



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

www.univ-badis.dz
034 862 21 22



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

www.univ-badis.dz
034 862 21 22

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص: صحافة مكتوبة وإلكترونية

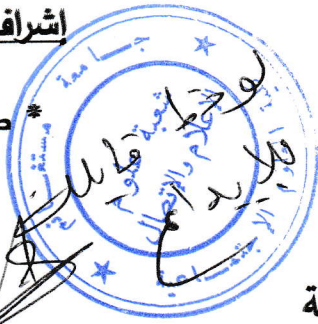
مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال الموسومة ب:

مآل الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة وصفية تحليلية لصفحة جريدة الخبر على الفايسبوك

إشراف الدكتورة:

* صفاح أمال



لجنة المناقشة

إعداد الطالبين:

* طرفاية وليد فتحي

* فهيم رؤوف

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة
صفاح أمال فاطمة الزهراء	مشرفا ومقررا	عبد الحميد ابن باديس
رقاد حليلة	رئيسا	عبد الحميد ابن باديس
عيسى عدي نورية	مناقش	عبد الحميد ابن باديس

الموسم الجامعي: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر والعرفان

الحمد والشكر لله عز وجل أولاً وأخيراً على ما قدر من التيسير ويسر من التقدير

لإنجاز هذا العمل المتواضع فأجمل عبارات الشكر والتقدير لابد أن تسبق

حروفنا وتنتهي سطورنا معبرةً عن صدق المعاني النابعة من قلوبنا

للدكتورة المشرفة " صفاح أمال " التي أمدتنا بتوجيهاتها

ولم تبخل علينا بما هو مفيد لنا حتى اكتمل هذا البحث وبلغ تمامه.

إليك أستاذتي خالص الشكر وعظيم الامتنان وأسأل الله سبحانه أن يجزيك عنا

خير جزاء .

إهداء

إلى منبع إرادتي، ونور طريقي..... إلى أبي حفظه الله وأطال في عمره
إلى من غمرتني بفيض حنانها، منبع الحياة..... أُمي الغالية حفظها الله وأطال
في عمرها

إلى من أسرجوا النور في ليلي إخوتي..... كل باسمه وفقهم الله وحفظهم
إلى جدتي، لطالما حمتني بدعواتها الخيرية..... حفظها الله وأطال في عمرها
إلى خالتي، سندي فالحياة..... حفظك الله لي وبارك فيك

إلى من جمعتي بهم الحياة رفقاء دربي..... أصدقائي الأعزاء كل

باسمه

إليكم جميعاً أهدي هذا العمل المتواضع

طرفاية وليد فتحي



إهداء

إلى من حممتي دائما بدعواتها جدتي وأمي الثانية رحمك الله

وأسكنك جنات الفردوس

إلى سندي وسر نجاحي أُمي الغالية يا مصدر سعادتي

حفظك الله وأطال عمرك

إلى أختي الغالية وكل ما أملك ... وفقك الله في حياتك

إلى من كانوا عوناً لي في مساري الدراسي ... زملائي وأصدقائي أنار

الله دربكم وسدد خطاكم

إليكم جميعاً أهدي هذا العمل المتواضع ..

فهيم رؤوف

مَقْصِدَةٌ

خلال العقد الأخير لعبت وسائل الإعلام المختلفة دورا أساسيا في نقل وتوثيق الأحداث والأخبار التي تعتبر جانبا مهما في حياة الإنسان كون هذا الأخير فضولي يسعى لمتابعة كل ما هو جديد لحظة بلحظة، فقد لعبت وسائل الإعلام بقدرتها الهائلة على التأثير في الجمهور وتشكيل الرأي العام، والإقناع بالأفكار التي تناسب القائمين بالاتصال دورا هاما في توصيل الأخبار للعامة من الشعوب وتطويرها وصياغتها بطرق فنية تسرق مشاعرهم. كما يعد الخبر عنصر أساسي في نجاح العملية الإعلامية وهو كل شيء يحدث ويهتم به الناس، فلم يعد الخبر الصحفي مجرد نقل لحدث معين بل أصبح صناعة لها سماتها الخاصة غدت مرحلة التطور الذي رافق ثورة الاتصالات والمعلوماتية التي تفاعلت فيها عوامل عدة أسهمت في تطور أساليبه ووسائل وطرائق إيصاله إلى الجمهور، هذا الأخير انبثق منه نوع خاص وهو المواطن الصحفي الذي ظهر مع انتشار التكنولوجيا وتوسع دور وسائل التواصل الاجتماعي في حياة الناس، إذ فتحت هذه الشبكات الاجتماعية آفاق جديدة وأحدثت تغيرات مهمة في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية والاتصالية، فضلا عن أنها ساعدت على إيصال الخدمات والمعلومات والإخبار لمستخدميها وقدرتها على بناء علاقات اجتماعية جديدة وإعادة تنشيط العلاقات القديمة.

ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتبيان كيفية تحرير ونشر الخبر الصحفي في جريدة الخبر على الفايبيوك.

