



الثابت والمتغير في أساليب تحرير الخبر الصحفي
دراسة تحليلية لمواقع الجزيرة الإخبارية وصحيفتي الراية والشرق

**Fixed and variable methods of news editing forms
An analytical study of Al-Jazeera - Al-Raya and Al-Sharq newspapers, news websites-**

عبد المطلب صديق مكي *

قسم الإعلام – جامعة قطر ، talabmakki@qu.edu.qa

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/09/11

تاريخ الاستلام: 2023/07/03

DOI: 10.53284/2120-010-004-034

ملخص الدراسة:

يروم هذا البحث إلى دراسة التحولات والتطورات التي حدثت في حقل تحرير الخبر الصحفي من حيث الصياغة والقالب الفني والقيم الإخبارية واتجاهات نمط المقروئية وتحليل التأثيرات التي حدثت على هذه الأساليب بسبب انتشار الوسائط الإعلامية الجديدة والمنصات الرقمية. والمتصفح للمواقع الالكترونية يلحظ بوضوح دخول أساليب جديدة في صياغة العناوين ومتون الأخبار وصولاً الى ترتيب أولويات الخبر والاهتمام بالقيم الخبرية التي تشكل روح التحرير الإعلامي ووسيلته في جذب ويهدف البحث أيضاً الى توفير مفهوم نظري يوفر نماذج عملية للأساليب الجديدة لتحرير الخبر الصحفي في العصر الرقمي، ليسهم البحث في سد الفجوة بين النظري والتطبيقي. حيث تمحورت نتائج الدراسة على معالجة التغيرات الحديثة في تحرير الخبر والاستفادة من التغيرات الإيجابية ومعايرتها بالأساليب التحريرية التقليدية وصولاً الى منهج تحريري قيمي في تحرير الخبر الصحفي يحافظ على الموضوعية والدقة والصدق والجاذبية ويواكب متطلبات الإعلام الجديد.

الكلمات المفتاحية: صحافة – أخبار- التحول الرقمي – التحرير الصحفي

Abstract

This research aims to study the transformations and developments that occurred in the forms of news editing in terms of wording, artistic template, news values, trends in readability style, and analysis of the effects that occurred on these methods due to the spread of new media and digital platforms. The browser of the websites clearly notices the entry of new methods in headlines and news texts writing and editing to prioritize the news and pay attention to the news values that constitute the spirit of media editing and its means of attracting. In bridging the gap between theory and practice. Where the results of the study centered on addressing recent changes in news editing and benefiting from positive changes and calibrating them with traditional editorial methods, leading to a valuable editorial approach in editing journalistic news that



maintains objectivity, accuracy, honesty, and attractiveness, and keeps pace with the requirements of new media

مقدمة:

أدى التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال الرقمي، Digital Communication Technology، مقرونا بعدد من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية الى تغيرات ملموسة في قوالب الكتابة والتحرير الصحفي، بحيث لم تعد القوالب والأساليب التقليدية المعروفة موجودة بذات التأثير الذي كانت عليه منذ منتصف القرن الماضي. لقد فرضت التكنولوجيا الحديثة نمطها على وسائل الاتصال واستمر هذا التأثير الى أن فرض نمطا اتصالي جديدا عززته منصات الإعلام الجديد.

وتكمن إشكالية هذه الدراسة، في البحث عن التغيرات التي شهدتها أساليب التحرير الاخباري في منصات الإعلام الرقمي بعد ان أصبحت ميدانا مفتوحا لابتداع أساليب جديدة في التحرير الصحفي والكتابة الإعلامية كان هدفها الرئيسي جذب المتلقي ولفت الانتباه. وانتهت هذه التجارب الى نتيجة حتمية هي سيادة أسلوب جديد من الكتابة يغلب عليه المحاكاة والتقليد. لذلك طرحت هذه الدراسة تساؤلات محددة هدفها الوصول الى حماية عناصر وقيم التحرير الإعلامي الأساسية مثل الدقة والموضوعية والحياد والتوازن والوضوح من الاندثار في ظل التنامي المستمر لخطاب اعلامي عاطفي هدفه التأثير على الجمهور دون الاهتمام بالقيم الأخلاقية الإعلامية التي سادت قبل ثورة المعلوماتية.

وتبحث هذه الدراسة في أثر التحولات التكنولوجية والثقافية والمجتمعية على قوالب الكتابة الصحفية، والتي حصرتها الدراسة في تغيير نمط القراءة نفسه، إذ أضحت القراءة المسحية هي البديل الموضوعي للقراءة المتعمقة المتأنية التي تتسم بسبرغور الموضوعات وأدى ذلك بدوره الى شيوع قوالب جديدة في الكتابة تميل الى الاختصار والتشويق والوصول الى النتائج بما يشبه تقديم وجبة سريعة للمتلقي.

1- الإطار المنهجي والنظري للدراسة:

1.1 مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في تسارع المتغيرات التي تسهم في تشكيل صناعة الاعلام، سياسيا واقتصاديا ومجتمعيا ومعرفيا وتكنولوجيا منذ دخول ثورة المعلومات، بينما ظلت الدراسات العلمية في مجال الكتابة الإعلامية والتحرير الصحفي تلاحق هذه التطورات دون التمكن من وضع منهج علمي محدد لقواعد الكتابة الصحفية من حيث القالب وأسلوب الكتابة وبناء النص، وزاد من عمق المشكلة اتساع قاعدة صانعي المحتوى والقائمين بالاتصال في صحافة المجتمع والمواقع الإخبارية الالكترونية. وقد أفرزت هذه الممارسة أسلوب ونمط جديد للكتابة يخالف القوالب الصحفية التقليدية المعروفة في بناء النصوص وصياغة العناوين، حيث تركز هذه الوسائط الجديدة على الاثارة والتشويق وصناعة الغموض لدفع القارئ الى قراءة النص وقد تعدى ذلك الى التأثير على الرأي والمواقف استنادا على استدرا العاطفة أو الأيدلوجيا أو الموروثات المجتمعية. (فليبس دافيسون، 2021، ص 56) (1)

وفي ظل ثورة المعلومات والانترنت وشيوع مجتمع المعرفة وسيطرة الوسائط الاعلامية المتعددة، باتت اساليب التحرير الصحفي التقليدية لا تناسب هذه الوسائط الجديدة بسبب اختلاف وظائفها الاعلامية؛ فقد كان الصحفي، قبيل انفجار ثورة المعلومات، يكتب للصحافة المطبوعة أو للإذاعة والتلفزيون ويجد متسعا من المساحة والوقت للتعبير عن فكرته، بينما يكتب الصحفي اليوم، لطيف واسع من الوسائط الاعلامية، تمتد من الصحافة المطبوعة الى الاذاعة والتلفزيون الى الفضائيات الاخبارية والقنوات المتخصصة في الرياضة والدراما والمنوعات والثقافة والوثائق والأطفال في بيئة اندماجية تجمع كل هذه الوسائط في رسالة واحدة موجزة الفكرة قوية



التأثير متعددة الوظائف والأهداف. وتتمحور مشكلة الدراسة في كيفية الموازنة بين متطلبات الثورة الرقمية وانماط القراءة الجديدة وفي ذات الوقت البحث عن أساليب أصيلة للتحليل الصحفي تحمي قيم المهنة القائمة على الموضوعية والتوازن والمصداقية والمسؤولية المجتمعية والالتزام بمواثيق الشرف وتفي في ذات الوقت بالوظائف الرئيسية للصحافة في الإعلام والتثقيف وتوفير المعلومات الصحيحة التي تساعد على تكوين الرأي العام. ولا شك أن وجود مثل هذه الأساليب سيحد من الانتهاكات التي تحفل بها كثير من المواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي وما يرد فيها من أخبار زائفة غير ملتزمة بشروط البناء الصحيح للنص الإخباري بمصادره الواضحة ولغته المعبرة عن الحدث بموضوعية والتي تحترم عقل القارئ وخياراته. (حسن مكاوي، 2015، ص 36) (2)

2.1 أهمية الدراسة

تتركز أهمية هذه الدراسة في تصديها لمعالجة قضية المتغيرات التي حدثت في أساليب التحرير الإعلامي ومست جوهر الأشكال التحريرية الرئيسية مثل الخبر والتقرير الإخباري والقصة الخيرية والتحقيق الصحفي وفنون كتابة المقال الصحفي، وهي تغيرات مهمة تمس جوهر المحتوى الإعلامي التحريري بمفهومه الشامل في وقت تزايدت فيه تأثيرات شبكات التواصل الإعلامي والمواقع الإخبارية على الرسالة والوسيلة والقائم بالاتصال، خاصة مع دخول قاعدة ممتدة من صناعات المحتوى

والمخبرين في صحافة المجتمع. وقد أصبح القائمون بالاتصال ومن خلال هذه الوسائط المفتوحة يتدعون أشكالاً جديدة من أساليب التحرير وبناء النصوص وصياغة العناوين ومعظمها لا يلتزم بقاعدة تحريرية أو إعلامية أو دراسات سابقة وأصبح الهدف الأهم هو الوصول إلى أكبر مجموعة من المتلقين والمشاهدين والتأثير على المتلقي. وفي ظل هذا الخضم تزايدت الحاجة إلى نمط تحريري يحافظ على الأسس الإعلامية الرئيسية وينفتح على القيم الإعلامية الجديدة المتأثرة بالتكنولوجيا وشيوع الرسالة الإعلامية البصرية وقوة تأثيرها على المتلقين.

