي تحوي على أكثر من ذلك فنسبتها 40%، مقسمة بين 200 إلى 600، وأكثر من 600 كلمة، وتعكس هذه الأرقام تفاوتاً من حيث استخدام النص بين الأنواع الصحفية التعبيرية فالكاريكاتير كما سبق الذكر، لا يعتمد على النص مقارنة بالريبورتاج والبورتر اللذان يقومان على الوصف، وبالتالي يكون توظيفهما لعدد أكبر من الكلمات والفقرات منطقياً، حيث تجاوز عدد فقرات البورتر 07.

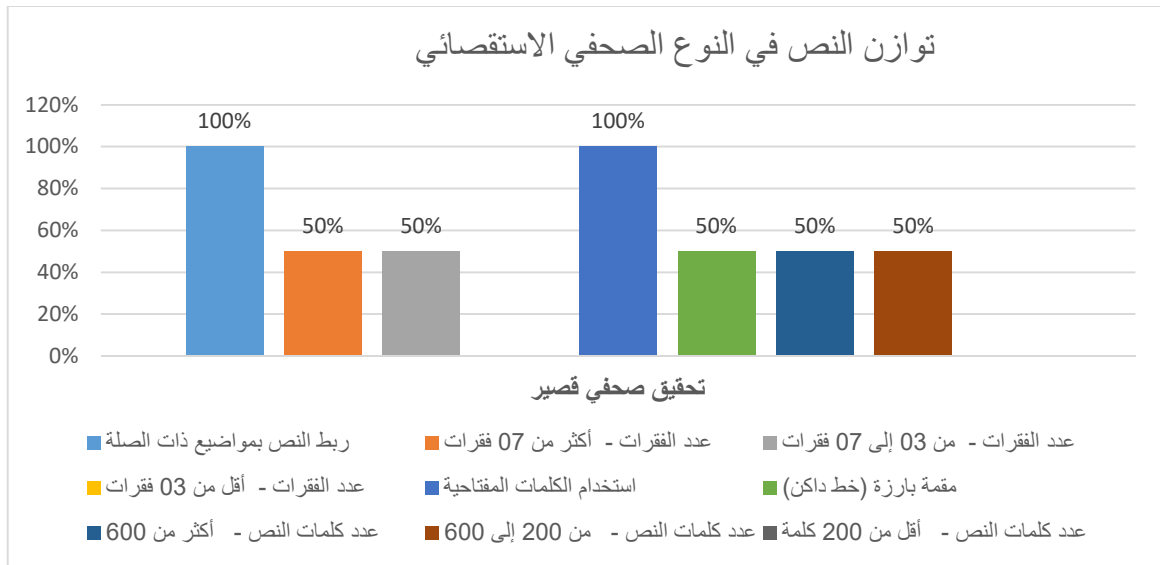
وفيما يخص وجود مقدمة بارزة بالخط الداكن (Bold) في النوع الصحفي التعبيري فقد جاءت النسب إجمالاً "لا" بنسبة 87% مقابل "نعم" 13%.

أما بالنسبة عن استخدام الكلمات المفتاحية في الأنواع التعبيرية فقد سجلت النسبة الكاملة 100%. من خلال قراءة للنسب المتحصل عليها، يتضح جلياً أنّ الأنواع التعبيرية في مجملها تميل إلى توظيف أكبر للكلمات والفقرات لاعتمادها على الأسلوب التعبيري الذي يستدعي الوصف والسرد، باستثناء الكاريكاتير، وهو ما يؤكد بأن شكل الأنواع الصحفية التعبيرية جاء متوازناً من حيث توافق بين عدد الكلمات وعدد الفقرات، واستخدام الكلمات المفتاحية بشكل لافت وربط كل النصوص بالمواضيع ذات الصلة، إلا أنّ شكل المقدمة غير البارز يمكن أن يؤثر على مستوى إثارة انتباه القراء المستخدمين، فزوار الموقع لا يقرأون بل يركزون على العناصر البارزة من بينها الخطوط الداكنة والملونة.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (14): يوضح توازن النص في النوع الصحفي الاستقصائي

ربط النص بمواضيع ذات الصلة	عدد الفقرات			استخدام الكلمات المفتاحية		مقمة بارزة (خط داكن)		عدد كلمات النص			توازن النص في النوع الصحفي الاستقصائي/ الكلمات والفقرات
	أكثر من 07 فقرات	من 03 إلى 07 فقرات	أقل من 03 فقرات	لا	نعم	لا	نعم	أقل من 200 إلى 600 كلمة	من 200 إلى 600	أكثر من 600	
لا	2	1	0	0	2	1	1	1	1	0	ت
نعم	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	ن
	100%	50%	0%	0%	100%	50%	50%	50%	50%	0%	تحقيق صحفي



الشكل رقم (19): يوضح توازن النص في النوع الصحفي الاستقصائي

يبين الجدول أعلاه شكل تقديم النوع الصحفي الاستقصائي، بالاعتماد على حساب عدد الكلمات والفقرات، وكذا بروز المقدمة بالخط الداكن وتوظيف الكلمات المفتاحية في النوع الصحفي الاستقصائي وربطه بالمواضيع ذات الصلة، حيث سجلت النصوص التي تتراوح عدد كلماتها (من 200 إلى 600) كلمة والنصوص التي يفوق عدد كلماتها 600 نسبة 50% لكلى الفئتين.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

وبخصوص توظيف مقدمة بارزة فقد قدرت نسبتها بـ 50% في التحقيقي الصحفي، كما تضمنت مواد التحقيق الصحفي كلمات مفتاحية بنسبة 100%.

أما عدد الفقرات فقد تراوح 03 إلى 07 فقرات نسبة 50%، وسجلت عدد الفقرات أكثر من 07 نفس النسبة، كما تم ربط التحقيق الصحفي بمواضيع ذات الصلة على الموقع بنسبة 100%. يتضح من خلال النتائج المتحصل عليها أنّ الفقرات جاءت مختصرة في النصوص بما يتناسب مع عدد الكلمات في التحقيقات القصير، والتي يمكن كتابتها في صفحة أو جزء من الصفحة، كما أنّ توظيف الكلمات المفتاحية في وربط النص بالمواضيع ذات الصلة يعدّ عاملاً إيجابياً في صياغة التحقيقات على النت.

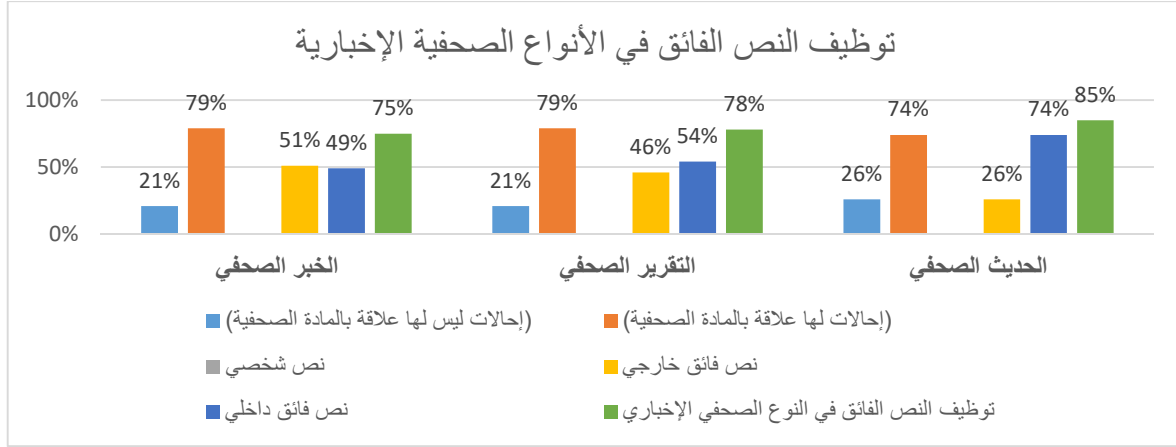
📌 في إطار السمات الفنية للأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة:

3.1.3 عرض نتائج التساؤل الثالث-كيفية توظيف تقنيات النص الفائق ومدى حضوره في تحرير الأنواع الصحفية عينة الدراسة وإضافته لخلفيات حول مضامينها.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (15): يوضح توزيع النص الفائق في الأنواع الصحفية الإخبارية

طبيعة العلاقة بين إحالات النص الفائق ومحتوى النوع الصحفي الإخباري		طبيعة توزيع النص الفائق في النوع الصحفي الإخباري			عدد النصوص الموظفة في النوع الصحفي الإخباري	توزيع النص الفائق في النوع الصحفي الإخباري		الأنواع الصحفية الإخبارية/ فئة النص الفائق	
		نص فائق داخلي	نص فائق خارجي	نص شخصي		نعم	لا		
إحالات ليس لها علاقة بالمادة الصحفية	إحالات لها علاقة بالمادة الصحفية								
43	166	0	107	102	209	36	108	التكرار	الخبر الصحفي
21%	79%	0	51%	49%	63%	25%	75%	النسبة	
26	100	0	58	68	126	17	59	التكرار	التقرير الصحفي
21%	79%	0%	46%	54%	35%	22%	78%	النسبة	
7	20	0	7	20	27	3	17	التكرار	الحديث الصحفي
26%	74%	0%	26%	74%	7%	15%	85%	النسبة	
76	286	0	172	190	362	56	184	التكرار	المجموع
21%	79%	0%	48%	52%	100%	23%	77%	النسبة	



الشكل رقم (20) يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الإخبارية في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

يظهر الجدول أعلاه توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الإخبارية في موقع الشروق أونلاين بنوعيه نص فائق داخلي أو خارجي، كما يوضح حجم توظيفه، وطبيعة علاقة الإحالات التشعبية مع مضمون النوع الصحفي الإخباري.

يتبين من خلال النتائج أنّ إجمالي توظيف النص الفائق في الأنواع الإخبارية وصل إلى 77% حيث جاء الحديث الصحفي أولاً بنسبة توظيف وصلت إلى 85%، يليه التقرير بنسبة توظيف تقدر ب 78% بفارق ضئيل بينه وبين الخبر الذي وظف النص الفائق في مضمونه بنسبة 75%، في حين لم يوظف النص الفائق في مجمل الأنواع الإخبارية بنسبة 23%.

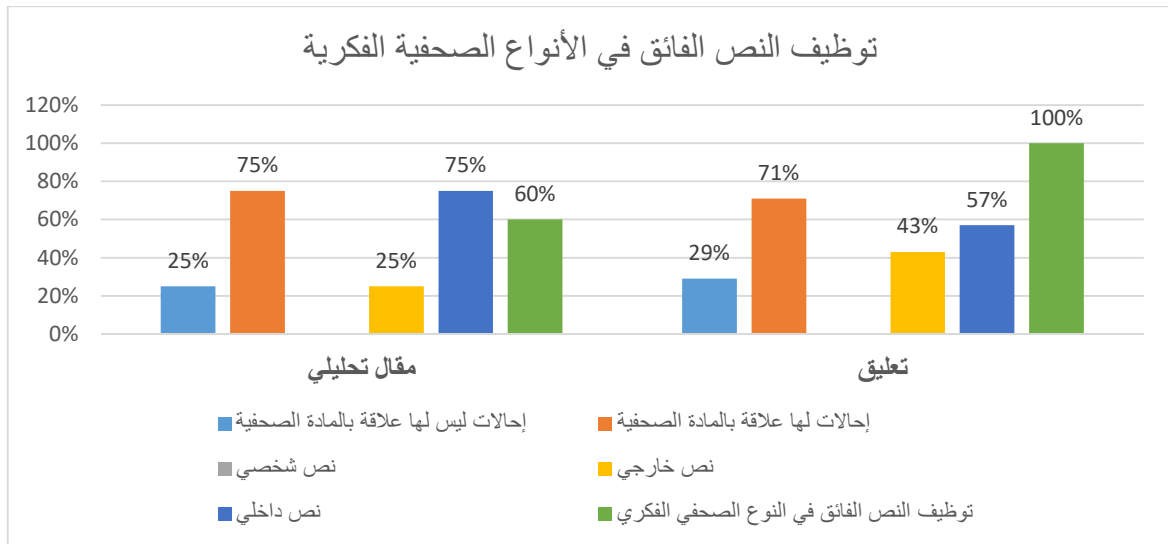
كما تظهر نتائج طبيعة توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الإخبارية تقارباً في النسب، فقد في مؤشر توظيف كل من النص الفائق الداخلي والخارجي فجاءت النسب لكل منهما 52% نص فائق داخلي 48% نص فائق خارجي، وسجل الحديث تقدماً في توظيف الإحالات الداخلية بنسبة 74%، أما النص الفائق الشخصي فلم يتم توظيفه في أيّ من الأنواع الإخبارية، حيث جاءت النسبة منعدمة 0%. أما بخصوص طبيعة العلاقة بين النص الفائق ومحتوى النوع الصحفي الإخباري تظهر إلى أنّ نتائج إجمالي الإحالات المستخدمة في الأنواع الصحفية الإخبارية لها علاقة بالمادة الصحفية بنسبة 79% في حين 21% ليس لها علاقة بها، كما تشير الأرقام إلى أنّ أغلب الإحالات في الخبر والتقرير والحديث الصحفي كانت لها علاقة بالموضوع، حيث بينت النتائج أنّ النص الفائق بإحالات لها علاقة بالمادة الصحفية سجل نسبة 79% في التقرير والخبر و74% في الحديث.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

تعكس هذه المعطيات التي تميل فيها النسب إلى التقارب بين كل من الخبر والتقارير والحديث مدى اهتمام الصحفيين بتحرير الأنواع الصحفية الإخبارية وفقا لمعايير التحرير الصحفي على شبكة الويب، حيث كشفت النتائج توظيفها للنص الفائق في أغلب موادها، والإحالات الداخلية التي لها علاقة بالمادة الصحفية، وهو ما يرفع من مصداقية الأخبار المنشورة، كما أنّها إضافة إلى أنّها تشكل مصدر معلومات هدفه الإحاطة بالموضوع وتوسعة الفهم وإضافة دلالات لبناء المعنى حول الموضوع محل القراءة؛ "فهي تعدّ معيارا من معايير تصنيف المواقع على محركات البحث التي تعتمد على حساب الارتداد والمكوث بالموقع، فكل ما طال المكوث يعتبر تصنيف أحسن للموقع ويؤثّر بذلك على تصنيفه محليا ودوليا"

جدول رقم (16): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الفكرية

طبيعة العلاقة بين إحالات النص الفائق ومحتوى النوع الصحفي الفكري	طبيعة توظيف النص الفائق في النوع الصحفي الفكري			عدد النصوص الموظفة في النوع الصحفي الفكري	توظيف النص الفائق في النوع الصحفي الفكري		الانواع الصحفية الفكرية/ فئة النص الفائق		
	إحالات لها علاقة بالمادة الصحفية	إحالات ليس لها علاقة بالمادة الصحفية	نص داخلي		نص خارجي	نص شخصي			نعم
1	3	0	1	3	4	2	3	التكرار	مقال تحليلي
25%	75%	0%	25%	75%	22%	40%	60%	النسبة	
4	10	0	6	8	14	0	8	التكرار	تعليق
29%	71%	0%	43%	57%	78%	0%	100%	النسبة	
5	13	0	7	11	18	2	11	التكرار	المجموع الكلي
28%	72%	0%	39%	61%	100%	15%	85%	النسبة	



الشكل رقم (21): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الفكرية في موقع الشروق

أونلاين خلال فترة الدراسة

يركز الجدول أعلاه على مستوى وطبيعة توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الفكرية في موقع الشروق أونلاين سواء أكان نصا فائقا داخليا أو خارجيا، كما يوضح طبيعة العلاقة بين هذه النصوص الفائقة والمادة الصحفية المنشورة كنوع صحفي فكري.

يظهر من خلال النتائج المبوبة أنّ توظيف النص الفائق في الأنواع الفكرية إجمالا وصل إلى 85%، حيث يأتي التعليق أولا بنسبة توظيف تقدر ب 100% يليه المقال التحليلي بنسبة توظيف 60%، وتعكس نسبة 15% عدم توظيف النص الفائق في الأنواع الفكرية إجمالا، إذ لم يتم توظيف النص الفائق المقال التحليلي بنسبة 40%.

وتشير نتائج طبيعة توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الفكرية إجمالا إلى غلبة النص الداخلي عموما حيث يمثل ثلث النصوص الفائقة الموظفة في الأنواع الفكرية إذ سجل نسبة 61% أمام النص الخارجي 39%، فيما انعدم توظيف النص الشخصي فجاءت النسبة 0%، وتمّ استخدام النص الداخلي بنسبة أكبر في المقال التحليلي 75% مقابل 57% في التعليق الذي استغل النص الخارجي بنسبة 43%، في حين لم يعتمد المقال التحليلي عليه بنسبة 25%.

وبخصوص طبيعة العلاقة بين إحالات النص الفائق ومحتوى النوع الصحفي الفكري تُظهر النتائج أنّ معظم الإحالات المستخدمة في الأنواع الصحفية الفكرية لها علاقة بالمادة الصحفية بنسبة 72% في حين 28% ليس لها علاقة بها، كما تشير الأرقام إلى تقارب كبير بين النوعين الصحفيين الفكريين، حيث جاء المقال الصحفي أولا باعتماده على النص الفائق بإحالات لها علاقة بالمادة الصحفية بنسبة

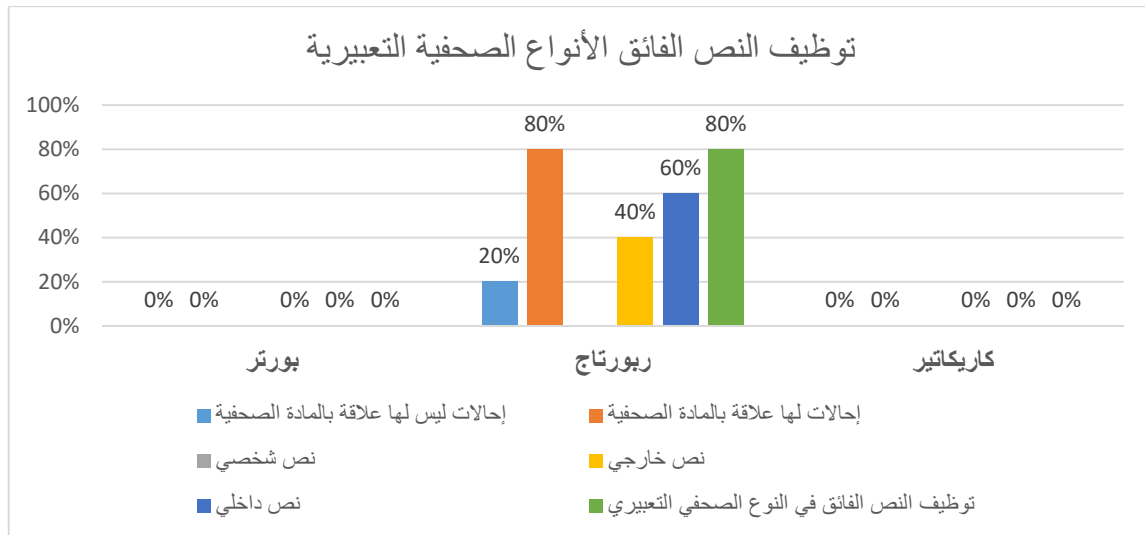
الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

75% مقابل 71% للتعليق، وفيما يخص استخدام النص الفائق بإحالات ليس لها علاقة بالمادة الصحفية، جاء التعليق أولاً بنسبة 29% مقابل 25% للمقال التحليلي.

إنّ التركيز على توظيف الروابط الفائقة في الأنواع الفكرية خصوصاً التعليق من شأنه أن يحدث نوعاً من التأثير في بنية النص؛ "فانسجام النص ووحدته منوط بتشاكل عناصر الخطاب وفقاً للروابط التي تعمل على تعليق أجزاء الكلام ببعضها بعض، كما أنّها تمّد جسوراً لترتيب المعاني لدى المتلقي (لغويني و عرابي، 2021، صفحة 347)، باعتبار المادة الفكرية تحمل قدراً من الأفكار التي تستدعي ترتيباً وانسجاماً للترابط الإحالي في العبارات والجمل والكلمات.

جدول رقم (17): يوضح توظيف النص الفائق الأنواع الصحفية التعبيرية

طبيعة العلاقة بين إحالات النص الفائق ومحتوى النوع الصحفي التعبيري		طبيعة توظيف النص الفائق في النوع الصحفي التعبيري			عدد النصوص الموظفة في النوع الصحفي التعبيري	توظيف النص الفائق في النوع الصحفي التعبيري		الانواع الصحفية التعبيرية/ فئة النص الفائق	
إحالات لها علاقة بالمادة الصحفية	إحالات ليس لها علاقة بالمادة الصحفية	نص داخلي	نص خارجي	نص شخصي		نعم	لا	التكرار	النسبة
0	0	0	0	0	0	1	0	التكرار	بورتر
0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	النسبة	
1	4	0	2	3	5	1	4	التكرار	ربورتاج
20%	80%	0%	40%	60%	100%	20%	80%	النسبة	
0	0	0	0	0	0	9	0	التكرار	كاريكاتير
0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	النسبة	
1	4	0	2	3	5	11	4	التكرار	المجموع الكلي
20%	80%	0%	40%	60%	100%	73%	27%	النسبة	



الشكل رقم (22): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية التعبيرية في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

يبرز الجدول أعلاه مستوى وطبيعة توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية التعبيرية في موقع الشروق أونلاين داخليا أو خارجيا، كما يوضح طبيعة العلاقة بين هذه النصوص الفائقة والمادة الصحفية للنوع الصحفي التعبيري.

يتبين من خلال النتائج المتحصل عليها أنّ النص الفائق في الأنواع التعبيرية إجمالاً لم يعرف رواجاً، حيث لم يوظف لا في الكاريكاتير ولا في البورتر، لتصل نسبة عدم توظيفه إلى 73%، وتعكس نسبة 27% حجم توظيف النص الفائق في الأنواع التعبيرية إجمالاً.

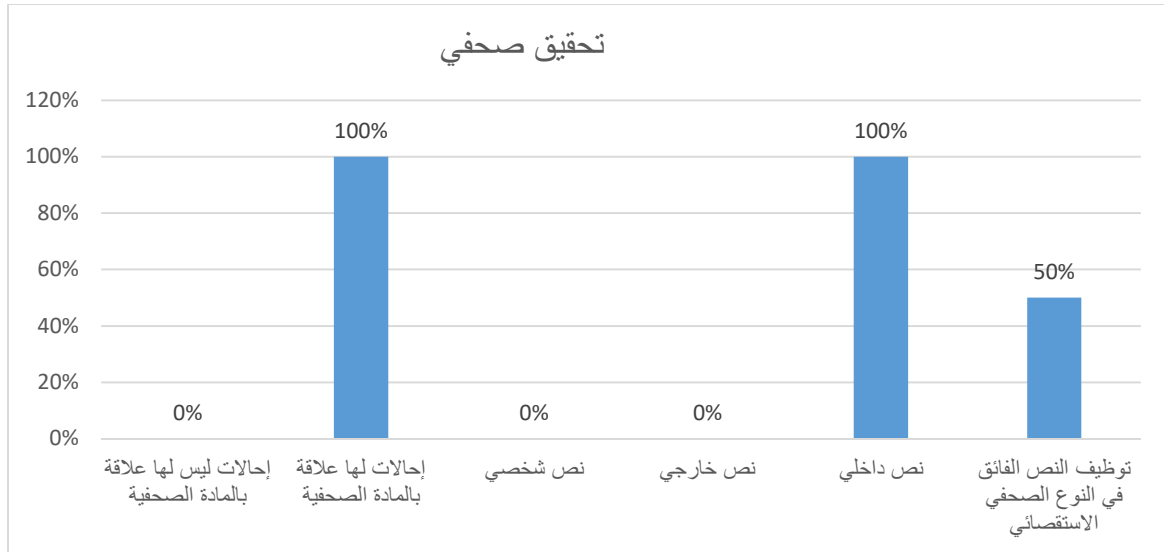
وتشير نتائج طبيعة توظيف النص الفائق في الروبورتاج إلى غلبة النص الداخلي عموماً حيث يمثل النص الفائق الداخلي 60%، أمام 40% للنص الفائق الخارجي، فيما انعدم توظيف النص الشخصي فجاءت النسبة 0%.

وبخصوص طبيعة العلاقة بين إحالات النص الفائق ومحتوى النوع الصحفي التعبيري تظهر النسب أنّ معظم الإحالات المستخدمة في الروبورتاج لها علاقة بالمادة الصحفية بنسبة 80% في حين 20% ليس لها علاقة بها.

إجمالاً من خلال النتائج يتضح أنّه لم يتم توظيف تقنية النص الفائق في تحرير الأنواع الصحفية التعبيرية بما يتوافق ومقومات الوسيط الإلكتروني-على الأقل-بالنسبة للبورترية، مع أنّها وقّعت في الروبورتاج بتوظيف النص الفائق ونجحت في ربط النصوص بإحالات لها علاقة بالمادة الصحفية.

جدول رقم (18): يوضح توزيع النصوص الفائقة في النوع الصحفي الاستقصائي

إحالات ليس لها علاقة بالمادة الصحفية		طبيعة توزيع النصوص الفائق في النوع الصحفي الاستقصائي			عدد النصوص الموظفة في النوع الصحفي الاستقصائي	توزيع النصوص الفائق في النوع الصحفي الاستقصائي		الأنواع الصحفية الاستقصائية/ فئة النصوص الفائقة	التكرار النسبة	تحقيق صحفي
		إحالات لها علاقة بالمادة الصحفية	نص شخصي	نص خارجي		نص داخلي	لا			
0	1	0	0	1	1	1	1			
0%	100%	0%	0%	100%	100%	50%	50%			



الشكل رقم (23): يوضح توزيع النصوص الفائقة في النوع الصحفي الاستقصائي في موقع الشروق

أونلاين خلال فترة الدراسة

يوضح الجدول أعلاه مستوى وطبيعة توزيع النصوص الفائقة في الأنواع الصحفية الاستقصائية في موقع الشروق أونلاين سواء أكان نصاً فائقاً داخلياً أو خارجياً، كما يوضح طبيعة العلاقة بين هذه النصوص الفائقة والمادة الصحفية المنشورة في شكل تحقيق صحفي.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

حيث يتضح أنّ توظيف النص الفائق في التحقيق الصحفي قدر بـ 50%، منها 100% جاء في شكل نص فائق داخلي، وبالنسبة لطبيعة العلاقة بين النص الفائق ومحتوى التحقيق الصحفي فقد سجل النص الفائق بإحالات لها علاقة بالمادة الصحفية نسبة 100%.

بالاعتماد على المعطيات الكمية في الجدول، يمكن استنتاج أنّه تمّ توظيف النص الفائق في محتوى التحقيق بمستوى متوسط، كما أنّ الإحالات الداخلية التي قدرت بـ 100% تشير إلى أنّ الموقع يحرص على استرجاع صفحاته الداخلية كمرجع ومصدر لدعم التحقيق الصحفي، مع الالتزام بعلاقة الإحالات بمضمونه، وفي هذا الصدد يُرجع السيد سمير فارس المدير الرقمي لموقع الشروق ذلك إلى أنّ؛ "الموقع يتضمن كم كبير من التغطيات والأخبار التي سبق التحقيق فيها، ويعتبرها مصدرا للمعلومات التي تكفيه عن الإحالة لمواقع خارجية، باستثناء الأخبار التي لها علاقة بالوكالات أو أخبار المواضيع الدولية، والتي تستوجب استخدام الإحالات الخارجية لدعم مصداقية التحقيق" (فارس، 2023).

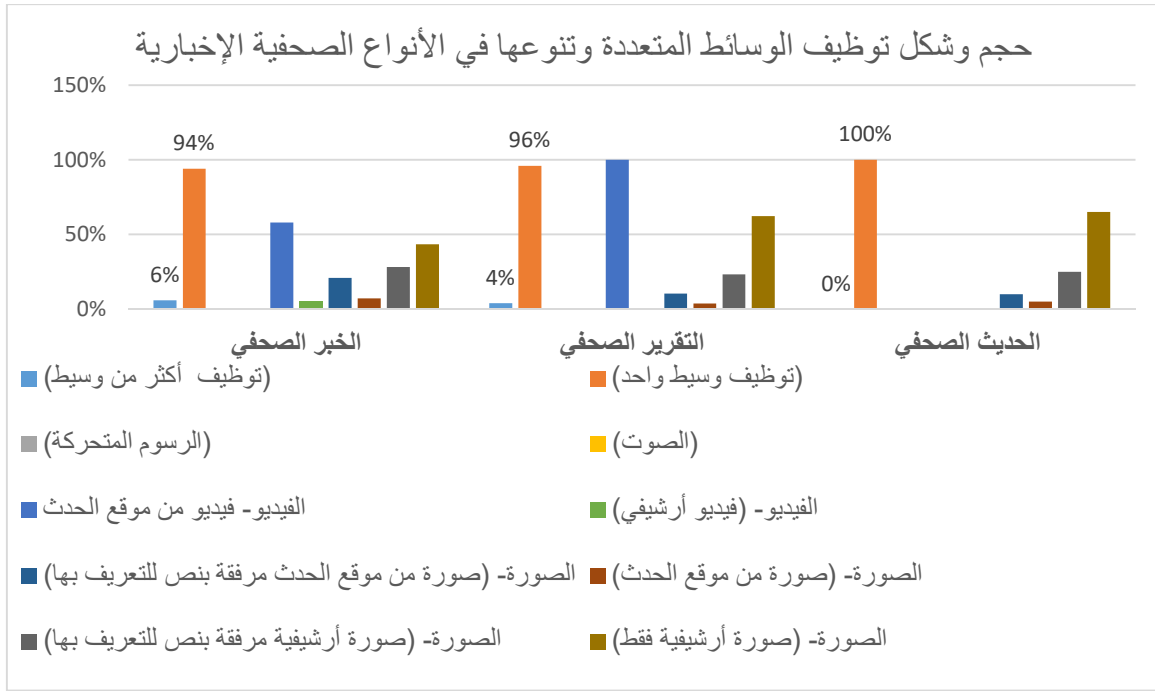
4.1.3 عرض نتائج التساؤل الرابع-حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية

في موقع الشروق أونلاين ومدى تنوعها:

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (19): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية الإخبارية

تنوع توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الإخباري		توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الإخباري													الأنواع الصحفية الإخبارية / فئة الوسائط المتعددة		
المجموع	توظيف أكثر من وسيط	توظيف وسيط واحد	مجموع الوسائط المتعددة الموظفة	الرسوم المتحركة			الصوت		الفيديو			الصورة				ن	ن
				صوت من موقع الخبر	صوت أرشيف	مجموع الفيديو	فيديو من موقع الحدث	فيديو أرشيفي	مجموع الصورة	صورة من موقع الحدث مرفقة بنص	صورة من موقع الحدث	صورة أرشيفية مرفقة بنص للتعريف بها	صورة أرشيفية فقط	ن	ن		
144	8	136	171	0	0	0	19	11	8	15	32	11	43	66	ن	ن	
100%	6%	94%	100%	0%	0%	0%	11%	58%	42%	89%	21.0%	7.24%	28.2%	43.4%	ن	ن	
76	3	73	85	0	0	0	8	8	0	77	8	3	18	48	ن	ن	
100%	4%	96%	100%	0%	0%	0%	9%	100%	0	91%	10.3%	3.90%	23.3%	62.3%	ن	ن	
20	0	20	21	0	0	0	1	0	1	20	1	1	5	13	ن	ن	
100%	0%	100%	100%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	95%	5%	5%	25%	65%	ن	ن	
240	11	229	277	0	0	0	28	19	9	24	41	15	66	127	ن	ن	
100%	5%	95%	100%	0%	0%	0%	10%	7%	3%	90%	16%	6%	27%	51%	ن	ن	



الشكل رقم (24): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية الإخبارية

يُظهر الجدول أعلاه حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية الإخبارية في موقع الشروق أونلاين، بالإضافة إلى مدى تنوع توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية خلال فترة الدراسة.

تشير النتائج إلى أنّ إجمالي توظيف الصورة كوسيط من الوسائط المتعددة في الأنواع الإخبارية حظي بالأغلبية الساحقة حيث وصل إلى 90%، يليه الفيديو بنسبة 10% في حين لم يوظف أي وسيط آخر سواء الصوت أو الرسوم المتحركة والتي جاءت النسبة منعدمة 0%، وتقدم الحديث الصحفي بفارق بسيط في توظيفه للصورة بنسبة 95%، يليه التقرير ثم الخبر بنسبة 91% و 89% على التوالي، واحتلت الصورة الأرشيفية المقدمة بـ 51% إجمالاً، وسجلت النسب على التوالي 65% للحديث و 62.34% للتقرير و 43.42% للخبر، أما الصورة الأرشيفية المرفقة بنص للتعريف بها فجاءت بنسبة 27%، إذ تمثل 28.29% في الخبر يليها الحديث الصحفي بنسبة 25%، فالتقرير بنسبة 23.38%، واعتمد الخبر على الصور من موقع الحدث المرفقة بنص للتعريف بها بنسب 21.05% و 10.39% و 5% فقط في الحديث، فيما جاءت نسبة توظيف الصور من موقع الحدث ضئيلة في مجمل الأنواع في حدود 5%.