ومنه قمنا بتقسيم دراستنا إلى مقدمة وثلاث جوانب، الجانب المنهجي تناولنا فيه التعريف بالموضوع،

أسباب وأهمية اختيار الموضوع والإجراءات المنهجية المتبعة في ذلك بالإضافة إلى خطوات الدراسة.

الجانب النظري تناولنا فيه فصلين الأول كان بعنوان كتابة الخبر الصحفي في الصحافة المكتوبة يتفرع

منه ثلاث مطالب مختومة بخلاصة للمبحث.

أما المبحث الثاني عنون بأشكال الخبر وتحريره من خلال مواقع الصحافة الإلكترونية، اندرج تحته تمهيد وأربعة مطالب تلتها خاتمة للمبحث.

الجانب التطبيقي ارتأينا فيه لاستخدام تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وذلك من خلال تفرغ استمارة تحليل المحتوى في جداول ومن ثم تحليلها وصولاً إلى نتائج الدراسة كعنصر أخير.

إطار الفنون

(1) التعريف الموضوع:

يتمثل موضوع دراستنا في مآل الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وهو موضوع ذو طبيعة إعلامية صحفية و ينطلق من إشكالية تتبعها أسئلة فرعية و من ثم جانب نظري وهذه الأسئلة تتم الإجابة عنها في الجانب التطبيقي وذلك باستخدام أداة بحث تناسب موضوع دراستنا المتمثلة في تحليل المضمون وذلك من خلال معرفة مآل الخبر الصحفي وكيف أصبح يحزر و ينشر في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

(2) أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر مرحلة اختيار موضوع قابل للبحث والدراسة ذات أهمية بالغة، فهي مرحلة حاسمة وحساسة تحدد مسار البحث بكامله. والمتعارف عليه أن اختيار الموضوع لا ينشأ من فراغ، وإنما هناك حملة من الدوافع والاعتبارات والأسباب التي تسبق اختيار موضوع الدراسة، فأسباب الدراسة تختلف و تتعدد فمنها من هيا وليدة الظروف الذاتية للباحث تفرضها عليها طبيعة تخصصه وقدراته واهتماماته التي تؤدي به إلى محاولة الإجابة على أسئلة مبهمة لديه وذلك من خلال خوض تجربة ميدانية، ونذكر منها:

الأسباب الذاتية:

- ✓ الرغبة الجامحة في التعمق في هذا الموضوع و إعطائه أهمية أكاديمية.
- ✓ إثراء الرصيد المعرفي أولاً والعلمي ثانياً لنا كطلبة وباحثين بغية تكليل جهد خمسة مواسم دراسية وجعلها أطروحة دكتوراه مستقبلاً.

الأسباب الموضوعية:

- وهيا التي فرضها الواقع الاجتماعي و العلمي المحيط بالباحث ،فمن بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع أنه لم يؤخذ حظه من البحث العلمي خاصة في إطار الجوانب المتعلقة بالاستخدامات و الإشباعات في ما آل إليه الخبر الصحفي على منصات التواصل الاجتماعي .
- التطور الذي بلغه موقع الفايسبوك في السنوات الأخيرة وتسارع الإعلاميين والصحفيين للاستعانة بخدمات هذا الأخير.

(3) أهمية اختيار الموضوع:

- من المؤسف حقا أن نسبة كبيرة من الأبحاث التي تجرى حاليا أصبحت تخطط على أساس الإمكانيات البحثية المتاحة، وليس على أساس المشاكل الحقيقية التي تستوجب إيجاد الحلول المناسبة لها¹، ويمكن ذكر أهمية دراستنا في ما يلي:
- ✓ كونها تعتبر من بين الدراسات الحديثة التي تتعلق بمجال الصحافة والتي شهدت طفرة معلوماتية لما آل إليه الخبر الصحفي.
 - ✓ اعتبار الفايسبوك كغيره من منصات التواصل الاجتماعي سببا في تغير طريقة صناعة و تحرير الخبر الصحفي.

¹ . أحمد عبد المنعم حسن، أصول البحث العلمي، ط01، ج01، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 1992، ص42.

(4) أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- معرفة كيف أصبح الخبر الصحفي يحرر و ينشر في صفحات مواقع التواصل الاجتماعية الفايسبوك خصوصا.
- تسليط الضوء على الصحفي بالدرجة الأولى و الأخبار التي يقوم بنشرها عبر حسابه الشخصي في الفايسبوك.
- إبراز أهم الإضافات التي أضفتها صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك على الخبر الصحفي.
- الرغبة في التعرف على الجديد واكتشاف المجهول والغموض الذي يسود مصير الخبر الصحفي في منصات مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك.

5) طرح الإشكالية:

يعتبر الخبر الصحفي من أبرز القوالب الفنية في الصحافة لما يحويه من معلومات هادفة، فمفهوم الخبر الصحفي السائد في الدول المتقدمة يختلف عن نظيرتها السائرة للنمو هذا التباين في المفهوم يصعب علينا ضبط تعريف شامل وواحد للخبر الصحفي، لكن التعريف الأنسب لهذا الأخير يكمن في كونه تقرير يصف بدقة و موضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس أكبر عدد من القراء و هي تثير اهتماماتهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته .

و مع ظهور الجيل الثاني للإنترنت (2.0) بدأت تظهر شبكة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعرف على أنها تلك المواقع الإلكترونية التي توفر تطبيقات الإنترنت وخدمات لمستخدميها وتتيح لهم إنشاء صفحات شخصية معروضة للعامة، ضمن موقع أو نظام معين وتمكن مستخدميها من المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة .

فبداية ظهور الفيسبوك كان لأجل التواصل بين الأصدقاء وزملاء العمل وسرعان ما انتشر بين كافة الناس. ويعتبر هذا الموقع الرائد من حيث كثافة الاستخدام من طرف الأفراد والمجتمعات لما يتيح من تطبيقات للمستخدمين على غرار تبادل الصور والفيديوهات وتبادل الأخبار والمعلومات من مختلف أنحاء العالم والتعليق عليها، هذا ما جعله منافسا قويا لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والحديثة في نشر الأخبار وتغطيتها ومنافسة هذه الأخيرة في تحقيق سبق الصحفي.

ولدراسة مآل الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة كيف أصبح يحرر وينشر دفع بنا لطرح الإشكال التالي:

ما هو مآل الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ؟

و تتفرع من هذه الإشكالية عدة تساؤلات وهي كالاتي :

- 1- ما هي أشكال الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هي مواضيع الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما هي عناوين الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما هي أشكال الإخراج في الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟

(6) تحديد مفاهيم الدراسة:

مأل:

لغة: عاقبة، مرد، مأب، مرجع، حصيلة، خاتمة، مصير، نتيجة.¹

التعريف الإجرائي: يقصد بمصطلح المأل هو الحالة التي سيصبح عليها أو كيف سيكون الخبر مستقبلا.

الخبر الصحفي:

يعتبر الخبر الصحفي من أبرز القوالب الفنية في الصحافة لما يحويه من معلومات هادفة، فمفهوم الخبر الصحفي السائد في الدول المتقدمة يختلف عن نظيرتها السائرة للنمو هذا التباين في المفهوم يصعب علينا ضبط تعريف شامل وواحد للخبر الصحفي ، لكن التعريف الأنسب لهذا الأخير يكمن في كونه تقرير يصف بدقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتماماتهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته.²

¹.المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة الأربعون، دار المشرق، بيروت لبنان، 2003، ص282.

². محمد منصور هيبه، الخبر الصحفي و تطبيقاته، مركز الإسكندرية للكتاب، 2006، ص14.

فهو وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة، على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي أو رأى أو موقف جديد أو موقف جديد أو متجدد لافت للنظر، أو فكرة أو قضية أو نشاط هام وقعت غالباً أو مستمرة الوقوع أو تأكد أنها ستقع، تتصل -جميعها- بمجتمعهم وأفرادهم وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى كما تساهم في توعيتهم وثقافتهم وتسليتهم وتحقيق الربح المادي لها.¹ وذلك دفع أحد الباحثين إلى القول (أن جهود تعريف الخبر تتركز على العملية الإخبارية وسياق تغطيتها)، لذا فإن كل صحفي يحدده من وجهة النظر التي يراها أو يعمل بها.²

مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك من يرى أن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي يتضح من كونها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الإنترنت تتيح الاتصال بين الأفراد في مجتمع افتراضي بحسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة) عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين. ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض ومشاركة الملفات والصور ومقاطع الفيديو وتبادلها وإنشاء المدونات الالكترونية وإجراء المحادثات الفورية وتبادل المعلومات والأخبار الفورية وتطورات الأحداث الشخصية والاجتماعية والعالمية.³ وكما تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها

¹ . محمود أدهم، فن الخبر مصادره عناصره مجالاته الحصول عليه تطبيقاته العلمية، ط2، العربي للنشر والتوزيع، ص46.

² . عدنان أبو السعد، رائد حسين الملا، الثابت والنسبي في الخبر الصحفي، الباحث الإعلامي، العدد 6-7 جوان - سبتمبر 2009، ص57.

³ . سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، 2020، ص84

منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.¹

الفيسبوك:

لغة:

كلمة أعجمية مكونة من جزئين: فيس face وبوك book، وهي تعني كتاب الوجوه مثل ما أراد بها مؤسس الموقع.

اصطلاحا:

هذا الموقع المجاني أسسه "مارك زوكربيرج" وذلك في عام 2004م، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية، وكان مشهورا بولعه الشديد بالانترنت، وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية واسعة بينهم الأمر الذي شجعه الى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.