ولهذه الدراسة أهمية خاصة لأنها ستقدم نماذج للأساليب الجديدة في التحرير الصحفي التي أفرزتها الممارسات الحديثة في صناعة المحتوى ووجدت حظها من التطبيق. ولا شك أن هذه المقاربة ستؤدي إلى كشف الممارسات الخاطئة، التي شاع استخدامها لكشف الجوانب السلبية لممارسة صناعة المحتوى ونشره، دون الاعتماد على أسس إعلامية ملتزمة بأساليب الكتابة الصحفية المتمثلة في شروط بناء المحتوى والوضوح والتوازن والمسؤولية والالتزام المهني الصارم بوظائف الإعلام الرئيسية.

وتتمثل هذه الدراسة أيضاً، رفداً جديداً للمكتبة الإعلامية في دراسات التحرير الصحفي نظراً لقلّة مثل هذه الدراسات رغم أهميتها في فضاء المعلومات وما يكتنفه من تطور متسارع لهذه الصناعة واتساع تأثيرها وتجاوزها للحدود وضعف التشريعات القانونية التي تحد من أثارها السالبة، مما يجعل التزام القائم بالاتصال بالقيم المهنية حائط صد رئيسي في قيام وسائل إعلام مسؤولة تسهم في التنمية والبناء وتطور المجتمعات.

3.1 أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو تحليل اتجاهات التطور والتغير في الأساليب التحريرية المعتمدة في صياغة الأخبار والمقدمات وبناء النصوص الصحفية الأخرى مثل المقال والتحقيق والمقابلة ومقارنتها بأساليب صياغة الأخبار في المنصات الإخبارية الرقمية، وتهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على الأساليب الجديدة في بناء المحتوى من حيث حشد المصادر وتنوع البيانات واستخدام وسائل التأثير والاقناع، وفي ذات الوقت كشف الممارسات التحريرية التي تنضوي على الانحياز والاثارة والسعي إلى التأثير غير الموضوعي على المتلقين



وكذلك أساليب الكشف عن المحتوى الزائف اعتمادا على تحليل مضمون الرسالة الإعلامية حيث تمثل الأساليب التقليدية في التحرير حائط صد لمحاربة الرسائل المزيفة والتي لا تعتمد على المصادر والمعلومات وبالبيانات وتكتفي بإثارة العواطف. وتهدف الدراسة كذلك الى التعرف على تأثيرات الأساليب الجديدة في التحرير الصحفي على قوالب الكتابة الصحفية التقليدية وبيان السالب والايجابي منها اعتمادا على معايير الوضوح والفهم وسهولة وصول النص الى المتلقي ومدى التزامه بالقيم المهنية المعروفة مثل الصدق والتوازن والموضوعية. وتستنبط الدراسة أفضل الأساليب التحريرية التي تواكب متطلبات التحول الرقمي وتحافظ على الأساليب التقليدية التي أثبتت أهميتها الحفاظ على الموضوعية والدقة والوضوح وسلامة النصوص وقوة الرسالة الاتصالية.

4.1 تساؤلات الدراسة:

- ولتحقيق هذا الهدف، تمت صياغة الأهداف الفرعية على شكل مجموعة من التساؤلات تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها، وهي كالتالي:
- 1- ما هو مستوى الاهتمام بالمصادر الاخبارية في بناء المحتوى في الصحافة مقارنة بالمواقع الاخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي؟
 - 2- إلى أي مدى اختلفت أساليب صياغة الاخبار في الصحف المطبوعة مقارنة بالمواقع الاخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي؟
 - 3- ما هو الشكل الابرز لهذه الاختلافات، هل هي في لغة الخطاب، ام قالب الكتابة، أم ترتيب الافكار؟
 - 4- ما هي التغيرات التي حدثت في شكل القوالب التحريرية في كتابة الخبر وفي القيم الإخبارية؟
 - 5- هل أصبح ادخال راي القائم بالاتصال جزء من بناء المحتوى في وسائل الاعلام؟
 - 6- هل يطابق العنوان المعاني التي وردت في نص الخبر؟ أم يعتمد على الاثارة والتضخيم بهدف جذب القراء؟

5.1 منهجية الدراسة وأدواتها:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج "تحليل المضمون" (content analysis) وهو أسلوب شائع في مثل هذه الدراسات، يسعى الباحث من خلاله إلى وصف المحتوى الظاهر، والمضمون الصريح للمادة البحث طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث". (كمال دشلي، 2016، ص 205) (3) يعتقد الباحثون أن هذا هو الأسلوب الأنسب لتحليل وفهم طبيعة معالجة الصحف والمواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي لهذه القضية من خلال استمارة تحليل المضمون، وتشمل الفئات التالية (عبير الرحباني، 2011): (4)

- فئة مصادر الأخبار ونوع المصادر التي تعتمد عليها الوسيلة الاعلامية وتشتمل على مصادر الأخبار بأنواعها المختلفة: المندوبين والمراسلين - والمصادر الخارجية كوكالات الأنباء والصحف، والترجمات، والكتّاب، وغيرها ؟
- تحليل اتجاهات تحرير الخبر الصحفي ومدى الالتزام بالأساليب التقليدية في كتابة العنوان وأشكال التحولات الجديدة.



- فئة الشكل الفني للخبر واسلوب تحرير مقدمات الاخبار ونوع المقدمة اخبارية، تلخيصيه، وصفية أو غير مصنفة وما طراً من اختلافات.
- فئة القوالب الصحفية: وتشمل القوالب الصحفية المستخدمة من الصحف مجتمع الدراسة وهي الأخبار والتقارير والمقابلات والمقالات والتحقيقات الصحفية مقارنة بعينة المنصات الإعلامية.
- فئة اتجاهات الراي في المادة الصحفية: ويقصد بها اتجاه الوسيلة الاعلامية في الحياد والموضوعية وادخال الراي في المحتوى.
- فئة جذب المتلقي للقراءة والتصفح والانتشار، وتهدف الى قياس تأثير أسلوب الصياغة وطبيعة الوسيلة على الانتشار وهل يطابق العنوان نص الخبر أم يعتمد الخبر على الاثارة والتضخيم والتشويق بهدف الانتشار.
- فئة القيم الإخبارية المستخدمة في المواقع الاخبارية الالكترونية وتحليل المتغيرات التي حدثت فيها، بالنظر الى أهمية القيم الاخبارية كمعيار يحدد الأساليب التحريرية لبناء المحتوى الإعلامي ووظائفه في خدمة المتلقي.