أما بخصوص الفيديو فقد تمّ توظيفه إجمالاً بنسبة 10%، مثّل فيه الفيديو من موقع الحدث نسبة 7%، أغلبه في الخبر.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

كما تشير الأرقام المتعلقة بتنوع توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الإخباري إلى فارق كبير بين توظيف الأنواع الصحفية لوسيط واحد بنسبة 95% مقابل 5% لأكثر من وسيط، وجاء توظيف أكثر من وسيط حصرا على الخبر والتقارير بنسبة 6% و 4% على التوالي.

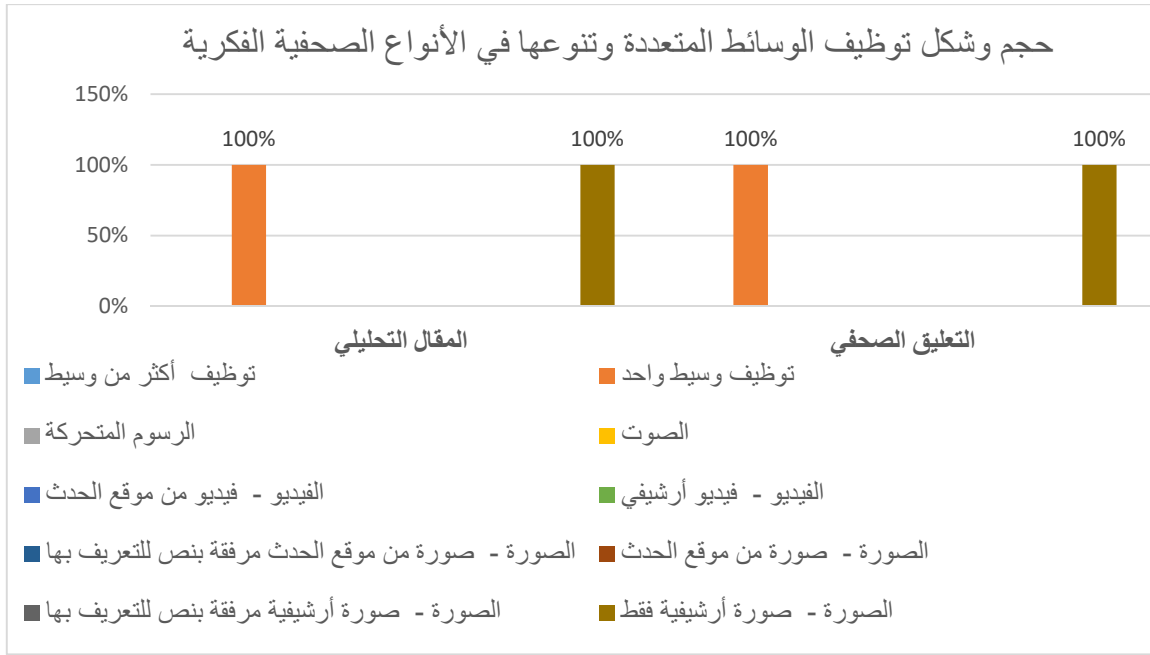
من الواضح أنّ الأنواع الإخبارية لم تعتمد توظيف أكثر من وسيط وركزت على الصورة الأرشيفية دون نص تعريفي، كما أنّه لم يلاحظ تنوع من حيث توظيف الوسائط المتعددة، ويمكن تفسير هذه المعطيات التي تكاد تتطابق بين كل من الخبر والتقارير والحديث من حيث توظيفهم بكثافة الصورة وندرة الفيديو وعدم التنوع في توظيف الوسائط إلى أنّ الأنواع الإخبارية لم تنسلخ من عادات وأشكال الكتابة الخطية التي تركز على العناصر البنائية الكلاسيكية المتمثلة أساسا في النص والصورة.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (20): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتتنوعها في الأنواع الصحفية الفكرية

توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الفكري															الأنواع الصحفية الفكرية / فئة الوسائط المتعددة		
تنوع توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الفكري			توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الفكري														
المجموع	توظيف أكثر من وسائط	توظيف وسائط واحد	مجموع الوسائط المتعددة الموظفة	الرسوم المتحركة	الصوت		الفيديو			الصورة					ن	ن	
					صوت من موقع الحدث	صوت أرشيفي	مجموع الفيديو	فيديو من موقع الحدث	فيديو أرشيفي	مجموع الصورة	صورة من موقع الحدث مرفقة	صورة من موقع الحدث	صورة أرشيفية مرفقة بنص	صورة أرشيفية فقط			
5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	5	ن	ن
100 %	0%	100 %	100 %	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100 %	0%	0%	0%	100 %	ن	ن
8	0	8	8	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	0	8	ن	ن
100 %	0%	100 %	100 %	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100 %	0%	0%	0%	100 %	ن	ن
13	0	13	13	0	0	0	0	0	0	0	13	0	0	0	13	ن	ن
100 %	0%	100 %	100 %	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100 %	0%	0%	0%	100 %	ن	ن

الصحفي الكلي



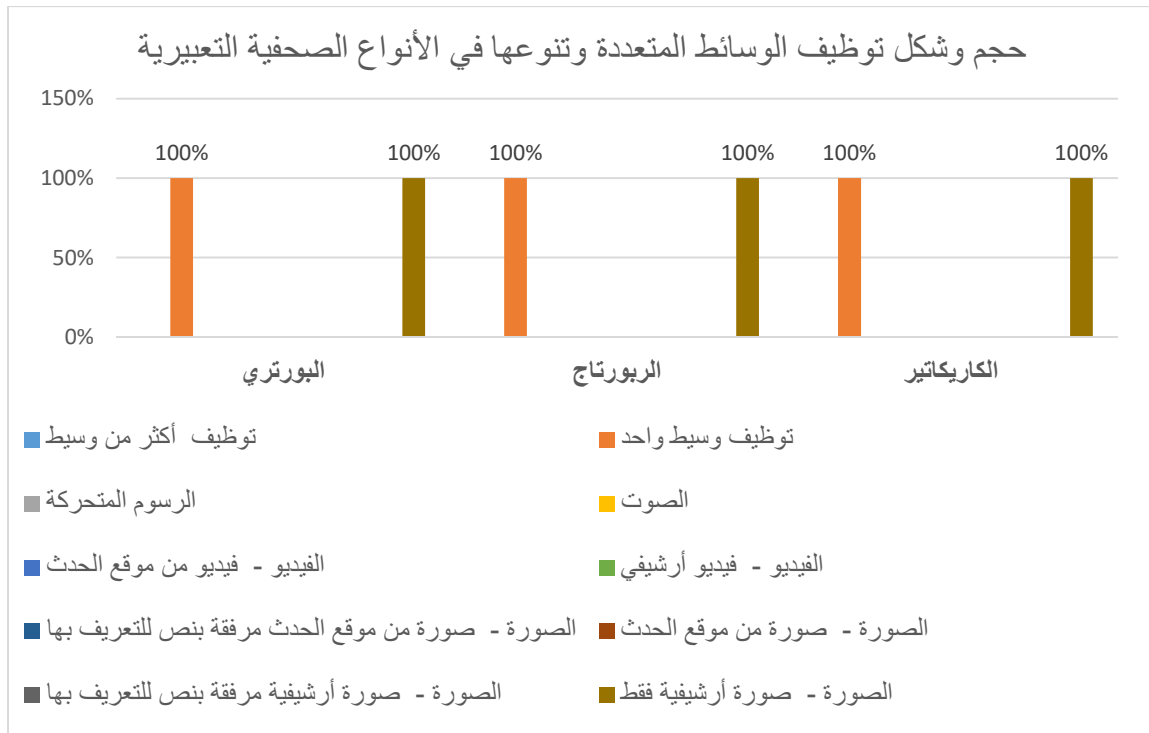
الشكل رقم (25): حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية الفكرية

يظهر الجدول أعلاه حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الفكرية في موقع الشروق أونلاين، بالإضافة إلى مدى تنوع توظيف هذه الوسائط في الأنواع الصحفية الفكرية. يتبين من خلال النتائج المتحصل عليها أنّ توظيف الصورة كوسيط من الوسائط المتعددة في الأنواع الفكرية سجل نسبة 100% في كل الأنواع الفكرية المنشورة خلال فترة الدراسة، مثلت فيها الصورة الأرشيفية فقط نسبة 100%، وبالتالي فالأرقام المعبرة عن تنوع توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الفكري إجمالاً تشير إلى نفس النتيجة بتوظيف وسيط واحد فقط بنسبة 100%، إذ لم توظف باقي الوسائط المتعددة من فيديو أو صوت أو رسوم متحركة، حيث جاءت النسب منعدمة 0%، وعليه يتضح جلياً قصوراً في توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الفكرية في موقع الشروق أونلاين التي لم تستند الإفادة المثلى من تقنية الوسائط المتعددة.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (21): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية التعبيرية

توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي التعبيري															الأنواع الصحفية التعبيرية/ فئة الوسائط المتعددة	
تنوع توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي التعبيري			مجموع الوسائط المتعددة الموظفة	الرسم المتحركة	الصوت		الفيديو			الصورة						
المجموع	توظيف أكثر من وسيط	توظيف وسيط واحد			صوت أرشيفي	صوت من موقع الحدث	مجموع الفيديو	فيديو من موقع الحدث	فيديو أرشيفي	مجموع الصورة	صورة من موقع الحدث مرفقة بنص للتعريف بها	صورة من موقع الحدث	صورة أرشيفية مرفقة بنص للتعريف بها	صورة أرشيفية فقط		
1	0	1	5	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	5	ن	البورني
100%	0%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن	
5	0	5	7	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	7	ن	البرونج
100%	0%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن	
9	0	9	9	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	9		الكاركاتير
100%	0%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%		
15	0	15	21	0	0	0	0	0	0	21	0	0	0	21	ن	المجموع الكلي
100%	0%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن	



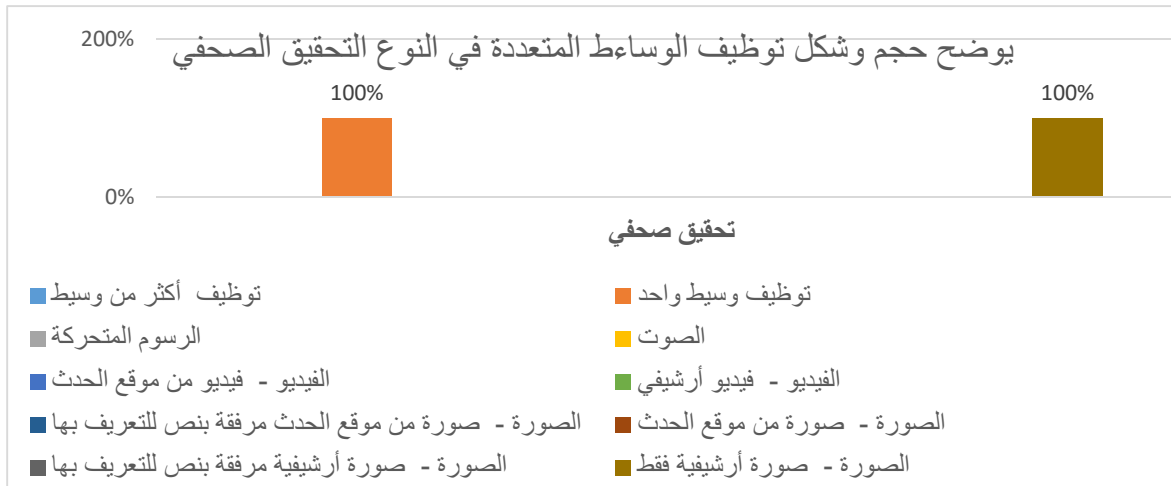
الشكل رقم (26): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية التعبيرية

يظهر الجدول أعلاه شكل ومستوى توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية التعبيرية في موقع الشروق أونلاين، بالإضافة إلى مدى تنوع توظيف هذه الوسائط في النص الواحد. يظهر من خلال النتائج المتحصل عليها أنّ توظيف الصورة كوسيط من الوسائط المتعددة سجل نسبة 100% في كل المواد الصحفية المصنفة ضمن الأنواع التعبيرية التي نشرت خلال فترة الدراسة، حيث مثلت فيها الصورة الأرشيفية فقط بنسبة 100%، في حين لم توظف باقي الوسائط المتعددة من فيديو أو صوت أو رسوم متحركة، حيث جاءت النسب منعدمة 0%، من خلال دراسة النتائج المتحصل عليها، يتجلى أنّ نسبة الاعتماد على الصورة في الأنواع الصحفية التعبيرية يتوافق مع الأنواع الفكرية في هذه الدراسة، حيث سجلت نفس النسب بالنسبة للنوعين، وبالتالي فإنّ الأسباب تبقى نفسها، حيث تعكس ضعفاً شديداً في توظيف الوسائط المتعددة بالرغم من أهميتها البالغة من الناحية الإخراجية، بالإضافة إلى؛ "الوظيفة التصويرية" (محسب، 2007، صفحة 80)، وبالتالي الأنواع التعبيرية في موقع الشروق أونلاين تعرف قصوراً واضحاً في الكتابة متعددة الوسائط، ولا تزال قابعة تحت سلطة الصورة كوسيط جرافيكي ثابت مرتبط بأصول الكتابة الخطية التقليدية.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (22): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في النوع الصحفي الاستقصائي

تتوع توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الاستقصائي		توظيف الوسائط المتعددة في النوع الصحفي الاستقصائي													الأصناف الصحفية الاستقصائية/ فئة الوسائط المتعددة	
المجموع	توظيف أكثر من وسيط	توظيف وسيط واحد	مجموع الوسائط المتعددة	الرسوم المتحركة	الصوت		الفيديو			الصورة						
					صوت من موقع الحدث	صوت أرشيفي	مجموع الفيديو	فيديو من موقع الحدث	فيديو أرشيفي	مجموع الصورة	صورة من موقع الحدث	صورة من موقع الحدث	صورة أرشيفية مرفقة بنص	صورة أرشيفية فقط		
2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	تحقيق صحفي
100%	0%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن
2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	المجموع
100%	0%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ع الكلي



الشكل رقم (27): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في النوع الصحفي الاستقصائي

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

يبرز الجدول أعلاه حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الاستقصائية في موقع الشروق أونلاين ومدى تنوعها في المضمون.

يتضح من خلال النسب أن توظيف الصورة كوسيط من الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الاستقصائية سجل نسبة 100% في مواد التحقيق الصحفي المنشورة خلال فترة الدراسة، مثلت فيها الصورة الأرشيفية فقط بنسبة 100% كوسيط وحيد، إذ لم توظف باقي الوسائط المتعددة من فيديو أو صوت أو رسوم متحركة، حيث جاءت النسب منعدمة 0%، وهي النسبة نفسها في الأنواع الفكرية والتعبيرية.

يرجع الاعتماد المطلق على الصورة في التحقيق الصحفي لما لها من أهمية قصوى في تحقيق المصادقية سواء كانت صور أرشيفية أو حية، لكنّها في ظل البيئة الإعلامية الجديدة لا تكتسي نفس قيمة الفيديو خصوصاً في التحقيق الصحفي، فهو يؤكد على حاستي الإبصار والسمع مما يدعم الشواهد التي تقوم عليها عملية التقصي.

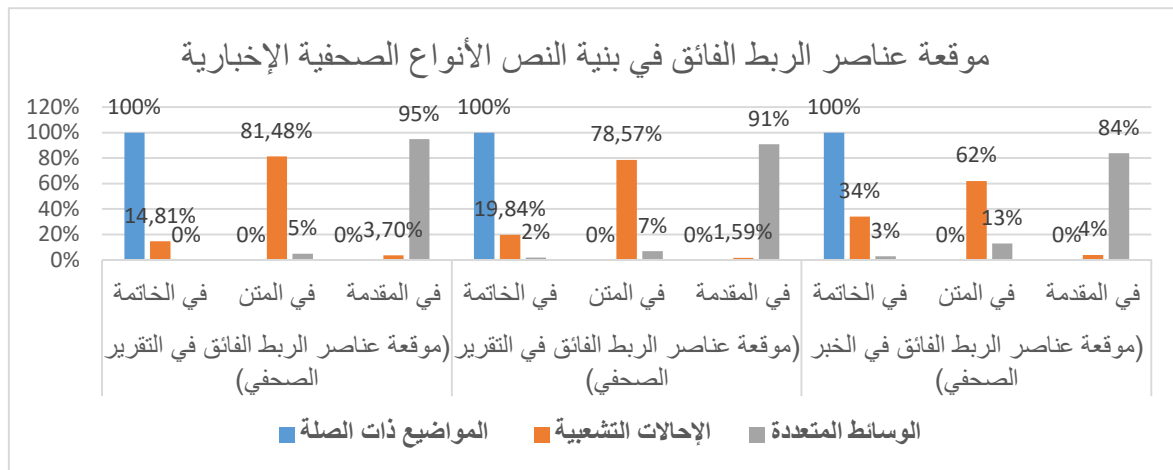
5.1.3 عرض نتائج التساؤل الخامس-موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع

الصحفية في موقع الشروق أونلاين:

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (23): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص الأنواع الصحفية الإخبارية

موقعة عناصر الربط الفائق في الحديث الصحفي				موقعة عناصر الربط الفائق في التقرير الصحفي				موقعة عناصر الربط الفائق في الخبر الصحفي				عناصر الربط الفائق في النوع الصحفي الإخباري	
المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة	المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة	المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة		
20	20	0	0	76	76	0	0	144	0	0	144	ت	المواضيع ذات الصلة
100%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	ن	
27	4	22	1	126	25	99	2	209	71	130	8	ت	الاحالات الشعبية
100%	14.81%	81.48%	3.70%	100%	19.84%	78.57%	1.59%	100%	34%	62%	4%	ن	
21	0	1	20	85	2	6	77	171	5	22	144	ت	الوسائط المتعددة
100%	0%	5%	95%	100%	2%	7%	91%	100%	3%	13%	84%	ن	



الشكل رقم (28): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص الأنواع الصحفية الإخبارية

يظهر الجدول أعلاه شكل تقديم المحتوى في شقه المتعلق بموقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية الإخبارية، ممثلة بالمواضيع ذات الصلة والاحالات الشعبية والوسائط

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

المتعددة، بتحديد موقعتها في المتن، حيث تشير النسب إلى أنّ موقعة الربط الفائق بالمواضيع ذات الصلة في الأنواع الصحفية الإخبارية سواء كان الخبر أو التقرير أو الحديث الصحفي جاءت في الخاتمة بنسبة 100%.

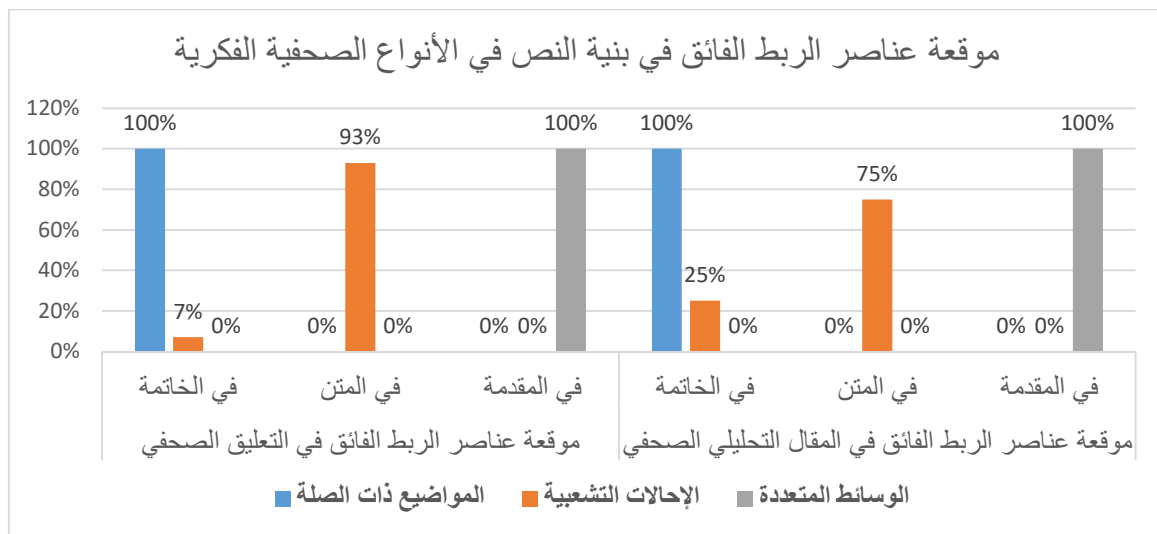
أما بخصوص موقعة الإحالات التشعبية فجاءت عموماً في المتن بنسبة 81.48% في الحديث و78.57% بالنسبة للتقرير و62% للخبر، بينما جاءت في الخاتمة بنسبة خبر 34%، والتقرير 19.84%، و14.81% في الحديث، أما موقعة الإحالات التشعبية في المقدمة فجاءت إجمالاً أدنى من 4% وجاءت موقعة الوسائط المتعددة في المقدمة سواء في الحديث الصحف أو التقرير أو الخبر حيث سجلت نسب 95% و91% و84% على التوالي، بينما تموقعت الوسائط المتعددة في المتن بنسبة 13% في الخبر و7% في التقرير و5%، وسجلت أدنى النسب من موقعة الوسائط المتعددة في الخاتمة حيث جاءت النسب جد ضعيفة.

عموماً يتضح من خلال المعطيات الكمية أنّ أغلبية الإحالات التشعبية في الأنواع الصحفية الإخبارية جاءت في المتن وأقل من ذلك في الخاتمة بينما جاءت ضعيفة جداً في المقدمة وهو أمر منطقي وموضوعي، إذ أنّ عادات القراءة على الويب والتي تأخذ شكل حرف F وفقاً لجاكوب نلسن تدل على أنّ القارئ المستخدم يركز أكثر في مسحه للنص على القسم العلوي، وعليه فإنّ توظيف النص الفائق والإحالات التشعبية في المقدمة يكون أكثر فاعلية، وجاءت موقعة الوسائط المتعددة-المتتمثلة أساساً في الصورة كما هو موضح في الجدول رقم (19) - في المقدمة، حيث يؤكد تموقعها بهذا الشكل على ارتباط الأنواع الصحفية الإخبارية في موقع الشروق أونلاين بمخيل الصحافة الإلكترونية الذي تظهر فيه على النسخة الورقية بعد العنوان مباشرة.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (24): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية الفكرية

موقعة عناصر الربط الفائق في التعليق الصحفي				موقعة عناصر الربط الفائق في المقال التحليلي الصحفي				عناصر الربط الفائق في النوع الصحفي الفكري	
المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة	المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة		
8	8	0	0	5	5	0	0	التكرار	المواضيع ذات الصلة
100%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	0%	النسبة	
14	1	13	0	4	1	3	0	التكرار	الإحالات
100%	7%	93%	0%	100%	25%	75%	0%	النسبة	التشعبية
8	0	0	8	5	0	0	5	التكرار	الوسائط
100%	0%	0%	100%	100%	0%	0%	100%	النسبة	المتعددة



الشكل رقم (29): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية الفكرية

يمثل الجدول أعلاه شكل تقديم المحتوى المرتبط بموقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية الفكرية، المتمثلة في المواضيع ذات الصلة والإحالات التشعبية والوسائط المتعددة، سواء أكان الربط الفائق في المقدمة أو في المتن أو في الخاتمة، حيث تشير النسب إلى أنّ موقعة الربط الفائق بالمواضيع ذات الصلة في الأنواع الصحفية الفكرية سواء في المقال الصحفي أو التعليق الصحفي جاءت في الخاتمة بنسبة 100%.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

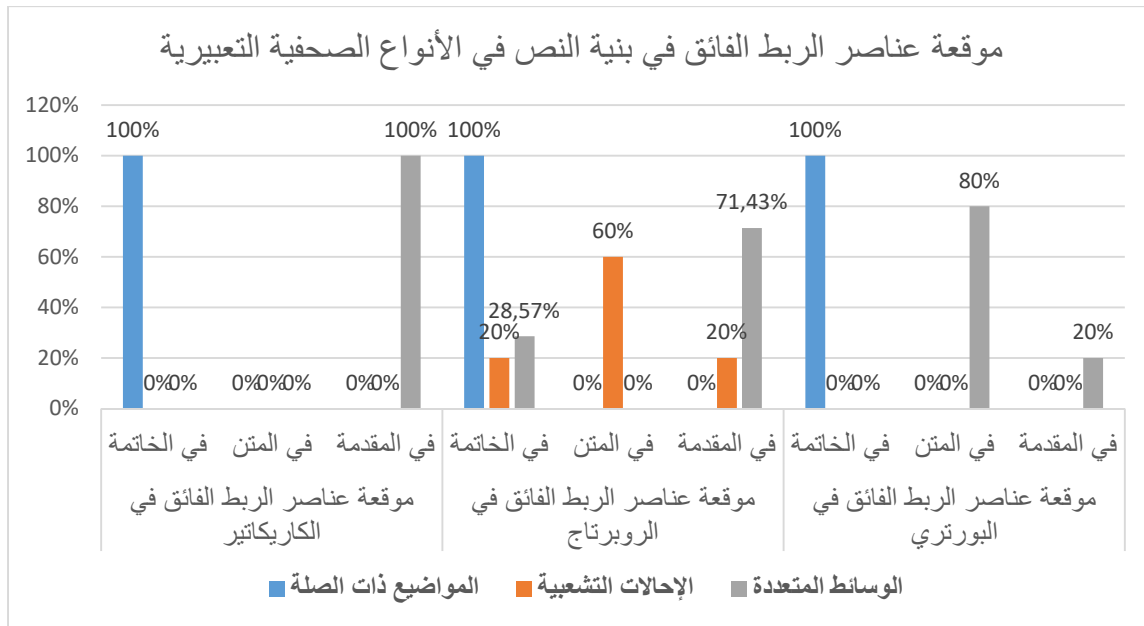
أما بخصوص موقعة الإحالات التشعبية فجاءت بنسبة 93% في المتن بالنسبة للتعليق، مقابل 75% في المتن بالنسبة للمقال الصحفي التحليلي بينما 25% جاءت في خاتمته، وفيما يخص التعليق فإن موقعة الإحالات التشعبية جاءت ضئيلة في الخاتمة بنسبة 7%، ولم يسجل كل منهما موقعة للإحالات التشعبية في المقدمة حيث جاءت النسب منعدمة 0%.

وجاءت موقعة الوسائط المتعددة في المقدمة (بين العنوان والنص) سواء في المقال الصحفي التحليلي أو في التعليق الصحفي كلها بين العنوان والنص بنسبة 100%.

يبدو أنّ الموقع اعتمد على القاعدة التي تحدد أفضلية وضع الصورة بين العنوان والنص وهي السائدة في تقاليد الصحافة الورقية، مع أنّ بعض الدراسات-كدراسة حلمي محمود محمد أحمد محاسب- توصلت إلى أنّ المستخدمين الناطقين باللغة الإنجليزية يفضلون تموقع الصورة يمين النص لأسباب يعتقدون أنّها منطقية مثل؛ "عدم قطع استمرارية القراءة وعدم جذب الانتباه إلى الصورة وترك النص أو شغل بصره بالنص والصورة في آن واحد" (محاسب، 2007، صفحة 90)، وعليه تعتقد الباحثة أنّ الاعتماد المطلق لموقعة الصورة في المقدمة تحديداً بين العنوان والنص يشير إلى النمطية في التحرير الصحفي في موقع الشروق أونلاين، وارتباطه بمعايير الكتابة التقليدية.

جدول رقم (25): يوضح موقعة عناصر الربط الفائت في بنية النص في الأنواع الصحفية التعبيرية

موقعة عناصر الربط الفائت في الكاريكاتير				موقعة عناصر الربط الفائت في الريبورتاج				موقعة عناصر الربط الفائت في البورتري				عناصر الربط الفائت في النوع الصحفي التعبيري	
المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة	المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة	المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة	ت	ن
9	9	0	0	5	5	0	0	1	1	0	0	ت	العناصر ذات الصلة
100%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	0%	ن	
0	0	0	0	5	1	3	1	0	0	0	0	ت	الإحالات التشعبية
0%	0%	0%	0%	100%	20%	60%	20%	0%	0%	0%	0%	ن	
9	0	0	9	7	2	0	5	5	0	4	1	ت	الوسائط المتعددة
100%	0%	0%	100%	100%	28.57%	0%	71.43%	100%	0%	80%	20%	ن	



الشكل رقم (30): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية التعبيرية

يمثل الجدول أعلاه شكل تقديم المحتوى الذي تعكسه موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية التعبيرية التي حددتها الدراسة بالمواضيع ذات الصلة والإحالات التشعبية والوسائط المتعددة وموقعها إما في المقدمة أو في المتن أو في الخاتمة، حيث تشير النسب إلى أنّ موقعة الربط الفائق بالمواضيع ذات الصلة في الأنواع الصحفية التعبيرية سواء كان البورتري أو الروبرتاج أو الكاريكاتير جاءت في الخاتمة بنسبة 100%.

أما بخصوص موقعة الإحالات التشعبية فبحكم عدم توظيف كل من البورتري والكاريكاتير لها، فتتعلق هذه القراءة بالروبرتاج الذي سجل تموقعها في المتن بنسبة 60%، و20% في المقدمة والخاتمة. وجاءت موقعة الوسائط المتعددة في المقدمة بالنسبة للروبرتاج والكاريكاتير بنسبة 100%، وانفرد البورتري بتوظيف الوسائط المتعددة في المتن بنسبة 80%، بينما الروبرتاج وظفها في المقدمة والخاتمة بنسبة 28.57% و71.43%.

كشفت عملية التحليل لموقعة عناصر الربط الفائق في الأنواع الصحفية التعبيرية أنّ الكاريكاتير في موقع الشروق أونلاين لا يختلف عنه في الصحف المطبوعة، فالمبدأ القائم على القيمة المعنوية التي يأخذها الكاريكاتير من الصورة أو الرسم المعبر عن الفكرة التي تغني الرسام عن النص المكتوب، لم يتغير بانتقاله إلى الحامل الإلكتروني.

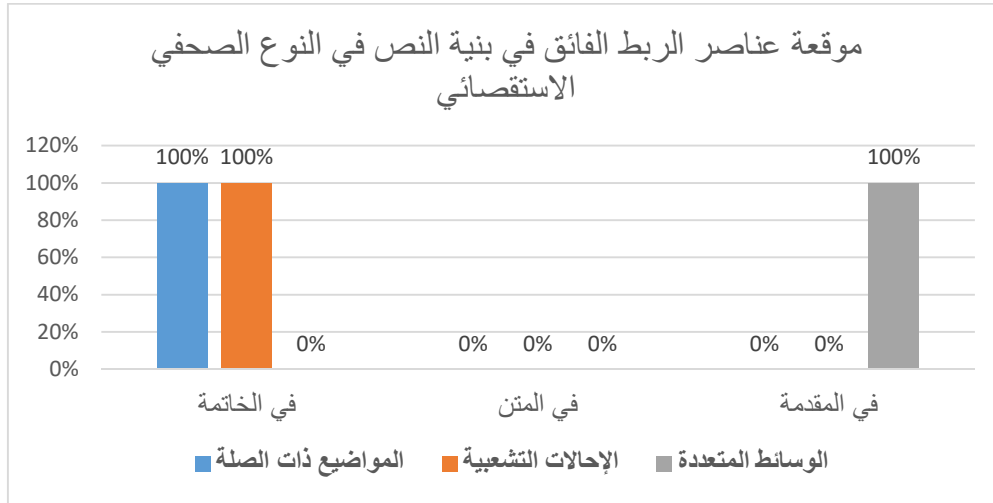
وفي تقديمه لجوهر بناء البورتري، يرى الدكتور عبد الوهاب الرامي أنّه "يرصد مسارا مختزلا وانتقائيا بتقديم الشخصية يعتمد على الأحاسيس والحيوية والألوان" (الرامي، 2011، صفحة 144)، وهو ما

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

توفره الصورة أساسا المفعمة بالألوان، وفي هذا الصدد تميز البورتري بموقع الشروق أونلاين بتوظيفه للصورة بإسهاب في جميع أجزاء النص بغرض رسم ملامح الشخصية وعرض محطاتها الحياتية، ينما تميز الربورتاج بتوظيف للإحالات التشعبية والوسائط المتعددة في مختلف أجزاءه.