¹ . أسهان كسيرة،، الشباب الجزائري والهوية الافتراضية_، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (ل.م.د) في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع، قسم العلوم الانسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2018، ص43، ص45.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communication الفايبيوك: "على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles ، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص". ويعد أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبرى الشركات ، نقطة القوة الأساسية في الفايبيوك هي "التطبيقات" التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف الأنحاء ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي.¹

وبصفة عامة تعد شبكات التواصل الاجتماعي ومن ضمنها فيس بوك بشكل خاص من أهم الوسائل التي اكتسحت العالم الافتراضي منذ ابتكارها، وهي إحدى تقنيات الويب فقد ألغت هذه الشبكات الاحتكار الذي كان مفروضاً في مجال بث المعلومة.²

إجرائياً:

حسب هذه الدراسة فإن موقع فيسبوك هو أحد المواقع الإلكترونية الذي يسمح لمستخدميه بالتواصل فيما بينهم ومع غيرهم في عالم افتراضي يتبادلون فيه الأفكار والآراء حول عدة قضايا ثقافية ومشاكلها محلية كانت أو عالمية.

¹ .حسان أحمد قمحية، الفايبيوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة ، الجيزة ، مصر، 2017، ص58

² .سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مرجع سبق ذكره، ص92.

(7) منهج الدراسة:

عرف المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار المديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة، حين نكون بها جاهلين، أو من أجل البرهنة عليها للآخرين، حين نكون بها عارفين.¹

يعتبر المنهج ذلك الطريق المنظم الذي يتبع أسلوب وخطة معينة لدراسة ظاهرة ما ويهدف إلى التوصل إلى حقائق وترسيخ المعارف وهو من بين القواعد المستخدمة في البحث العلمي، كما يعرف بأنه الوعي بالموضوع من خلال الوعي بفلسفته وبالخطوات المتبعة من أجل اكتماله وتباينه وهو بذلك الطريق الذي يسلكه الباحث في جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة ومن أهم أسباب نجاح البحث العلمي لذا يوليه الباحث أهمية عظمى قصد اختيار منهج يلاءم طبيعة العمل والموضوع في آن واحد، إذ يتوجب عليه أن يوضح المنهج الذي اعتمد عليه، وفقا لهذا قمنا باختيار المنهج الوصفي التحليلي باعتباره يقوم على وصف الظاهرة كما هي في الواقع ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً ويمكن تعريف المنهج الوصفي التحليلي أنه المنهج الذي يعتمد على التحليل والوصف بشكل علمي منظم للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية. فهو يلاءم طبيعة موضوعنا من حيث وصف وتحليل مآل الخبر الصحفي على منصات مواقع التواصل الاجتماعية.

كما يعرف المنهج المسحي على أنه تجميع منظم للحقائق عن جماعة معينة ومعظم المسوح تعتمد من الناحية العلمية استمارات الاستبيان المكتوبة والمقابلة من أجل جمع أنواع من البيانات الكمية التي يمكن تحليلها. كما يعتبر منهج المسح من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة الوصفية التحليلية، في مجال

¹ . عبد الرحمان بيروي، مناهج البحث العلمي، ط 03، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977، ص 04.

الدراسات الإعلامية لأنه يستخدم في دراسة الظواهر أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن، باعتباره جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة.¹

(8) أداة الدراسة:

أداة جمع البيانات هي الوسيلة التي يجمع بها الباحث بياناته و بحكم اختيارنا للمنهج الوصفي الذي يلاءم دراستنا قمنا بتوظيف تحليل المضمون كأداة نستخدمها و نستعين بها لمعرفة مآل الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعية، من هنا وجب علينا التعريف بهذه الأداة حيث يعرف تحليل المضمون حسب الباحثة " نوال محمد عمر " بأنه تفكيك ما ينتجه القائمون بالاتصال على وسائل الجماهيرية المكتوبة و المسموعة، والمرئية من مضامين اتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية تسمح بكشف الرموز و الصيغ المختلفة و المستخدمة في التعبير عن القيم والأخبار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال.²

بشكل عام يمتاز هذا المنهج باعتماده على الدراسات الميدانية والوثائق والإحصاءات الرسمية ومختلف وسائل الإعلام للوصول إلى المواقف أو الآراء الفعلية للمستهلكين نحو هذه القضية الاستهلاكية أو تلك بدون أي تدخل شخصي أو تحيز.³

¹ . محمد الفاتح الحمدي، سميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019، ص130.

² . أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، 2007، ص251.

³ . محمد عبيدات، وآخرون، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط02، دار وائل للطباعة والنشر، عمان ، 1999، ص49.

9) مجتمع الدراسة:

هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي.¹

يعرف حسب "مالدين قارفين" بأنه دور مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، التي يجب عليها البحث أو التفسير.²
و يتمثل مجتمع بحثنا في 130 خبر من صفحة جريدة الخبر على فايسبوك.

10) مكان وزمان إجراء الدراسة:

تم إجراء الدراسة على عينة من صفحة جريدة الخبر على الفايسبوك، وتم تحديد فترة الدراسة من 2021/06/10 إلى غاية 2021/06/12.

11) عينة الدراسة:

العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا، أو منتظما — المعروف لدى بعض الباحثين — بأسلوب العدد العشوائي، أو تحكيميا قصديا، يشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة. و العينة كلمة مشتقة من الفعل عين الذي يفيد في اللغة العربية معنى خيار الشيء وبذلك إن العينة هي ما تم اختياره من هذا الشيء. وفي البحث العلمي فإن العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما. عدة أفراد مكونة من

¹ .موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص298.

² . موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، ط2، دار القصة الجزائر، 2006، ص62.

مجتمع أخذت منه لتمثله و يتوقف صدق تمثيل العينة للمجتمع على طريقة اختيار العينة وحجمها حيث اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية التي تعتمد على الأسلوب العشوائي القائم في تطبيقه على عامل الصدفة في التعيين عن طريق القرعة، انطلاقاً من توفير الفرص المتساوية للظهور لكل المفردات بمجال السحب (المجتمع الأصلي) وهنا لا بد من الإشارة إلى نقطة هامة تتمثل في أن هذا النوع من العينات يستخدم على مستوى مجتمعات المتجانسة المعروفة المفردات، التي يقوم الباحث بتسجيلها في قوائم معينة ذات ترقيم متسلسل، دون إهمال أو تكرير لأية مفردة له، حتى تسهل عليه عملية الاختيار العشوائي... وعادة ما تستخدم طريقة السحب هذه في حالات المجتمعات الصغيرة الحجم.¹

فالعينة هي قسم أو جزء من مجتمع الدراسة.²

التحديد الاحتمالي: بالنسبة إلى المعاينات الاحتمالية فإن حجم العينة يتحدد وفقاً لقواعد أكثر دقة لأنه يعتمد على تطبيق بعض المعادلات الرياضية، باستلهامنا من هذه المعادلات نستطيع أن نقدم بعض الحدود التطبيقية العامة وذلك حسب العدد الإجمالي لمجتمع البحث المستهدف... أما في المجتمع الذي يقدر ببعض المئات إلى بعض الآلاف من العناصر، فالأفضل هو أخذ مائة عنصر من كل طبقة معدة وأخذ إجمالاً 10% من مجتمع البحث.³

ومنه استقرينا على 39 خبر من أصل 130 من الصفحة الرسمية لجريدة الخبر على الفايبيوك.

¹ . أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص181.

² . رشدي القواسمة، وآخرون، مناهج البحث العلمي، ط1، جامعة القدس المفتوحة، عمان، الأردن، 2012، ص170.

³ . موريس أنجرس، المرجع السابق، ص119.

12) الدراسات المشابهة:

إن الدراسات السابقة أو المشابهة تكتسي أهمية بالغة وتلعب دورا هاما في مساعدة الباحث لما توفره له من قاعدة معرفية تمكنه من تحديد رؤية وتطلعات جديدة حتى لا يكون هناك تشابه في الدراسات بنفس طريقة المعالجة وهي تساعد أيضا في الخطوات المنهجية التي تختلف أساسا حسب كل دراسة، على هذا الأساس يمكننا التطرق إلى بعض الدراسات السابقة والمشابهة التي ارتئينا أنها تخدم وتتاسب بحثنا من جهة باعتبارها تشابه بعض متغيراتها مع متغيرا دراستنا طبعاً في حدود إمكاناتنا البحثية فقد حاولنا قدر المستطاع عرض بعض الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع أو التقرب منه وهي كالاتي:

الدراسة الأولى: لبوكروشة عائشة، (2016-2017)، مستغانم تحت عنوان المصادر الجديدة والصحافة المكتوبة في الجزائر (دراسة تحليلية لمدى استخدام الفايسبوك لدى صحفيي مؤسسة الخبر)، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال - تخصص - اتصال وصحافة مكتوبة، والتي ركزت على واقع استخدام صحفيي مؤسسة الخبر للفايسبوك كمصدر للأخبار، معتمدة في ذلك على المنهج التاريخي وعينة دراستها هي العينة القصدية وتمحورت مشكلة دراستها في:

مدى استخدام الفايسبوك كمصدر للأخبار في مؤسسة الخبر؟

ولقد توصلت إلى النتائج التالية:

ضرورة استخدام الفايسبوك كمصدر للأخبار التي تتحكم فيه عدة دوافع منها المعرفي و المهني لأجل تنويع وتدعيم المصادر الصحفية للحصول على الأخبار الفورية.

التعليق على الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع موضوعنا في دراسة استخدام صحفيي مؤسسة الخبر للفايسبوك أما نقاط الاختلاف فتشمل العينة فهي قد استخدمت العينة القصدية أما نحن فقد استعملنا العينة العشوائية وكذلك المنهج فقد وظفت المنهج التاريخي الذي ساعدها أما نحن فقد اتفقنا على المنهج الوصفي التحليلي نظرا لملائمته موضوع دراستنا.

الدراسة الثانية:

لعوادي حورية وشنان فاطمة (2018/2017)، تحت عنوان اعتماد الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الإعلام والاتصال مستغانم، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال - تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، والتي ركزت على أهمية استخدام الطلبة للفي سيوك كمصدر للأخبار، معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي، بالنسبة لعينة دراستهم هي العينة القصدية أما بالنسبة لإشكالية موضوع دراستهم تمحورت حول:

واقع اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار في جامعة مستغانم؟

وقد توصلوا إلى النتائج التالية:

أهمية موقع الفيسبوك الاتصالية لدى الطلبة للحصول على المعلومات والتزود بالأخبار التي ينشرها ويعتمدون عليها كمصدر للأخبار.