6.1 عينة ومجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في مواقع أكبر ثلاث مؤسسات إعلامية في قطر وهي: المواقع الاخبارية لصحيفتي الراية والشرق وموقع قناة الجزيرة الإخباري. وضمت عينة الدراسة تمثيلاً عشوائياً لثلاثمائة خبر كعينة ممثلة لمجتمع الدراسة لتجيب على التساؤلات التي تطرحها الدراسة. (مصطفى عبده ، 2022 ص 45) (5)

واعتمدت الدراسة على تحليل الأخبار المنشورة خلال فترة الدراسة الممتدة من الأول من يونيو 2022 وحتى الأول من يناير لعام 2023. وتم حصر الأخبار المنشورة خلال هذه الفترة، وقام الباحث بتقسيم عينة الدراسة الى 7 فئات رئيسية تعبر عن أسئلة الدراسة الرئيسية وخلص الى اختيار 300 خبر منها لتمثل مجتمع الدراسة في التحليل النهائي للعينة. وقد تم اختيار العينة لأنها تمثل فترة ثرة بالأخبار وهي الفترة التي تسبق العطلة الصيفية كل عام في قطر، وتتميز بحراك اجتماعي وثقافي واقتصادي وسياسي واسع يساعد على التعبير عن مجتمع الدراسة بوضوح وتعطي نتائج موضوعية وغير متحيزة لأي متغيرات في السياسة التحريرية لمجتمع الدراسة.

7.1 الصدق والثبات:

استخدم الباحث وسيلة صدق المحكمين للتأكد من صدق البيانات وثبات المحتوى، وقدرة الاستبانة على قياس مجتمع الدراسة والفئات وقد عرضت الدراسة على ثلاثة محكمين لضمان قوة استبانة وفئات التحليل في التعبير عن مشكلة البحث والحصول على بيانات تعبر عن المشكلة بوضوح وتجيب على التساؤلات المطروحة. وقد توافقت رؤية المحكمين في تأييد قوة فئات الدراسة وعينتها في التعبير عن مجتمع البحث والإجابة على التساؤلات المطروحة.

1.2 - الإطار النظري للدراسة:

تبنت الدراسة نظرية الأطر الإعلامية Media framing theory كإطار نظري لها، حيث تعتمد هذه الدراسة على فكرة مركزية تدور حولها مجموعة من المتغيرات. وتناسب هذه النظرية البحوث ذات العلاقة بالمضامين الإعلامية وهي الأقرب لتفسير المتغيرات التي تحدث على المضمون في إطار فكرة جوهرية يركز عليها البحث وهي تأثير الوسائط الإعلامية الجديدة على المحتوى الإعلامي وأسلوب



تقديمه للقراء وما طرأ عليه من تحولات في اللغة والأسلوب والصيغة وترتيب الأفكار وقوة المنطق وجماليات اللغة ومدى انسجام ذلك مع المدارس التحريرية التقليدية في صياغة النصوص والعناوين والقصص الإخبارية. (عزام أبو الحمام 2017ص261) (6) وتفسر نظرية الأطر عملية التفاعل بين القائم بالاتصال والوسيلة الاتصالية والتركيز على بعض الجوانب في المحتوى وتقديمها بأسلوب معين وتستند نظرية الأطر الإعلامية في تفسير المحتوى على بعدين، يتعلق البعد الأول بشكل المحتوى التحريري المتعلق باستخدام العناصر الطبوغرافية

كالصور والعناوين والألوان. ويتعلق البعد الثاني بالتلميحات والتصريحات وأسلوب تقديم المحتوى ودرجة الاهتمام به. وتقيس نظرية الأطر الإعلامية محتوى الخبر وتحليل الدور الذي تقوم به الآراء والأفكار واللغة ومدى تأثيرها على الرسالة الإعلامية وعلى المتلقي. وبالتالي فإن الفئات التي تطرحها نظرية الأطر الإعلامية تصلح قاعدة صلبة لتحليل المحتوى الإعلامي لمجتمع الدراسة والاجابة المباشرة على التساؤلات المطروحة.

وبما أن نظرية الأطر الإعلامية حسب مؤسسها روبرت اثمان تهتم بتحليل الكلمات المستخدمة في النص والرموز والمفاهيم والصور المرئية والرسوم فإنها تساعد على تحليل القصص الخبرية والتطورات التي طرأت عليها فيظل مؤثرات الوسائط الإعلامية الجديدة. استفادة الدراسة من نظرية الأطر الإعلامية

تمثلت قيمة نظرية الأطر الإعلامية في تحديد التغيرات التي حدثت في أساليب التحرير الصحفي مثل العناوين والقوالب الفنية واللغة المستخدمة ووسائل جذب القارئ وتوظيف المعلومات والاستعارات والموضوعية في التداول، حيث تتمحور مشكلة البحث في تأثير التحول الرقمي على هذه الأشكال التحريرية.

ويلخص الباحث تأثيرات نظرية الأطر الإعلامية في التالي: (إبراهيم بختي 2015) (7)

- المؤثرات المتعلقة بالصحفي والقائم بالاتصال من حيث الاتجاه والايديولوجيا والثقافة والتعليم اذ ينعكس ذلك على الصياغة الخبرية.
- التوجه السياسي للوسيلة الإعلامية وأسلوب العمل داخلها
- تأثير المصادر الخارجية وجماعات الضغط على المحتوى
- الطبيعة التقنية للوسيلة الإعلامية وضرورتها في النشر

وترتبط هذه المؤثرات ارتباطاً وثيقاً بمشكلة الدراسة حيث تكاد تنحصر التأثيرات الجديدة التي طرأت على أساليب التحرير الإعلامي على هذه المؤثرات الأربع. ولذلك تتيح نظرية الأطر الإعلامية تحليلاً عميقاً لمحتوى الرسالة الإعلامية في الوسائط الإعلامية الجديدة وتحديد التحولات التي طرأت عليها من حيث الأسلوب واللغة والاتجاه السياسي والايديولوجي ومن حيث الشكل الفني لتقديم الرسالة الإعلامية.

2.2: صحيفة الراية



تصدر صحيفة الراية عن مؤسسة الخليج للنشر والطباعة وقد صدر العدد الأول منها عام 1979، ويرأس تحريرها عبد الله بن غانم المهندي. للصحيفة نسخة ورقية ونسخة إلكترونية بالإضافة إلى تواجدها على منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر، وفيسبوك، وإنستغرام.

وتم اختيار الصحيفة لوجودها المستمر على شبكات التواصل الاجتماعي ولها تطبيق اخباري واسع الانتشار. (8)

3.2: صحيفة الشرق

الشرق صحيفة قطرية يومية لها حضور كبير ومؤثر على شبكات التواصل الاجتماعي، ويتصدر موقعها الصحافة القطرية من حيث التحديث والانتشار، صدرت النسخة الأولى، لأول مرة في 1 سبتمبر عام 1985، وهي إحدى صحف مجموعة دار الشرق للطباعة والنشر والتوزيع القطرية. يرأس تحرير الصحيفة في الوقت الحالي السيد صادق العماري، إلى جانب النسخة المطبوعة، لدى صحيفة الشرق نسخة إلكترونية تفاعلية، وتواجد على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة. (موقع الشرق، 2022). (9)

4.2: موقع الجزيرة الاخباري

يمثل موقع الجزيرة الإخباري على الانترنت أحد عناصر مجتمع هذه الدراسة ويسهم في تمثيل التغيرات التي طرأت على تحرير الأخبار على الوسائط الرقمية ونوع الاختلافات التي طرأت على المدارس التحريرية التقليدية والنظر على نتائج هذه التغيرات ومدى تأثيرها على المقروئية والموضوعية والقيم الإخبارية مقارنة ببقية عناصر مجتمع الدراسة التي تعكسها صحيفة الراية والشرق القطريتان. (10)

1.3 الدراسات السابقة في سياق البحث والتعليق عليها:

- بيئة الصحافة الإلكترونية العربية:

صدر عن مركز الجزيرة للدراسات كتاب: بيئة الصحافة الإلكترونية العربية، تحرير د. محمد الراجحي عن مجموعة مؤلفين، 2020، ويمثل الكتابة دراسة قيمة ويقدم تأصيلاً معرفياً لسياقات نشأة الصحافة الإلكترونية العربية وتطورها، ومقارنةً لتحديات البنية الهيكلية والتشريعية والمهنية والتكنولوجية والوضع المستقبلي لهذا القطاع الصحفي من خلال منهج دراسة البيئات الإعلامية المختلفة (إيكولوجيا الإعلام). تنبع أهمية الكتاب من طبيعة التحولات المهنية التي يشهدها الإعلام في العالم العربي، وهي -كما وصفها المحرر- تحولات سريعة وهيكلية، أبرزها محاولة الإعلام التقليدي البحث عن مساحة للاستمرار في العالم الرقمي كما حدث لعدد من الصحف اليومية. وكذلك الحال في محاولات بناء نموذج اقتصادي جديد ينعتق من مرحلة التجريب والهواية، علاوة على الأدوار المتنامية للصحافة الإلكترونية في تنمية المجال العام والمشاركة الديمقراطية الوليدة في بعض المجتمعات العربية، والتحديات المختلفة التي تهدد هذا القطاع في ظل انتشار شبكات الإعلام الاجتماعي. وقد خلص الكتاب إلى أن الصحافة الإلكترونية العربية مرّت في رحلة تطورها بعدة مراحل: المرحلة الأولى، حيث النشأة المبكرة (1995-1999) وكان طابعها يشبه النسخ الورقية؛ إذ لم يكن لدى القائمين عليها رؤية واضحة لماهية هذا النمط من الصحافة وطبيعة التحول التاريخي الذي يشهده العالم. أما المرحلة الثانية (2000-2010) فتميزت ب بدايات ظهور مواقع إخبارية إلكترونية مستقلة عن الصحافة الورقية، وبوابات إلكترونية عامة قدّمت خدمات إخبارية وتوثيقية عكّست شكلاً من أشكال الصحافة الإلكترونية، وازدهار التدوين الصحفي الذي مارسه بالدرجة الأولى



صحفيون محترفون بشكل مستقل. أما المرحلة الثالثة، والتي بدأت منذ ثورات الربيع العربي قبل نحو عشرة أعوام ولا تزال مستمرة حتى الآن، فتميزت بانبثاق دور أكبر وحضور أوسع للصحافة الإلكترونية في الحياة العامة، والتوسع الكمي في الصحف الإلكترونية، وظهور صحف جديدة أكثر مهنية وقُرْبًا للمعايير الجديدة للاحتراف الصحفي، والازدياد النسبي لحصة الصحافة الإلكترونية من سوق الإعلانات الإعلامية، مع استمرار تدني هذه الحصة بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية، من جهة، ومع منصات الإعلام الرقمي الأخرى وبخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، من جهة ثانية. وقد قدم الكتاب قراءة لواقع الصحافة الإلكترونية وتأثيرها على بيئة الإعلام العربي لكنه لم يتطرق إلى التحولات التحريرية بصفة تفصيلية.

- صحافة المحمول:

صدر كتاب صحافة المحمول للدكتور جاسم محمد الشيخ عام 2017، وهو عبارة عن أربع دراسات لصحافة المحمول تطرقت الدراسة إلى طبيعة صحافة المحمول وخصائصها ومؤهلات ومهارات الصحفيين العاملين في هذا الحقل إلى جانب الجوانب الأخلاقية المنظمة للعمل الصحفي في صحافة المحمول لكن الدراسة لم تتعمق في تأثير صحافة المحمول على الأشكال التحريرية على الرغم من استعراض خصائص الكتابة لصحافة المحمول.

- "الصحافة الإلكترونية العربية" للكاتب والباحث د. خالد محمد غازي (وكالة الصحافة العربية، القاهرة 2010) الذي يناقش أسئلة محورية حول مدى اختلاف الصحافة الإلكترونية العربية عن نظيرتها الورقية، وأين يكمن التشابه والاختلاف بينهما، وهل هناك سمات تميز إحداها عن الأخرى، وهل يقف كل من المطبوع الإلكتروني أمام تحولات مفصلية، وإلى أي مدى استثمرت الحكومات والجماعات المعارضة الصحافة الإلكترونية كمنبر إعلامي، وما التغييرات التي رافقت ظهور الصحافة الإلكترونية واستمرارها من حيث حرية الرأي والتشريعات الرقابية، والدور الذي يمكن أن تؤديه مواثيق الشرف المهنية في طرح مفهوم أخلاقيات النشر والتناول في الصحافة الإلكترونية العربية. (محمد الراجي 2020 ص 56) (11)

جاء في الكتاب في مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة، تناول الفصل الأول "الصحافة والتقنية الرقمية.. الأسس وأفاق المستقبل"، وناقش محاور تتعلق بطروحات النشأة والتحول الرقمي، والإنترنت كوسيط إعلامي للصحافة الإلكترونية، وأنواع الصحف الإلكترونية وأنماطها واتجاهاتها، وسمات الصحافة الإلكترونية العربية.

وخلص الباحث في كتابه الذي اعتمد على غير منهج في طرح الموضوعات ومناقشتها، وإن غلب عليه المنهج الوصفي الذي ارتكز على جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها، إلى أن الصحافة الإلكترونية العربية استمرت ربع قرن من التجارب الإلكترونية والشبكية، وأصبحت تمتلك درجة من النضج والمعرفة بميزات النشر الإلكتروني، أما فيما يخص الصحافة العربية فلم تكن لها تجارب متراكمة في هذا المجال وبالتالي ظلت متأخرة. (خالد غازي 2010) (12) وقسم الباحث الصحف العربية الإلكترونية إلى ستة أنواع؛ وهي: صحف مطبوعة ورقياً معروفة باسمها وتاريخها، وصحف إلكترونية تحمل اسم الصحيفة الورقية، وصحف إلكترونية ليس لها أصل ورقي، ومواقع إعلامية، وإذاعات وفضائيات تعنى بتقديم تقارير إخبارية صوتية، ومواقع وكالات الأنباء العالمية لكنه لم يتطرق أيضاً إلى تأثيرات التحول الرقمي على الشكل التحريري. وبالنظر إلى الدراسات السابقة تتضح الحاجة إلى تحديد



التحولات الجديدة في أسلوب الكتابة الصحفية الرقمية والتأثيرات التي حدثت على قوالب الكتابة الصحفية المعروفة ورصد التغيرات الإيجابية والسلبية منها.

2.3 تحليل ونتائج الدراسة:

جدول رقم (1)

المصادر المستخدمة في بناء المحتوى الاخباري في مجتمع الدراسة

الراية		الشرق		الجزيرة		التوزيع الكمي المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	
14	14	16	16	28	28	وكالة انباء عالمية
32	32	34	34	3	3	وكالة الأنباء القطرية
2	2	6	6	2	2	مصادر غير معلنة
52	52	44	44	67	67	المراسلين
100	100	100	100	100	100	المجموع

بتحليل معطيات الجدول رقم (1) والذي يدرس المؤشرات الكمية ودلالاتها في استخدام الصحف القطرية للمصادر الإعلامية المختلفة مقارنة بموقع الجزيرة الاخباري ومن خلال العينة التي ضمت مائة خبر لكل وسيلة إعلامية خلال فترة الدراسة فقد تبين اعتماد موقع الجزيرة الاخباري على المراسلين بنسبة 67% كما أن نسبة الاخبار المحلية المختارة من وكالة الانباء القطرية قليلة مقارنة بالصحف القطرية اذ تمثل 3% مقارنة ب 32% لصحيفة الشرق و34% لصحيفة الراية. وتشير هذه الإحصاءات الى أهمية المواقع الإخبارية للصحف المحلية في تناول القضايا المحلية كما ان وكالة الانباء القطرية كمصدر رسمي للمعلومات لا تزال تتمتع بحيز من الاهتمام لدى المواقع الإخبارية بالصحف بينما تراجع نسبة الاهتمام مقارنة بموقع الجزيرة الإخبارية الذي يهتم بالأخبار العالمية بوضوح. وقد رصدت مؤسسة فردريك إيبرت الألمانية مؤشرات الانتشار بين مؤسسات الإعلام القطري وبينت في دراسة لها (13) اتجاهات التركيز في تناول المحتوى الإعلامي المحلي والإقليمي والدولي.

وتتسق هذه الإحصاءات مع الدراسات التي تناولت تاريخ وتطور الصحافة القطرية (14).



جدول رقم 2

اتجاهات صياغة العنوان بين مجتمع العينة.

الراية		الشرق		الجزيرة		التوزيع الكمي العناوين
%	ك	%	ك	%	ك	
8	8	12	12	17	17	عنوان وصفي
27	27	23	23	18	18	عنوان تلخيصي
56	56	52	52	61	61	عنوان اخباري
2	2	1	1	0	0	عنوان رأي شخصي
7	7	12	12	4	4	عنوان تساؤلي
100	100	100	100	100	100	المجموع

يعكس الجدول رقم (2) مشكلة البحث الرئيسية المتمثلة في المتغيرات في المحتوى بسبب التحول الرقمي وتشير الاحصائيات الى خمس فئات لصياغة العناوين على الصيغة التقليدية المعروفة وهي العنوان الوصفي وعنوان التلخيص والعنوان التساؤلي والعنوان الاخباري والعنوان التساؤلي.