جدول رقم (26): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في النوع الصحفي الاستقصائي

موقعة عناصر الربط الفائق في التحقيق الصحفي				عناصر الربط الفائق في النوع الصحفي الاستقصائي	
المجموع	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة	التكرار	المواضيع ذات الصلة
2	2	0	0	التكرار	المواضيع ذات الصلة
100%	100%	0%	0%	النسبة	
1	1	0	0	التكرار	الإحالات التشعبية
100%	100%	0%	0%	النسبة	
2	0	0	2	التكرار	الوسائط المتعددة
100%	0%	0%	100%	النسبة	



الشكل رقم (31): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في النوع الصحفي الاستقصائي

يمثل الجدول أعلاه شكل تقديم المحتوى المرتبط بموقعة عناصر الربط الفائق في التحقيق الصحفي ورصد موقعة الربط بالمواضيع ذات الصلة والإحالات التشعبية والوسائط المتعددة سواء في المقدمة أو في المتن أو في الخاتمة، حيث تشير النسب إلى أنّ موقعة الربط الفائق بالمواضيع ذات الصلة في الأنواع الصحفية الاستقصائية جاءت في الخاتمة بنسبة 100%، كما جاءت موقعة الإحالات التشعبية،

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

فقد جاءت في الخاتمة بنسبة 100%، وفيما تعلق بموقعة الوسائط المتعددة فقد جاءت في المقدمة بنسبة 100%.

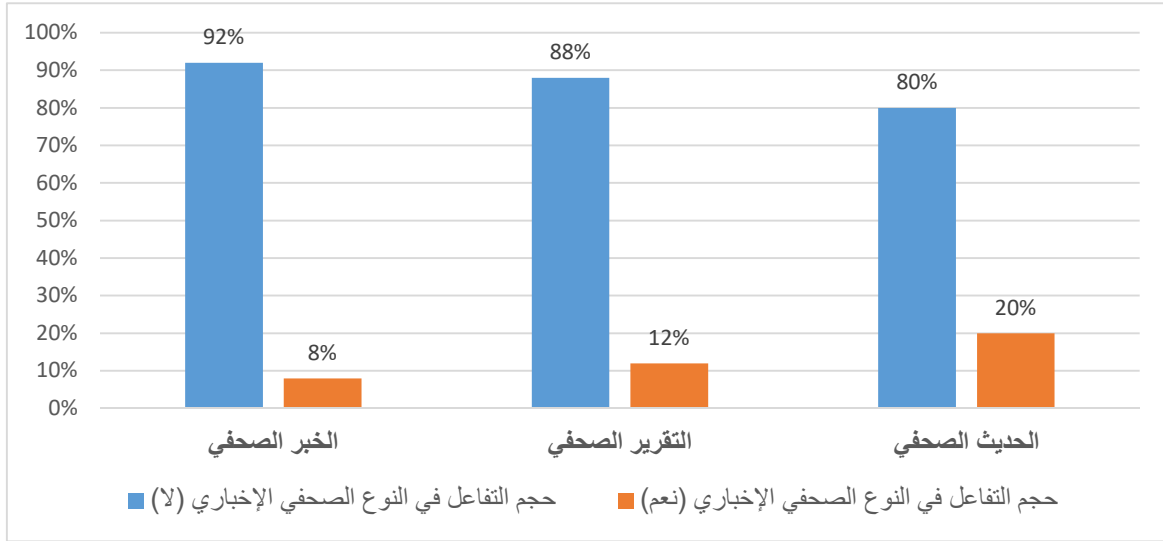
يتبين من خلال النتائج المتحصل عليها النمطية في تموقع عناصر الربط الفائق في التحقيق الصحفي في موقع الشروق أونلاين، بحيث تتركز الصورة في المقدمة (بين العنوان والنص) وربط المواضيع ذات الصلة في الخاتمة.

6.1.3 عرض نتائج التساؤل السادس-شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع

الصحفية:

جدول رقم (27): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية الإخبارية

توظيف أدوات التفاعل والمشاركة					حجم التفاعل		إتاحة التفاعل ومشاركة النوع الصحفي الإخباري	
استفتاءات الرأي	المنتديات	Talkback	البريد الإلكتروني		إتاحة خاصة مشاركة المقال	في النوع الصحفي الإخباري		
			بريد خاص بالمرح	بريد خاص بالصحيفة		لا		نعم
144	0	144	0	0	144	133	11	التكرار
100%	0%	100%	0%	0%	100%	92%	8%	النسبة
76	0	76	0	0	76	67	9	التكرار
100%	0%	100%	0%	0%	100%	88%	12%	النسبة
20	0%	20	0%	0%	20	16	4	التكرار
100%	0%	100%	0%	0%	100%	80%	20%	النسبة
240	0	240	0	0	240	216	24	التكرار
100%	0%	100%	0%	0%	100%	90%	10%	النسبة



الشكل رقم (32): يوضح حجم إتاحة التفاعل عبر عرض تعليقات القراء في الأنواع الصحفية الإخبارية

يتناول الجدول أعلاه شكل إتاحة التفاعل والمشاركة وتوظيفها في النوع الصحفي الإخباري، بالإضافة إلى حجم التفاعل من خلال رصد الأدوات التفاعلية التي يتضمنها كل من الخبر والتقرير والحديث الصحفي، وجاءت نسبة إتاحة خاصية مشاركة المقال 100% في كل الأنواع الإخبارية، ويتعلق الأمر بمشاركة المحتوى عبر موقعي الشبكات الاجتماعية تويتر وفيسبوك، فيما سجلت نسبة 90% من مجمل المواد الصحفية الإخبارية التي لم يتم نشر تعليقات القراء حول مضامينها، مقابل 9% من المواد تم عرض تعليقات القراء.

وفي قراءة تفصيلية للنسب، يتضح من خلال الجدول أنه لم يتم عرض تعليقات القراء حول مضمون الخبر الصحفي بنسبة 92%، و88% للتقرير و80% في الحديث الصحفي، ويشكل ذلك عائقاً أمام العملية التفاعلية كون الموقع يتحكم بإظهار أو حجب التعليقات، كما أنّ شكل التفاعل الذي يعكسه توظيف الأدوات التفاعلية التي يتضمنها النوع الصحفي الإخباري كان محصوراً بنسبة 100% في استفتاءات الرأي و Talkback، إلا أنّ حجم التفاعل باستخدام خدمة التعليق كان ضعيفاً من حيث عدد التعليقات المسجلة مع تقدم للحديث الصحفي بنسبة تعليق وصلت 20%، أمام التقرير والخبر الصحفي إذ سجلا نسبة 12% و8% على التوالي، وفيما يخص خدمة الاستفتاء فيمكن اعتبارها ضئيلة بحكم استخدامها النادر، حيث تمّ طرح 213 استفتاء فقط منذ إنشاء الموقع، وفيما يتعلق بالمنتديات

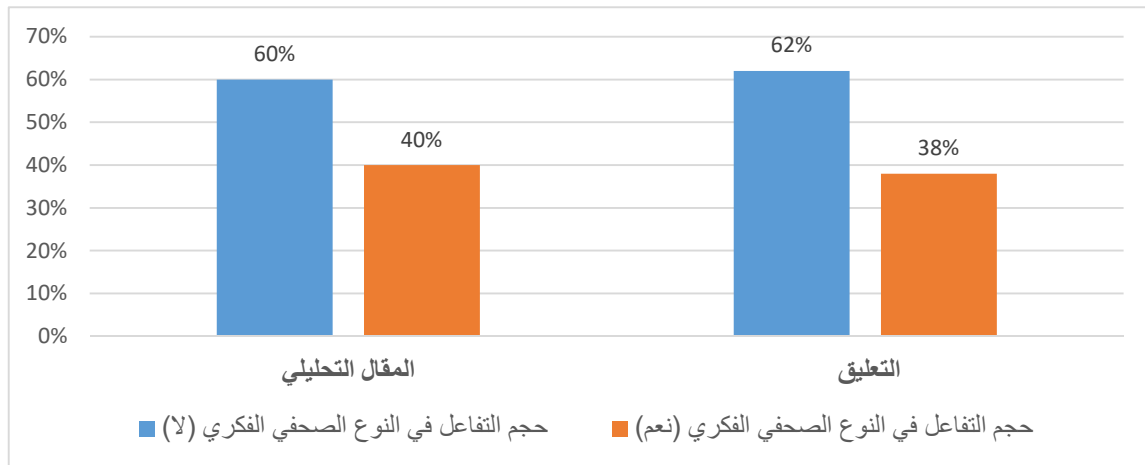
الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

وأدوات التفاعل الشخصي المتمثلة في البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة وبالمحرر فلم يتم إتاحتها في الموقع.

استنادا إلى نظرية التحول الرقمي أو التشكل العضوي لوسائل الإعلام فإنّ التقارب بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة يعكسه استخدام الموقع إمكانيات الوسائل الأخرى، مثل فتح حسابات على مواقع الشبكة الاجتماعية كالفاسبوك والتويتر، إضافة إلى الإحالات التشعبية على اليوتيوب ووسائل الإعلام الأخرى كالتلفزيون والإذاعة وغيرها، كما يلاحظ أنّ النسخة المطبوعة لجريدة الشروق اليومي التي انتقلت إلى الحامل الإلكتروني متاحة على الرابط، إلا أنّ الأنواع الصحفية الإخبارية في الموقع لم تستند من خصائص البيئة الإعلامية الجديدة، المرتكزة أساسا على الأدوات التفاعلية التي تسهم في توسيع التفاعل والتبادل والمشاركة لمحتواها.

جدول رقم (28): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية الفكرية

توظيف أدوات التفاعل والمشاركة					حجم التفاعل		إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية الفكرية		
استفتاءات الرأي	المنتديات	Talkback	البريد الإلكتروني		إتاحة خاصة مشاركة المقال	في النوع الصحفي الفكري			
			بريد خاص بالمحرر	بريد خاص بالصحيفة		لا			نعم
5	0	5	0	0	5	3	2	التكرار	مقال تحليلي
100%	0%	100%	0%	0%	100%	60%	40%	النسبة	
8	0	8	0	0	8	5	3	التكرار	تعليق
100%	0%	100%	0%	0%	100%	62%	38%	النسبة	
5	0	5	0	0	13	8	5	التكرار	المجموع الكلي
100%	0%	100%	0%	0%	100%	62%	38%	النسبة	



الشكل رقم (33): يوضح حجم إتاحة التفاعل عبر عرض تعليقات القراء في الأنواع الصحفية الفكرية يتناول الجدول أعلاه شكل إتاحة التفاعل والمشاركة وتوظيف أدوات التفاعل في الأنواع الصحفية التعبيرية وكذا حجم التفاعل من خلال التعرف على الأدوات التفاعلية مدى استغلالها في كل من المقال الصحفي التحليلي والتعليق، حيث يتبين من خلال الجدول أنّ خاصية مشاركة المقال متوفرة بنسبة 100% في كل من المقال التحليلي والتعليق، حيث تتيح مشاركته عبر موقعي تويتر وفيس بوك، أما بخصوص حجم إتاحة التفاعل في الأنواع الفكرية من خلال التحكم في التعليقات بالموقع حيث لم يتم عرض التعليقات وجاءت "لا" بنسبة 62% مقابل 38% بـ نعم، تقاربت فيه النسب بين النوعين من حيث حجم التفاعل حول مضمون التعليق والمقال الصحفي على التوالي بنسبة 62% و60%، بينما سجل التفاعل عن طريق تعليقات القراء المستخدمين في المقال الصحفي التحليلي نسبة 40%، و38% في التعليق.

كما أنّ توظيف الأدوات التفاعلية المتاحة في النوع الصحفي الفكري كان محصوراً بنسبة 100% في استفتاءات الرأي وTalkback، ولم توظف باقي الأدوات التفاعلية حيث جاءت النسبة منعدمة 0% في كل من البريد الإلكتروني والمنديات.

ومع أنّ؛ "التعليقات متحكم في ظهورها من قبل إدارة الموقع بحسب تصريح المدير الرقمي لموقع الشروق أونلاين" (فارس، 2023)، إلا أنّها سجلت مستوى أعلى من حيث عرضها في الأنواع الفكرية مقارنة ببقية الأنواع الأخرى.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (29): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية التعبيرية

توظيف أدوات التفاعل والمشاركة					إتاحة خاصية مشاركة المقال	حجم التفاعل في النوع الصحفي التعبيري		إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية التعبيرية	
استفتاءات الرأي	المنتديات	Talkback	البريد الإلكتروني			لا	نعم		
			بريد خاص بالمحرر	بريد خاص بالصحيفة					
1	0	1	0	0	1	1	0	التكرار	بورتال
100%	0%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	النسبة	
5	0	5	0	0	5	5	0	التكرار	ربورتاج
100%	0%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	النسبة	
9	0	9	0	0	9	9	0	التكرار	كاريكاتير
100%	0%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	النسبة	
15	0	15	0	0	15	15	0	التكرار	المجموع الكلي
100%	0%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	النسبة	

يتناول الجدول أعلاه شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة وتوظيف أدوات التفاعل في الأنواع الصحفية التعبيرية مع الوقوف على حجم التفاعل، حيث يتضح من خلال الجدول أنّ خاصية Talkback ومشاركة المقال عبر موقعي الشبكات الاجتماعية تويتر وفيسبوك واستفتاءات الرأي متوفرة بنسبة 100% في كل من البورتالي والربورتاج والكاريكاتير، إلا أنه لم يتم عرض تعليقات القراء حول المحتوى في مجمل الأنواع التعبيرية إذ جاءت نسبة التعليق على المحتوى 0%، كما لم يتم إتاحة التفاعل عبر خدمات البريد الإلكتروني والمنتديات.

بالرغم من كون الأدوات التفاعلية تعدّ من أهم الخدمات التي تقدمها الإنترنت في مجال إفادة الصحافة الإلكترونية عن طريق الروابط والمنتديات الإلكترونية وغرف الدردشة وغيرها، إلا أنّ الموقع لم يتح التفاعل بمستوى يليق ببيئته الإلكترونية، وهو بحد ذاته يعتبر من أهم معوقات التفاعل بين القائمين بالخدمات الإلكترونية والجمهور، في هذا الصدد توصل الباحث عبد الباسط أحمد هاشم شاهين إلى أنّ؛ "74% من معوقات التفاعلات تتمثل في عدم وجود أدوات تفاعلية متاحة على الموقع تمكن

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

الجمهور من التفاعل مع القائمين بالاتصال في مواقع الجرائد والمجلات الإلكترونية" (شاهين، 2014، صفحة 246)، كما أنّ الاتصال لا يزال أحادي الاتجاه، إذ لم يتم تسجيل أي رد على التعليقات من قبل القائمين بالاتصال على مستوى من الموقع.

جدول رقم (30): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في النوع الصحفي الاستقصائي

توظيف أدوات التفاعل والمشاركة					حجم التفاعل في النوع الصحفي الاستقصائي		إتاحة التفاعل والمشاركة في النوع الصحفي الاستقصائي		
استفتاءات الرأي	المنتديات	Talkback	البريد الإلكتروني		إتاحة خاصية مشاركة المقال	لا	نعم	التكرار	تحقيق صحفي
			بريد خاص بالمحرر	بريد خاص بالصحيفة					
2	0	2	0	0	2	2	0		
100%	0%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	النسبة	

يتناول الجدول أعلاه شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة الذي يعكسه توظيف أدوات التفاعل في النوع الصحفي الاستقصائي مع تقييم حجم التفاعل، حيث يلاحظ أنّ خاصية مشاركة المقال في مواقع الشبكات الاجتماعية الاتصالي متوفرة بنسبة 100% في التحقيق الصحفي، ويلاحظ انعدام ظهور تعليقات القراء حول محتوى النوع الصحفي الاستقصائي إذ جاءت النسب 0%، بالرغم من توظيف الموقع لخاصية Talkback واستفتاءات الرأي، في حين لم توظف الأدوات التفاعلية الباقية وهي البريد الإلكتروني والمنتديات.

من الواضح أنّ عدم الاهتمام بتوظيف الأدوات التفاعلية وبناء روابط للتواصل والتفاعل مع القراء المستخدمين، كانت له تداعيات على حجم التفاعل الذي انعدم تماماً في التحقيق الصحفي في موقع الشروق أونلاين، نتيجة لانعدام الاتصال مع القراء، وفي هذا السياق أكدت الباحثة؛ " سالي ماكميلان وجانج Hwang Jang-Sun & Sally McMillan عند تحديدها لأبعاد التفاعلية على حتمية ثنائية الاتجاه في الاتصال حتى يكون تفاعلياً" (اللبان د.، 2005، صفحة 89)، مع الحرص على المرونة الزمنية إما أن يكون الاتصال متزامن وفوري أو غير متزامن مخزن في أرشيف الموقع.

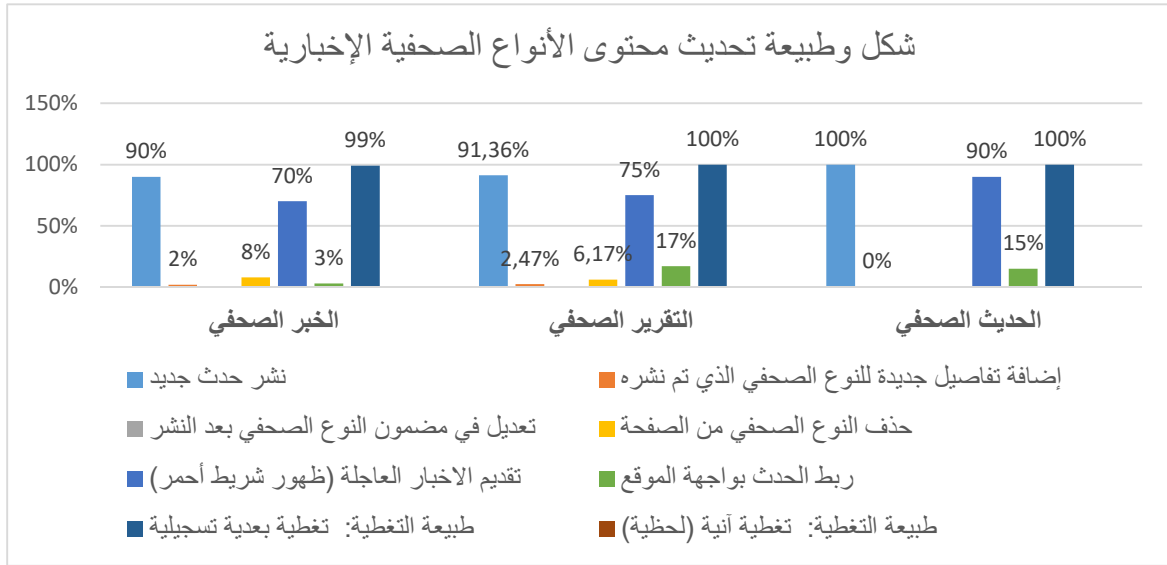
الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

7.1.3 عرض نتائج التساؤل السابع-شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية في موقع الشروق

أونلاين:

جدول رقم (31): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية الإخبارية

شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية الإخبارية															شكل تحديث المحتوى / النوع الصحفي الإخباري	
وجود آخر وقت تحديث	وجود آخر تاريخ تحديث	وجود وقت نشر المحتوى	وجود تاريخ نشر المحتوى	تقييم الاخبار		ربط الحدث		بواجهة	طبيعة	التغطية في	المجموع	حذف النوع الصحفي من	تعديل في مضمون النوع	إضافة تفاصيل جديدة للنوع		حدث جديد
				لا	نعم	لا	نعم	تغطية بعديّة	تغطية آنية							
0	0	0	144	43	101	139	5	142	2	156	12	0	3	141	ت	الخبر الصحفي
0%	0%	0%	100%	30%	70%	97%	3%	99%	1%	100%	8%	0%	2%	90%	ن	
0	0	0	76	19	57	63	13	76	0	81	5	0	2	74	ت	التقرير الصحفي
0%	0%	0%	100%	25%	75%	83%	17%	100%	0%	100%	6.17%	0%	2.47%	91.3%	ن	
0	0	0	20	2	18	17	3	20	0	20	0	0	0	20	ت	الحديث الصحفي
0%	0%	0%	100%	10%	90%	0.85%	15%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن	
0	0	0	240	64	176	219	21	238	2	257	17	0	5	235	ت	المجموع الكلي
0%	0%	0%	100%	27%	73%	91%	9%	99%	1%	100%	7%	0%	2%	91%	ن	



الشكل رقم (34): يوضح شكل وطبيعة تحديث محتوى الأنواع الصحفية الإخبارية

يظهر الجدول أعلاه شكل تحديث المحتوى في الأنواع الصحفية الإخبارية المتمثلة في الخبر والتقرير والحديث الصحفي، وفقا للأساليب التي تمّ ضبطها في الدراسة الحالية سواء أكان عن طريق نشر حدث جديد أو إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تمّ نشره، أو تعديل مضمونه، بالإضافة إلى تحديد طبيعة التغطية آنية (لحظية) أو تغطية بعدية (تسجيلية)، كما يرصد الجدول ربط للمادة المنشورة التي يتضمنها النوع الصحفي الإخباري بواجهة موقع الشروق أونلاين من عدمه، وتحديد تاريخ ووقت النشر والتحديث.

تشير النسب الإجمالية المتحصل عليها إلى أنّ تحديث شكل محتوى النوع الصحفي الإخباري يرتكز أساسا على نشر الحدث الجديد بنسبة 91%، وبصفة ضئيلة على حذف النوع الصحفي من الصفحة، حيث تمّ حذف المواد الصحفية المصنفة ضمن الأنواع الصحفية بعد نشرها بنسبة 7%، وسجلت نسبة متدنية من حيث تحديث النوع الإخباري عن طريق إضافة تفاصيل جديدة له بعد نشره 2% فقط، ولم يسجل أيّ تحديث للمحتوى في شكل تعديل في مضمون النوع الصحفي بعد النشر، حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

وعند تفكيك النسب المعروضة أعلاه بين الخبر والتقرير الصحفيين، يتبين أنّ التحديث اقتصر على الخبر والتقرير، مع انفراد الخبر بالتحديث في شكل إضافة تفاصيل للنص الذي تمّ نشره.

أما بخصوص طبيعة التغطية في الأنواع الصحفية الإخبارية، تشكل التغطية البعدية التسجيلية إجمالا نسبة 99% من المواد الإخبارية المصنفة في إطار النوع الصحفي الإخباري، والتي لم يتم ربط

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

معظمها بواجهة الموقع وهو ما تعبر عنه نسبة 91%، وتشير نسبة 73% إلى مؤشر ظهور شريط أحمر أسفل النص لتقديم الأخبار العاجلة (الآنية)، في حين تمثل نسبة 27% الأنواع الإخبارية التي لم يظهر فيها شرط الأخبار العاجلة، ولا تختلف هذه النسب العامة عن تلك الخاصة بكل من الخبر والتقرير الصحفيين والحديث الصحفي، إذ نجدها متقاربة نوعاً ما، باستثناء الفرق الواضح بين عنصر ربط الحدث بواجهة الموقع حيث جاءت النسبة الإجمالية في حدود 9% فقط، سجل فيه التقرير الصحفي تفوقاً على باقي الأنواع بنسبة 17%.

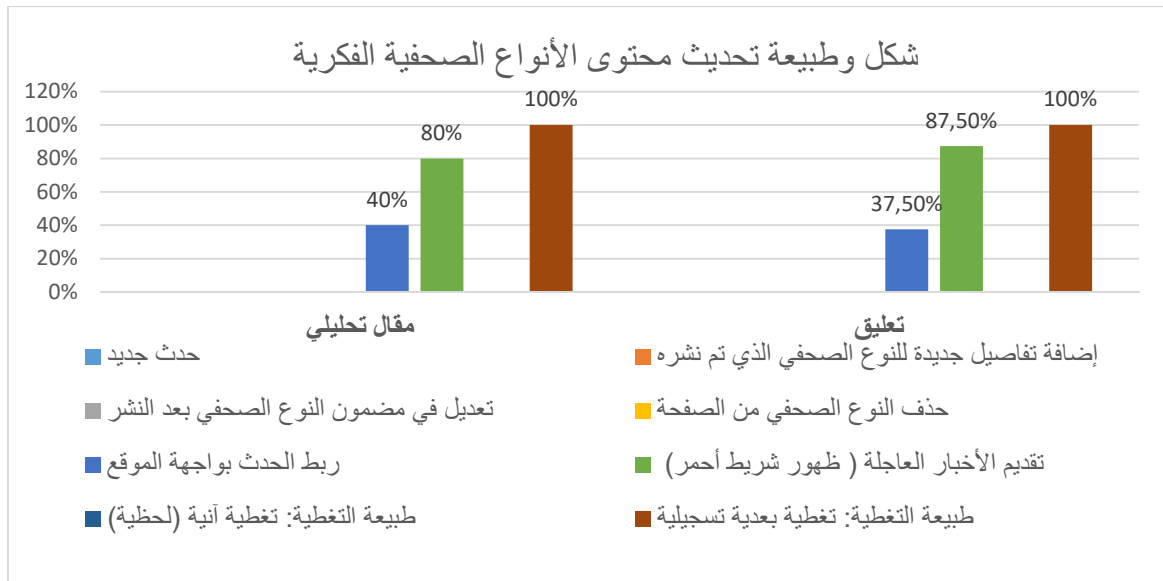
وفيما يتعلق بمؤشر وجود التاريخ والوقت، لم يتم تحديد آخر تاريخ تحديث لمحتوى النوع الصحفي الإخباري ولا وقت نشره وتحديثه، واكتفى الموقع بالإشارة إلى تاريخ النشر.

من الواضح أنّ أسلوب تحديث المحتوى في موقع الشروق أونلاين يقوم أساساً على نشر الحدث الجديد، كما يبدو أنّ الأنواع الصحفية الإخبارية قد اكتسبت خاصية جديدة لا يوفرها الوسيط المطبوع وهي ميزة العرض مع إدراج شريط إخباري بلون جذاب، بحيث تظهر تلك الأخبار العاجلة خلال تصفح الخبر أو التقرير أو الحديث الصحفي آن حدوثها، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة الباحث **عبد الباسط أحمد هشام شاهين** التي أظهرت؛ "تميز موقع مجلة "التايم" الأمريكية بنقل الأخبار العاجلة آن حدوثها والتحديث اليومي (شاهين، 2014)، ويمكن وصف طبيعة تحديث محتوى النوع الصحفي الإخباري من حيث الربط بواجهة الموقع بأنه شكل من أشكال التعبير عن الخط الافتتاحي للموقع، والذي يقوم على الإفصاح عن توجهات الموقع الصحفي وسياسته التحريرية، وهو ما يدعمه التقرير الصحفي إذ نجده أكثر تواجداً على صفحة الواجهة منه عن الخبر الصحفي الذي يفقد أهميته بمجرد نشره.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (32): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية الفكرية

شكل تحديث محتوى النوع الصحفي الفكري															شكل تخطيط المحتوى / النوع الصحفي الفكري	
وجود آخر وقت تحديث المحتوى	وجود آخر تاريخ تحديث المحتوى	وجود وقت نشر المحتوى	وجود تاريخ نشر المحتوى	تقديم الاخبار العاجلة (ظهور شريط أحمر) شريط أحمر / غائب		ربط الحدث بواجهة الموقع		طبيعة التغطية		المجموع	حذف النوع الصحفي من الصفحة	تعديل في مضمون النوع الصحفي بعد النشر	إضافة تقاليد جديدة للنوع الصحفي الذي تم حذف جديد	ن		
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	تغطية بعدية تسجيلية	تغطية آنية (حظية)	5	0	5	0	0	0	5	ن	ن
0	0	0	5	1	4	3	2	5	0	5	0	0	0	5	ن	ن
0%	0%	0%	100%	20%	80%	60%	40%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	ن	ن
0	0	0	8	1	7	5	3	8	0	8	0	0	0	8	ن	ن
0%	0%	0%	100%	12.5%	87.5%	62.5%	37.5%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	ن	ن
0	0	0	13	2	11	8	5	13	0	13	0	0	0	13	ن	ن
0%	0%	0%	100%	15%	85%	62%	38%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن	ن



الشكل رقم (35): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية الفكرية

يظهر الجدول أعلاه يوضح شكل تحديث الأنواع الصحفية الفكرية المتمثلة في المقال الصحفي التحليلي والتعليق من حيث الأساليب التي حددتها الدراسة والمتمثلة في نشر حدث جديد أو إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تم نشره أو تعديل مضمونه، بالإضافة إلى تحديد طبيعة التغطية آنية (لحظية) أو تغطية بعيدة تسجيلية، كما يكشف الجدول عن ربط المحتوى بواجهة الموقع.

حيث تشير النسب الإجمالية المتحصل عليها إلى أنّ شكل تحديث محتوى النوع الصحفي الفكري يركز بشكل مطلق على نشر حدث جديد بنسبة 100%، ولم يسجل أي تحديث للمحتوى في شكل إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تم نشره أو تعديل في مضمونه بعد النشر أو حذفه حيث جاءت النسب منعدمة 0%، وهذا يعني أنّ تحديث المقال الصحفي التحليلي والتعليق الصحفي في موقع الشروق أونلاين يقوم على نشر الحدث الجديد فقط دون غيره من أساليب التحديث الأخرى التي تحددها الدراسة.

أما فيما تعلق بطبيعة التغطية، سجلت البعدية التسجيلية 100% من المواد المصنفة في إطار النوع الفكري، والتي ظهر فيها شريط الأخبار العاجلة بنسبة 85% إجمالاً، و87.5% في التعليق و80% في المقال الصحفي التحليلي، وتشير نسبة 62% إلى إجمالي مؤشر عدم ربط النوع الصحفي الفكري بواجهة الموقع، وهي تقريبا نفس النسب الخاصة بالنوعين، في حين تمثل نسبة 38% منها تم ربطها بالواجهة، وسجلت أقل نسبة في مؤشر عدم تقديم الأخبار العاجلة في شكل شريط أحمر في حدود 15% فقط،

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

سجل فيه المقال الصحفي التحليلي تفوقا على التعليق الصحفي بنسبة 20% مقابل 12.5%، ولم يعتمد الموقع على التغطية القبلية للأحداث حيث جاءت النسب منعدمة 0%.

وفيما يتعلق بعنصر تحديث المحتوى مع وجود التاريخ والوقت، يتبين من خلال الجدول وجود تاريخ نشر المحتوى بنسبة 100% في حين لم يتم تحديد آخر تاريخ لنشر محتوى النوع الصحفي الفكري ولا وقت نشره وتحديثه، حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

بالرغم من انعدام أشكال تحديث المحتوى في الأنواع الفكرية إلا أنّ الموقع حرص إلى حد ما على ربطها بالواجهة، ويمكن تفسير ذلك بأنّ الموقع يهتم بتنوع المواضيع على صفحته الرئيسية.

جدول رقم (33): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية التعبيرية

شكل تحديث محتوى في الانواع الصحفية التعبيرية															شكل تحديث المحتوى / النوع الصحفي التعبيري
وجود آخر وقت تحديث المحتوى	وجود آخر تاريخ تحديث المحتوى	وجود وقت نشر المحتوى	وجود تاريخ نشر المحتوى	تقديم الاخبار	العاجلة (شريط)	ربط الحدث	بواجهة الموقع	طبيعة التغطية	المجموع	حذف النوع الصحفي من الصفحة	تعديل في مضمون النوع الصحفي بعد	إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي	حدث جديد		
لا	نعم	لا	نعم	تغطية بعيدية	تغطية آنية	لا	نعم	تغطية بعيدية	تغطية آنية	لا	نعم	لا	نعم	ت	
0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	ت
0%	0%	0%	100%	0%	100%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن
0	0	0	5	1	4	5	0	5	0	5	0	0	0	5	ت
0%	0%	0%	100%	20%	80%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن
0	0	0	9	0	9	9	0	9	0	9	0	0	0	9	ت
0%	0%	0%	100%	0%	100%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن
0	0	0	15	1	14	15	0	15	0	15	0	0	0	15	ت
0%	0%	0%	100%	7%	93%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن

يظهر الجدول أعلاه شكل تحديث الأنواع الصحفية التعبيرية، من حيث تحديث محتوى البورتري والربورتاج الصحفي والكاريكاتير، سواء أكان تحديثاً عن طريق نشر حدث جديد أو إضافة تفاصيل

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جديدة للنوع الصحفي الذي تمّ نشره، أو تعديل في مضمونه، بالإضافة إلى تحديد طبيعة التغطية من حيث طبيعة التغطية آنية (لحظية) أو تغطية بعدية تسجيلية، كما يبرز الجدول ما إذا كان هناك ربط لمحتوى النوع الصحفي التعبيري بواجهة الموقع أو لا.

حيث تشير النسب الإجمالية المتحصل عليها إلى أنّ تحديث محتوى النوع الصحفي التعبيري يتركز بشكل مطلق على نشر الحدث الجديد بنسبة 100%، إذ لم يسجل أيّ تحديث للمحتوى في شكل إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تمّ نشره أو التعديل في مضمونه بعد النشر أو حذفه، حيث جاءت النسب منعدمة 0%، وهذا يعني أنّ تحديث الربورتاج الصحفي والبورترى والكاريكاتير في موقع الشروق أونلاين يقوم على نشر الحدث الجديد فقط.