التعليق على الدراسة:

تتداخل هذه الدراسة مع موضوعنا في دراسة الفايسبوك كشبكة من شبكات التواصل الاجتماعي وبالنسبة للمنهج المستخدم في الدراسة هو الوصفي التحليلي، أما التقاطع في العينة فقد اعتمدنا على العينة العشوائية لملائمتها لموضوع دراستهما أما من ناحيتنا فقد انتقينا العينة العشوائية لسلاستها وسهولة استعمالها وترابطها مع موضوع دراستنا.

الدراسة الثالثة:

تحت عنوان " تمثلات استخدامات الصحفيين للشبكات الاجتماعية" أطروحة نيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال للدكتورة بن عمار سعيدة خيرة 2015-2016.

و قد انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التالية:

ما هي تمثلات و استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي وطبقت على عينة قصدية احتوت على 200 مفردة معنية بالاستبيان و 20 مفردة خاصة بالمقابلات تخص الصحفيين الذين يعملون بالصحافة المكتوبة وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية والكشف على التمثلات التي يبينها الصحفي في هذه المواقع.

أوضحت الدراسة أن أغلب الصحفيين الجزائريين لا يعتمدون على مواقع الشبكات الاجتماعية سواء في عملية جمع الأخبار، أو تحقيق السبق الصحفي أو الوصول إلى مصادر المعلومات بل يعتبر نشاطا ثانويا. و يعتبر موقع الفيس بوك أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما حيث يستخدمونه بنسبة 89% من الصحفيين الجزائريين.

التعليق على الدراسة:

لابد هنا التطرق إلى نقاط تشابه هذه الدراسة مع موضوعنا في استخدامات الصحفيين للشبكات الاجتماعية الفاييس بوك بالخصوص ونذكر أيضا نقاط الاختلاف فهي استعملت المنهج الوصفي المسحي أما نحن فقد استعملنا المنهج الوصفي التحليلي كما أنها استعملت العينة القصدية أما نحن فقد استخدمنا العينة العشوائية.

13) صعوبات الدراسة:

لقد واجهتنا بعض الصعوبات في دراستنا هذه من بينها :

- أ- قلة وشح المراجع المتعلقة بموضوع دراستنا.
- ب- الظروف الصحية التي تمر بها البلاد.
- ت- الصعوبة في اختيار وضبط العينة.

إطار النظري

المبحث الأول:

تمهيد

إن الغاية من الصحافة هي جمع الأخبار التي تمس الصالح العام فهي الحجر الأساس في بناء الصحافة القديمة والحديثة و عن هذه المادة تصدر جميع المواد الصحفية الأخرى على اختلافها أي أنها النواة الأولى التي تقوم عليها الصحافة بجميع أشكالها المعروفة كالمقال، والتعريف، والعمود، والتحقيق، والحديث ولولا الخبر ما عرفت هذه الفنون الصحفية التي تشير إليها بمجال ما. فلا يوجد تعريف واحد للخبر، ذلك أن مفهوم الخبر شيء يختلف من عصر إلى عصر فالمفهوم السائد للخبر في القرن التاسع عشر.. غير المفهوم السائد في القرن العشرين بل أن المفهوم السائد للخبر في النصف الأول في القرن العشرين غير ذلك الذي يسود في النصف الثاني منه.

كذلك فإن الخبر في الدول المتقدمة يختلف عن مفهومه في الدول النامية و أيضا فإن مفهوم الخبر في الدول الليبرالية لا يتفق مع مفهومه في الدول الاشتراكية.

معنى ذلك أن تبني مفهوم مطلق للخبر ينسحب على أي زمان أو أي مجتمع.. أمر ينطوي على تبسيط مخل أو تجريد يتجاهل حقيقة التباين في الظروف و التفاصيل.

ولكن صعوبة تقديم تعريف جمع مانع للخبر لا يجب أن تدفعنا إلى تجاهل أهمية تحديد هذا التعريف .. فمثل هذا التجاهل قد يوقعنا في الخلط بين مفهوم الخبر من جهة وبين عناصر الخبر من جهة أخرى أو الخلط بين مفهوم الخبر وعناصره من ناحية وبين أسس تقييم الخبر أو شروط نشره من ناحية ثانية

المطلب الأول: تعريف الخبر وعناصره:

الخبر هو تقرير يصف بدقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته.¹

فأصبح واضحاً أن هناك تصوراً معيناً للخبر. فقد عرف فور تكليف الخبر ونشره عام 1865 بأنه الإثارة والخروج عن المألوف.. فعندما يعرض الكلب رجلاً فهذا ليس بخبر ولكن عندما يعرض الرجل كلباً فهذا هو الخبر ويرى نيل ماكنيل الذي عمل مساعد رئيس التحرير للشؤون الخارجية في صحيفة نيويورك تايمز أن الخبر هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير اهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة وعرف جيرالد جونسون الخبر بأنه وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفي نفسه فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر يتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر.