حيث أمكن تقسيم العناوين الواردة في الدراسة على هذه الفئات وفقا لما نشر في تطبيقي صحيفة الراية القطرية وصحيفة الشرق. والتي بلغت 300 خبرا مقسمة بنسبة مئة خبر لكل وسيلة إعلامية، وجاءت هذه الفئات كالتالي:

- ارتفعت نسبة العناوين الإخبارية في موقع الجزيرة الاخباري مقارنة بموقعي صحيفة الراية والشرق القطريتين بنسبة 61% مقابل 52% و 56% على التوالي وهو أمر يعكس الاهتمام بالعناوين الاخبارية في صياغة الاخبار مقارنة بالأشكال التحريرية الأخرى لصياغة العناوين. (محمد زين، 2021) (15)

مثال للعنوان الاخباري:

الاحتلال الإسرائيلي يعتقل 4 فلسطينيين بالضفة الغربية



عبد المطلب صديق مكي

رام الله /قنا/ اعتقلت قوات الاحتلال الإسرائيلي، اليوم، أربعة فلسطينيين، في محافظة /الخليل/ بالضفة الغربية المحتلة. وأفادت وكالة الأنباء الفلسطينية /وفا/، بأن قوات الاحتلال اعتقلت ثلاثة فلسطينيين من الأربعة، إثر اقتحامها بلدة /يطا/ جنوب الخليل، كما داهمت عددا من منازل الفلسطينيين بالبلدة وفتشتها وعبثت بمحتوياتها. وذكرت أن قوات الاحتلال اعتقلت الفلسطيني الرابع من مدينة الخليل، أثناء مروره على حاجز /حوارة/ العسكري جنوب محافظة نابلس.

- عناوين الرأي في الأخبار.

تمثل عناوين الرأي مثالا حيا للتحول الجديد في كتابة عناوين الأخبار بالنظر الى المدارس الفنية التقليدية في تحرير الخبر الصحفي (16) والتغيرات التي حدثت حاليا في شبكات التواصل الاجتماعي وفي موقع التدوين المصغر تويتر وعلى سبيل المثال فان العنوان الإخباري: اعتقال 4 فلسطينيين بالضفة الغربية فيصاغ في حالة عنوان الرأي على النحو التالي: اعتقال 4 فلسطينيين لقنوا الاحتلال درسا لن ينساه

ووفقا لنتائج الدراسة لم تستخدم قناة الجزيرة في موقعها الاخباري عناوين تحمل رأيا شخصيا وكانت النسبة ضئيلة جدا في صحفيي الراية والشرق ولم تتعد 2%. ويشير ذلك الى التزام صناع المحتوى في المواقع الاخبارية الرسمية بالقيم المعروفة في صناعة المحتوى الإخباري دون ادخال رأي الكاتب على الوقائع المجردة. وشاع اقحام رأي كاتب الخبر في شبكات التواصل الاجتماعي. (17) وهو من السلبيات الثابتة التي أدت الى إضعاف مصداقية ما يسمى بالإعلام البديل.

4-العنوان التساؤلي:

استخدمت المواقع الإخبارية للصحف العنوان التساؤلي بنسبة أعلى من موقع الجزيرة الاخباري 12% لصحيفة الراية مقابل 4% لموقع الجزيرة الاخباري. ويستخدم العنوان التساؤلي بدرجة أكبر في التقارير السياسية لكنه غير مناسب في صياغة الاخبار لأن المتلقي يتوقع الإجابة على التساؤلات الرئيسية حول الحدث وليس طرح أسئلة جديدة والبحث عن إجابة لها. (17)

3..3 ومثال للعنوان التساؤلي: لماذا سقطت كابول دون مقاومة في يد طالبان؟

تعتبر العناوين التلخيصية أيضا من أكثر العناوين رواجاً في مواقع التدوين الإلكتروني وكانت الصحف تستخدمها في السابق في تحرير التقارير السياسية المتعمقة والتحقيقات الصحفية والمقابلات مع الشخصيات المثيرة للجدل. (جاسم الشخ 2017 ص 76) (18) ووفقا للجدول رقم (2) فان موقع الجزيرة الاخباري هو الأكثر استخداما للعنوان الملخص مقارنة بصحيفتي الراية والشرق القطريتين. ويلاحظ أن المواقع الإلكترونية تفضل استخدام العنوان التساؤلي والعنوان الذي يلخص الموضوعات استنادا على عنصر السرعة وأهمية عنصر التشويق لجذب المتلقي لقراءة النص (عثمان كباشي 2021) (19).

5-العنوان التلخيصي



يعطي العنوان التلخيصي فكرة عامة عن الحدث ووفقا لنتائج الدراسة، انخفضت نسبة استخدام العنوان التلخيصي في موقع الجزيرة الاخباري مع ارتفاع النسبة لصحيفتي الراية والشرق. بنسبة 18% لموقع الجزيرة الاخباري مقابل 27% لصحيفة الشرق. ويناسب العنوان التلخيصي الموضوعات التي تتساوى عناصرها في الأهمية بحيث يصعب التركيز على عنصر واحد في الخبر دون بقية العناصر.

مثال للعنوان التلخيصي:

لهذه الأسباب ستعود طالبان الى مائدة المفاوضات (الشرق العدد 12117)

جدول رقم 3

أبرز الاختلافات في الشكل التحريري

الراية		الشرق		الجزيرة		التوزيع الكمي أشكال الصياغة
%	ك	%	ك	%	ك	
41	41	36	36	21	21	مقدمة تقريرية
8	8	12	12	8	8	مقدمة وصفية
39	39	45	45	55	55	مقدمة خبرية
0	0	0	0	0	0	الغاء خاتمة الخبر
12	12	7	7	16	16	سرد قصصي
100	100	100	100	100	100	المجموع

يقدم الجدول رقم 3 تحليلا احصائيا للاختلاف في الأشكال التحريرية المستخدمة في بناء لغة مقدمة جسم الخبر الصحفي ، فقد شاع في السابق استخدام اللغة التقريرية التي تجيب على التساؤلات الرئيسية للخبر في المقدمة بإيجاز ثم التوسع في جسم الخبر، وكشفت هذه الإحصاءات عن دخول أشكال جديدة في تحرير مقدمة الخبر، حيث سيطرت المقدمة الإخبارية على 55% من العينة مقابل 21% للصياغة التقريرية التي تجيب على أسئلة الخبر وزادت نسبة مقدمة السرد القصصي على المقدمة الوصفية التي انحصرت في أخبار الاحتفالات والمناسبات العامة والقصص الإخبارية للأنشطة السياحية والمجتمعية بنسبة 8% للمقدمة الوصفية مقابل 16% لمقدمة



السرد القصصي. ويلاحظ بوضوح تركيز موقع الجزيرة الاخباري على المقدمة الإخبارية والمقدمة التقريرية التي تجيب على الأسئلة الرئيسية للخبر جون تدخل من صانع المحتوى باستخدام لغة أدبية او الوصف أو المحسنات اللغوية والتشبيهات.