أما بخصوص طبيعة التغطية، تشكّل التغطية البعدية التسجيلية 100% من المواد المصنفة كأنواع صحفية تعبيرية، وتشير نسبة 100% إلى إجمالي مؤشر عدم ربط النوع الصحفي التعبيري بواجهة الموقع، وفي المقابل تمّ الاعتماد على ميزة الشريط الأحمر الخاص بمواكبة الأحداث كخاصية من خصائص البيئة الإلكترونية بنسبة 93% إجمالاً، حيث يظهر أسفل الصفحة في النوع الصحفي التعبيري لتقديم الأخبار العاجلة.

وفيما يتعلق بعنصر تحديث المحتوى مع وجود التاريخ والوقت، نجد أنّ تاريخ نشر المحتوى هو المؤشر الوحيد في يحدد زمن النشر في الأنواع الصحفية التعبيرية بنسبة 100%، في حين لم يتم تحديد آخر تاريخ تحديث لمحتوى الأنواع الصحفية التعبيرية ولا وقت نشرها وتحديثها، فجاءت النسبة منعدمة 0%.

من الواضح أنّ أسلوب تحديث محتوى الأنواع الصحفية التعبيرية لم يخرج عن الإطار الذي يعتمده الموقع في تحديث محتوياته باستثناء الأنواع الإخبارية.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (34): يوضح شكل تحديث محتوى النوع الصحفي الاستقصائي

شكل تحديث محتوى النوع الصحفي الاستقصائي														شكل تحديث المحتوى / النوع الصحفي الاستقصائي		
وجود آخر وقت تحديث المحتوى	وجود آخر تاريخ تحديث المحتوى	وجود وقت نشر المحتوى	وجود تاريخ نشر المحتوى	تقديم الأخبار العاجلة (شريط)		ربط الحدث بواجهة الموقع	طبيعة التغطية		المجموع	حذف النوع الصحفي من الصفحة	تعديل في مضمون النوع الصحفي بعد النشر	إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تم	حدث جديد			تحقيق صحفي
لا	نعم	لا	نعم	تغطية بعمق	تغطية آنية (لحظية)	0	2	0	2	0	0	0	2	ن		
0	0	0	2	1	1	2	0	2	0	2	0	0	0	2	ن	ن
0%	0%	0%	100%	50%	50%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن	ن

يظهر الجدول أعلاه شكل تحديث المحتوى في النوع الصحفي الاستقصائي سواء أكان تحديثاً عن طريق نشر حدث جديد أو إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تم نشره، أو تعديل في مضمونه، بالإضافة إلى تحديد طبيعة التغطية إن كانت تغطية آنية (لحظية) أو تغطية بعمق تسجيلية، كما يبرز الجدول ما إذا كان هناك ربط لمحتوى النوع الصحفي الاستقصائي بواجهة الموقع أو لا.

حيث تشير النسب الإجمالية المتحصل عليها إلى أنّ تحديث المحتوى الصحفي يتم 100% من خلال نشر حدث جديد بنسبة 100%، ولم يسجل أيّ تحديث للمحتوى في شكل إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تمّ نشره، أو تعديل في مضمونه بعد النشر أو حذفه، حيث جاءت النسب منعدمة 0%، وهذا يعني أنّ تحديث التحقيق الصحفي في موقع الشروق أونلاين يقوم على نشر تحقيق جديد.

أما بخصوص طبيعة التغطية في النوع الصحفي الاستقصائي، تشكل النسبة العامة للتغطية البعدية التسجيلية 100% من مضمونه، والتي ظهر فيها الشريط الأحمر المتعلق بتقديم الأخبار العاجلة بنسبة 50% إجمالاً، في حين لم يتم ربط التحقيق بواجهة الموقع.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

وفيما يتعلق بعنصر تاريخ ووقت نشر وتحديث المحتوى، يتضح أنّ مؤشر وجود تاريخ نشر المحتوى هو الوحيد الذي تمّ تحديده بنسبة 100%، في حين لم يتم تحديد آخر تاريخ لتحديث محتوى النوع الصحفي الاستقصائي ولا وقت نشره وتحديثه، حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

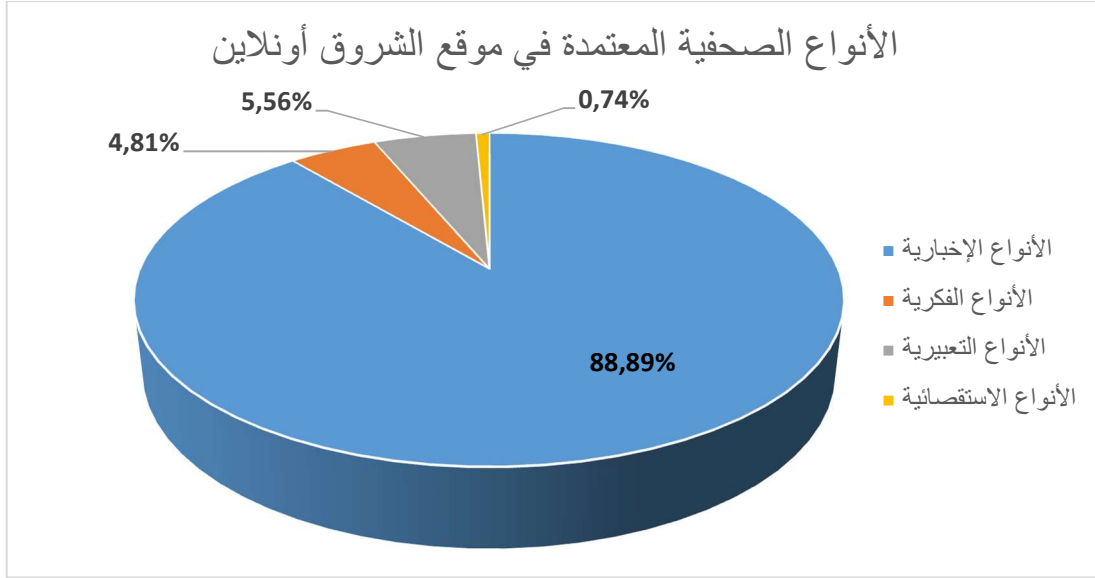
يتضح من خلال النسب المتحصل عليها أنّه لم يتم تحديث محتوى التحقيق الصحفي لا من حيث التعديل أو إضافة تفاصيل أو حذف النص، إذ تظهر عملية تحديث المحتوى في شكل شريط أحمر جذّاب يقدم الأخبار العاجلة، كما لم يتم ربط التحقيقات التي نشرت بواجهة الموقع ويرجع ذلك أساساً إلى ميل الموقع إلى ربط التقارير الصحفية الآنية بالصفحة الرئيسية للموقع.

8.1.3 عرض الجداول المركبة ومناقشة النتائج العامة المتعلقة بالأنواع الصحفية (عينة

الدراسة):

جدول رقم (35): يوضح الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق خلال فترة الدراسة

مجموع النسب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة-النوع الصحفي	
88.89%	60%	144	خير	الأنواع الإخبارية
	31,67%	76	تقرير	
	8,33%	20	حديث صحفي	
4.81%	0%	0	مقال افتتاحي	الأنواع الفكرية
	0%	0	مقال نقدي	
	38,46%	5	مقال تحليلي	
	0%	0	العمود	
	61,54%	8	تعليق	
5.56%	6,67%	1	بورترى	الأنواع التعبيرية
	33,33%	5	ربرتاج	
	31,67%	9	كاريكاتير	
0,74%	0,74%	2	تحقيق صحفي	الأنواع الاستقصائية
100%	100%	270	المجموع	



الشكل رقم (36): يوضح الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة

يبين الجدول أعلاه الأنواع الصحفية التي تم تحريرها ونشرها على صفحة الجزائر بموقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة الممتدة من 13 إلى 22 جانفي 2023، حيث بلغ إجمالي المحتوى الصحفي في مختلف الأنواع الصحفية التي تم تصنيفها في هذه الدراسة إلى 270، تحددت في 4 أصناف كبرى، وهي الأنواع الإخبارية والتي تضم الخبر والتقرير والحديث الصحفي، الأنواع الفكرية ممثلة في المقال الصحفي الافتتاحي والمقال الصحفي النقدي والمقال الصحفي التحليلي والعمود والتعليق الصحفي، الأنواع التعبيرية والتي تتضمن البورتري والريورتاج والكاريكاتير، أما الأنواع الاستقصائية فتتحدد في التحقيق الصحفي، بحيث يلاحظ أن الأنواع الصحفية الإخبارية ممثلة في الخبر والتقرير والحديث الصحفي هي الأكثر تحريرا ونشرا في موقع الشروق أونلاين بنسبة 88.89% مع تسجيل تقدم واضح للخبر الصحفي بنسبة 60%، يليها الأنواع التعبيرية في المرتبة الثانية بنسبة 5.56%، وتحتل الأنواع الفكرية المرتبة الثالثة في ترتيب الأنواع الصحفية من حيث التحرير والنشر في الموقع، إذ سجلت نسبة 4.81% من مجمل ما تم نشره خلال فترة الدراسة حيث تقدم التعليق على المقال التحليلي، فيما لم ينشر أي من المقال الافتتاحي والمقال النقدي والعمود الصحفي، وجاءت الأنواع الاستقصائية في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.74%.

يلاحظ هيمنة واضحة للخبر في موقع الشروق أونلاين، وهو نفس ما توصلت إليه العديد من الدراسات حيث أشار عدد من الباحثين إلى أن؛ "الصحافة الإلكترونية قد ساهمت في انهيار دورة الأخبار مرتين في اليوم "Twice-a-day way news sycle" وسيطرة ثقافة "الأخبار السريعة" High-

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

speed news" بدلا منها (Cottle, 2007)، وأكد (Rosenstiel, 2005, p. 713) على أنّ هذا التسارع قد أصبح سمة أساسية في صناعة الأخبار الفورية في الولايات المتحدة الأمريكية.

وتتفق نتائج الدراسة أيضا مع ما توصل إليه البحث الباحث عباس ناجي حسن خلال دراسته للمواقع الإلكترونية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية؛ إذ خلص إلى أنّ المواقع العربية والعراقية تفتقر إلى صناعة إعلام إلكتروني بكافة فنونه الصحفية" (ناجي حسن، 2013).

بالإضافة إلى ذلك، يمكن إرجاع التقدم الكبير للأنواع الإخبارية عن باقي الأنواع الصحفية الأخرى التي تمّ رصدها خلال فترة الدراسة إلى السياسة التحريرية للموقع التي تركز على تداولية الخبر؛ إذ تعدّ الأنواع الصحفية جزء من السياسة التحريرية لموقع الشروق أونلاين" (فارس، 2023)، كما أنّ المواد الإخبارية في الصحافة الإلكترونية تعرف شهرة أكثر من غيرها من المواد؛ "حيث تتمتع أخبار الإنترنت برصيد أعلى للانقرائية" (كنعان، 2014، صفحة 66).

جدول رقم (36): يوضح شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية

مستوى صياغة العنوان			عنوان فرعي في المتن		عنوان ثانوي	عنوان رئيسي فقط	عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي	فئة شكل تقديم الأنواع الصحفية (العنوان)	
مستوى التحديث	المستوى المتعمق	المستوى السطحي	لا	نعم				ت	ن
15	69	156	203	37	0	150	90	ت	الأنواع الإخبارية
6%	29%	65%	85%	15%	0%	62.5%	37.5%	ن	
0	8	5	10	3	0	6	7	ت	الأنواع الفكرية
0%	62%	38%	77%	23%	0%	46%	54%	ن	
0	7	8	12	3	0	9	6	ت	الأنواع التعبيرية
0%	47%	53%	80%	20%	0%	60%	40%	ن	
0	1	1	1	1	0	0	2	ت	الأنواع الاستقصائية
0%	50%	50%	50%	50%	0%	0%	100%	ن	
15	85	170	226	44	0	165	105	ت	المجموع الكلي
6%	31%	63%	84%	16%	0%	61%	39%	ن	

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

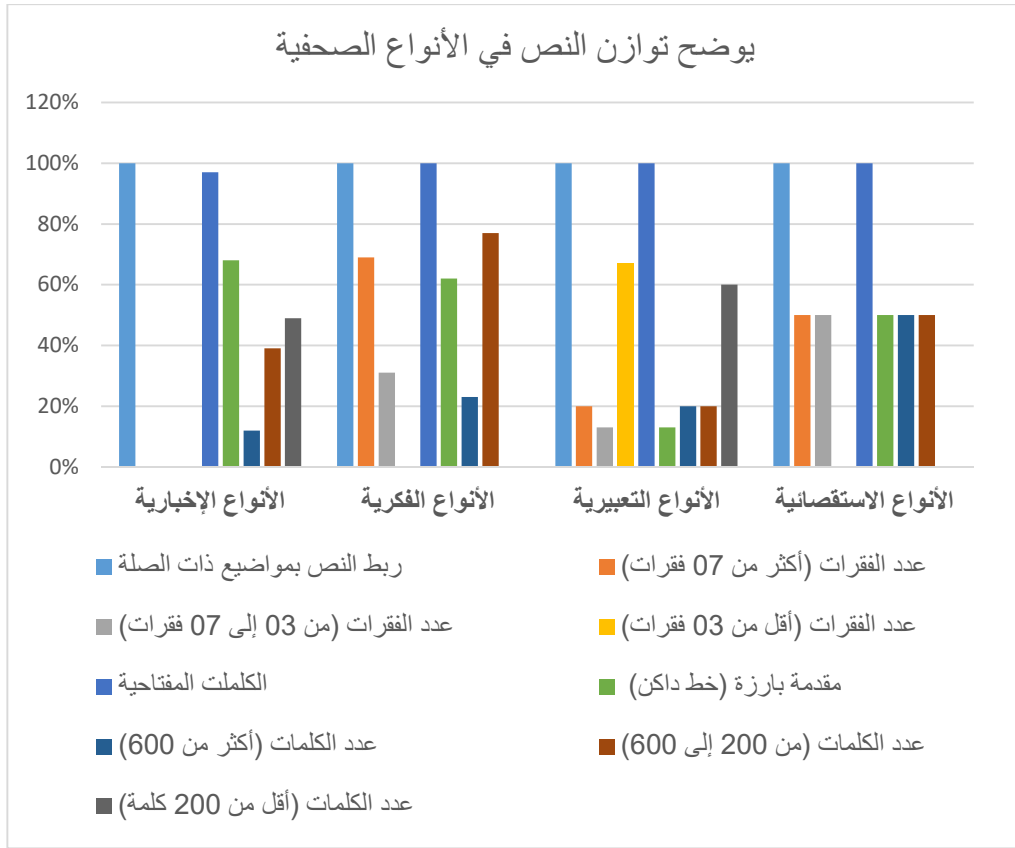
يعبر الجدول أعلاه عن شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية في جزئه المتعلق بالعنوان، سواء من حيث نوعه أو مستوى الصياغة، حيث يتبين من خلال النتائج المتحصل عليها أنّ معظم العناوين التي تمّ صياغتها في الأنواع الصحفية المنشور خلال فترة الدراسة، جاءت على شكل عنوان رئيسي فقط بنسبة 61% أغلبها تخص الأنواع الإخبارية والتعبيرية، مقابل 39% من العناوين جاءت في شكل عنوان رئيسي مرفق بعنوان تمهيدي، في حين لم يوظف العنوان الفرعي المصاحب للعنوان الرئيسي حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

أما بخصوص العنوان الفرعي في المتن، فلم يتم توظيفه في الأنواع الصحفية إجمالاً بنسبة 84% مقابل 16% استخدم فيها، ويتضح أنّ معدل توظيفه في الأنواع الإخبارية ضئيل.

وبالنسبة لمستوى صياغة العنوان في الأنواع الصحفية، تعبر الأرقام على تقدم المستوى السطحي في صياغة العنوان بنسبة 63% مقابل 31% للمستوى المتعمق، و6% لمستوى التحديث في صياغة العنوان الذي انفردت به الأنواع الإخبارية، كما تميزت الأنواع الفكرية والتعبيرية والاستقصائية بمعدلات أكبر في صياغتها للعنوان بالمستوى المتعمق من الأنواع الإخبارية، ويرجع ذلك إلى طبيعة وخصائص كل نوع فالأنواع الإخبارية تميل إلى الإخبار والتصريح المباشر، بينما تميل الأنواع الأخرى إلى التعمق من حيث التفسير والوصف والتحليل، أما بالنسبة لإهمالها صياغة العناوين الفرعية والثانوية فيمكن اعتباره قصوراً واضحاً في تحرير الأنواع الصحفية في الموقع؛ إذ يتطلب نجاح المحرر الصحفي في تحقيق أهدافه إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنصوص الرئيسية والثانوية والفرعية التي تعدّ عنصراً مهماً لإراحة القارئ بصرياً وفكرياً" (كنعان، 2014، صفحة 51)، خصوصاً على شبكة الويب.

جدول رقم (37): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية

ربط النص بمواضيع ذات الصلة	عدد الفقرات			استخدام الكلمات المفتاحية	مقدمة بارزة (خط داكن)	عدد كلمات النص			توازن النص في النوع الأنواع الصحفية	
	أكثر من 07 فقرات	من 03 إلى 07 فقرات	أقل من 03 فقرات			أكثر من 600	من 200 إلى 600	أقل من 200 كلمة		
240	61	147	32	232	164	29	94	117	ت	الأنواع الإخبارية
100%	25.42%	61.25%	13.33%	97%	68%	12%	39%	49%	ن	
13	9	4	0	13	8	3	10	0	ت	الأنواع الفكرية
100%	69%	31%	0%	100%	62%	23%	77%	0%	ن	
15	3	2	10	15	2	3	3	9	ت	الأنواع التعبيرية
100%	20%	13%	67%	100%	13%	20%	20%	60%	ن	
2	1	1	0	2	1	1	1	0	ت	الأنواع الاستقصائية
100%	50%	50%	0%	100%	50%	50%	50%	0%	ن	
270	74	154	42	262	175	36	108	126	ت	المجموع الكلي
100%	27%	57%	16%	97%	65%	13%	40%	47%	ن	



الشكل رقم (37): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية

يبرز الجدول أعلاه شكل تقديم المحتوى في شقه المتعلق بتوازن النص في مجمل الأنواع الصحفية، استنادا إلى حساب عدد الكلمات الفقرات و بروز المقدمة بخط داكن Bold واستخدام الكلمات المفتاحية، وربط الأنواع الصحفية بالمواضيع ذات الصلة.

حيث جاءت النسب إجمالا متقاربة بين توظيف النصوص التي تحوي أقل من 200 كلمة ومن 200 إلى 600 كلمة بنسبة تتراوح بين 47% و 40%، وظفت خلالها المقدمة البارزة بخط داكن بنسبة 65% بينما سجلت النصوص التي تفوق 600 كلمة نسبة 13% فقط.

أما بالنسبة لعدد الفقرات في الأنواع الصحفية فقد غلبت النصوص التي تحوي من 03 إلى 07 فقرات بنسبة 57%، وجاءت النسب بخصوص توظيف أقل من 03 فقرات 16%، وأكثر من 07 في مختلف أنواع الصحفية في حدود 27%.

وبخصوص ربط النص بالمواضيع ذات الصلة، فقد تمّ ربط جميع الأنواع الصحفية التي نشرت خلال فترة الدراسة بمواضيع ذات الصلة وهو ما تعبر عنه نسبة 100%.

يتبين من خلال النتائج أعلاه أنّ تحرير الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين يميل إلى الاقتصاد في عدد الكلمات خصوصا في الأنواع الإخبارية مع تقسيم أوفر للفقرات في المتن، كما يتضح

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

أنّ الموقع يحرص على تضمين الكلمات المفتاحية في المقدمة بشكل أساس مع الفصل بينها وبين فقرات المتن عن طريق كتابتها بالخط الداكن Bold ؛ ويرجع ذلك إلى ميل الموقع إلى التحرير وفقا لقواعد السيو، حيث أكد مدير موقع الشروق أونلاين السيد سمير فارس في مقابلة خصّ الباحثة بها-على علاقة ذلك بتحسين ترتيب الموقع في محركات البحث؛ "فالمحرر الصحفي يسعى من خلال ذلك إلى الرفع من جودة الخدمة التسويقية للموقع بالاعتماد على قواعد الكتابة لمحركات البحث أو السيو، وحتى تحظى الأنواع الصحفية في الموقع بفرص أكبر في تصدر البحث يجب أن يتمحور المحتوى حول الكلمة المفتاحية الرئيسية (Keyword)" والمقدمة الجذابة شكلا ومضمونا".

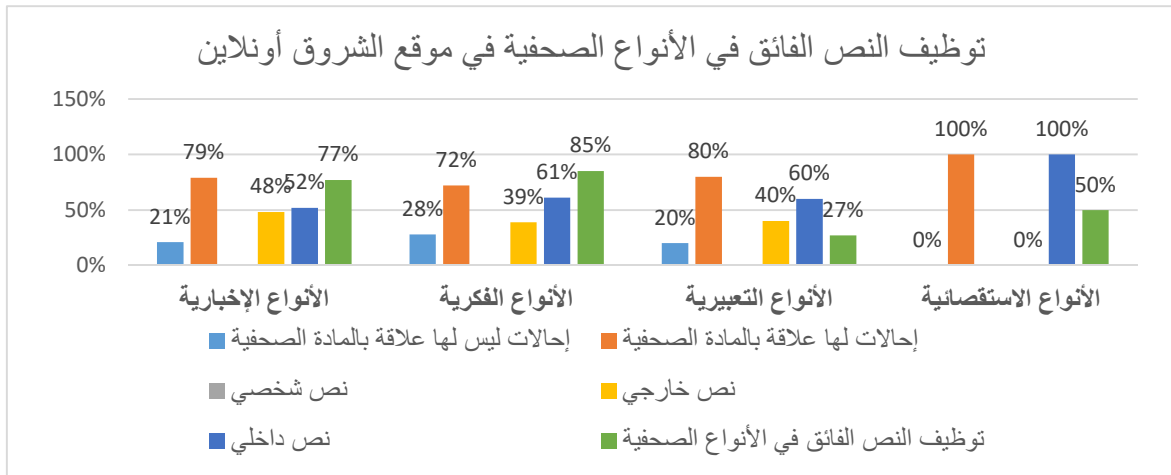
ومع ذلك وفقا لقواعد السيو؛ "يفضل المحتوى الطويل المركز عن المحتوى القصير المبتور" (عبد الحي، 2022، صفحة 292)، كما ينصح ألا يزيد عن ألف (1000) كلمة في الصحف الإلكترونية، وهناك من يزيد ومن ينقص على ذلك، لكنّ الأساس هو الحفاظ على التوازن بين عدد الكلمات والفقرات شكلا ومضمونا.

وعليه بعيدا عن قواعد السيو SEO التي يعتمد عليها الموقع في تحرير ونشر الأنواع الصحفية، يمكن القول أنّ الأنواع الصحفية عموما في موقع الشروق أونلاين تميل إلى التوازن الذي يعكسه الاختصار والتوافق بين عدد الكلمات والفقرات ووفرة الكلمات المفتاحية واستخدام الرموز الطباعية التي يمثلها الخط الداكن لإبراز فقرة المقدمة.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (38): يوضح توزيع النص الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين

طبيعة العلاقة بين إشارات النص الفائق ومحتوى الأنواع الصحفية		طبيعة توزيع النص الفائق في الأنواع الصحفية			عدد النصوص الموظفة في الأنواع الصحفية	توزيع النص الفائق في الأنواع الصحفية		الانواع الصحفية/ فئة النص الفائق	
إشارات لها ليس لها علاقة بالمادة الصحفية	إشارات لها علاقة بالمادة الصحفية	نص داخلي	نص خارجي	نص شخصي		نعم	لا		
76	286	0	172	190	362	56	184	ت	الأنواع الإخبارية
21%	79%	0%	48%	52%	93.78%	23%	77%	ن	
5	13	0	7	11	18	2	11	ت	الأنواع الفكرية
28%	72%	0%	39%	61%	4.66%	15%	85%	ن	
1	4	0	2	3	5	11	4	ت	الأنواع التعبيرية
20%	80%	0%	40%	60%	1.3%	73%	27%	ن	
0	1	0	0	1	1	1	1	ت	الأنواع الاستقصائية
0%	100%	0%	0%	100%	0.26%	50%	50%	ن	
82	304	0	181	205	386	70	200	ت	المجموع الكل
21%	79%	0%	47%	53%	100%	26%	74%	ن	



الشكل رقم (38): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين

يبرز الجدول أعلاه مستوى وطبيعة توظيف النص الفائق كإحالات داخلية وخارجية كما يوضح طبيعة العلاقة بين هذه النصوص الفائقة والمادة الصحفية المنشورة في مجمل الأنواع الصحفية بموقع الشروق أونلاين.

يظهر من خلال النسب المتحصل عليها أنّ نسبة توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية وصل إلى 74%، ومن خلال قراءتها عمودياً يتضح أنّ أغلبية النصوص الفائقة التي تمّ توظيفها خلال فترة الدراسة كانت من نصيب الأنواع الصحفية الإخبارية 93.78% يليها الأنواع الفكرية نسبة 4.66%، فيما جاءت الأنواع التعبيرية والاستقصائية بنسب جد ضئيلة، وهي نتيجة منطقية مرتبطة بتباين عدد المواد الصحفية المنشورة في كل صنف من الأصناف الصحفية التي تتبناها الدراسة الحالية.

وبخصوص طبيعة توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية فقد غلب النص الداخلي بنسبة 53% مقابل 47% سجلها النص الخارجي، وجاء النص الداخلي في مجمله بنسبة توظيف تتراوح بين 50% و100% في مختلف الأنواع الصحفية.

ومن حيث طبيعة العلاقة بين إحالات النص الفائق ومحتوى الأنواع الصحفية، سجل تباين كبير في النسب بين إحالات لها علاقة بالمادة الصحفية بـ 79% مقابل إحالات ليس لها علاقة بالمادة الصحفية بـ 21%.

من المنطقي أن تسجل فروقات في توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية إذ يعود ذلك إلى تباين حجم المواد المنشورة في الموقع، وتفوق الأنواع الصحفية الإخبارية من حيث العدد، وقد لاحظت الباحثة استغلال جيد لتقنية النص الفائق في تحرير الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين مما زاد

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

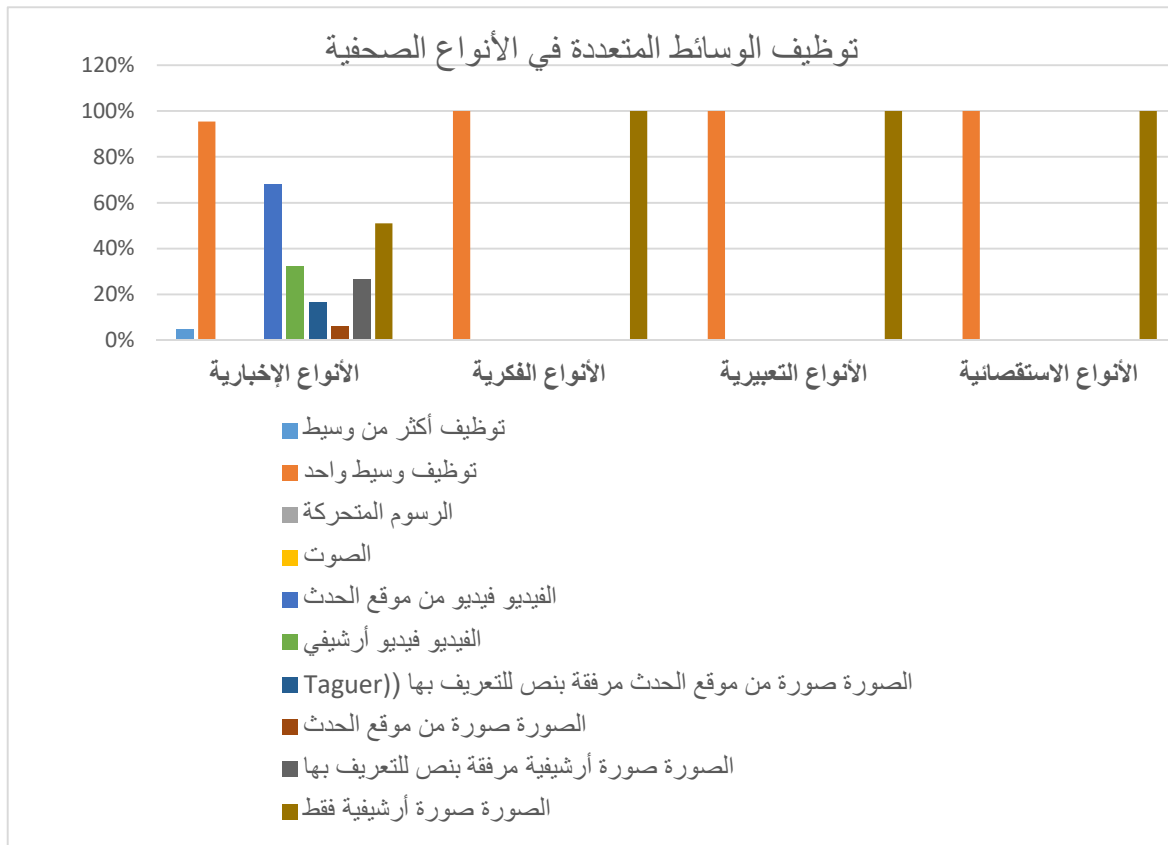
من انفتاح النص وثرأه من حيث كم المعلومات التي تتوافر في شكل إحالات داخلية أو خارجية لها علاقة بمضمون الأنواع الصحفية.

وعليه يمكن القول أنه في إطار نظرية النص الفائق؛ "تضيف المعلومات والنصوص الملحقة في الروابط التشعبية معاني جديدة " (بن مسعود، 2020، صفحة 188)، سواء أكانت النصوص التشعبية داخلية أو خارجية، وبما أن الكاتب ملزم بتقديم كمية كبيرة من المعلومات في ظل المساحة الأمتاهية التي تتيحها الإنترنت، فإن ترتيب الروابط وتعدد المسارات في النص الفائق يعزز دور الصحفي في كتابة سيناريو القصة بتحديد الأجزاء التي يراها ويتبعها القارئ، واستنادا إلى المعايير التي وضعها ريت وباتريسيا **Ptricia & Wright** ونظرا إلى وجود علاقة بين مضمون الأنواع الصحفية والإحالات والتي وصلت إلى 79%، يمكن اعتبار أن توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين حقق قدرا من الدقة في التعبير عن المضمون ويبرز بذلك دور الصحفي كمتحكم في المعلومات-واستنادا إلى نظرية النص الفائق-فالنص الفائق الذي يحيل القارئ إلى معلومات ذات الصلة باهتماماته يعزز ممارسة الصحفيين لدور حارس البوابة (بن مسعود، 2020، صفحة 188)، ومع ذلك فإن الإحالات على النص الخارجي التي قاربت في نسبتها إحالات النص الداخلي قد تطرح إشكالا متمثلا في مغادرة القارئ المستخدم للموقع، إذ ينصح كل من **Stephanie Berger** و **Mindy McAdams** -من خلال المعايير العشر التي وضعها لتقييم النص الفائق- ويقولان: "لا تحمل المستخدم بعيدا عن الموقع بدون سبب منطقي فالصفحة التي ترسله إليها يجب أن تكون متصلة بالموضوع" (McAdams & Berger, 2001)، وتعتقد الباحثة أنها مشكلة تحتاج إلى الدراسة معمقة على المواقع الإلكترونية الجزائرية.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (39): يوضح توزيع الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية

تنوع توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية	توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية													الأنواع الصحفية / فئة الوسائط المتعددة			
	توظيف أكثر من وسيط	توظيف وسيط واحد	مجموع الوسائط المتعددة	الرسوم المتحركة	الصوت		الفيديو			الصورة						ت	ن
					صوت أرشيبي	صوت من موقع	مجموع الفيديو	فيديو من موقع	فيديو أرشيبي	مجموع الصورة	صورة من موقع	صورة من موقع	صورة أرشيبية مرقطة				
	11	229	277	0	0	0	28	19	9	249	41	15	66	127	ت	ن	
	5%	95%	88%	0%	0%	0%	10%	68%	32%	90%	16%	6%	27%	51%	ت	ن	
	0	13	13	0	0	0	0	0	0	13	0	0	0	13	ت	ن	
	0%	100%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ت	ن	
	0	15	21	0	0	0	0	0	0	21	0	0	0	21	ت	ن	
	0%	100%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ت	ن	
	0	2	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	ت	ن	
	0%	100%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ت	ن	
	11	259	313	0	0	0	28	19	9	285	41	15	66	163	ت	ن	
	4%	96%	100%	0%	0%	0%	9%	68%	32%	91%	14.3%	5.26%	23.1%	57.1%	ت	ن	



الشكل رقم (39): يوضح توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين يظهر الجدول أعلاه شكل ومستوى توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين، بالإضافة إلى مدى تنوع توظيفها في النص الواحد.

يتبين من خلال النتائج أن الأنواع الصحفية في الموقع اعتمدت على الصورة كوسيط رئيسي، بالنسبة لإجمالي الصور التي تم توظيفها في كل الأنواع الصحفية حيث سجلت نسبة توظيف بـ 91%، تنوعت بين صور أرشيفية وصور من موقع الحدث مرفقة وغير مرفقة بنص تعريفي، مع تقدم واضح للصورة الأرشيفية دون التعريف بها بنسبة 57.19%، حيث اعتمدت الأنواع التعبيرية والفكرية والاستقصائية بشكل أساسي عليها، فيما تنوع شكل الصورة في الأنواع الإخبارية.