في حين عرفه ماكندوجل بأنه تقرير عن حادث معين ترى الصحيفة في نشره وسيلة للربح المادي.² كما يعرف الخبر الصحفي أنه تقرير موضوعي ينشر عن حدث ما.³

ويعرفه "الحمامصي" على أنه كل خبر يرى رئيس التحرير أو رئيس قسم الأخبار في جريدة ما أنه جدير بأن يجمع ويطلع وينشر على الناس لحكمة أساسية إلا أن الخبر في مضمونه يهم أكبر مجموعة من الناس ويرون في مادته إما فائدة ذاتية أو توجيهاً هاماً لأداء عمل أساسي أو تكليفاً بواجب معين.⁴

✓ الخبر هو كل شيء يحدث ويهتم به الناس وهو الوقائع الأساسية التي تتعلق بأي حدث أو مناسبة أو فكرة تستحوذ على اهتمام الناس.

¹ محمود منصور هيبية، الخبر الصحفي و تطبيقاته، مركز الإسكندرية للكتاب، 2006، ص14.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2012، ص32.

³ فاروق أبوزيد، فن الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2000، ص172.

⁴ محمود منصور هيبية، المرجع نفسه، ص8.

عناصره:

عناصر الخبر "News Elements" هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر وهي.. خصائص أمكن حصرها -تاريخيا- من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف.. والأخبار التي تودعها محطات الراديو والتلفزيون.

ولا يوجد اتفاق عام حول عدد عناصر الخبر ولا ماهية هذه العناصر بين الذين تناولوا الموضوع بالبحث والدراسة. فقد استقر الدارسين والباحثين على مجموعة من القيم و العناصر التي يتسم بها الخبر من بينها:

1/ التوقيت: هذا العنصر يتضمن جانبين:

أولهما: الجدة أو الحالية: بمعنى أن يكون جديدا، وقيل في تفسير ذلك أن الخبر هو أسرع سلاح تعرضا للتلغف و البوار وأنه يفقد أهميته بمجرد معرفة الناس له.

ومن الناحية الثانية فالجانب الثاني هو ارتباط الحدث بأحداث أخرى تزيد من احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء أو نشره في الصحف وهذا الترابط أو التزامن مع أحداث أخرى يزيد من احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء أو نشره في الصحف.

2/ النخبوية: أصبحت وسائل الإعلام ووكالات الأنباء في العالم ترتكز على النخبة بشكل أساسي، بحيث أصبح النظام الإعلامي الدولي أعلاما نخبويا.

3/ السلبية: أي انه كلما كان الحدث سلبيًا في نتائجه زادت احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء ونشره في الصحف أو إذاعته في وسائل العلام الأخرى هذا يعني أن الأحداث السلبية التي تهدد نظام المجتمع يجب أن تعالج باستمرار وكثافة.¹

¹ . حسني نصير، سناء عبد الرحمان، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، ط2، دار الكتاب الجامعي للنشر، الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص47.

4/ الشخصية: كلما كان الحدث يتعلق بشخص أو أشخاص محددين في المجتمع ازدادت احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء ونشره في الصحف وإذاعته عبر وسائل الإعلام، حيث يركز الصحفيون في تغطية الأنباء على الأشخاص انطلاقاً من قاعدة غريبة تقول أن الأسماء تصنع خبراً، وهذا يجعل معظم الأنباء تدور حول أشخاص معينين.

5/ الصراع: كلما كان الحدث يتعلق بصراع بين فئتين أو أكثر، زادت احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء أو نشره في الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، وقد اعتمد في تبرير وسائل الإعلام الغربية لاستخدام هذه القيمة الخبرية على ادعاء بأن الصراع غريزة بشرية وأن الإنسان دائم الاهتمام بمعرفة ألوان الصراع المختلفة و نتائج هذا الصراع.

6/ الإثارة: يركز الصحفيون في تغطيتهم للأنباء على الأحداث التي تتضمن جوانب مثيرة تجلب انتباه القارئ وهو ما يحدث في بعض الحوادث التي تتعلق بالجرائم.¹

7/ الفائدة أو المصلحة الشخصية أو العامة: يوجد عنصر الفائدة أو المصلحة في الخبر عندما يتضمن الحدث الذي يعرضه الخبر معلومات أو بيانات تمس مصالح عدد كبير من القراء سواء كانت هذه المصالح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية. سواء كانت هذه الأخبار في صالح القراء أو ضدهم.. فخير عن علاوة جديدة لموظفي الحكومة يمكن أن يحتل "مانشيت" الصحيفة.. وهو الأمر الذي يمكن أن يحدث أيضاً في حالة خبر عن زيادة الضرائب أو رفع إيجارات المساكن..؟ ويندرج تحت هذا العنصر أيضاً الأخبار التي تشير إلى اختفاء بعض السلع الحيوية أو ارتفاع الأسعار وغير ذلك من الأخبار التي تمس القارئ في صميم مصالحه.