وارتفعت نسبة استخدام مقدمة السرد القصصي في الجزيرة مقارنة بالصحف القطرية المشمولة في الدراسة. ويلاحظ أن كل الوسائل الإعلامية المشمولة بالدراسة لم تلغ خاتمة الخبر ولا زال الشكل التقليدي لصياغة المتون من مقدمة وجسم وخاتمة معمول به في كافة الأخبار التي شملتها العينة. (20)

جدول رقم 4

توزيعات القوالب الفنية في بناء المحتوى الاخباري

الراية		الشرق		الجزيرة		التوزيع الكمي القوالب الفنية
%	ك	%	ك	%	ك	
81	81	85	85	64	64	هرم مقلوب
0	0	2	2	6	6	التدرج من الجزء للكل
7	7	3	3	9	9	هرم البنية الايضاحية
0	0	0	0	12	12	الرقمي متعدد الطبقات
12	12	10	10	9	9	سرد قصصي
100	100	100	100	100	100	المجموع

يعتبر الالتزام بالقوالب الفنية لبناء الخبر من أهم معايير جودة الكتابة بحسب المدارس التقليدية في الكتابة الصحفية، وتكشف الإحصاءات الواردة في الجدول رقم (3) عن بعض التغيرات في نهج بناء الخبر في المواقع الإخبارية لصحيفتي الراية والشرق القطريتين مقارنة بموقع الجزيرة الاخباري. ومن أبرز هذه التحولات تراجع الالتزام بقالب الهرم المقلوب في كتابة الخبر بنسبة 64% لموقع الجزيرة الاخباري مقابل 85% لصحيفة الشرق و81% لصحيفة الراية مع دخول قالب السرد القصصي في موقع الجزيرة الاخباري بنسبة 9% وهو مرتفع أيضا في موقع الراية الاخباري والشرق الاخباري بالنسب 10% و12% على التوالي. ويستخدم موقع الجزيرة الاخباري القالب الرقمي متعدد الطبقات وهو قالب يعتمد تقسيم العناصر المكونة للخبر الى وحدات بما فيها الروابط مما يؤدي الى حشد الخبر بالعديد من الخيارات التي قد يحتاجها المتلقي. وانفرد موقع الجزيرة الاخباري بقالب البنية الايضاحية بنسبة 12% ولم تكشف العينة المختارة استخدام هذا القالب في صحيفتي الراية والشرق.



واستخدمت الجزيرة أيضا هرم التدرج من الجزء الى الكل في الأخبار في حين لم تستخدم صحيفة الراية هذا القالب. (محمد خليل الديسي ص 123) (21)

جدول رقم 5

نوع القيم الإخبارية المستخدمة في بناء المحتوى الإخباري

الراية		الشرق		الجزيرة		التوزيع الكمي القيم الاخبارية
%	ك	%	ك	%	ك	
82	82	81	81	72	72	الأهمية
10	10	12	12	0	0	القرب
8	8	7	7	23	23	التشويق
0	0	0	0	3	3	الاثارة
0	0	0	0	2	2	الغرابة
100	100	100	100	100	100	المجموع

تشكل القيم الإخبارية معياراً مهماً في دراسة اتجاهات السياسة التحريرية لأي مؤسسة إعلامية وقد جاءت إحصاءات الدراسة لتكشف تحولاً مهماً في التركيز على التشويق لجذب القارئ خاصة في عناوين ومقدمات الاخبار التي وردت في عينة الدراسة. ويلاحظ الاهتمام الشديد بقيمة الأهمية في الصحافة المطبوعة مقارنة بموقع الجزيرة الاخباري بنسبة 72% للجزيرة مقابل 82% لصحيفة الراية القطرية وفي ذات الوقت ازداد الاهتمام بالتشويق في موقع الجزيرة الاخباري بنسبة 23% مقابل 7% لصحيفة الشرق القطرية. وأشارت العينة الى اهتمام موقع الجزيرة بالأخبار التي تحمل طابع الغرابة والاثارة والمفهوم الذي اتبعته الباحث في تعريف الاثارة بانها المزيج بين الأهمية والغموض والتأثير على المتلقي. ولم يكن عنصر الغرب مهما بالنسبة لموقع الجزيرة الاخباري حسب العينة واهتمت الصحف القطرية بعنصر القرب الزماني والمكاني بنسبة تتراوح بين 10% و12%.

ويلاحظ ثمة تحول في ترتيب القيم الإخبارية حيث يزداد الاهتمام بالتشويق والجذب في الموقع الاخباري للجزيرة مقارنة بالصحف المطبوعة وكذلك لا زالت الصحف تعتبر الأهمية هي القيمة الأبرز في النشر بينما دخلت قيم أخرى بصورة أكثر حضوراً في الموقع الاخباري للجزيرة مثل الغرابة والاثارة والتشويق بنسبة تصل الى 28% من العينة المختارة. (أحمد زكريا 2007) (22)

ويلاحظ ضعف الاهتمام في الصحافة القطرية بموضوع الدراسة بالبعد الإنساني في الاخبار على الرغم من شيوع الاخبار الإنسانية على الرغم من ملاحظة اهتمام موقع الجزيرة الاخباري بالقصص الإنسانية وهي من الاتجاهات الجديدة في الصحافة العالمية. كذلك يتراجع



الاهتمام بالتشويق في تسويق الخبر على الرغم من شيوع استخدام هذا النمط في الصحافة الرقمية وبشكل واسع. وتكشف الإحصاءات وجود تشابه كبير في التركيز على قيمة الأهمية في بناء الأخبار بينما يلاحظ أن موقع الجزيرة الاخباري أكثر ميلا الى المدارس الحديثة في بناء الخبر بعناصر التشويق والاثارة والغرابة والسرد الأدبي القصصي والاهتمام بالبعد الاجتماعي للخبر.

جدول رقم 6

اتجاهات الشكل التحريري في بناء الخبر

الراية		الشرق		الجزيرة		التوزيع الكمي
%	ك	%	ك	%	ك	
61	61	48	48	55	55	الخبر
18	18	28	28	25	25	التقارير الإخبارية
18	18	20	20	15	15	القصص الإخبارية
3	3	4	4	5	5	تقارير عرض الشخصية
100	100	100	100	100	100	المجموع

يكشف الجدول رقم (5) اتجاهات المحتوى الإعلامي لتحديد الأسلوب التحريري لكل وسيلة إعلامية ونوع الخدمة المقدمة للجمهور. وكشف الجدول عن درجة عالية من الاهتمام بالخبر بنسبة 55% لموقع الجزيرة الاخباري مقابل 61% لصحيفة الراية و48% لصحيفة الشرق. ويشير ذلك الى سيطرة الخبر على أولويات النشر للصحاف المشمولة بالعينة. وتأتي التقارير الإخبارية المختلفة في المركز الثاني بنسب متساوية. ويلاحظ ارتفاع القصص الإخبارية في موقع الجزيرة الاخباري مقارنة بمواقع الصحف القطرية وينسجم ذلك مع ميل وسائل الاعلام الرقمية الى الاعتماد على القصص الخبرية والسرد القصصي على حساب التقارير الإخبارية التقليدية. ويلاحظ بوضوح ضعف استخدام تقارير عرض الشخصية في عينة الدراسة ويمكن تفسير ذلك بضعف الاهتمام بالتقارير الشاملة عن الأشخاص والتركيز على الأحداث في تناول الإعلامي. (أحمد محمود 2014) (23)

جدول رقم 7

أساليب الجذب في عنوان الخبر؟

الراية		الشرق		الجزيرة		التوزيع الكمي
%	ك	%	ك	%	ك	



78	78	82	82	50	50	الجذب بعنصر الأهمية
9	9	7	7	27	27	الجذب بالتشويق
6	6	3	3	12	12	الجذب بالتشبيهات
7	7	8	8	11	11	العنوان التساؤلي
100	100	100	100	100	100	المجموع

يمثل التشويق في عنوان الخبر أو مقدمته من عناصر جذب القراء ويتضمن ذلك العنوان الوعد الذي يقدم للقارئ وعدا بالكشف عن قصة مثيرة، مثل تابع التفاصيل المثيرة ليلة القبض على زعيم أخطر عصابة اتجار بالبشر. ويكشف الجدول رقم 7 غياب عنصر التشويق في العينة الممثلة للمواقع الإخبارية القطرية ويشير ذلك الى نمط محافظ في صياغة الأخبار يركز على الموضوعية والمصداقية مع المتلقي. وكشفت الإحصاءات عن استخدام محدود لعنصر التشويق في موقع الجزيرة الاخباري لكن فقط في القصص الإخبارية وهو ذات النهج الذي استخدمته بنسبة اقل صحيفة الراية ثم بنسبة اقل منها صحيفة الشرق. ويلاحظ سيطرة نسبة العناوين التي تعتمد على عنصر الأهمية في جذب المتلقي خاصة في صحيفتي الراية والشرق وهي بنسبة 82% و78% على التوالي بينما تقل النسبة في موقع الجزيرة الاخباري الى 50% مما يشير الى اعتماد أساليب أخرى في جذب المتلقي منها عنصر اللغة والتشبيهات والعنوان التساؤلي والعنوان التلخيصي.