أما بخصوص الفيديو فالملاحظ أن 68% من مجموع الفيديوهات التي نشرت كانت من موقع الحدث، حيث تم توظيفه بنسبة أكبر من الفيديو الأرشيفي، مع انحصاره في الأنواع الإخبارية خصوصا التقرير والحديث الصحفي.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

كما تشير الأرقام المتعلقة بتنوع توظيف الوسائط المتعددة في النص إلى اعتماد مجمل الأنواع الصحفية على وسيط واحد، باستثناء الأنواع الإخبارية التي وظفت أكثر من وسيط في النص الواحد لكن بنسبة ضئيلة جدا 5% .

إنّ الاعتماد على الوسائط المتعددة يعدّ جزءا أساسيا في التحرير الإلكتروني، ومع ذلك لم يلاحظ من خلال النتائج العامة توظيفا متوازنا وثرثيا للوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية، وتتفق نتائج دراسة الباحثة **عسري فتيحة المالك** التي توصلت إلى؛ "عدم حرص موقع الشروق أونلاين على تنويع الوسائط المتعددة حيث اقتصرت على الصورة بشكل غالب مقابل الفيديوهات التي كانت في معظمها مستقلة عن النص" (عسري، 2019) ، إضافة على ذلك فإنّ الدراسة الحالية توصلت إلى أنّ الصور لم تكن في أغلبها مرفقة بنص للتعريف بها، وهو ما لا يتوافق مع مقومات التحرير الصحفي على شبكة الإنترنت إذ أنّ محررات البحث تقرأ النصوص فقط ولا تتعرف على الصور إلا إذا كانت معنونة.

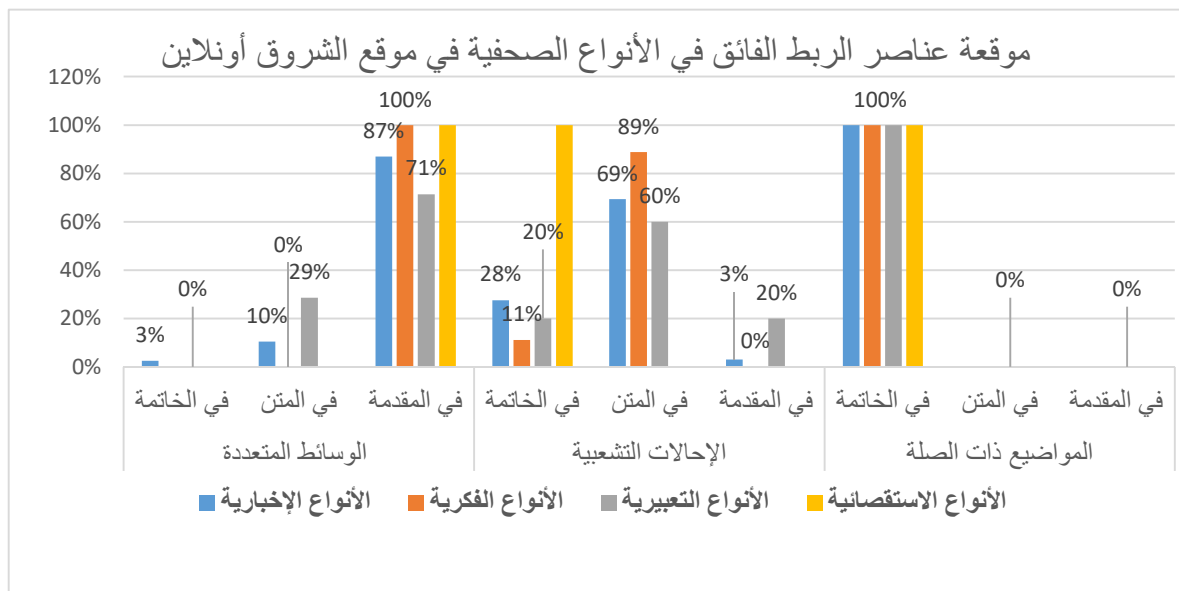
من الواضح أنّ تحرير الأنواع الصحفية على موقع الشروق أونلاين وفقا لتقنيات الوسائط المتعددة يفتقد إلى عنصر التنوع، ويرجع السبب من وجهة نظر المدير التقني لموقع الشروق أونلاين إلى؛ "ضعف الإمكانيات المادية والموارد البشرية التي لا تكفي حتى لمتابعة وتحرير الخبر، فما بالك باستخدام الوسائط الإلكترونية، كما أنّه لا يوجد للموقع اشتراك مع الوكالات الإخبارية، إضافة إلى خضوع بعض الوسائط لاعتبارات حقوق النشر، لذلك يحرص الموقع على تفاعلي الوقوع في مشاكل أو متابعات نتيجة لاستخدام غير مرخص من المصدر ويكتفي باستخدام المتاح من الصور" (فارس، 2023).

ومنه يتضح أنّ موقع الشروق لم يطوّر من إمكانياته التقنية خصوصا ما تعلق بالكتابة متعددة الوسائط، كما كشفت عنه دراسة الباحثة عسري عام 2019 والدراسة الحالية، إذ لا زالت الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين تعتمد على العناصر البنائية التقليدية (الصور والنصوص)، وبالتالي في إطار **النموذج المهجن** الذي يجمع بين؛ "النموذج الاستاتيكي الذي يقصد به مجموع العناصر البنائية التقليدية مثل الصور والنصوص، والنموذج الديناميكي الذي يقصد به ما تحظى به الإنترنت من عناصر بنائية جديدة تؤدي إلى تفاعلية القارئ مع الشكل والمضمون" (محسب، 2007، صفحة 38)، وعليه يمكن القول بأنّ الأنواع الصحفية في الموقع تجمع بين النموذجين، مع تسجيل تفوق للنموذج الاستاتيكي على حساب الديناميكي باعتبارها سجلت قصورا كبيرا في توظيف الوسائط الرقمية المتعددة.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (40): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين

موقع	موقعة الوسائط المتعددة			موقع	موقعة الإحالات التشعبية			موقعة المواضيع ذات الصلة			موقعة عناصر الربط الفائق في الأنواع الصحفية	
	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة		في الخاتمة	في المتن	في المقدمة	في الخاتمة	في المتن	في المقدمة		
277	7	29	241	362	100	251	11	240	0	0	ت	الأنواع الإخبارية
100%	3%	10%	87%	100%	28%	69%	3%	100%	0%	0%	ن	
13	0	0	13	18	2	16	0	13	0	0	ت	الأنواع الفكرية
100%	0%	0%	100%	100%	11%	89%	0%	100%	0%	0%	ن	
21	0	6	15	5	1	3	1	15	0	0	ت	الأنواع التعبيرية
100%	0%	29%	71%	100%	20%	60%	20%	100%	0%	0%	ن	
4	0	0	2	1	1	0	0	2	0	0	ت	الأنواع الاستقصائية
100%	0%	0%	100%	100%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	ن	
313	7	35	271	386	104	270	12	270	0	0	ت	المجموع الكلي
100%	2%	11%	87%	100%	27%	70%	3%	100%	0%	0%	ن	



الشكل رقم (40): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين

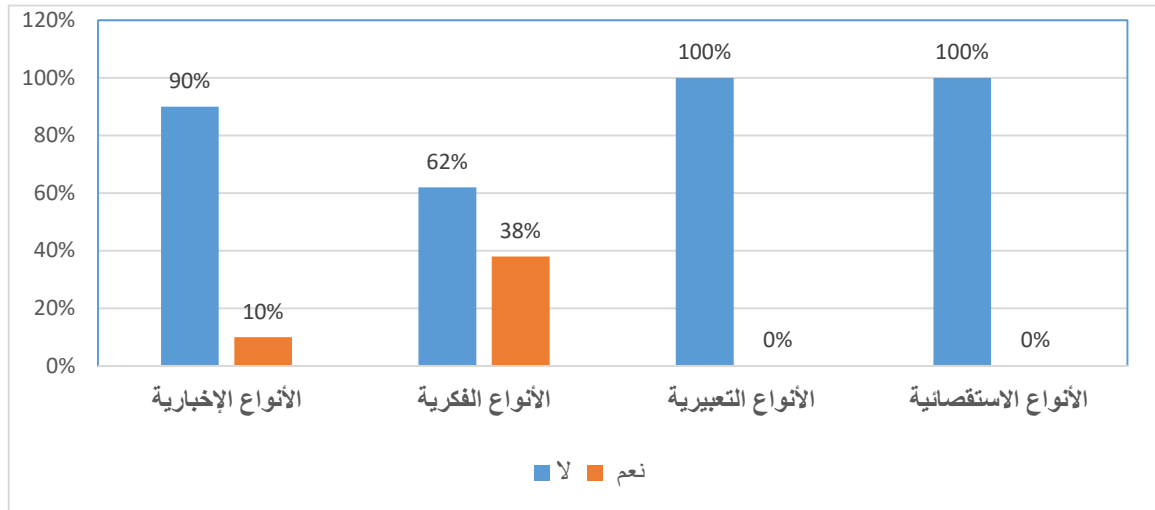
الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

يمثل الجدول أعلاه موقعة عناصر الربط الفائق المتمثلة في المواضيع ذات الصلة والإحالات الشعبية والوسائط المتعددة في مضمون الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين، حيث يتم تحديد موقعتها في المقدمة أو في المتن أو في الخاتمة، وتشير النسب إلى أنّ موقعة عناصر الربط الفائق بالمواضيع ذات الصلة في الأنواع الصحفية إجمالاً جاء بنسبة 100% في الخاتمة تحديداً أسفل النص. أما بخصوص موقعة الإحالات الشعبية فقد تمّ توظيفها بشكل لافت في المتن بنسبة 70%، ونسبة أقل في الخاتمة 27%، فيما لم تدرج في المقدمة سوى بنسبة 3%، وجاءت موقعة الوسائط المتعددة في المقدمة في عموم الأنواع الصحفية بنسبة 87%، و11% في المتن و2% فقط في الخاتمة. كشفت عملية التحليل لموقعة عناصر الربط الفائق في الأنواع الصحفية أنّها تركز بشكل أساس على تقديم الصورة كواجهة للنوع الصحفي، وهو ما يفسر تموقعها بشكل أساس في المقدمة بينما تركز على النصوص الشعبية بتوظيفها في المتن بشكل عام، وتعتبر الروابط الشعبية أساس شبكة الإنترنت حيث يشير توظيفها إلى أنّ؛ "الموقع على تواصل حسن ببقية المواقع على الإنترنت، فضلاً عن كون روابط لمواقع أخرى داخل نص في موقع ما يحسّن من سمعة الموقع ويعكس أمانته ومصداقيته" (عبد الحي، 2022، صفحة 293)، وهو ما يطمح إليه كل القائمين بالاتصال بالصحف الإلكترونية. ومع أنّ توظيف عناصر الربط الفائق يكتسي أهمية قصوى في تحرير الأنواع الصحفية، إلا أنّ استراتيجية بناء الارتباط في المتن، وتموقعها في الأجزاء القريبة من العنوان يعدّ عاملاً هاماً في جذب القارئ المستخدم، وهو ما كشفت عنه تجربة المستخدم (User experience) التي قام بها الباحث جاكوب نلسن (Jakob Nielsen) سنة 1997 للتعرف على سلوك القارئ على الشاشة من خلال تتبع حركة العين، حيث كشفت أنّ؛ العين البشرية أثناء تنقلها من أعلى الصفحة إلى الأسفل ومن اليسار إلى اليمين تقوم بحركة شبيهة بحرف F (Pernice, 2017)، ما يدلّ على علاقة ارتباطية بين موقعة عناصر الربط الفائق وقراءة المضمون، فكلما كانت في الجزء الأعلى كلما كانت حظوظ التعرض إليها وقراءتها أكبر.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (41): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية على موقع الشروق أونلاين

توظيف أدوات التفاعل					إتاحة خاصية مشاركة المقال	حجم التفاعل في الأنواع الصحفية		شكل إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية	
استفتاءات الرأي	المنتديات	Talkback	البريد الإلكتروني			لا	نعم		
			بريد خاص بالمحرر	بريد خاص بالحيفة					
240	0	240	0	0	240	216	24	ت	الأنواع الإخبارية
100%	0%	100%	0%	0%	100%	90%	10%	ن	
13	0	13	0	0	13	8	5	ت	الأنواع الفكرية
100%	0%	100%	0%	0%	100%	62%	38%	ن	
15	0	15	0	0	15	15	0	ت	الأنواع التعبيرية
100%	0%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	ن	
2	0	2	0	0	2	2	0	ت	الأنواع الاستقصائية
100%	0%	100%	0%	0%	100%	100%	0%	ن	
270	0	270	0	0	270	241	29	ت	المجموع الكلي
100%	0%	100%	0%	0%	100%	89%	11%	ن	



الشكل رقم (41): يوضح حجم إتاحة التفاعل عبر عرض تعليقات القراء في الأنواع الصحفية على موقع الشروق أونلاين

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

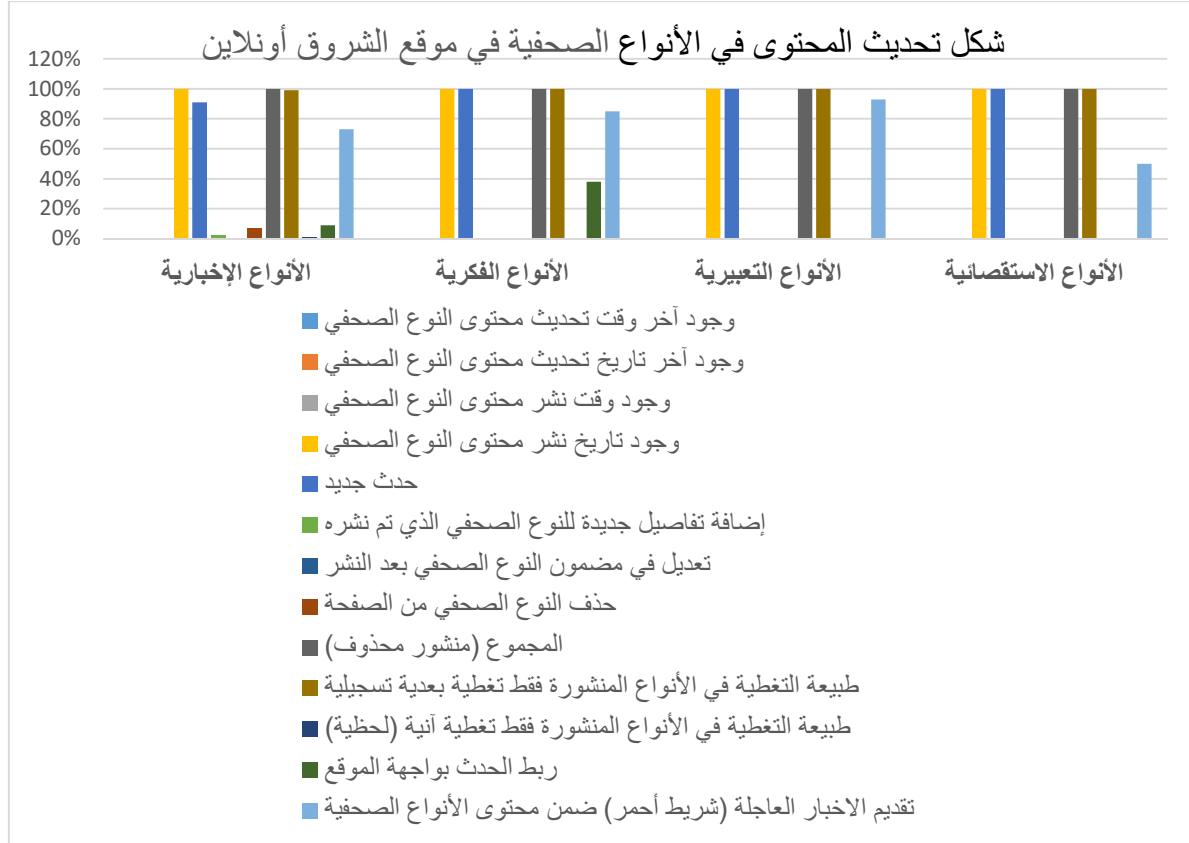
يتناول الجدول أعلاه شكل إتاحة التفاعل والمشاركة وحجم التفاعل وتوظيف أدواته في الأنواع الصحفية التي تم تحريرها ونشرها في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة، إذ يتضح من خلال الجدول أنّ خاصية مشاركة المقال في مواقع الشبكات الاجتماعية متاحة بنسبة 100% في الأنواع الصحفية بالموقع محل الدراسة، كما أنّ توظيف الأدوات التفاعلية التي تتضمنها الأنواع الصحفية جاء بنسبة 100% في واستفتاءات الرأي و Talkback ، إلا أنّ حجم إتاحة التفاعل الذي يعكسه التحكم في عرض تعليقات القراء حول مضمون الأنواع الصحفية جاء ضعيفا، إذ سجل نسبة 11%، ولم توظف باقي الأدوات التفاعلية من البريد الإلكتروني والمنتديات.

يشكل تحكم الموقع في إظهار التعليقات أو حجبها في المضامين الصحفية نوعا من التقييد للعملية التفاعلية، حيث نشرت الشروق أونلاين نسبة ضئيلة منها، ولم يرفع من مستوى التفاعلية نظرا للقصور الذي يظهر جليا في التحكم في التعليقات، وعدم إتاحة الأدوات التفاعلية التي توفرها الإنترنت، وغياب الاتصال التزامني والشخصي الذي من شأنه أن يزيد من مستوى التفاعل ويوطد العلاقة بين القارئ المستخدم والقائم بالاتصال وهو ما توصلت إليه نتائج الدراسة التي قامت بها الباحثة **لعيدلي شهيناز** حيث اهتمت بالتعرف على الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية الجزائرية ومدى مواكبتها للتطور الحاصل على مستوى التقنية، من خلال الكشف عن مستوى التفاعلية وكشفت من خلالها عن أنّ؛ "إهمال الصحيفتين التفاعل مع القراء والرد على تعليقاتهم كان له الأثر على تدني مستوى التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية" (شهيناز، 2017)، كما أنّ استراتيجية بناء الارتباط وتشبيكه وموقعة عناصر الربط الفائق وفقا لخصائص القراءة على شبكة الإنترنت يمكن أن تؤثر في حجم التفاعل مع النص، كما أنّ إتاحة التفاعلية تمكن أطراف العملية الاتصالية في الصحافة- الذي يحكمهم العقد الاجتماعي- من إنتاج المعنى وإضفاء الطابع التشاركي للمعلومات، وهو ما خلصت إليه نتائج دراسة **ريكاردو لوبيز دياز Ricardo Lopez DIAZ** بأنّ؛ "عملية إنتاج المعنى هي مهمة جماعية بين القارئ المستخدم والصحفي في إطار مفهوم الإنتاج الصحفي المشترك" (DIAZ, 2014) ، لذلك فإنّ عدم التزام الموقع بإتاحة التفاعلية يمثل حجة أمام تطور التحرير الإلكتروني للأنواع الصحفية.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

جدول رقم (42): يوضح شكل تحديث المحتوى في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين

تحديث المحتوى مع وجود تاريخ ووقت التحديث محتوى النوع الصحفية				شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية											تأريخ المحتوى / الأنواع الصحفية		
				تقديم الاخبار العاجلة (شريط)		ربط الحدث بواجهة الموقع		طبيعة التغطية في الأنواع		المجموع (منشور محذوف)	حذف النوع الصحفي من الصفحة	تعديل في مضمون النوع الصحفي	إضافة تفاصيل جديدة للنوع	حدث جديد			
وجود آخر	وجود آخر	وجود وقت	وجود تاريخ	لا	نعم	لا	نعم	تغطية بعيدية	تغطية آنية								
0	0	0	240	64	176	219	21	238	2	257	17	0	5	235	ن	الإخبارية	
0%	0%	0%	100%	27%	73%	91%	9%	99%	1%	100%	7%	0%	2%	91%	ن		
0	0	0	13	2	11	8	5	13	0	13	0	0	0	13	ن	الفكرية	
0%	0%	0%	100%	15%	85%	62%	38%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن		
0	0	0	15	1	14	15	0	15	0	15	0	0	0	15	ن	التعبيرية	
0%	0%	0%	100%	7%	93%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن		
0	0	0	2	1	1	2	0	2	0	2	0	0	0	2	ن	الاستقصائية	
0%	0%	0%	100%	50%	50%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	ن		
0	0	0	270	68	202	244	26	268	2	287	17	0	5	265	ن	المجموع	
0%	0%	0%	100%	25%	75%	90%	10%	99%	1%	100%	6%	0%	2%	92%	ن	الكلي	



الشكل رقم (42): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين

يظهر الجدول أعلاه شكل المحتوى في الأنواع الصحفية والتي تم تصنيفها بعد ملاحظة دقيقة لمحتوى الأنواع الصحفية خلال فترة الدراسة، وتمثلت أشكال التحديث في نشر حدث جديد أو إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تم نشره ثم إعادة نشره من جديد، أو تعديل مضمونه أو التحديث عن طريق عرض شريط الأخبار العاجلة في المضمون، بالإضافة إلى تحديد طبيعة تغطية الأحداث والتي حددت في شكلين، هما تغطية آنية (لحظية) وتغطية بعدية تسجيلية، كما يعرض الجدول الأنواع الصحفية التي تم ربطها بواجهة موقع الشروق أونلاين، خلال فترة الدراسة.

تشير النسب الإجمالية إلى أنّ تحديث محتوى الأنواع الصحفية يرتكز أساساً على نشر الحدث الجديد بنسبة 92%، وبصفة ضئيلة على حذف النوع الصحفي من الصفحة، حيث تم حذف 6% من المواد الصحفية المصنفة ضمن الأنواع الصحفية، وتم رصد التحديث عن طريق إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي وإعادة نشره الذي جاء متديناً 2% فقط، ولم يسجل أيّ تحديث للمحتوى في شكل تعديل في مضمون النوع الصحفي بعد النشر حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

أما بخصوص شكل تحديث الأنواع الصحفية، فبالرغم من تقدم التقرير في تواجده على الواجهة كما يشير إليه الجدول رقم (31)، إلا أنّ الأنواع الفكرية تميزت هي الأخرى بحضورها على واجهة الموقع

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

عن باقي الأنواع الصحفية بنسبة 38%، ويظهر أنّ الأنواع الصحفية لا يتم تحديثها آليا على واجهة الموقع، كما لم يتم ربط 90% من المضامين بالواجهة خصوصا الأنواع التعبيرية والاستقصائية، أما بالنسبة لطبيعة التغطية تشكل التغطية البعدية التسجيلية من مضامين الأنواع الصحفية إجمالا نسبة 99%.

وفيما يتعلق بمؤشر تقديم شريط الأخبار العاجلة الذي يظهر أسفل النص بلون أحمر، فقد ظهر بنسبة 75% في الأنواع الصحفية، في حين تمثل نسبة 25% الأنواع الصحفية التي لم يعرض فيها الشريط.

أما بالنسبة لعنصر تحديث المحتوى مع وجود التاريخ والوقت، فتشير النسب إلى وجود تاريخ نشر النوع الصحفي بنسبة 100%، في حين لم يتم تحديد آخر تاريخ تحديث المحتوى ولا وقت نشره، حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.

لا تتفق نتائج الدراسة مع ما توصل إليه الباحثون حمزة قدة و عطاء الله طريف وخالدية مداح بخصوص تقييم جودة المحتوى الإلكتروني لموقعي البلاد والنهار -وهما موقعين صحفيين جزائريين موطنين على شبكة الويب- فيما تعلق بمعيار تنوع المواضيع على واجهة الموقع حيث حصلت عينة دراستهم على تقييم ممتاز وربطوا ذلك بجودة المحتوى، وتوصلوا إلى نتيجة مفادها أنّ؛ "تنوع المواضيع في الواجهة يزيد من جودة المحتوى الإلكتروني" (قدة، طريف، و مداح، 2021، صفحة 704)، بينما تتفق معها الدراسة الحالية فيما يخص عدم توفر الحداثة والفورية كمعيار من معايير جودة المحتوى.

وتتفق نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه الباحثة باية سيفون بخصوص عنصر؛ "وجود تواريخ وضع ونشر المحتويات على موقع الصحيفة بنسبة 100% ولا تتفق معها من حيث وجود تاريخ ووقت آخر تحديث" (سيفون ، 2014-2015، صفحة 326)، ويعدّ تاريخ ووقت آخر تحديث عنصرا مهما في تحديث محتوى الأنواع الصحفية بحيث يعطي انطبعا جيدا حول جدية الموقع في متابعة الأحداث ومستجداتها.

كما يتضح أنّ طبيعة التحديث في موقع الشروق أونلاين يستند أساسا إلى تقديم الأخبار العاجلة في شريط أحمر، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة الباحث عبد الباسط أحمد شاهين حول خدمة نقل الأخبار العاجلة في مواقع الصحف المصرية؛ "المتتمثلة في شريط الأخبار العاجلة الذي يعرض أعلى صفحة الموقع بشكل مستمر" (شاهين، 2014، صفحة 247)، أما بالنسبة لطبيعة تحديث محتوى الأنواع الصحفية من حيث الربط بواجهة الموقع، فإنّ التحديث -وفقا المدير الرقمي لموقع الشروق

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

أونلاين- يخضع لاعتبارات ترتبط بأهمية محتوى النوع الصحفي، فالموقع يركز على المواضيع الحديثة التي تفرض نفسها في 24 ساعة، وكذا إلى اعتبارات سياسية واهتمامات معينة تفرض بعض المواضيع بعينها، إذ لا يمكن تجاهل الواقع أو تجاوز سقف معين، كما يمكن أن يتم ربط الأنواع الصحفية التي تم نشرها في النسخة المطبوعة من جريدة الشروق اليومي بواجهة الموقع" (فارس، 2023).

2.3 نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

شكلت الإجابة على السؤال الجوهرى التالي: ما سمات الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين في ظل البيئة الإعلامية الجديدة خلال الفترة الممتدة من 13 إلى 22 جانفي 2023؟ مجال الاهتمام الرئيس لهذا البحث، وتعتقد الباحثة أن ما جاء في الفصل الميداني يسعى للإجابة على هذا الانشغال.

وتحاول الباحثة عرض النتائج النهائية لوصف وتحليل بنية الأنواع الصحفية الفنية والتقنية على الحامل الإلكتروني المتمثل في موقع الشروق أونلاين، وكيفية توظيف تقنيات البيئة الإعلامية الجديدة في النصوص وحجم الاعتماد عليها.

1.2.3 في إطار السمات الفنية للأنواع الصحفية التي تم تحريرها ونشرها على موقع الشروق أونلاين من 13 إلى 22 جانفي 2023:

- الإجابة على التساؤل الأول: ما أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق

أونلاين خلال فترة الدراسة؟

✓ الأنواع الصحفية الإخبارية هي أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين هي، والأكثر تحريرا ونشرا بنسبة 88.89% ويأتي ترتيبها أولا الخبر، ثانيا التقرير، وثالثا الحديث الصحفي مع تسجيل تقدم واضح للخبر الصحفي بنسبة 60%.

✓ تحتل الأنواع التعبيرية المرتبة الثانية بنسبة 5.56% مع تقدم واضح للكاريكاتير.

✓ تحتل الأنواع الفكرية المرتبة الثالثة في ترتيب الأنواع الصحفية من حيث التحرير والنشر في الموقع، إذ سجلت نسبة 4.81% من مجمل ما تم نشره خلال فترة الدراسة حيث تقدم التعليق على المقال التحليلي، فيما لم ينشر أيّ من المقال الافتتاحي والمقال النقدي والعمود الصحفي.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

✓ جاءت الأنواع الاستقصائية في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.74% ممثلة في التحقيق الصحفي حيث تمثل في تحقيقين قصيرين.

- الإجابة على التساؤل الثاني: ما السمات الشكلية لبنية النصوص والعناوين في الأنواع الصحفية عينة الدراسة؟

✓ تم توظيف العنوان الرئيسي بشكل أوفر من باقي أنواع العناوين الأخرى حيث سجل نسبة 61%، أغلبها في الأنواع الإخبارية والتعبيرية.

✓ لم يتم توظيف العنوان الثانوي بتاتا، كما سجل العنوان الفرعي في المتن توظيف ضعيفا بنسبة 16%.

✓ غلب المستوى السطحي في صياغة العناوين 63%، مقابل 31% من العناوين تمت صياغتها بالمستوى المتعمق، و6% بمستوى التحديث.

✓ تميزت الأنواع الفكرية والتعبيرية والاستقصائية بمعدلات أكبر في صياغتها للعنوان بالمستوى المتعمق من الأنواع الإخبارية.

✓ تم ربط جميع الأنواع الصحفية التي نشرت خلال فترة الدراسة بمواضيع ذات الصلة بنسبة 100%.

✓ تميل بنية النص في الأنواع الصحفية الإخبارية إلى الاقتصاد في عدد الكلمات حيث تمثل نسبة 49% عدد كلمات النص الذي يقل عدد كلماته عن 200 كلمة، ما عدا الحديث الصحفي الذي سجل نسبة 45% من عدد الكلمات التي تتجاوز 200 إلى 600، وأكثر من 600.

✓ تتسم فقرات الأنواع الصحفية الفكرية بتقسيم أوفر للفقرات في المتن بنسبة 69%.

✓ تتسم بنية النص في مجمل الأنواع الصحفية باعتمادها على الكلمات المفتاحية في المقدمة بشكل أساس بنسبة 97%.

✓ يتم إبراز المقدمة عن طريق كتابتها بالخط الداكن Bold في مجمل الأنواع الصحفية بنسبة 65%.

2.2.3 في إطار السمات التقنية للأنواع الصحفية التي تم تحريرها ونشرها على موقع الشروق

أونلاين من 13 إلى 22 جانفي 2023:

- الإجابة على التساؤل الثالث: كيف تمّ توظيف تقنيات النص الفائق وما مدى حضوره في تحرير

الأنواع الصحفية عينة الدراسة وإضافته لخلفيات حول مضامينها؟

✓ تمّ توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية بنسبة 74%.

✓ مجمل النصوص الفائقة التي تمّ توظيفها في الأنواع الصحفية كانت في

الأنواع الإخبارية بنسبة 93.78%.

✓ يتنوع توظيف النص الفائق بين النص الداخلي 53% والنص الخارجي بنسبة

47%.

✓ تم تسجيل تباين كبير في طبيعة العلاقة بين إحالات النص الفائق ومحتوى

الأنواع الصحفية، بين إحالات لها علاقة بالمادة الصحفية بـ 79% مقابل

إحالات ليس لها علاقة بالمادة الصحفية بـ 21%

✓ انفتاح النص وثرأه من حيث كم المعلومات التي تتوافر في شكل إحالات

داخلية أو خارجية لها علاقة بالمواد الصحفية ما يشكل إضافته لخلفيات

من شأنها إثراء المضمون.

- الإجابة على التساؤل الرابع: ما حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية عينة

الدراسة وما مدى تنوعها؟

✓ مثلت الصورة كوسيط رئيسي، بالنسبة لإجمالي الوسائط المتعددة التي

تمّ توظيفها في كل الأنواع الصحفية حيث سجلت نسبة توظيف بـ

91%، منها نسبة 57.19% في شكل صورة الأرشيفية غير مرفقة بنص

للتعريف بها.

✓ اقتصر توظيف الفيديو على الأنواع الإخبارية حيث سجل نسبة 9%

تجسد في شكل فيديو من موقع الحدث.

✓ اعتماد مجمل الأنواع الصحفية على وسيط واحد، مع عدم التنوع في

توظيف الوسائط المتعددة في مضمون النص الواحد.

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية

✓ لم يتم توظيف أي من الصوت والرسوم المتحركة في الأنواع الصحفية خلال فترة الدراسة.

- **الإجابة على التساؤل الخامس:** ما موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية محل الدراسة؟

✓ تموقع الربط بالمواضيع ذات الصلة في الخاتمة تحديدا أسفل النص بنسبة 100%.

✓ أغلب الإحالات التشعبية في الأنواع الصحفية جاءت في المتن بنسبة 70%.

✓ تمّ تسجيل 87% من الوسائط المتعددة في مقدمة الأنواع الصحفية تمثلت أغلبها في الصورة.

- **الإجابة على التساؤل السادس:** ما شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية عينة الدراسة؟

✓ اقتصرت الأدوات التفاعلية المتاحة على إتاحة خاصية مشاركة المقال واستفتاءات الرأي و Talkback، ولم يتم توظيف باقي الأدوات كالبريد الإلكتروني والمنتديات.

✓ خدمة استفتاءات الرأي تعتبر ضئيلة بحكم استخدامها النادر، حيث تمّ طرح 213 استفتاء فقط منذ إنشاء الموقع.

✓ يتحكم الموقع في إظهار أو حجب تعليقات القراء حيث بلغ حجم إتاحة تفاعل القراء من خلال عرض تعليقاتهم نسبة 70%، سجل أغلبها في الأنواع الفكرية.

✓ غياب الاتصال التزامني والشخصي كخدمة البريد الإلكتروني.

- **الإجابة على التساؤل السابع:** ما شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين؟

✓ اتسم أسلوب تحديث المحتوى أساسا بالتحديث المرتكز على نشر الحدث الجديد بنسبة 92%، وبصفة ضئيلة على حذف

- النوع الصحفي من الصفحة، حيث تم حذف 6% من المواد
الصحفية المصنفة ضمن الأنواع الصحفية الإخبارية.
- ✓ تم تحديث المحتوى بنسبة ضئيلة في شكل إضافة تفاصيل
جديدة للنوع الصحفي وإعادة نشره بنسبة 02% فقط.
- ✓ لم يسجل أيّ تحديث للمحتوى في شكل تعديل في مضمون
النوع الصحفي بعد النشر حيث جاءت النسبة منعدمة 0%.
- ✓ نسبة ربط الأنواع الصحفية بالواجهة ضعيفة حيث تم تسجيل
10% من المواد التي تم ربطها بالواجهة.
- ✓ أغلب المواد التي تم ربطها بالواجهة تمثلت في التقرير
الصحفي، غير أنّ الأنواع الفكرية سجلت تميزاً في هذا
الجانب حيث وصلت نسبة ربط محتوياتها إلى 38%.
- ✓ يظهر شريط الأخبار العاجلة أسفل النوع الصحفي كأسلوب
من أساليب تحديث المحتوى بالموقع، حيث تم رصد ظهوره
بنسبة 75%.
- ✓ اتسمت طبيعة تغطية الأحداث في الأنواع الصحفية في
الموقع بالتغطية التسجيلية بنسبة 99%.

خاتمة



خاتمة:

لقد حاولت الباحثة من خلال تحليلها للسمات الشكلية للبنية الفنية والتقنية للأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين إعطاء فكرة عن الوضع الراهن الذي تعكسه عملية تحرير الفنون الصحفية على الحامل الإلكتروني، والكشف عما إذا كانت تعدّ مجرد امتدادا لشكلها التقليدي أو أنواع صحفية بسمات مكتسبة فرضتها التكنولوجيا الرقمية.

لقد أتاحت التكنولوجيا الرقمية فرصا جمة لوسائل الاتصال التقليدية، فالصحف الورقية التي تملك مواقع لها على الشبكة العنكبوتية أصبحت تعتمد في نشر محتواها على وسائط تعبيرية مطوّرة (صوتية-سمعية-بصرية)، والإذاعة التي هاجرت إلى الفضاء الافتراضي باتت توظف النص المكتوب لدعم محتواها، وحتى التلفزيون استغل مكتسبات الفضاء المكتوب والمسموع، وصار يبث المحتوى المرئي مرفقا بالنص المكتوب والملفات الصوتية.

ويعتقد العديد من الباحثين أنّ هذه الوسائل متعددة الوسائط جمعت بين النموذج التقليدي الاستاتيكي والنموذج الديناميكي لتشكل وسائل إعلام هجينة، ووفقا للنموذج المهجن، فإنّ التحرير الصحفي الإلكتروني يجمع بين العناصر التقليدية التي تدخل في تحرير الأنواع الصحفية كالنص والصورة، وبين تكنولوجيا الإنترنت كالنص الفائق والوسائط المتعددة باختلاف أنواعها صوت، فيديو، رسوم متحركة ومؤثرات، بالإضافة إلى العناصر التفاعلية التي تختص بها شبكة الإنترنت، وفي إطار استكشاف هذا النموذج الجديد، يحاول العديد من الباحثين قياس عمق التحولات التي طرأت على وسائل الإعلام والاتصال، والتي يطلق عليها برنار بوليه وسائل الإعلام الشاملة، ويقصد به شمولية وتوحيد الخصائص والسمات التي كانت تنفرد بها كل وسيلة عن الأخرى، وتداخلها لتصبح بذلك وسائل اتصال شاملة، وتستأنف مسارها من جديد بإعادة تشكيل ذاتها.

يتوافق هذا الطرح ونظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام Mediamorphosis theory لروجر فيلدر 1997 التي تفسر العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية، والتي شكلت أساس انطلاق هذه الدراسة، حيث يعدّ توصيف البنية الفنية والتقنية المشكلة للأنواع الصحفية في بيئة متعددة الوسائط والخدمات، وفهم آلياتها من خلال الوصف والتحليل لسماتها وأشكال عرضها في الصحف الإلكترونية، عنصرا مهما للكشف عن كيفية استمرار عملية التطور والتقارب والتعايش للوسائط الإعلامية، وتأثير

ذلك في تحرير الأنواع الصحفية الذي يتم ضمن نظام معقد من التقنيات، وكذا معرفة درجة ارتباطها بمخيل الصحافة المطبوعة.

مبدئياً، التطور المشترك والتعايش والتقارب لوسائل الإعلام يعكسه التحرير اللاخطي للفنون الصحفية المعتمدة على النص الفائق والإحالات المتشعبة على وسائط الإعلام الرقمي، منها مواقع الشبكات الاجتماعية واليوتوب والويكيبيديا، والكتابة متعددة الوسائط التي استعارت الفيديو من التلفزيون، والصوت من الإذاعة وطوعتها لكتابة أنواع صحفية أكثر حيوية وجاذبية، بالإضافة إلى خدمات التفاعل والمشاركة التي تتيحها شبكة الإنترنت، وتحديث المحتوى والبث المباشر بشكل باتت تقرأ وتسمع وتشاهد على فيه المواد الصحفية على شاشة واحدة.

إنّ الضغط الذي تمارسه المبتكرات الجديدة على وسائل الإعلام، كان له الأثر على تطور الصحف الإلكترونية واعتمادها تدريجياً على تلك المستحدثات، ونجدها اليوم تواكب الجديد حيث انتقلت الصحف الورقية إلى الويب وباتت تملك مواقع تفاعلية متعددة الخدمات والوسائط، وفتحت لها حسابات على مواقع الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك والانستغرام والتويتير واليوتوب وباتت الوسوم مرافقة للمحتوى، كما أنّ مبدأ التعقيد والتشبيك الذي يشكل أساس التحرير الإلكتروني باستخدام النص الفائق أصبح عنصراً نشطاً في إنتاج المعنى وربط رأس المال الاجتماعي، استناداً على تصورات جديدة في طريقة الكتابة الفائقة والتفاعل بين المؤلفين والقراء وفقاً لنظرية النص الفائق، والتي تفترض أنّ تقنيات الاتصال الجديدة تشاركية، وأنّ النص الفائق يتيح فرصاً في إنتاج المعنى وإثراء الموضوع بعدد غير محدود من المعلومات والخلفيات باستخدام الروابط التشعبية، مما يسمح بفهم القصة الصحفية من جميع جوانبها ويعزز ممارسة الصحفيين لدور حارس البوابة.

من منظور هذه الإشكالية حاولت الباحثة الكشف عن أهم الأنواع الصحفية التي تم تحريرها ونشرها في موقع الشروق أونلاين خلال الفترة الممتدة من (13 إلى 22 جانفي 2023)، والتعرف على سماتها الفنية والتقنية على شبكة الويب، وكيفية ومستوى توظيف المتغيرات التقنية للبيئة الإعلامية الجديدة، من خلال وصف وتحليل بنيتها وسماتها وشكلها، وذلك بالاعتماد على منهج المسح المرتكز على أداة تحليل المضمون، إضافة إلى المقابلة المقننة والملاحظة العلمية، وتم تصنيف مفردات العينة القصديّة إلى أربع أنواع صحفية وهي أنواع إخبارية، فكرية، تعبيرية، استقصائية، وبعد ملاحظة دقيقة لبنية الأنواع الصحفية وشكل تقديمها وكيفية توظيف تقنيات النص الفائق والوسائط المتعددة وإتاحة التفاعلية وتحديث المحتوى،

قامت الباحثة بمقابلة مقننة مع المدير الرقمي لموقع الشروق أونلاين لتفسير بعض النتائج المتحصل عليها.

لقد كشفت الدراسة أنّ الأنواع الصحفية الإخبارية هي الأكثر رواجاً في موقع الشروق أونلاين على حساب الأنواع الفكرية التعبيرية والاستقصائية، وتعبّر هذه النتيجة عن الهاجس الذي يشكله الوقت والسرعة الفائقة والتدفق الهائل للمعلومات والأخبار على مدار الساعة أمام الكتابة المتأنية التي تستند إلى الرأي والفكر والتحليل والنقاش والاستقصاء، والتحدي الكبير الذي فرضه هذا الواقع أمام المواقع والصحف الإلكترونية لتتويع مضامينها.

إنّ البنية الفنية للأنواع الصحفية التي لا تزال لصيقة بالصورة الذهنية للتحريك على الحامل الورقي تعدّ حقيقة لا يمكن نكرانها، تعكسها الصياغة التقليدية للعناوين والتمتون وتقديمها، وموقعة الصورة في أعلى الصفحة بين العنوان والمقدمة، واعتمادها كوسيط بأغلبية ساحقة، ويفسرهما النقص الكبير في التأطير والتدريب النوعي في مؤسسات التعليم الجامعي في الجزائر، وكذا سياسات التقشف في تكوين الكادر الصحفي المنتهجة على مستوى المؤسسات الصحفية تحديداً الخاصة منها، نظراً لانحصار مداخيلها المالية على عائدات الإعلان الضعيفة، فكانت لذلك تداعيات على تحكّم الصحفيين في المواقع الإلكترونية بالأدوات التكنولوجية الحديثة، والتحرير وفقاً لمفهوم النص الفائق والوسائط المتعددة والتفاعلية وتحديث المحتوى وإدارتها.

مع أنّ التقارب والتعايش للوسائط الإعلامية قد أثرى عملية تحرير الأنواع الصحفية في الموقع بفضل انفتاح النص، وطوّر أشكال عرضها، وحقق مكتسبات جديدة في معايير الكتابة متعددة الوسائط استغلت الصورة والفيديو في بناء النصوص والإحالة عليها، إلّا أنّها لازالت تتسم بالتقصير في الاندماج الحقيقي في البيئة الإعلامية الجديدة ولم تطور من شكلها وخدماتها، ولا يقتصر الأمر على الصحف الإلكترونية الجزائرية، بل يعتبر حالة شائعة في الصحافة الإلكترونية العربية عموماً، إذ لا يوجد فروق واضحة بين المواد الصحفية الورقية والإلكترونية على المواقع الصحفية العربية عموماً، وهو ما أكد عليه البروفسور نصر الدين لعياضي بقوله: "إنّ مخيال الصحافة المكتوبة لا زال يتحكم في الكثير من مواقع الصحف العربية، وهذا يعني قلة الاعتماد على الكتابة غير الخطية أو فقر نصوصه المتشعبة أو الفائقة،

فالروابط إن وجدت فهي داخلية وتشير إلى مقالات ذات صلة بالموضوع المعالج ومقالات سابقة لكتابتها" (لعياضي، 2020، صفحة 120)، كما أنّ معظم نتائج الدراسات السابقة التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية كشفت عن القصور الواضح للصحف الإلكترونية العربية في استغلال الخدمات التفاعلية والكتابة متعددة الوسائط وتنوع المواد الصحفية، كما هو الحال دراسة جمال عبد ناموس القيسي وعباس ناجي حسن وباية سيفون وعسري فتيحة المالك وجمال عبد ناموس القيسي وغيرهم.

لقد سمحت هذه الدراسة بكشف الغطاء عن أهم الأنواع الصحفية التي تم تحريرها ونشرها على موقع الشروق أونلاين وتوصيف سماتها على الحامل الإلكتروني في شقيها الفني والتقني، وكيفية تعايشها في البيئة الإعلامية الجديدة، ومثلت بذلك بناء نظري معرفي، لذلك ترجو الباحثة أن تساهم نتائج الدراسة في تكوين رؤية موضوعية حول واقع التحول الرقمي للكتابة الصحفية، واعتبارها مرجعا في خدمة الصحافة والباحثين المهتمين بمجال التحرير الصحفي الإلكتروني، وأن تفتح آفاقا جديدة للبحث في المجال.

توصیات



لقد قادت هذه الدراسة الوصفية التحليلية إلى قناعة مفادها أنّ الأنواع الصحفية التي هاجرت إلى الوسيط الإلكتروني بإمكانها التعايش مع مستجدات البيئة الإعلامية الجديدة إذا كانت منسجمة مع الواقع الذي فرضته التقنية ومواكبتها، من أجل ذلك تحاول الباحثة في نهاية هذه الدراسة وضع بعض التصورات على شكل توصيات للرفي بعملية تحرير الأنواع الصحفية مستقبلا فنيا وتقنيا، وتقديمها بالشكل الذي يليق ببيئة متعددة الوسائط والخدمات، خصوصا الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية الجزائرية، بما أنّها تشهد تأخرا من حيث توظيفها لخصائص الوسيط الإلكتروني في التحرير الصحفي.

بالنسبة لتحرير الأنواع الصحفية في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية:

- الحرص على التوازن في عدد كلمات العناوين والامتون، بحيث لا تزيد ولا تقل إلا للضرورة.
- تنسيق النص والحرص على كتابة فقرات قصيرة بحيث تحمل كل فقرة فكرة واحدة.
- توظيف العناوين الفرعية في المتن في النصوص الطويلة لكسر رتابة النص ابتداء من الفقرة الثانية حتى يتم الفصل بينها وبين فقرة المقدمة.
- العمل على إبراز المقدمة بخط عريض مع الحرص على توظيف الكلمات المفتاحية.
- يفضّل المحتوى الطويل المركّز على المحتوى القصير المبتور، فلا تكون مقتضبة مخلة ولا طويلة مملة.
- التنوع في الكتابة والإحاطة بجميع الفنون الصحفية سواء إخبارية، فكرية، تعبيرية، استقصائية.

بالنسبة لتوظيف خصائص البيئة الإعلامية الجديدة في تحرير الأنواع الصحفية:

- الاعتماد على تقنيات النص الفائقة لإعطاء خلفية معلوماتية للنص وتوسيع الفهم.
- التنوع بين الإحالات الداخلية والخارجية مع اجتناب الإفراط في استخدامها لتفادي تشويش ذهن القارئ.
- رصد الكلمات النشطة وربطها بخلفيات تتضمن معلومات، بحيث تشكل هذه المعلومات امتدادا لها.
- الاستخدام العقلاني للعناصر الإيضاحية والرسومات وغيرها.
- الاعتماد على الإمكانيات التعبيرية للوسائط المتعددة، والتنوع فيها لبعث حيوية النص.

توصيات:

- إرفاق الوسائط المتعددة كالصورة الرقمية والفيديو بنص للتعريف بها Taguer لأنّ محركات البحث لا تتعرف على الصور بل على النصوص.
- الاعتماد على رجع الصدى لتحديد طبيعة وخصائص الجمهور.
- إتاحة الخيارات التفاعلية والشخصنة من خلال أدوات التفاعل المتوفرة على مواقع الويب.
- الحرص على التفاعل مع القراء سواء أكان من خلال الأدوات التفاعلية اللاتزامنية كالبريد الإلكتروني أو التزامنية كغرف الدردشة.
- تحديث المحتوى بشكل آني ومواكبة المستجدات وتطوراتها من أجل جذب القراء إلى الموقع.

بالنسبة لتأهيل الكادر الصحفي في التحرير الإلكتروني:

- التاطير الإعلامي للصحفيين العاملين بالمواقع الإلكترونية عبر تكوينات نوعية للاحتراف الرقمي في مجال التحرير الإلكتروني.
- تدريبات مستمرة للكادر الصحفي على فنون التحرير الصحفي الإلكتروني.
- إتاحة الوسائل التقنية والمعدات والبرامج اللازمة للبحث والتقصي على شبكة الإنترنت.
- إبرام شراكات مع وكالات إعلامية بمصادر صحفية ذات شهرة ومصداقية، والانضمام إلى جماعات تتشكل من صحفيين للاستفادة من الخبرات وتبادل المعلومات ذات الاهتمام المشترك.
- توفير الدعم المادي للصحفي وتحفيزات عن طريق الترقية وامتيازات أخرى.
- توفير الأدوات الصحفية لتسهيل الوصول إلى مصادر المعلومات، والمتمثلة في أرقام الهواتف والعناوين والبريد الإلكتروني وغيرها من المعلومات الهامة.

قائمة المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع :

قائمة المصادر والمراجع:

❖ المعاجم والقواميس:

1. جمال محمد الفار . (2014). معجم المصطلحات الإعلامية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
2. محمود إبراقن . (2004). المبرق. الجزائر: منشورات المجلس الاعلى للغة العربية.

❖ الكتب:

3. إبراهيم أحمد ابراهيم . (2009). فن كتابة الخبر والمقال الصحفي (الإصدار 1). القاهرة، مصر: العربي للنشر والتوزيع.
4. أحمد العبد أبو السعيد . (2014). الكتابة لوسائل الإعلام (صحافة- إذاعة- تلفزيون- ترجمة إعلامية) (الإصدار 1). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
5. أحمد بن محمد بن خلفان المعمرى . (2014). دور التقنيات الحديثة في الاعلام التربوي. عمان، الأردن: دار يافا العلمية للنشر.
6. أحمد بن مرسلي . (2010). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال (الإصدار 4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
7. أحمد زكي بدوي . (1985). معجم مصطلحات الإعلام. لبنان: دار الكتاب اللبناني.
8. أحمد سلمان عودة، و فتحي حسن مكاوي . (1987). أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية، عناصره، مناهجه، والتحليل الإحصائي لبياناته. الزرقاء: مكتب المنار.
9. أحمد نافع المدادحة . (2014). النشر الإلكتروني وحماية المعلومات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
10. أديب خضور . (1986). أدبيات الصحافة. دمشق: مطبعة داودي.
11. أديب خضور . (1990). الحديث الصحفي (الإصدار 1). دمشق: المكتبة الإعلامية.

قائمة المصادر والمراجع :

12. أديب خضور . (2000). مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة (الإصدار 2). دمشق: المكتبة الإعلامية.
13. أسماء حسين حافظ. (2007). الاتجاهات المنهجية في دراسات وبحوث الصحافة. القاهرة: دار النهضة العربية.
14. إسماعيل إبراهيم . (1998). فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق. دار الفجر للنشر والتوزيع.
15. إسماعيل عبد الفتاح، و محمود منصور هيبية. (2009). البحث الإعلامي، اتجاهات وقرارات في حلقة البحث الصحفي والإعلامي. الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب.
16. العساف صالح بن حمد. (2010). المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. الرياض: دار الكتب للنشر والتوزيع.
17. إلهام العيناوي. (2020). مدخل إلى الصحافة . سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
18. أليس أنتوم. (2017). الصحافة الرقمية. (سامي عامر، جورج سعيد، و غازي برو، المترجمون) أبو ضبي، الإمارات: ثقافة للنشر والتوزيع.
19. بسنت عبد المحسن عبد اللطيف العقباوي. (2010). الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت (الإصدار 1). خوارزم العلمية ناشرون ومكتبات: جدة.
20. بيريح حسين موسى. (2015). فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع
21. جان جبران كرم. (1992). مدخل إلى لغة الإعلام (الإصدار 2). بيروت: دار الجيل.
22. جمال عبد ناموس القيسي. (2013). الأخبار في الصحافة الإلكترونية- موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
23. جميل حمداوي. (2020). البورتريه أو البروفایل الصحفي. تطوان-المملكة المغربية: دار الريف للطبع والنشر الإلكتروني.

قائمة المصادر والمراجع :

24. حسن فراج حسن. (2019). تكنولوجيا الإقناع في تصميم مواقع الصحف الإلكترونية (الإصدار 1). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
25. حسني نصر، و سناء عبد الرحمن. (2009). التحرير الصحفي في عصر المعلومات "الخبر الصحفي". الإمارات: دار الكتاب الجامعي.
26. حلمي محمود محمد أحمد محاسب. (2007). إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
27. درويش شريف اللبان. (1997). تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع .
28. درويش شريف اللبان. (2005). الصحافة الالكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع (الإصدار 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع.
29. ذو الفقار زغيب. (2000). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (الإصدار 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
30. ربحي مصطفى عليان. (د.س.ن). الحث العلمي، أسسه-مناهجه وأساليبه-إجراءاته. عمان: بيت الأفكار الدولية.
31. رشيدة سبتي. (2014). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية (الإصدار 1). الجزائر: دار التنوير.
32. رضا أمين عبد الواحد. (2007). الصحافة الالكترونية (الإصدار 1). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
33. رضا عبد الواحد أمين. (2007). الصحافة الإلكترونية (الإصدار 1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
34. زهير إحدادن. (2012). الصحافة المكتوبة في الجزائر . الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية.

قائمة المصادر والمراجع :

35. زيد منير سليمان. (2008). الصحافة الإلكترونية. عمان: دار أسامة للنشر.
36. زيدان جورجى. (2017). تاريخ آداب اللغة العربية. المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي للنشر.
37. سالم تريان. (2008). الإنترنت والصحافة الإلكترونية - رؤية مستقبلية- (الإصدار 1). لبنان: الدار المصرية اللبنانية.
38. سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث الإعلامي (الإصدار 1). العين: دار الكتاب الجامعي.
39. سعيد يقطين. (2005). من النص الى النص المترابط (الإصدار 1). الدار البيضاء، المغرب : المركز الثقافي العربي.
40. شفيح حسنين. (2011). الصحافة الإلكترونية: المفهوم والخصائص والانعكاسات (الإصدار 1). الإمارات: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
41. شوقي سالم. (1990). النشر الإلكتروني والنشر المكتبي. الكويت: شركة المكتبات الكويتية.
42. عباس ناجي حسن. (2013). الصحفي الإلكتروني (الإصدار 1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
43. عباس ناجي حسن. (2016). الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني - دراسة مقارنة- العربية نت- محيط- راديو سوا- تلفزيون الشرقية- وكالة نينا أنموذجا. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
44. عبد الامير مويت الفيصل. (2006). الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
45. عبد الباسط أحمد هاشم شاهين. (2014). التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية (الإصدار 1). القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
46. عبد الحميد بسيوني. (2004). الوسائط المتعددة. القاهرة: دار النشر للجامعات.

قائمة المصادر والمراجع :

47. عبد الرزاق الديلمي. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (الإصدار 1). عمان: دار وائل للنشر.
48. على عبد الفلاح كنعان. (2014). الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
49. عمر زيان. (1987). البحث العلمي ومناهجه وتقنياته (الإصدار 1). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
50. فاطمة البريكي. (2006). مدخل الى الأدب التفاعلي. الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
51. فضة عباسي بصلي، و محمد الفاتح حمدي. (2017). مدخل لعلوم الإعلام والاتصال. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
52. فوزي مراد شريطي. (2015). التدوين العربي الإلكتروني والإعلام الجديد. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
53. ماجد سالم تريان. (2008). الإنترنت والصحافة الإلكترونية. مصر: الدار المصرية اللبنانية.
54. متولي نعمان عبد السميع. (2016). معالم النص الإلكتروني: الشعر الرقمي - الأدب التفاعلي - الرواية الرقمية (الإصدار 1). دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
55. محمد الأمين موسى. (2012). التواصل الفعال (الأسس العلمية والمجالات التطبيقية). الشارقة: كلية الدراسات والبحث العلمي - جامعة الشارقة.
56. محمد حسين منصور. (2006). الإثبات التقليدي والإلكتروني. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
57. محمد شطاح . (2006). قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا. الجزائر: دار الهدى.
58. محمد عبد الحميد. (1983). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. جدة: دار الشروق.

قائمة المصادر والمراجع :

59. محمد عبد الحميد. (1993). دراسات الجمهور في بحوث الإعلام (الإصدار 1). جدة: المكتبة الفيصلية.
60. محمد عبد الحميد. (2002). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الإصدار 2). القاهرة: عالم الكتب.
61. محمد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الإصدار 2). القاهرة: عالم الكتب.
62. محمد عبد الحميد. (2009). المدونات: الإعلام البديل (الإصدار 1). القاهرة: عالم الكتب.
63. محمد فريد محمود عزت. (2018). الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية . القاهرة: دار النشر للجامعات.
64. محمد لعقاب . (2013). مهارات الكتابة للإعلام الجديد. الجزائر : دار هومة.
65. محمد لعقاب. (2004). الصحفي الناجح (دليل علمي للطلبة والصحفيين). الجزائر: دار هومة.
66. محمود علم الدين. (1990). تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
67. محمود علم الدين. (2008). مقدمة في الصحافة الإلكترونية. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
68. محمود فهمي. (1982). فن تحرير الصحف الكبرى. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
69. مروه أديب. (1961). الصحافة العربية نشأتها وتطورها. بيروت: منشورات دار مكتبة الحياة.
70. مي العبد الله. (2001). الاتصال في عصر العولمة- الدور والتحديات الجديدة. عمان: دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع.
71. نزار بشير جديد. (2015). الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية (الإصدار 1). دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

قائمة المصادر والمراجع :

72. نزار بشير جديد. (2015). الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية (الإصدار 1). عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
73. نزار بشير جديد. (2015). الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية (الإصدار 1). عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
74. نصر الدين لعياضي. (2007). اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية (الإصدار 2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
75. وسام كمال. (2014). الإعلام الإلكتروني والمحمول: بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
76. وسام محمد أحمد. (2018). الوسائط المتعددة في الصحافة: تصميمها وإنتاجها. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
77. يعقوب بن محمد الحارثي. (2015). المسؤولية المدنية عن النشر الإلكتروني. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع
- ❖ الكتب المترجمة:
78. آسيا بريغز، و بيتر بورك. (2005). التاريخ الاجتماعي للوسائط (من غتبرغ إلى الإنترنت). (محمد مرشلي، المترجمون) الكويت: عالم المعرفة.
79. إميل بوفان. (2018). تاريخ الصحافة. (محمد إسماعيل، المترجمون) الجيزة: وكالة الصحافة العربية (ناشرون).
80. أندريا إل برس، و بروس إيه ويليامز. (2017). مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديد. (أحمد شكل، المترجمون) المملكة المتحدة: هنداوي.
81. أندريا إل برس، و بروس إيه ويليامز. (2012). البيئة الإعلامية الجديدة. (شويكار زكي، المترجمون) القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
82. مندي مكادامز. (2015). الصحافة متعددة الوسائط (فلاش): إعداد برامج للأخبار باستخدام النص والصورة والصوت والحركة. (كمال السيد، المترجمون) القاهرة: EISEVIER INC.

قائمة المصادر والمراجع :

❖ المجلات والدوريات:

83. أعراب عبد الغني. (2011). تطور الصحافة في الجزائر - التاريخ والواقع. 147-169.
84. الصادق الحمامي. (2009). تجديد الإعلام: مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية. 74-114.
85. المعز بن مسعود. (2020). أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية. مركز الجزيرة للدراسات، 175-213.
86. باسم الطويسي. (2020). الصحافة الإلكترونية في العالم العربي: سياقات النشأة وتحديات التطور. مركز الجزيرة للدراسات، 19-47.
87. بوقراف لغويني، و أحمد عرابي. (2021). مفهوم الإحالة وموقعها من التماسك النصي. مجلة إشكالات في اللغة والأدب، 346-364.
88. حسام فايز عبد الحي. (2022). وعي القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية بتهيئة المواقع لمحركات البحث "سيو SEO" وعلاقته بجودة الخدمة الإخبارية والتسويقية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 277-329.
89. حلمي محمود محمد أحمد محسب. (2010). توظيف النص الفائق في تحرير العمود الصحفي في الصحف العربية والأجنبية علي الإنترنت - دراسة تحليلية تطويرية. مجلة الآداب والعلوم الانسانية، 1043-1089.
90. حمد بن ناصر الموسى. (2013). العلاقة التفاعلية بين المشاركين في العملية الاتصالية عبر الإعلام الجديد . المجلة العربية للإعلام والاتصال، 121-166.
91. حمزة قدة، عطاء الله طريف، و خالدية مداح. (2021). تقييم جودة محتوى الصحافة الإلكترونية في الجزائر. مجلة الإعلام والمجتمع، 690-710.
92. خلف بشير. (2015, 03 23). النص الرقمي. الحوار المتمدن، الصفحات 47-56.

قائمة المصادر والمراجع :

93. سمية بورقعة. (2013). التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 269-247.
94. سميرة الشبخاني . (2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق،، 480-435.
95. عبد المالك ردمان الدناني، و الطاهر باشا. (2020). تحديات الصحافة الإلكترونية في ظل منافسة المواقع الاجتماعية. مجلة بحوث، 72-53.
96. عبد النور بركاتي. (2022). المعايير الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية الجزائرية-دراسة وصفية تحليلية للمرسوم التنفيذي رقم 20-332 للصحافة الإلكترونية. مجلة الدراسات والبحوث القانونية، 172-161.
97. علياء عبد الفتاح رمضان. (2019). علاقة التطبيقات التفاعلية للجيل الثاني من الويب بمشاركة الشباب في إنتاج المضامين الإعلامية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 289-191.
98. فوزي عبد الرحمن الزعبلوي . (2017). التوجهات المهنية للقائمين بالاتصال نحو ضوابط النشر الصحفي الإلكتروني في مصر. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 296-227.
99. محمد أحمد خلف. (2015). تحرير الخبر الصحفي في المواقع الإلكترونية للصحفي العراقية: صحيفة الصباح أنموذجاً. مجلة الجامعة العراقية، 745-712.
100. محمد الفاتح حمدي. (2015). واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية. مجلة التراث، 31-5.
101. محمد شبيري. (2021). الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين القانون العضوي للإعلام 2012 وأخلاقيات المهنة- رؤية نقدية. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 153-128.
102. نصر الدين لعياضي. (2016). الصحافة الجزائرية في بيئة الويب: إرهابات التحول. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 193-171.

قائمة المصادر والمراجع :

103. نصر الدين لعياضي. (01 12, 2020). الصحافة الإلكترونية العربية والمجال العام، فضاءات مشتركة للاستقطاب والمشهدية. بيئة الصحافة الإلكترونية العربية، سياقات التطور وتحدياته، 115-138.

104. نعيمة برنيس. (2017). تطبيقات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية. مجلة العلوم الإنسانية، 356-367.

105. نواف حازم خالد، و خليل إبراهيم محمد . (2011). الصحافة الإلكترونية: ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها. مجلة الشريعة والقانون، 211-302.

106. نوال وسار. (2018). تطبيق نظريات الإعلام والاتصال الراهنة في زمن الإعلام الجديد: بين التكامل والتآكل. الأطر المعرفية لعلوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي (الصفحات 460-471). مستغانم: الرابطة العربية لعلوم الاتصال AACS.

107. وجدي وسيلة دمرجي. (2015). مستقبل الصحافة الورقية في ظل تطورات الإعلام الجديد. مجلة آفاق فكرية، 92-98.

❖ رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه:

108. إبراهيم شهاب أحمد. (2012). القصة القصيرة عناصرها وتطبيقاتها في القصة الصحفية- القصص الصحفية الفلسطينية أنموذجاً. رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها، مجلس كلية الآداب - الجامعة العراقية، العراق.

109. أديب أحمد الشاطري. (2010). تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية- دراسة حالة للصحف اليمنية "26 سبتمبر" و "التغيير نت" و "الأيام نت". كلية العلوم السياسية، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

110. إلهام بوتلجي. (2011). الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء، دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أونلاين. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

قائمة المصادر والمراجع :

111. أمين عبدالعزيز أبو وردة ذبلان . (2008). أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي -طلبة جامعة النجاح الوطنية نموذجًا-(2000-2007). رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، نابلس.
112. أمينة بصافة. (2018). العصبية الافتراضية في شبكات التواصل الاجتماعي- دراسة اثوغرافية نقدية على عينة من مستخدمي الفيسبوك. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال- جامعة الجزائر 3، الجزائر.
113. انتصار محمد مصطفى محمد أبو جهل. (2017). استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للأساليب الحديثة في تحرير الأخبار في المواقع الإلكترونية "دراسة ميدانية في محافظات غزة". رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجامعة الإسلامية، غزة.
114. باية سيفون . (2014-2015). تأثير تكنولوجيا الاتصال على النشر الإلكتروني للصحفي الجزائرية المكتوبة-دراسة تحليلية ميدانية. أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ل3، الجزائر.
115. حياة قزادري . (2015). الثقافة السياسية في الصحف اليومية وانعكاساتها على عملية التنمية السياسية في الجزائر- دراسة وصفية تحليلية مقارنة لعينة من صحيفتي الخبر والشعب في الفترة الممتدة من 1989 إلى 2009. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.
116. سعاد ولد جاب الله. (2005-2006). الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية- دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية من 01 سبتمبر 2004 - 31 اوت 2005. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام- قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر.
117. سلوي إبراهيم حسن عبد الكريم دهمش. (2017). المتغيرات المؤثرة في بنية الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية المصرية- دراسة تحليلية للأنواع الصحفية والقائم بالاتصال. رسالة دكتوراه غير منشورة في الإعلام، قسم الصحافة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، مصر.