نتائج الدراسة:

كشفت هذه الدراسة العديد من الخصائص المهمة التي أفرزتها تجربة التحول الرقمي في التحرير الإعلامي، وبصفة خاصة في تحرير الأخبار، حيث بينت الدراسة العديد من الفوارق بين الكتابة للوسائط الإعلامية التقليدية ممثلة في صحيفتي الراية والشرق القطريتين وموقع الجزيرة الإخباري. ومن أبرز الخصائص التي بينتها الدراسة ما يلي:

- 1- حدثت تحولات جوهرية في صياغة العنوان الاخباري حيث لم تعد التقسيمات التقليدية للأخبار سارية بذات التركيز على عنصر أهمية الخبر كوسيلة رئيسية لجذب المتلقي ودخلت عناصر
- 2- جديدة مثل التشبيهات واللغة وقوة التعبير والعنوان التساؤلي الذي يثير شغف المتلقي لمواصلة القراءة.
- 3- الثابت والمتغير في أساليب تحرير الخبر الصحفي
- 4- لم تستخدم المواقع الاخبارية القطرية عنوان الرأي في التقارير
- 5- الاخبارية ولا زالت تحافظ على الأساليب التحريرية التقليدية في ضبط رأي محرر الخبر.
- 6- استخدمت الصحف العنوان التساؤلي بهدف الاثارة وهو من العناوين السهلة مثل: أنظر ماذا حدث للجيش الأمريكي في مطار كابول؟ ودفع القارئ الى البحث عن التفاصيل وقد لا يكون هناك جديدا مما يؤدي الى خيبة أمل لدى المتلقي.



- 7- أصبح الالتزام بالقوالب التقليدية ضعيفا حيث دخلت قوالب جديدة مثل التدرج من الجزء للكل وقالب البنية الايضاحية والقالب الرقمي متعدد الطبقات وقالب السرد قصصي
- 8- حدث تحول في ترتيب القيم الاخبارية كوسيلة لجذب القراء وحافظ عنصر الأهمية على أعلى استخدام بينما لم يعد عنصر القرب الزمني والمكاني مهما في ترويج الخبر واحتل التشويق بشقيه المعلوماتي واللغوي متقدما في ترتيب القيم الاخبارية. كما لم تستخدم الصحف القطرية الاثارة والغربة في بناء الأخبار.
- 9- احتل الخبر الصحفي المركز الاول بنسبة 55% في اتجاهات الأشكال التحريرية المستخدمة يليه التقرير الاخباري بنسبة 25% ثم القصص الاخبارية 15% بينما لم تستخدم الصحف القطرية تقرير عرض الشخصية في عينة الدراسة.
- 10- استخدمت الصحافة القطرية عنصر الأهمية كوسيلة للجذب في صياغة العنوان بنسبة 50% ولكن دخلت عناصر جديدة مثل التشويق بنسبة 27% وكذلك استخدامات التشبهات اللغوية بنسبة 12% في موقع الجزيرة الاخباري و6% لصحيفتي الراية والشرق القطريتين.

4- تعليق على نتائج الدراسة:

- ووفقا لما ورد في عينة الدراسة تم تقسيم عناوين الأخبار في خمس فئات جاءت كالتالي: (عثمان كباشي 2021) (24)
- العنوان الاخباري الممزوج بالرأي مثل: نمور التأميل يلقتون الحكومة السريلانكية درسا في فنون القتال. ويرد مثل هذا العنوان في وكالات الأنباء والصحف ووسائل الاتصال المرئية والمسموعة كالتالي: نمور التأميل يستولون على مدينة حدودية أو نمور التأميل يعلنون أسر جنود حكوميين. ولا يدخل المحرر وجهة نظره أو تقديراته الذاتية على الخبر ويحرص على نسبة الحديث الى مصدر لتحقيق المزيد من الموضوعية والمحافظة على الحياد في طرح الخبر. ويتحمل المصدر المسؤولية الاخلاقية للمعلومات التي وردت في نص الخبر أو العنوان.
 - العنوان الذي يخالف المضمون (عنوان الوعد الكاذب)
 - تعج شبكات التواصل الاجتماعي بالأخبار التي تحمل عنوانا لا يتفق مع متن الخبر، الفنانة اللبنانية نجوى كرم تتعرض لفضيحة بمطار القاهرة، وبقراءة نص الخبر يكتشف القارئ أن الفضيحة ليست سوى انها فقدت حقيبتها ليتم ارسالها لها في الرحلة المقبلة. وبحسب الجدول أعلاه لم تنشر صحف الراية أو الشرق أي خبر يحمل وعدا كاذبا في حين أن النسبة تصل الى 9% من الاخبار التي وردت في عينة الاخبار التي وردت على تويت.
 - إن سمة عدم الوفاء لمضمون المقال هي الغالبة في خرق قواعد كتابة العنوان في الصحافة الرقمية، وينقسم هذا الخداع إلى شكلين: الأول ذكر معلومة غير صحيحة في العنوان
 - وتصحيحها في مضمون المقال، ومن ذلك كتابة ما يشير إلى وفاة فلان، وعندما تنقر على المادة تجد أن الوفاة مجرد إشاعة. أما الشكل الثاني فهو المبالغة في العنوان، إذ يتحوّل التشويق إلى إثارة أو تهويل، ومن ذلك مثال: "عاجل.. مجلس الأمن يصفع الدولة



- الفلاية"، فعندما تنقر تجد أن لا شيء في المادة يستحق كلمة الصفع، أو تجد نعوتا غير مطابقة لمضمون المادة من قبيل: خطير ومأساة، ومجزرة، وصدام، وفضيحة..
- العنوان التقديمي: مثل، هذا ما أقرته المحكمة في قضية الحريري. أنظر ماذا جرى في الحرم المكي. كيف انتصرت حماس على إسرائيل في حرب غزة. لهذه الأسباب غاب الأسد عن اجتماعات الجامعة العربية. والعنوان بهذا الشكل لا يعطي معلومة بعينها تفيد القارئ. وقد خلت العناوين التي وردت في صحيفتي الراية والشرق من العناوين التقديمية التي لا تحوي مضمونا محددًا على الرغم من أنها وردت في العينة المختارة ضمن صحافة التواصل الاجتماعي.
- عنوان التساؤل التلخيصي: وهو عنوان يلخص محتوى النص، مثل ما هي أسباب انهيار الجيش الأفغاني أمام طالبان. وقد شاع استخدام هذا النوع من العناوين في شبكات التواصل الاجتماعي لأنه يحمل جرعة من الاغراء تدفع فضول القارئ الى مواصلة النص، لكنه
- لثابت والمتغير في أساليب تحرير الخبر الصحفي

أصبح شائعا الى درجة التكرار السهل والممل، وانتقل من شبكات التواصل الى الصحف المطبوعة.

- **عنوان الرأي:**
- المعايير الصحفية التقليدية ظلت تمنع اقحام الرأي في الأخبار، مع قبول ابداء الرأي في تحرير التقارير الصحفية والقصص الإخبارية. (أبوزيد، فاروق، فن الكتابة الصحفية، صفحة 135) هزائم متكررة للجيش الأمريكي المعتدي في أفغانستان. ويحدث ذلك بغرض الاثارة والتشويق
- **عناوين تخالف المضمون:** ولغرض الاثارة وجذب القارئ تكتب كثير من الموضوعات والأخبار بعناوين لا علاقة لها بالمضمون مما يضعف مصداقية المؤسسة الإعلامية ويخالف الاعراف الصحفية.
- مثل: عودة ليونيل ميسي الى برشلونة ويشير مضمون الخبر الى انه انتقل الى باريس سان جيرمان لكنه عاد الى برشلونة المدينة وليس النادي.
- **العناوين التقديمية:** وهي عناوين لا تحمل أي معلومة، وهي ظاهرة ترغب في جذب القارئ لمواصلة قراءة المواد الإخبارية، مثل: "هذا ما قرره المحكمة في قضية المحاولة الانقلابية"، و"لهذا السبب لم ينعقد اجتماع الجمعية العمومية للنادي الأهلي". ومثل هذه العناوين تخرق مبدأ ضرورة تضمين عنوان المادة الخيرية المعلومة الأساسية، غير أنه وجب الاستدراك بأن بعض العناوين في الصحافة الرقمية تحتم فعلا أن تكون تقديمية، خاصة عندما يتعلق الأمر بمقال إخباري يتضمن الكثير من المعلومات على القدر ذاته من الأهمية، مما يجعل عملية تلخيصها جد صعبة، ومن ذلك مثلا خروج هيئة رسمية بعدة
- قرارات لا يستطيع الصحفي في بعض المنابر أن يختار الأهم من بينها، أو إصدار تقرير يحمل الكثير من المعلومات. وأحيانا،
- يضع الصحفي عنوانا مشابها لتصريحات شخصية معينة حتى يتيح للقراء متابعة كل ما جاء في التصريح بدل أن ينتقي الأهم.