قائمة المصادر والمراجع :

118. عبد العالي رزاقى. (2009). الأنواع الصحفية وتطبيقاتها في الصحافة الجزائرية. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بين يوسف بن خدة، الجزائر.
119. فارس حسن شكر المهداوي. (2007). صحافة الإنترنت - دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضاءات الاخبارية، العربية. نت نموذجا. رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
120. فاطمة تيميزار. (2008). اسهامات الانترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر. رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
121. فتيحة المالك عسري. (2019). واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر - مقاصد المضمون وإشكالية المقروئية. أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية قسم علوم الاجتماع، جامعة وهران 2، وهران.
122. لعيدلي شهيناز. (2017). الصحافة الجزائرية : دراسة تحليلية ميدانية". أطروحة دكتوراه. قسنطينة، جامعة قسنطينة، الجزائر: كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.
123. فاطمة الزهراء مشتة. (2016). الانواع الصحفية الإخبارية في جريدة لوموند الفرنسية من (01 جوان -30 نوفمبر 2008). أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
124. يحي باسم يحي عياش. (2015). انقراءة الأخبار في الصحف الفلسطينية الالكترونية. رسالة ماجستير الجامعة الاسلامية، الجامعة الاسلامية، غزة.

❖ القوانين والمراسيم:

125. الجريدة الرسمية العدد 14. (04 04, 1990). العدد 14 من الجريدة الرسمية. الجزائر ، قانون الإعلام، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. تم الاسترداد من <https://www.joradp.dz/FTP/Jo-Arabe/1990/A1990014.pdf>
126. الجريدة الرسمية العدد 63. (26 08, 1998). المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 25 أوت 1998. الجزائر، الجزائر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. تم الاسترداد من <https://www.joradp.dz/FTP/Jo-Arabe/1998/A1998063.pdf>

قائمة المصادر والمراجع :

127. الجريدة الرسمية العدد 69. (22 11, 2020). مرسوم تنفيذي رقم 20-323. الجزائر ، الجزائر ، الجزائر : الجزائر: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. تم الاسترداد من <https://www.joradp.dz/FTP/jo-arabe/2020/A2020069.pdf>

❖ المؤتمرات:

128. باسم محمد صالح مهدي. (2017). المؤتمر العلمي الثالث لكلية الآداب- جامعة واسط: حركة النشر وتطوير الدراسات الإنسانية. تقنيات النشر الإلكتروني والتطبيقاتها في التصميم (الصفحات 72-92). العراق: مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية.

129. جمال بوعجمي، و بلقاسم بن روان. (2006). الصحافة الإلكترونية في الجزائر، واقع وأفاق. صحافة الإنترنت في العالم (الصفحات 326-340). الشارقة: جامعة الشارقة- كلية الاتصال.

❖ المراجع الأجنبية:

130. Islas and , O., & Bernal, J. D. (2016). Media Ecology: A Complex and Systemic Met discipline. Philosophies, 190-198.
131. Pernice, K. (2017, 11 17). NN/G Nielsen Norman Group. Récupéré sur F-Shaped pattern of Reading on the web Misunderstood, But Still Relevant (even on mobile): <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>
132. Ringoot, R., & Rochard, Y. (2005). Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques. Mots. Les langages du politique , 73-90.
133. Achmad Zainal Abidin .(2020 ,07 23) . Reviews book .Mediamorphosis: Understanding New Media by Roger Fidler .Jawa ،Jawa ،indonesia: East Java Veterans National Development University من الاسترداد تم . https://www.researchgate.net/publication/344296863_Review_Buku_Mediamorphosis_Understanding_New_Media_by_Roger_Fidler
134. Agibalova , E., & Ivleva, M. (2018). Interconnection of Media Ecology and Personal Ecology Based on N.Postman's Communication Theory. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 371-374.
135. Bacalja. (2020). Digital writing in the new literacies age: Insights from an online writing community. Literacy Learning: the Middle Years, 33-43.

136. Bodker, H., & Brugger, N. (2017, 02 07). Les temporalités mouvantes de l'information en ligne : le site du Guardian de 1996 à 2015. Sage Journals, 56-74.
137. Briggs, M. (2007, 01 01). Adigital literacy guide for the information age. Journalism 2.0: How to Survive and Thrive. Florida, University of South Florida, USA.
138. Charon, J. M. (2010). DE LA PRESSE IMPRIMÉE À LA PRESSE NUMÉRIQUE- Le débat français. France: Cairn information.
139. Conklin, J. (1987). Hypertext: An Introduction and Survey" in IEEE Computer. IEEE Computer, 17-41.
140. Cottle, S. (2007). Ethnography and News Production: New(s) Developments in the Field. Sociology Compass, 1-16.
141. DIAZ, R. (2014, 05 23). Les discours en interaction de la presse en ligne. Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique. Paris .
142. Dunham, R. S. (2019). Multimedia Reporting: How Digital Tools Can Improve storytelling. Beijing: Springer.
143. ERRAMI, A. (2016, 08 10). LES GENRES JOURNALISTIQUES LES CLES DE L'INFORMATION PROFESSIONNELLE. Récupéré sur GUIDE DU JOURNALISTE PROFESSIONNELLE ISESCO: <https://docplayer.fr/48170107-Les-genres-journalistiques.html>
144. Fidler, R. (1997). Mediamorphosis: Understanding New Media. Chicago: Thousand Oaks, CA : Pine Forge Press.
145. Franks, S., Wells, R., Maiden, N., & Zachos, K. (2021). Using computational tools to support journalists' creativity. Sage, 2-19. Consulté le 08 14, 2021, sur <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14648849211010582>
146. George, V. (2003, 06 13). L'hypertexte. Qu'est-ce que l'hypertexte. Origines et. Récupéré sur Hall open science: <https://edutice.hal.science/edutice-00000004/document>
- 147, P., & Moscovic, S. (1968). Problème de l'analyse de contenu. Socio-linguistique, 36-60.
148. Hofstetter, F. (2001). Multimedia Literacy. Hill: MC Graw Higher Education.
149. Huesca, R. (1999). Proceedings of the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. Dans T. A. Communication (Éd.), Inverted Pyramids Versus Hypertexts (pp. 31-63). New Orleans: The Association for Education in Journalism and Mass Communication.
150. K. Logan, R. (2016). McLuhan's Philosophy of Media Ecology: An Introduction. Philosophies, 133-140.

151. Kern, S. (2017). Sites Web avec WordPress 100% pratique! (éd. 3). Malakoff: Les édition Dunod.
- 152 .Loranger, H. (2015, 03 08). Beyond Blue Links: Making Clickable Elements Recognizable. Consulté le 01 09, 2021, sur NN GROUP: <https://www.nngroup.com/articles/clickable-elements/>
153. Louis, S. (s.d.). SAINT LOUIS UNIVERSITY. Consulté le 02 11, 2022, sur A propos de VValter J. Ong,: <https://www.slu.edu/arts-and-sciences/ong-center/Walter-ong.php>
154. Lundberg, J. (2001). On-line Newspapers and Genre Development on the World Wide Web. In proceedings of 24th information systems. Noray: Department of Computer and Information Science, Linköpings Universitet, Linköping, 505-518.
155. Małgorzata, L., & Marcyński, k. (2019). Media Ecology – (Un)necessary Research Perspective in Communication and Media Studies. Mediatization Studies, 53-68.
156. Marcyński, k. (2016). Religious communication and media. Krakow: PETRUS.
157. MARINO, C. (1996). De la presse écrite à la presse électronique, vers un nouveau média? Paris, France: ADBS.
158. McAdams , M., & Berger, S. (2001, 03 03). hypertext. Récupéré sur The journal of electronic publishing: <https://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0006.301?view=text;rgn=main>
159. McLuhan, M., Fiore, Q., & Agel, J. (2001). War and Peace in the Global Village. Berkeley: Gingko Press Incorporated.
160. Melberry, K. (2009). Open sourcing our way to an online commons: Contesting corporate impermeability in the media ecology. Journal of communication inquiry, 02-30. Récupéré sur [file:///C:/Users/acer/Downloads/Open sourcing our way to an online commo.pdf](file:///C:/Users/acer/Downloads/Open%20sourcing%20our%20way%20to%20an%20online%20commo.pdf)
161. Nielsen, J., & Morkes, J. (1997, 01 01). Concis, scannable et objectif : comment écrire pour le Web. Récupéré sur NN/G Group Nielsen Norman: nngroup.com/articles/concise-scannable-and-objective-how-to-write-for-the-web/
162. Newhagen, J., Cordes, J., & Levy, M. (1995). Audience Scope and the Perception of Interactivity in Viewer Mail on the Internet. Journal of Communication, 164-175.
163. Ong, W. (2002). Orality and Literacy: The Technologizing of the Word. New york: Routledge.
164. Ribillard, F. (2006). L'information journalistique sur l'internet, entre diffusion mass-médiatique et circulation réticulaire de l'actualité. ADBS Edition, 213-226.

قائمة المصادر والمراجع :

165. Rosenstiel, T. (2005). Political Polling and the New Media Culture: A Case of More Being Less. Public Opinion Quarterly, 701-713.
166. Rotkiewicz , H. (1983). Pedagogical aspects of mass media theory. Wrocław: Polska Academy of Sciences.
167. Scarbeau, B. (1993). INTRODUCING MULTIMEDIA APPLICATIONS INTO THE CURRICULUM USING IBM TECHNOLOGY. Promise: & Challenges Conference on Multimedia in Education & Industry (pp. 1-172). Georgia: ERIC.
168. Vignaux, G. (2003, 07 13). L'hypertexte. Qu'est-ce que l'hypertexte. Origines et histoire. Récupéré sur HAL open: <https://edutice.hal.science/edutice-00000004/document>
169. Wright, & Patricia. (1991, 12 01). Cognitive overheads and prostheses:some issues in evaluating hypertexts. Récupéré sur Medical Research Council Applied Psychology Unit: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/122974.122975>.

❖ المواقع على الويب:

170. أحمد نحاس. (2014 ,07 22). نظرية "البيئة الإعلامية" للباحث ماكلوهان (1)...مقدمة. تاريخ الاسترداد 02 2022 ,19، من مدونة ثقافة الميديا:

<https://medialiteracyarab.wordpress.com/2014/07/22/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D9%91%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D9%91%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%A8%D8%A7%D8%AD%D8%AB-%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B4>

171. القافلة. (2016). الصحافة في عصر التكنولوجيا الرقمية. تم الاسترداد من مجلة القافلة:

<https://qafilah.com/ar/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D8%B5%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9/>

172. سيف الدين عبان. (2023 ,06 24). في أونطوفانيا النصوص وحتمية الأوعية الهجينة. تم الاسترداد من:

<https://fawassil.echaab.dz/2023/06/24/%D9%81%D9%8A-%D8%A3%D9%88%D9%86%D8%B7%D9%88%D9%81%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B5%D9%88%D8%B5->

قائمة المصادر والمراجع :

<https://www.alkalimah.net/Articles/Read/21724>
<https://www.alkalimah.net/Articles/Read/21724>

173. عبد الوهاب الرامي. (23 06, 2020). الأجناس الصحفية مفتاح الإعلام المهني. الرباط، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة الإيسيسكو، المغرب: المنظمة الإسلامية للعلوم والثقافة- إيسيسكو. تم الاسترداد من

https://archive.org/details/20200623_20200623_0159/page/n1/mode/2up

174. عدي قاقيش. (16 09, 2019). نظريات الإعلام الإلكتروني. تاريخ الاسترداد 26 07, 2022، من سطور:

https://sotor.com/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A

175. عمر سلامة الجازي. (06 06, 2008). النشر الإلكتروني. تاريخ الاسترداد 19 12, 2022، من عمون:

<https://www.ammonnews.net/article/24829>

176. فاطمة الزهراء السيد. (07 02, 2019). ميكانيزمات التعايش والتنافس بين الصحافة الإلكترونية العربية ومنصات الإعلام الاجتماعي. تاريخ الاسترداد 11 02, 2022، من مركز الجزيرة للدراسات:

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/02/190211072314488.html>

177. محمد العنوز. (فبراير, 2021). النص الرقمي في الثقافة العربية. تم الاسترداد من الكلمة مجلة أدبية فكرية شهرية: <http://www.alkalimah.net/Articles/Read/21724>

178. محمد خليل الرفاعي، و فلك صبيبة. (2020). تحرير الصحافة الإلكترونية. دمشق، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا: الجامعة الافتراضية السورية. تم الاسترداد من <https://pedia.svuonline.org/course/view.php?id=839>

179. مركز القرار. (09 09, 2021). المداخل النظرية في بحوث الإعلام الرقمي. تاريخ الاسترداد 20 07, 2022، من مركز القرار للدراسات الإعلامية:

قائمة المصادر والمراجع :

<https://alqarar.sa/4926#:~:text=%E2%80%93%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%3A%20%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%AF%20%D8%AA%D9%83%D9%88%D9%86,%D9%86%D9%81%D8%B3%D9%87%D8%A7%20%D9%88%D8%AA>

180. مصطفىاوي الحسين. (د-س-ن). تقنيات البحث العلمي. تقنيات البحث العلمي. البويرة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة آكلي محند أو لحاج بالبويرة، الجزائر. تاريخ الاسترداد 03 04، 2022، من:

<file:///C:/Users/acer/Downloads/%D8%AA%D9%82%D9%86%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC-%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A.pdf>

181. مهند سليمان النعيمي. (02 01، 2023). أنواع العنوان الصحفي من حيث الحجم والوظيفة. تاريخ الاسترداد 10 02، 2023، من المرجع الإلكتروني للمعلوماتية: <https://almerja.com/more.php?idm=191986>

182. نهلة أبو رشيد. (22 02، 2021). الصحافة الإلكترونية والنشر الإلكتروني. سوريا، الجامعة الافتراضية السورية: الجامعة الافتراضية السورية. تم الاسترداد من

<https://archive.org/details/library-elhamma-9972021>

183. نورا أحمد محمد السيد. (06 06، 2018). اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنها نحو النشر الذاتي الإلكتروني : درسه ميدانية. تاريخ الاسترداد 07 04، 2022، من المستودع الرقمي العربي للمكتبات وعلوم المعلومات:

<http://hetzner0.androidiani.com/handle/123456789/937>

❖ المقابلات:

184. مقابلة مع أستاذ التعليم بجامعة الجزائر 3 البوفسور يوسف تمار. بتاريخ (19 01، 2023)، بمكتبه في بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3-على 10:30 صباحا

قائمة المصادر والمراجع :

185. مقابلة مع المدير الرقمي لموقع الشروق أونلاين سمير فارس. بتاريخ (04 09, 2023).

الملاحق



الملحق رقم (1)

I. معلومات عامة عن الوثيقة

1		
4	3	2
5		

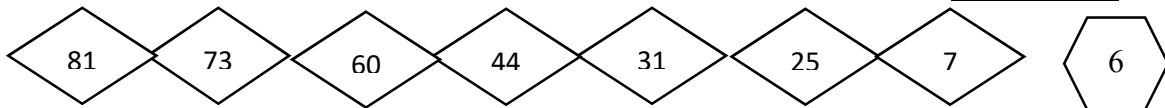
اسم الموقع الصحفي:

تاريخ النشر في الموقع:

النوع الصحفي:

II. تحليل البيانات

- فئات الشكل:

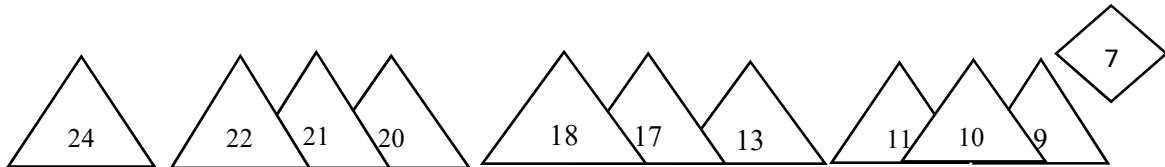


23

19

12

8



16 15 14

30

29

28

27

26

25

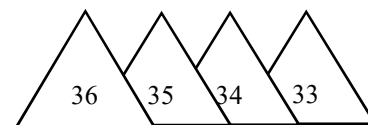
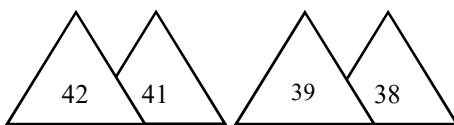
43

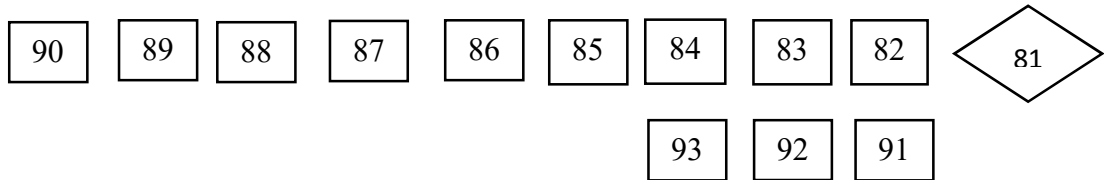
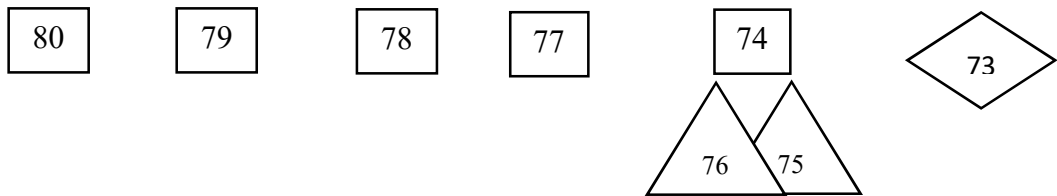
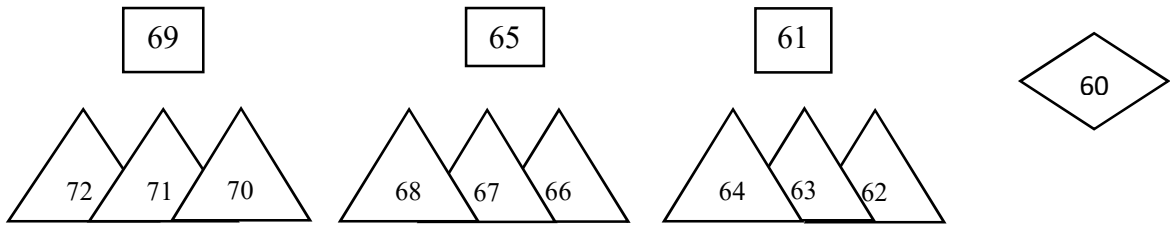
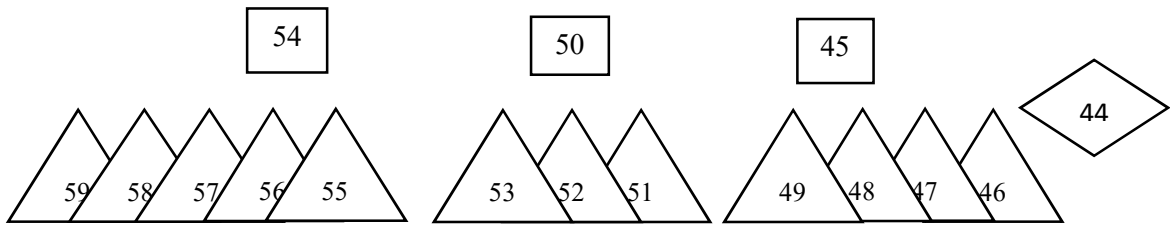
40

37

32

31





جامعة محمد بوضياف-المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

استمارة تحليل المضمون

ودليلها

استمارة تحليل المضمون ودليلها

هذه استمارة نقدمها في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان: "الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة" - دراسة وصفية تحليلية لموقع الشروق أونلاين" باستعمال أداة تحليل المحتوى التي اخترنا فيها الاعتماد على الشكل كفئة للتحليل.

كما سوف يتم الاعتماد على محتوى الموقع من الأنواع الصحفية المحررة والمنشورة ليوم كامل كوحدة للعد والتسجيل، وذلك عن طريق قياس تكرار ورود المواد الإعلامية بالشكل الذي تعبر عنها فئات التحليل في المادة المعالجة.

لذلك نرجو من سيادتكم:

-التمعن في الاستمارة والاطلاع على دليلها.

-كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان المخصص لها أو في ورقة مستقلة.

اسم ولقب المشرف

أ.د. باية يسيفون

اسم ولقب الطالب

آمال محرز

السنة الجامعية 2023-2024

دليل الاستمارة

1- معلومات عامة عن الوثيقة:

يشير المستطيل رقم 01 إلى اسم الموقع الصحفي، أما المربعات المرقمة ب 02، 03 و 04 فهي تشير على التوالي إلى يوم نشر المحتوى، شهر النشر، سنة النشر المستطيل رقم 05 إلى النوع الصحفي.

2- تحليل البيانات:

وهو جزء خاص بفئات التحليل يحتوي فئات الشكل:

فئات الشكل:

- يمثل السداسي رقم 06 فئة الشكل ويتفرع إلى المعينات رقم 7، رقم 25، رقم 31، رقم 44، رقم 60، رقم 73، رقم 91 بحيث يمثل المعين رقم 7 فئة الأنواع الإخبارية، والمعين رقم 25 فهو يعبر عن فئة النص الفائق، والمعين رقم 31 يمثل فئة الوسائط المتعددة، أما المعين رقم 44 فيمثل فئة شكل تقديم النوع الصحفي، والمعين رقم 60 فيمثل فئة موقعة عناصر الربط الفائق في المضمون، ويمثل المعين رقم 73 فهو يمثل فئة إتاحة التفاعل والمشاركة في النوع الصحفي، أما المعين رقم 81 فئة تحديث المحتوى.
- يمثل المعين رقم 07 فئة النوع الصحفي ويتفرع إلى المربعات رقم 08، رقم 12، رقم 19 ورقم 23، بحيث يمثل المربع رقم 08 فئة الأنواع الإخبارية، ويرمز لها بالمثلثين 09، 10 11 بحيث تمثل الخبر الصحفي والتقرير الصحفي والحديث الصحفي.
- أما المربع رقم 12 فيمثل الأنواع الفكرية ويرمز لها بالمثلثات 13 و 17 و 18، حيث يعبر المثلث 13 عن المقال ويرمز له بالمستطيلات 14، 15، 16 وتمثل المقال الافتتاحي، المقال النقدي، المقال التحليلي، أما المثلثات 17 و 18 فتمثل العمود الصحفي والتعليق
- أما المربع رقم 19 فيمثل الأنواع التعبيرية ويرمز لها بالمثلثات رقم 20، 21، 22 وهي تمثل على التوالي البورتري، الربورتاج، والكاريكيتير.
- وبالنسبة للمربع رقم 23 فهو يمثل الأنواع الاستقصائية، ويرمز لها بالمثلث رقم 24 الذي يمثل التحقيق الصحفي.

- وبخصوص المعين رقم 25 فهو يعبر عن فئة النص الفائق، ويتفرع إلى المربعات 26، 27، 28، 29، 30 بحيث تمثل على التوالي نص فائق داخلي (إحالات داخلية)، نص فائق داخلي (إحالات خارجية)، نص فائق للتواصل الشخصي، نص فائق بإحالات لها علاقة بالمادة الإخبارية، إحالات ليس لها علاقة بالمادة الإخبارية.
- أما المعين رقم 31 فيمثل فئة الوسائط المتعددة ويرمز لها بالمربعات رقم 32، 37، 40، 43 بحيث يمثل المربع رقم 32 الصورة، ويرمز لها بالمثلثات 33 و34 و35 و36 وهي على التوالي صورة أرشيفية فقط، صورة أرشيفية مرفقة بنص للتعريف بها، صورة من موقع الحدث فقط، صورة من موقع الحدث مرفقة بنص للتعليق عليها.
- أما المربع رقم 37 فيمثل الفيديو، ويرمز له بالمثلثات 38، 39 وتشير إلى فيديو أرشيفي وفيديو من موقع الحدث.
- وبخصوص المربع رقم 40 فيمثل الصوت ويرمز له بالمثلثات 41، 42 والتي يقصد بها صوت أرشيفي، صوت من موقع الحدث.
- أما المربع رقم 43 فيمثل الرسوم المتحركة.
- أما المعين رقم 44 فيمثل فئة شكل تقديم النوع الصحفي ويرمز لها بالمربعات رقم 45، 50، 54، حيث يمثل المربع رقم 45، العنوان ويرمز له بالمثلثات 46، 47، 48 و49 وتشير على التوالي إلى عنوان تمهيدي، عنوان رئيسي، عنوان ثانوي، عنوان فرعي
- أما المربع رقم 50 فيمثل مستوى صياغة العنوان، ويرمز له بالمثلثات 51، 52، 53 وتمثل على التوالي المستوى السطحي، المستوى المتعمق، مستوى التحديث.
- أما المربع رقم 54 فيعبر عن توازن النص، ويرمز له بالمثلثات 55، 56، 57، 58، 59 إذ تمثل على التوالي حجم النص، مقدمة بارزة، استخدام الكلمات المفتاحية، عدد فقرات النص، ربط النص بمواضيع ذات الصلة.
- أما المعين رقم 60 فيمثل فئة موقعة عناصر الربط الفائق في المضمون، ويرمز له بالمربعات المربعات 61، 65، 69، حيث يعبر المربع 61 عن موقعة المواضيع ذات الصلة ويرمز له بالمثلثات 62، 63، 64 وتمثل على التوالي في المقدمة، في المتن، في الخاتمة.
- أما المربع رقم 65 فيمثل موقعة الاحالات التشعبية ويرمز له بالمثلثات هي 66، 67، 68 ويقصد بها في المقدمة، في المتن، في الخاتمة.

- وبخصوص المربع رقم 69 فيمثل عن موقعة الوسائط المتعددة، ويرمز له بالمثلثات هي 70، 71، 72 ويقصد بها في المقدمة، في المتن، في الخاتمة.
- وبالنسبة للمعين رقم 73 فهو يمثل فئة إتاحة التفاعل والمشاركة في النوع الصحفي، بحيث يمثل المربع رقم 74 ويدل على البريد الإلكتروني E-mail، ويرمز له بالمثلثات 75، 76، وهي تمثل على التوالي بريد خاص بالصحيفة و بريد خاص بالمحرر.
- أما المربعات 77، 78، 79، 80 فهي تمثل على التوالي Talkback، المنتديات، استفتاءات الرأي ومشاركة المقال.
- أما المعين رقم 81 فيمثل فئة تحديث المحتوى ويرمز لها بالمربعات رقم 82، 83، 84، 85، 86، 87، 88، 89، 90، 91، 92، 93 وهي تمثل على التوالي نشر حدث جديد، إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تم نشره، تعديل في مضمون النوع الصحفي بعد النشر، حذف النوع الصحفي من الصفحة، ربط الحدث بواجهة الموقع، تقديم الأخبار العاجلة، تغطية آنية (لحظية) تغطية بعدية (تسجيلية)، وجود تاريخ نشر المحتوى، وجود وقت نشر المحتوى، وجود تاريخ آخر تحديث للمحتوى، وجود وقت آخر تحديث للمحتوى.

ملاحظات:

يمكن للمحكم كتابة الملاحظات التي قد يبديها بخصوص تحكيم محتوى هذه الاستمارة، في أسفل الصفحة

الملحق رقم (2)

جامعة محمد بوضياف

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

دليل التعريفات الإجرائية

دليل التعريفات الإجرائية

هذا دليل التعريفات الإجرائية أعد في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، مستعينا بأداة تحليل المحتوى وتحت عنوان "الأنواع الصحفية في البيئة الإعلامية الجديدة" - دراسة وصفية تحليلية لمضامين موقع الشروق أونلاين.

أستسمح سيادتكم إعانتني في تثبيتها عن طريق القيام بما يلي:

1- قراءة الدليل قراءة متأنية ودقيقة

2- يقدم الترميز (0) أمام التعريف الذي ترونه مناسباً لمعناه في مضمون العينة

3- يقدم الترميز (Z) أمام التعريف الذي ترونه بحاجة إلى تعديل.

4- يقدم الترميز (X) أمام التعريف الذي ترونه غير صحيح

وفي حال ارتأيتم أن هناك ملاحظات لا بد من تدوينها، فالرجاء القيام بذلك في المكان المخصص لها

ملاحظة: يمكن لسيادتكم الاطلاع على محتوى الموقع www.echoroukonline.com

وشكراً

اسم ولقب المشرف

أ.د باية يسيفون

اسم ولقب الطالب

آمال محرز

اسم المرمز:

درجته العلمية:

1- معلومات عامة عن الوثيقة:

تتعلق باسم الصحيفة الإلكترونية وتاريخ النشر من يوم وشهر وعام، وكذا النوع الصحفي مادة التحليل

2- تحليل البيانات:

وهو جزء خاص بفئات التحليل ويتعلق بفئات الشكل:

• فئات الشكل:

وهي تلك الفئات التي تصف الشكل الذي ورد فيه تحليل المضمون المراد دراسته، تجيب عادة على

السؤال كيف قيل؟

وقد تمّ تقسيم هذه الفئة إلى:

1- فئة النوع الصحفي: وتقصّد به الباحثة أسلوب صياغة النص الذي يعبر عن المعنى لتحقيق

هدف معين.

وتمّ تصنيف المواد الصحفية المنشورة على الشروق أونلاين، جاءت كالاتي:

➤ الأنواع الإخبارية: هي فن من الفنون الصحفية التي تتميز بالحيوية، وظيفتها الإخبار وإثارة

الانتباه، تقوم على تقديم الخبر، تحتكم إلى الاختصار، يقع مضمونها بين المختصر

والمختصر الموضح.

- الخبر الصحفي: هو النوع الصحفي الإخباري الذي ينقل فيه الصحفي الخبر بطريق واقعية

وموضوعية، يجيب على مجموعة من الأسئلة المرجعية للخبر ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟ لماذا؟

وكيف؟

- التقرير الصحفي: مادة إخبارية تخدم فكرة أعمق من الخبر، يستند إلى معلومات موثوقة، ويهتم

بظروف الحدث، بالإضافة إلى استيعاب الزمان والمكان والأشخاص، يشترط النزول إلى الميدان

- **الحديث الصحفي:** نوع من الأنواع الصحفية الإخبارية الذي يعتمد على الحوار والمقابلة بهدف جمع المعلومات من شخص أو أشخاص لهم علاقة بموضوع الحديث الصحفي.
- **الأنواع الفكرية:** تسمى أيضا بأنواع الرأي وهي الأنواع الصحفية التي تتعامل مع الواقع من خلال إبراز الموقف أو تحديد وجهة النظر منه، يتخلله الرأي والتحليل والتعقيب عن الأحداث، هدفها تطير وتوجيه القارئ.
- **المقال الصحفي:** نوع صحفي يعبر الرأي يستدعي التفكير ومهارات الكتابة عادة "التحليلية"، ويعبر عن سياسة وتوجه الموقع يتضمن رأي وتوجه محرر المقال الذي يكتب وفق الخط الافتتاحي للجريدة، يهتم بالقضايا التي تشغل الرأي العام، يتخلله التحليل، التفكير، المحاججة أهمها:
- **المقال الافتتاحي:** نوع من أنواع المقالات الصحفية وهو نوع صحفي فكري، وهو الخط الافتتاحي للصحفية للتعبير عن موقفها ورأيها، حيث يقوم على شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية بما يكشف عن سياسة الموقع اتجاه الأحداث الجارية في المجتمع.
- **المقال النقدي:** نوع من أنواع المقالات الصحفية وهو نوع صحفي فكري، يقوم المقال النقدي بتقديم الإنتاجات الفنية كالأعمال السينمائية والمسرح والإنتاجات الأدبية المطبوعة كالكتب والموسوعات الأدبية والسمعية البصرية كالأفلام والأغنتي والبرامج المختلفة غيرها ونقدها للكشف عن أبعادها و كافة الجوانب إما السلبية او الإيجابية حول مضمونها.
- **المقال التحليلي:** نوع من أنواع المقالات الصحفية وهو نوع صحفي فكري يقوم على التحليل العميق والمدرّوس للأحداث، هدفه عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها.

- **العمود الصحفي:** نوع صحفي فكري عبارة عن مقال شخصي قصير يمثل رأي وانطباعات الصحفي حول الأحداث، يمكن أن تأخذ لهجته طابعا ساخرا .
- **التعليق الصحفي:** نوع صحفي فكري يتضمن رأيا واضحا وصريحا، يتخلله سلسلة من البراهين والشواهد للتعليق على الحدث وربطه بأحداث أخرى، هدفه الاقناع يسهم في تكوين القراء فكريا.
- **الأنواع التعبيرية:** هي الأنواع الصحفية التي تسعى إلى التعبير الوصفي، من خلال توصيف ملامح شخصية، أو مكانتها حيث تصفها في الوسط الذي تتفاعل فيه، أو إبراز حالات خاصة بتسليط الضوء على زاوية من الحدث.
- **البورتري:** من الأنواع الصحفية التعبيرية وهو عرض لشخصية مؤثرة أو مرشحة للتأثير في الأحداث، عن طريق رسم ملامح الشخصية التعريفية والنفسية والفكرية، يكتسب جمالية عندما تدعمه شهادات حية من الشخصية.
- **الربورتاج:** من الأنواع الصحفية التعبيرية، وهو فن من فنون التحرير الصحفي، يقوم على تصوير حي للحدث والمعلومة مع توثيقها بطريقة سردية وصفية يعتمد على جمالية اللغة ويعبر عن ذاتية الصحفي.
- **الكاريكاتور:** من الأنواع الصحفية التعبيرية، وهو عبارة عن رسوم تستخدمها المواقع الإلكترونية، لها رسالة ساخرة أو ناقدة، يرسمها متخصصون لهم صيتهم في مجال الرسم الكاريكاتيري، وهي فن من الفنون الإبداعية التعبيرية.
- **الأنواع الاستقصائية:** هي الأنواع الصحفية التي تبحث وتتقصى عن الحدث والتحقيق في ملبساته، تستند إلى مصادر وشهادات لها علاقة بالحدث.

- **التحقيق الصحفي:** من فنون التحرير الصحفي الاستقصائي، وهو عملية تتبع ببحث وتنقيب في حدث أو قضية أو ظاهرة للإجابة على سؤالي "كيف وماذا" يهدف من خلاله الصحفي إلى للكشف عن الجوانب الخفية التي يجهلها الناس ويريدون اكتشافها.
- 2- **فئة النص الفائق (Text category):** من الناحية التحريرية هو تقنية توفر إمكانية الانتقال بين المعلومات والأخبار والمواد الإعلامية سواء أكانت نصوصاً أو صوراً أو وسائط متعددة إما في الموقع نفسه أو خارجه عبر وصلات تشعبية "Links" وتضمنت:
- **نص فائق داخلي (إحالات داخلية):** هي الإحالة التشعبية التي تحيل القارئ/المستخدم على الصفحات الداخلية في الموقع.
- **نص فائق خارجي (إحالات خارجية):** هي الإحالة التشعبية التي تحيل القارئ/المستخدم على الصفحات الخارجية في الموقع، عيبه أنه لا يحتفظ بالتواجد الفيزيائي للقارئ، الذي يغادر الموقع بمجرد النقر عليه وربما دون عودة.
- **نص فائق للتواصل الشخصي:** ويقصد به النص الذي يسمح للمستخدم بالاتصال الشخصي سواء بالمحرر الصحفي أو بالموقع أو بشخصيات فاعلة.
- **إحالات لها علاقة بالمادة الإخبارية:** وهو النص الذي يحيل المستخدم إلى تفاصيل لها علاقة بالموضوع المتصفح للاستزادة، أو الاطلاع على مصادر الخبر، وتتضمن:
- **إحالات ليس لها علاقة بالمادة الإخبارية:** وهو النص الذي يحيل المستخدم إلى تفاصيل لا علاقة لها بالموضوع المتصفح، لكن عيوبه تشتت انتباه القارئ بمعلومات لم ينو البحث عنها.
- 3- **فئة الوسائط المتعددة:** وتضم الرسوم المتحركة والصوت والفيديو بشكل أساسي جاءت لتدعم الوسائط التقليدية المتمثلة في النص والصورة

■ الصورة (Category image): تؤدي وظيفة تفسيرية تصويرية للحدث وتعبّر عنه ضمن

إطار زمني ومكاني معين كما تساهم في جذب القارئ/ المستخدم لقراءة المادة الصحفية.

- صورة أرشيفية فقط: وهي صورة ثابتة لها علاقة بالمادة الصحفية في إطار امتدادها الزمني والمكاني، والذي تم توثيقه بالصورة في الماضي.

- صورة أرشيفية مرفقة بنص للتعريف بها: وهي نفسها الصورة الأرشيفية مع إرفاقها بنص

لتوضيح معالمها مثل الشخصيات الظاهرة في الصورة والمكان والتاريخ ويسمى ب Taguer

- صورة من موقع الحدث فقط: وهي صورة ثابتة تم التقاطها من موقع الحدث تؤدي وظيفة توثيقية للحدث.

- صورة من موقع الحدث مرفقة بنص للتعليق عليها: وهي نفسها، مع إضافة تعليق على الصورة

يتضمن توضيح معالمها مثل الشخصيات الظاهرة في الصورة والمكان والتاريخ، تعرف ب Taguer.

■ الفيديو (Video category): مادة فلمية تحتوي على النص والصورة والصوت والحركة، من

أهم الوسائط المتعددة تأثيرا في العملية التفاعلية.

- فيديو أرشيفي: وهو مادة فلمية لها علاقة بالمادة الصحفية في إطار امتدادها الزمني والمكاني، والذي تمّ توثيقه بالفيديو في الماضي.

- فيديو من موقع الحدث: وهو مادة فلمية لها بالمادة الصحفية، تم تصويرها من موقع الحدث تؤدي وظيفة توثيقية للحدث.

■ الصوت (Sound category): ملفات صوتية تستخدمها بالمواقع الإلكترونية، كإضافة لدعم

المادة الصحفية مثل الاقتباسات والمقاطع الصوتية المرخصة من المصدر

- صوت أرشيفي: ملف صوتي له علاقة بالمادة الصحفية، في إطار امتدادها الزمني والمكاني، تم تسجيله في زمن ماض.
- صوت من موقع الحدث: ملف صوتي له علاقة بالمادة الصحفية، تم تسجيله إما من زمن او مكان أو شهادات "حية" من شخصيات عاشت الحدث خلال زمن ومكان وقوع الحدث.
- الرسوم متحركة (Mooving amination): نوع من أنواع الوسائط المتعددة في شكل رسوم يعرض بعضها وراء بعض بشكل متتابع متحرك، لها علاقة يضيفي نوع من الحيوية على المضمون.
- 4- فئة شكل تقديم النوع الصحفي: يقصد بها الجانب الشكلي وكيفية تقديم المادة بما يتلاءم مع خصوصية الكتابة للصحافة الرقمية.
- العنوان: هو مجموع كلمات تشير إلى جوهر الموضوع، تعمل على جذب انتباه القارئ للاطلاع وقراءة الموضوع.
- عنوان تمهيدي: وهو العنوان الذي يسبق العنوان الرئيسي ويقوم بوظيفة تمهيدية للعنوان الرئيسي، وهو أقل من حيث حجم الكلمات والإبراز من العنوان الرئيسي
- عنوان رئيسي: وهو أكبر العناوين وتكون حروفه كلها كبيرة وأحياناً يكون ملوناً.
- عنوان ثانوي: هو العنوان الذي يلحق بالعنوان الرئيسي، يقوم بوظيفة إخبارية توضيحية، وهو أقل من حيث حجم الكلمات والإبراز من العنوان الرئيسي
- عنوان فرعي: وهو العنوان الذي يوضع عند بداية الفقرة في المتن، عادة يكون بارزاً من حيث لون مغاير أو حجم الحروف أو أي نوع من أنواع الإبراز الأخرى يقوم بوظيفة إخبارية توضيحية، لمضمون الفقرة.

- **مستوى صياغة العنوان:** وهو الكيفية التي تصاغ بها العبارات في العنوان، والتي تعكس مستوى إثارة الصحفي للقارئ/ المستخدم حول المادة الصحفية بهدف قراءتها.
- **المستوى السطحي:** وهو العنوان المصاغ بطريقة يراعى فيه الإيجاز والاختيار والتكثيف، حيث يشبع رغبة القارئ/ المستخدم في المعلومة دون الاطلاع عليها.
- **المستوى المتعمق:** وهو عنوان يضم تفاصيل خلفيات ووجهات النظر، مما يدفع القارئ/المستخدم لقراءة الموضوع.
- **مستوى التحديث:** يتولى جمع المعلومات حول الموضوعات لمتابعة المستجدات، مما يدفع القارئ/المستخدم للاهتمام بمستجدات الموضوع ومتابعته وترقب الجديد.
- **توازن النص:** وهو مدى تناسق العام النص من حيث في حجم النص والفقرات.
- **حجم النص:** يتم قياسه من خلال حساب عدد كلمات النص.
- **مقدمة بارزة:** ويقصد بها في هذه الدراسة كتابة فقرة المقدمة بخط داكن كوسيلة لإبرازها عن باقي فقرات المتن.
- **استخدام الكلمات المفتاحية:** ويقصد بها في هذه الدراسة الجمل أو النصوص التي تربط صفحات الموقع بالعبارات التي تتيحها محركات البحث، كما تسهل عملية استرجاع الصفحات التي لها علاقة بالموضوع المراد الوصول إليه، وتكتسي أهمية بالغة بالنسبة للمواقع الصحفية الإلكترونية من حيث زيادة فرص تصدره نتائج البحث، وبالتالي تحسين مريته على محركات البحث قوئل.
- **عدد فقرات النص:** يتم قياسه من خلال حساب عدد فقرات النص.

- ربط النص بمواضيع ذات الصلة: وهي الربط الذي يتم آليا استنادا إلى التشابه من حيث المضمون أو الكلمات المفتاحية مع المادة المنشورة، يتم إلحاقها بالمادة كآلية من آليات توسيع المعلومات والاستزادة حول الموضوع.

5- موقعة عناصر الربط الفائق في المضمون: يقصد بها موقع "النص الفائق" و"الوسائط المتعددة" والربط "بالمواضيع ذات الصلة" على مستوى بنية المضمون.

■ موقعة المواضيع ذات الصلة: يقصد به موقع المواضيع ذات الصلة بالنسبة للمادة الصحفية

- في المقدمة: يقصد به موقعة المواضيع ذات الصلة في فقرة المقدمة.

- في المتن: يقصد به موقعة المواضيع ذات الصلة في الفقرات التي تلي فقرة المقدمة.

- في الخاتمة: يقصد به موقعة المواضيع ذات الصلة في فقرة خاتمة النص الصحفي.

■ موقعة الإحالات التشعبية: يقصد به موقع الإحالات التشعبية على مستوى بنية المادة الإعلامية.

- في المقدمة: يقصد به الإحالات التشعبية في فقرة المقدمة.

- في المتن: يقصد به موقع الإحالات التشعبية في الفقرات التي تلي فقرة المقدمة.

- في الخاتمة: يقصد به موقع الإحالات التشعبية في فقرة خاتمة النص الصحفي.

■ موقعة الوسائط المتعددة: يقصد به موقع الوسائط المتعددة على مستوى بنية المادة الصحفية.

- في المقدمة: يقصد به موقع الوسائط المتعددة في فقرة المقدمة.

- في المتن: يقصد به موقع الوسائط المتعددة في الفقرات التي تلي فقرة المقدمة.

- في الخاتمة: يقصد به موقع الإحالات التشعبية في فقرة خاتمة النص الصحفي.

6- فئة "إتاحة التفاعل والمشاركة" في النوع الصحفي: تعني المعالم المتوفرة في مضمون المادة

الصحفية التي تتيح التفاعل بين القارئ/ المستخدم والقائم بالاتصال، مما يسمح بالتأثير في أحوار

وأفكار الطرفين، بالإضافة إلى إمكانية مشاركة المادة الصحفية، والتعليق عليها ومناقشة مضمونها في فضاءات خاصة وتتضمن:

- البريد الإلكتروني **E-mail** : هو وسيلة تواصل غير تزامنية، بحيث تمنح للقارئ/المستخدم الوقت للتفاعل مع منتج المادة الصحفية أو الصحيفة في كل وقت.

✓ بريد خاص بالصحيفة: يكون التواصل من خلال هذه الأداة عادة بغرض الاستفسار عن

معلومات معينة عادة حول خدمات الصحيفة الإلكترونية أو رفع شكاوي ...

✓ بريد خاص بالمحرر: تسمح هذه الأداة التواصلية من روابط وطيدة بين المحرر والقارئ

/المستخدم من ناحية، كما تمكنه من التعرف عن رغباته واهتماماته.

- **Talkback**: يقصد به خدمة التعليق والتي يتيحها الموقع للقارئ للتعبير عن رأيه، لا تشترط فيه التزامية.

- **المنتديات Electronic forum** : وهو فضاء افتراضي وشكل من أشكال الاتصال التزامني

Real time بحيث يشترط فيه تواجد المستخدمين في نفس الوقت أمام الشاشة لتبادل الحوار

وتبادل الأفكار والآراء حول موضوع محدد بين المستخدمين بعضهم البعض، وبين المستخدمين

والمحررين يأتي إما نصا مكتوبا أو مسموعا.

- **استفتاءات الرأي Referendums** : وهي نافذة تخصصها الصحيفة أو الموقع الإلكتروني

للتصويت على قضية جوهرية تشغل الرأي العام سواء على المستوى الوطني أو الإقليمي أو

الدولي.

- **مشاركة المقال**: وهي أحد الأدوات التي تستخدمها المواقع والصحف الإلكترونية، لتوزيع

ومشاركة مضامين الصحف والمواقع الإلكترونية بشكل أوسع، تأتي عادة في شكل "شارك المقال"

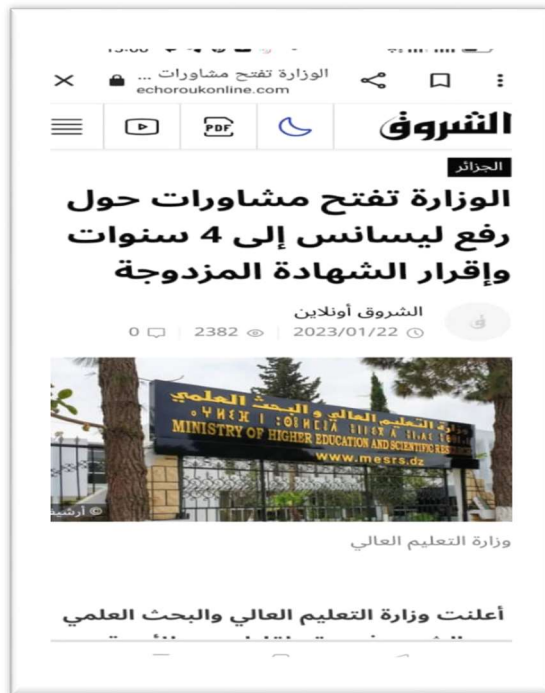
- 7- فئة تحديث المحتوى: من أهم سمات وخصائص الصحافة الإلكترونية، وتعني تحديث الموقع لمحتواه لمواكبة الأخبار العاجلة على مدار الساعة وتتضمن:
- نشر حدث جديد: ويقصد به في هذه الدراسة نشر الأخبار المتلاحقة من دون تحديثها لا من حيث تعديلها أو إضافة تفاصيل عليها أو حذفها.
 - إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تمّ نشره: ويقصد به في هذه الدراسة إعادة نشر الخبر بتفاصيل جديدة، مما يعكس اهتماما بالخبر وتتبع تفاصيله.
 - تعديل في مضمون النوع الصحفي بعد النشر: ويقصد به إعادة نشر الخبر مع تعديل في مضمونه، عادة لغرض تصحيح أخطاء وردت في المحتوى.
 - حذف النوع الصحفي من الصفحة: يقصد به حذف النوع الصحفي الذي تمّ نشره بحيث لا يبقى له أثر في أرشيف الموقع.
 - ربط الحدث بواجهة الموقع: وهو ربط المادة الصحفية بواجهة الموقع، يعبر عادة على عملية اتخاذ القرار التحرير للصحيفة، فلا تملك كل الاخبار والمضامين الصحفية نفس الفرصة للتواجد على واجهة الصفحة الرئيسية.
 - تقديم الأخبار: يقصد به في هذه الدراسة ظهور شريط الأخبار العاجلة في شكل شريط بلون جذاب كنوع من أنواع التحديث المستمر لمحتوى الموقع أو الصحيفة الإلكترونية.
 - تغطية آنية (لحظية): وهي التغطية التي تتم لحظة وقوع الحدث، تكون عادة بثا مباشرا.
 - تغطية بعدية (تسجيلية): وهي التغطية التي تتم بعد وقوع الحدث.
 - وجود تاريخ نشر المحتوى: وهو تاريخ نشر المادة الصحفية باليوم والشهر والسنة.
 - وجود وقت نشر المحتوى: وهو وقت نشر المادة الصحفية بالساعة والدقيقة.

-
-
- وجود تاريخ آخر تحديث للمحتوى: وهو تاريخ ثان يضاف إلى المادة الصحفية المنشورة، يعطي مصداقية للموقع أو الصحيفة الإلكترونية من حيث مواكبتها للأحداث يوميا دون انقطاع.
 - وجود وقت آخر تحديث للمحتوى: وهو وقت تحديث المادة الصحفية بالساعة والدقيقة، يعطي مصداقية أكبر للموقع أو الصحيفة الإلكترونية من حيث مواكبتها للأحداث على مدار الساعة.



توظيف النص الفائق في المتن والخاتمة وخاصة إحالات خارجية على صفحة اليوتيوب

مشاركة المقال



إضافة تفاصيل جديدة للنوع الصحفي الذي تم نشره



ربط الحدث بواجهة الموقع



ظهور شريط الأخبار العاجلة

حذف النص: 4352 اتصال هاتفي للسعيد

بوتفليقة مع عصابة الفساد



صورة من موقع الحديث مرفقة بنص لتعريفها



صورة أرشيفية مرفقة بنص للتعريف Taguer



فقرة المقدمة غير بارزة



فيديو من موقع الحدث مع عنوان رئيسي فقط

فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

.....	شكر وتقدير
.....	اهداء
1.....	ملخص الدراسة:
5.....	خطة الدراسة
9.....	مقدمة:
17.....	الاطار المنهجي للدراسة.
17.....	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:
21.....	أهداف الدراسة وأهميتها:
21.....	أهداف الدراسة:.....
22.....	أهمية الدراسة:.....
23.....	منهج الدراسة وأدواته:.....
32.....	مجتمع الدراسة وعينته:.....
36.....	صدق وثبات التحليل (Sincerity and consistency analysis tool):.....
38.....	تحديد مفاهيم الدراسة:.....
43.....	مراجعة الدراسات السابقة:.....
55.....	المدخل التنظيري للدراسة:.....
57.....	مدخل التشكل العضوي لوسائل الإعلام (التحول الرقمي) Mediamorphosis:.....
59.....	المدخل المهجن (Hybrid Model):.....
61.....	نظرية النص الفائق:.....
.....	1. الفصل الأول: الصحافة ومظاهر التحول التكنولوجي في البيئة الإعلامية الجديدة (النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية).....
67.....

- 1.1. التاصيل العلمي لبيئة الإعلامفة الجديدة (الرقمفة): 68
- 1.1.1. لمة عن بعض الأدبفات البحثفة المؤسسة لعلم البيئة الإعلامفة: 68
- 2.1.1. نظرفة البيئة الإعلامفة: 72
- 1.2.1.1 نشأة النظرفة: 72
- 3.1.1. دراسة الوسائط كبنئات إعلامفة جئفة: 74
- 2.1. التطور التكنولوجف فف مجال النشر الصحف: 75
- 1.2.1. مدخل إلى للنشر الإلكفرونف Electronic Publishing (الأنواع والوسائل): 75
- 1.1.2.1 الصحافة الإلكفرونفة كوسفلة من وسائل النشر الإلكفرونف: 77
- 2.1.2.1 المنفدفات الحوارفة: 78
- 3.1.2.1 المءونات الإلكفرونفة: 78
- 4.1.2.1 أنواع النشر الإلكفرونف: 78
- 5.1.2.1 الموقع الصحف الإلكفرونف: 81
- 6.1.2.1 الموقع الإخبارف الإلكفرونف: 82
- 2.2.1. التكنولوجفا المسانءة لمجال للنشر الإلكفرونف: 82
- 1.2.2.1 نظم النشر الإلكفرونف المعءمة على الحواسب وملحقافها: 82
- 2.2.2.1 النشر الإلكفرونف المعءمء على الإنترنت وخدمات الوفب: 83
- 3.2.1. مجالاف اسءقاة الصحف من النشر الإلكفرونف: 84
- 3.1. الصحافة الإلكفرونفة: ارهاصاف الانتقال من الحامل الورقف إلى الحامل الالكفرونف: 88
- 1.3.1. الصحافة الورقفة (ظروف النشأة والتطور): 89
- 1.1.3.1. مرءلة ما قبل اكءشاف الطباعة: 89
- 2.1.3.1. مرءلة ما بعد اكءشاف الطباعة: 93
- 3.1.3.1. مرءلة انءشار الطباعة: 93

94	4.1.3.1 انتشار الصحافة المطبوعة في الجزائر:
96	2.3.1 الصحافة الإلكترونية (ظروف النشأة والتطور):
96	1.2.3.1 نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية:
103	3.3.1 ماهية الصحافة الإلكترونية:
107	1.3.3.1 أنواع الصحف الإلكترونية:
108	4.3.1 علاقة الصحافة الإلكترونية بالورقية:
109	1.4.3.1 مظاهر الاختلاف بين الصحف الورقية والصحف الإلكترونية:
110	2.4.3.1 طبيعة العلاقة الصحافة الورقية بالصحافة الإلكترونية:
112	3.4.3.1 مستقبل الصحيفة الورقية في ظل شيوع الصحافة الإلكترونية:
114	خلاصة الفصل الأول:
116	الفصل الثاني: . التحولات في عملية التحرير الإلكتروني لأنواع الصحفية في شبكة الويب
116	1.2 التحرير الصحفي الإلكتروني وفنونه على شبكة الويب:
117	1.1.2 مدخل إلى التحرير الإلكتروني (الأسس والإمكانات):
117	1.1.1.2 مفهوم التحرير الصحفي الإلكتروني:
118	2.1.1.2 إمكانات التحرير الصحفي الإلكتروني:
121	3.1.1.2 أسس التحرير الصحفي الإلكتروني في شبكة الويب:
123	2.1.2 الأنواع الصحفية في التحرير الصحفي الإلكتروني وتصنيفاتها:
123	1.2.1.2 الأنواع الصحفية (الخلفية التاريخية لنشأة الأنواع الصحفية):
125	2.2.1.2 الأنواع الصحفية في التحرير الصحفي الإلكتروني:
133	3.2.1.2 تصنيف الأنواع الصحفية:
138	3.1.2 البناء الفني لأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية:
138	1.3.1.2 العناصر البنائية الفنية لأنواع الصحفية:

- 2.3.1.2 القوالب الفنية وأساليب تقديم المحتوى الصحفي في الصحافة الإلكترونية: 144
- 4.1.2 الأساليب الشائعة لتقديم المحتوى الصحفي في الصحف الإلكترونية: 150
- 2.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم النص الفائق النص التشعبي: 151
- 1.2.2 المفاهيم الاصطلاحية المتعلقة بالنص على شبكة الويب: 152
- 2.2.2 أنواع وخصائص النص الفائق على شبكة الويب: 154
- 3.2.2 توظيف النص الفائق في تحرير الأنواع الصحفية: 155
- 3.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لمفهوم الوسائط المتعددة: 158
- 1.3.2 الوسائط المتعددة Multimedia (المفهوم، التعريف، والخصائص): 158
- 2.3.2 عناصر الوسائط المتعددة في الصحف الإلكترونية: 160
- 3.3.2 توظيف الوسائط المتعددة في تحرير الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية: 162
- 1.3.3.2 استخدام الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الإخبارية: 162
- 2.3.3.2 استخدام الوسائط المتعددة في الحديث الصحفي: 163
- 3.3.3.2 استخدام الوسائط المتعددة في التحقيق الصحفي: 163
- 4.3.3.2 استخدام الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية الفكرية والتعبيرية: 164
- 4.2 تحرير الأنواع الصحفية وفقا لاحتياجات المستخدم المنتج "التفاعلية وتحديث المحتوى": 165
- 1.4.2 التفاعلية (المفهوم والأبعاد): 165
- 1.1.4.2 مفهوم التفاعلية Interactivity: 165
- 2.1.4.2 أبعاد التفاعلية: 167
- 2.4.2 أدوات وأشكال التفاعلية في الصحف الإلكترونية وخدماتها: 170
- 3.4.2 تحديث المحتوى في الصحف والمواقع الإلكترونية: 173
- 4.4.2 تحرير المحتوى وفقا لاحتياجات المستخدم المنتج التفاعلية: 174
- خلاصة الفصل الثاني: 177

179	الفصل الثالث: الدراسة الميدانية.....
179	1.3 عرض النتائج ومناقشتها
179	2.3 نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات.....
179	3.3 عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:.....
	1.1.3 عرض نتائج التساؤل الأول-أهم الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة:.....
180	2.1.3 عرض نتائج التساؤل الثاني- السمات الشكلية لبنية النصوص والعناوين في الأنواع الصحفية عينة الدراسة
185	3.1.3 عرض نتائج التساؤل الثالث-كيفية توظيف تقنيات النص الفائق ومدى حضوره في تحرير الأنواع الصحفية عينة الدراسة وإضافته لخلفيات حول مضامينها.....
201	4.1.3 عرض نتائج التساؤل الرابع- حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين ومدى تنوعها:.....
209	5.1.3 عرض نتائج التساؤل الخامس- موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين:.....
218	6.1.3 عرض نتائج التساؤل السادس- شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية:.....
225	7.1.3 عرض نتائج التساؤل السابع-شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين:.....
231	8.1.3 عرض الجداول المركبة ومناقشة النتائج العامة المتعلقة بالأنواع الصحفية (عينة الدراسة):.....
239	2.3 نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:.....
259	1.2.3 في إطار السمات الفنية للأنواع الصحفية التي تم تحريرها ونشرها على موقع الشروق أونلاين من 13 إلى 22 جانفي 2023:.....

261	اونلاين من 13 إلى 22 جانفي 2023:
264	خاتمة:
269	توصيات
272	قائمة المصادر والمراجع:
292	الملاحق
315	فهرس المحتويات

فهرس الجداول

- الجدول رقم (01): جدول يبين مفردات عينة موقع الشروق أونلاين 35
- جدول رقم (02): يوضح تتابع انشاء المواقع الإلكترونية لأهم الصحف في الجزائر (شطاح ،
2006، صفحة 128): 103
- جدول رقم (03): يوضح الأنواع الصحفية الإخبارية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال
فترة الدراسة..... 180
- جدول رقم (04): يوضح الأنواع الصحفية الفكرية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة
الدراسة..... 181
- جدول رقم (05): يوضح الأنواع الصحفية التعبيرية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة
الدراسة..... 183
- جدول رقم (06): يوضح الأنواع الصحفية الاستقصائية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين 184
- جدول رقم (07): يوضح شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية الإخبارية 185
- جدول رقم (08): يوضح شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية الفكرية: 188
- جدول رقم (09): يوضح شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية التعبيرية 190
- جدول رقم (10): يوضح شكل تقديم العنوان في النوع الصحفي الاستقصائي 191
- جدول رقم (11): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية الإخبارية 193
- جدول رقم (12): يوضح توازن النص الأنواع الصحفية الفكرية 195
- جدول رقم (13): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية التعبيرية 198
- جدول رقم (14): يوضح توازن النص في النوع الصحفي الاستقصائي 200
- جدول رقم (15): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الإخبارية 202
- جدول رقم (16): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الفكرية 204
- جدول رقم (17): يوضح توظيف النص الفائق الأنواع الصحفية التعبيرية 206
- جدول رقم (18): يوضح توظيف النص الفائق في النوع الصحفي الاستقصائي 208

جدول رقم (19): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية الإخبارية	210
جدول رقم (20): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية الفكرية	213
جدول رقم (21): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية التعبيرية	215
جدول رقم (22): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في النوع الصحفي الاستقصائي	217
جدول رقم (23): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص الأنواع الصحفية الإخبارية	219
جدول رقم (24): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية الفكرية	221
جدول رقم (25): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية التعبيرية	222
جدول رقم (26): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في النوع الصحفي الاستقصائي	224
جدول رقم (27): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية الإخبارية	225
جدول رقم (28): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية الفكرية	227
جدول رقم (29): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية التعبيرية	229
جدول رقم (30): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في النوع الصحفي الاستقصائي	230
جدول رقم (31): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية الإخبارية	231

- جدول رقم (32): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية الفكرية 234
- جدول رقم (33): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية التعبيرية..... 236
- جدول رقم (34): يوضح شكل تحديث محتوى النوع الصحفي الاستقصائي..... 238
- جدول رقم (35): يوضح الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق خلال فترة الدراسة... 239
- جدول رقم (36): يوضح شكل تقديم العنوان في الأنواع الصحفية..... 241
- جدول رقم (37): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية..... 243
- جدول رقم (38): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين
..... 246
- جدول رقم (39): يوضح توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية 249
- جدول رقم (40): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق
أونلاين..... 252
- جدول رقم (41): يوضح شكل وحجم إتاحة التفاعل والمشاركة في الأنواع الصحفية على موقع
الشروق أونلاين 254
- جدول رقم (42): يوضح شكل تحديث المحتوى في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين
..... 256

فهرس الأشكال

الشكل رقم (01) يوضح قالب الهرم المقلوب The Inverted pyramid model في تحرير الأخبار	144
الشكل رقم (02) يوضح قالب المقاطع Section Technique في تحرير الأخبار	146
الشكل رقم (03) يوضح قالب لوحة التصميم Storyboard في تحرير الأخبار	147
الشكل رقم (04) يوضح قالب القائمة The list Technique في تحرير الأخبار	147
الشكل رقم (05) يوضح قالب الكتل الرئيسية Key Subject Blocks في تحرير الأخبار	148
الشكل رقم (06) يوضح قالب الدائرة Technique Circle في تحرير الأخبار	148
الشكل رقم (07) يوضح قالب الماسة The Diamond Technique في تحرير الأخبار	149
الشكل رقم (08) يوضح قالب الساعة الرملية Hourglass Structure في تحرير الأخبار	150
الشكل رقم (09): يوضح الأنواع الصحفية الإخبارية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة	180
الشكل رقم (10): يوضح الأنواع الصحفية الفكرية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة	182
الشكل رقم (11): يوضح الأنواع الصحفية التعبيرية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة	183
الشكل رقم (12): يوضح مستوى التحديث في صياغة العنوان	186
الشكل رقم (13): يوضح المستوى المتعمق في صياغة العنوان	188
الشكل رقم (14): يوضح المستوى السطحي في صياغة العنوان	190
الشكل رقم (15): يوضح شكل العنوان الرئيسي المرفق بعنوان تمهيدي	192

- الشكل رقم (16): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية الإخبارية 193
- الشكل رقم (17): يوضح توازن النص الأنواع الصحفية الفكرية 196
- الشكل رقم (18): يوضح توازن النص الأنواع الصحفية التعبيرية 199
- الشكل رقم (19): يوضح توازن النص في النوع الصحفي الاستقصائي 200
- الشكل رقم (20) يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الإخبارية في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة 203
- الشكل رقم (21): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية الفكرية في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة 205
- الشكل رقم (22): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية التعبيرية في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة 207
- الشكل رقم (23): يوضح توظيف النص الفائق في النوع الصحفي الاستقصائي في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة 208
- الشكل رقم (24): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية الإخبارية 211
- الشكل رقم (25): حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية الفكرية 214
- الشكل رقم (26): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في الأنواع الصحفية التعبيرية 216
- الشكل رقم (27): يوضح حجم وشكل توظيف الوسائط المتعددة وتنوعها في النوع الصحفي الاستقصائي 217
- الشكل رقم (28): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص الأنواع الصحفية الإخبارية 219
- الشكل رقم (29): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية الفكرية 221

الشكل رقم (30): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في الأنواع الصحفية التعبيرية	223
الشكل رقم (31): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في بنية النص في النوع الصحفي الاستقصائي	224
الشكل رقم (32): يوضح حجم إتاحة التفاعل عبر عرض تعليقات القراء في الأنواع الصحفية الإخبارية.....	226
الشكل رقم (33): يوضح حجم إتاحة التفاعل عبر عرض تعليقات القراء في الأنواع الصحفية الفكرية.....	228
الشكل رقم (34): يوضح شكل وطبيعة تحديث محتوى الأنواع الصحفية الإخبارية	232
الشكل رقم (35): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية الفكرية	235
الشكل رقم (36): يوضح الأنواع الصحفية المعتمدة في موقع الشروق أونلاين خلال فترة الدراسة	240
الشكل رقم (37): يوضح توازن النص في الأنواع الصحفية	244
الشكل رقم (38): يوضح توظيف النص الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين	247
الشكل رقم (39): يوضح توظيف الوسائط المتعددة في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين	250
الشكل رقم (40): يوضح موقعة عناصر الربط الفائق في الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين	252
الشكل رقم (41): يوضح حجم إتاحة التفاعل عبر عرض تعليقات القراء في الأنواع الصحفية على موقع الشروق أونلاين	254
الشكل رقم (42): يوضح شكل تحديث محتوى الأنواع الصحفية في موقع الشروق أونلاين	257