- تتسم المواقع الالكترونية بالأخبار الموجزة والعناوين المختصرة لكن، كشفت هذه الدراسة عن وجود اتجاه متزايد باستخدام العناوين الطويلة التي تكاد تروي كل القصة الخبرية،
- وهو اتجاه يهدف الى كسب عدد كبير من المتصفحين دون الاهتمام بالفترة التي يقضها المتصفح في قراءة المتن.
- نخلص الى حقائق مهمة تتمثل في ضرورة دراسة العناوين المستخدمة في وسائل الاتصال المختلفة وتحليل دوافعها والوصول الى صيغ تناسب الأحداث المهمة وتحفظ بحق القارئ في المعرفة مع المحافظة على قيم الموضوعية والنزاهة والحياد:
- تختلف الكتابة للإنترنت عن الكتابة لوسائل الإعلام الأخرى، ومعلوم ان الكتابة للصحافة المكتوبة تختلف هي الأخرى عن الكتابة للإذاعة سواء كانت مرئية أو مسموعة. ومعروف أن هذا الاختلاف تقتضيه طبيعة الوسيلة التي تفترض وجود أسلوب معين يناسب وسيلة دون الأخرى.
- أوضحت العديد من الدراسات والبحوث التي أجريت على القراءة من على شاشة الكمبيوتر أن القراءة من خلال الشاشات ليست بالأمر السهل والمحبط، خاصة إذا تعلق الموضوع بقراءة نصوص طويلة.
- كل كلمة ترد في القصة الخبرية يجب أن يكون هناك مبرر لوجودها، وعليه يجب اتباع الآتي عند اختيار الكلمات:
 - عدم استخدام كلمات أكثر مما تقتضيه الحاجة
 - تجنب الكلمات الطويلة إذا كانت البدائل القصيرة تفي بالغرض
 - تجنب الكلمات ذات المعاني المركبة إذا توفرت أخرى ذات معنى واضح وبسيط. استخدم الكلمات التي تعطي معنى مباشرا، وليس التي تعطي معنى تجريديا كلما كان ذلك ممكنا.
 - الحرص على أن تكون الكلمات واضحة ومحددة وليس مجرد عموميات.
 - اعط الكلمات معناها الصحيح.

بناء الجملة في الكتابة لصحافة الإنترنت:

- المباشرة من اهم قواعد صياغة الجمل في صحافة الإنترنت، ويدعو الباحثون في هذا الشأن إلى ضرورة اتباع البناء الذي يبدأ بالفعل والفاعل والمفعول به، فيفضل أن نكتب (قتل الجيش الأميركي أكثر من 70 مدنيا في أفغانستان) وليس (المدنيون الأفغان قتلوا بواسطة نيران الجيش الأميركي).
- يجب أن تحتوي الجمل على علامات الترقيم الصحيحة، والتي يجب أن تستخدم في مكانها تماما، فالجملة قد تكون مركبة، أو ربما غير مفهومة تماما إذا اثبت دون علامات ترقيم.
- تجنب الحشو كلما كان ذلك ممكنا، فليس بالضرورة أن تورد جملتين للتعبير عن معنى واحد حتى تضمن وصول الرسالة للقارئ.
- يجب عدم اللجوء إلى اللغة التخصصية (جارغون) ولغة الدواوين والرسميات.
- كيفية كتابة المقدمة، العنوان، العناوين الفرعية، التعليق على الصور، الإبرازات، الصناديق.

لثابت والمتغير في أساليب تحرير الخبر الصحفي

- العناوين: أهم كلمات يكتبها الصحفي، اعتبرت مهمة جدا للصحافة المطبوعة، الآن هي ذات أهمية بالغة للصحافة الإلكترونية.
- يجب أن تتضمن الكلمات المفتاحية للقصة أو الموضوع، تقود الزائر(القارئ) للقصة.



- جمل مختصرة جدا من 5 إلى 8 كلمات (لتتوافق مع مقتضيات النشر الإلكتروني)
 - العناوين المباشرة مهمة لعمليات البحث.
 - العناوين يجب أن تبنى من الأفكار الأساسية للقصص الإخبارية.
 - تجنب التكرار، تجنب الغموض.
 - المقدمات
 - أنواعها: تلخيصيه، تقريرية، سؤال.
 - جاذبة
 - ما قل ودل
 - تكتب بطريقة الهرم المقلوب
 - تركز على أهم جانب بالقصة الإخبارية
 - - شرح الصور
 - صف الحدث ولا تكرر ما هو موجود (الصورة تقول كل شيء)
 - حدد الأشخاص في الصورة،
 - ضع الصورة في السياق يمكن الاستفادة من مساحة التعليق لإبراز معلومة معينة في الخبر.
 - الإبرازات والصناديق وهي مساحات داخل نص الموضوع وتهدف الى إبراز معلومة أو فكرة معينة. ويعتبر تحرير وإخراج الموضوعات في المنصات الجديدة بتطبيق أسلوب تقسيم لموضوعات مفيدا للقارئ حيث يؤدي الى سهولة ترتيب الأفكار بالإضافة الى دفع الملل وراحة العين خلال القراءة.
5. المراجع

- 1- فليبس دافيسون، وسائل الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي، 2021
- 2- حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، القاهرة، دارالمصرية اللبنانية، 2015، ص 136
- 3- كمال دشلي، منهجية البحث العلمي، دارالكتب الجامعية، دمشق، 2016
- 4- عبيد الرحباني، الاعلام الرقمي، عمان، داراسامة للنشر، 2011، ص 45.
- 5- مصطفى عبيد، مهارات البحث العلمي، مركز البحوث، استنبول، 2022
- 6- عزام أبو الحمام، حارس البوابة في الإعلام الجديد، 2017، ص 261
- 7- ابراهيم بختي، الدليل المنهجي لإعداد البحوث، 2015.
- 8- موقع صحيفة الراية القطرية على الانترنت www.alraya.com
- 9- موقع صحيفة الشرق القطرية www.alsharq.com
- 10- موقع الجزيرة الاخباري www.aljazeera.net
- 11- د. محمد الراجي، بيئة الصحافة العربية الالكترونية، مركز الجزيرة للدراسات 2020، ص 56
- 12- د. خالد محمد غازي (وكالة الصحافة العربية، القاهرة 2010)



- 13- مؤسسة فردريك ألبرت، مجموعة باحثين منهجية البحث العلمي، 2015
- 14- خالد الجابر الإعلام في قطر، 2021، ص 71
- 15- محمد طاهر زين، تحولات الصحافة في تشاد من الرقمي الى الورقي معهد الجزيرة للإعلام، تاريخ الدخول 1 يوليو 2021،
الرابط <https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2020/09/85D8AD0985D8AF20D8B7D8A7D987D8B120D8B2098A0986.pdf>
- 16- د. فاروق أبوزيد، فن الكتابة الصحفية، دار الكتب، القاهرة، 1990.
- 17- حسنين شفيق، الاعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، بغداد، دارفكر وفن، 2010، ص 65
- 18- جاسم محمد الشيخ، صحافة المحمول، دورية اعلام الشرق الأوسط، 2017 ص 76.
- 19- عثمان كباشي، صحفي بقناة الجزيرة، مقابلة، 13 يوليو 2021
- 20- حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته، الدار المصرية للنشر، القاهرة ص 340
- 21- محمد خليل الديسي، مناهج البحث الإعلامي، النهضة العربية، القاهرة، ص 123.
- 22- (أحمد زكريا أحمد) "العلاقة بين تحرير النصوص الصحفية الإخبارية واهتمامات الجمهور واتجاهاته نحو بعض القضايا الداخلية في مصر"، دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- 23- أحمد فتحي محمود 2014. مصداقية المادة الصحفية المقدمة في البوابات الإلكترونية الإخبارية المصرية، دراسة ميدانية علي القائم بالاتصال والجمهور"، جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الصحافة، 2016م.)
- 24- عثمان كباشي، سكرتير تحرير موقع الجزيرة الإخباري، مقابلة 17 نوفمبر 2022.