¹. محمود منصور هيبية، المرجع السابق، ص31ص45.

8/ التوقع أو النتائج: إن جانبا كبيرا من اهمية الخبر الصحفي هو في مدى ما يثيره لدى القارئ من توقع لما ينتج عنه أو يثيره من احتمالات وإيحاءات لدى القارئ أو ما يطرحه في ذهن القارئ من تساؤلات عن نتائج وعواقب هذا الخبر سواء على القارئ نفسه أو على المجتمع الذي يعيش فيه أو الوطن الذي ينتمي إليه.¹

9/ الدقة: الدقة في الخبر تعني ضرورة أن يذكر الخبر الحقيقة الكاملة للحدث أو الواقعة دون حذف يخل بسياقها و يعطيها معنى أو تأثيرا مخالفا للحقيقة أو عكس ما كان يعطيه لو كان قد نشر كاملا أي دقيقا. وعدم الدقة في الأخبار قد يأتي نتيجة السرعة أو الإهمال في الحصول على الخبر وكتابته و التعجيل بنشره دون تحري الدقة الواجبة فالخبر غير الدقيق هو الخبر الناقص سواء جاء عن عمد أو نتيجة الإهمال أو السرعة.

10/ الموضوعية: يقصد بها عدم تحريف الخبر بالحذف أو الإضافة... فالخبر الصحفي لا يجب أن يتلون أو يتغير حسب أهواء الصحيفة أو أهواء المحرر الذي يحصل على الخبر ويكتبه. ويكفي الصحيفة أن في إمكانها أن تحجب الخبر عن القراء من الأصل فتمتنع عن نشره، وهي تستطيع أيضا أن تنشره ثم تعلق عليه بما يوضح وجهة نظر الجريدة في مضمون الخبر سواء كانت تتفق مع المضمون أو تختلف.

11/ سياسة الصحيفة: أكثر الذين كتبوا عن عناصر الخبر في المكتبة العربية يعتبرون سياسة الصحيفة عنصرا من عناصر الخبر وذلك على أساس أنه قد يوجد خبر يتضمن جميع عناصر الخبر أو عددا كبيرا منها.. ولكنه لا ينشر في صحيفة معينة وذلك لأنه يتعارض مع سياسة هذه الصحيفة. ونحن نرى -على عكس ما يذهب إليه أصحاب الرأي السابق- أن سياسة الصحيفة ليست عنصرا من عناصر الخبر وإنما هي شرط من شروط نشره أو أساس من أسس تقويمه أو مع تجاوز صفة من صفاته.

¹ . فاروق أبوزيد، المرجع السابق، ص66، ص68، ص73، ص74.

12/ الضخامة: إن وكالات الأنباء والصحافة ووسائل الإعلام الأخرى تتجاهل آلاف الأحداث الصغيرة، وتهتم دائما بتلك الأحداث الضخمة، وضخامة الحدث لهما جانبان:

أولهما: ضخامة عدد من يمكن أن يهتم به الناس، فكلما ازداد عدد من يتصور حراس البوابات أنهم سيهتمون بالحدث، زادت احتمالات نشره، وهنا يعني أن الكثير من الأحداث التي تهم فئات محدودة من الجماهير لن تحظى بتغطية إعلامية، وهذا يعني حرمان قطاعات كبيرة من الجماهير من حقها في معرفة أحداث معينة من خلال الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى.

أما الجانب الثاني لقيمة الضخامة فهو ضخامة عدد من شملهم الحدث، وهذا يعني أنه كلما ازداد عدد من يشملهم الحدث ازدادت احتمالات بثه عبر وكالات الأنباء او نشره على صفحات الصحف، ويبرز واضحا في تغطية وسائل الإعلام للكوارث الطبيعية والحوادث والحروب والمجاعات وغيرها.

13/ العواطف والاهتمامات الإنسانية: يزداد اهتمام وكالات الأنباء والصحافة ووسائل الإعلام كلما كان الحدث يتضمن إثارة العواطف الإنسانية مثل الحب، الشفقة، الخوف، العطف، الكراهية، أو مثير للغرائز... إذ أن إثارة هذه العواطف و الغرائز يعد من أهم أسس الحدث الدرامي المثير. لكن في الكثير من الأحيان تكون لوسائل الإعلام القدرة على تحويل أحداث معينة لتثير هذه العواطف الإنسانية، بينما هناك أحداث أخرى يمكن أن تكون بذاتها مثيرة للعواطف لكنها لا تحظى بالتغطية الإعلامية الكافية.¹

¹. محمود منصور هيبه، المرجع السابق، ص46، ص47.

المطلب الثاني: أنواع الخبر ومصادره:

هناك عدة أنواع للخبر الصحفي تختلف باختلاف المعيار الذي نقسم به الخبر... ويمكن أن تحدد للخبر

الأنواع التالية:

أولاً: التقسيم الجغرافي للخبر

معيار هذا التقسيم هو مكان وقوع الخبر أو بتعريف أدق موطن الخبر.. وعلى أساس هذا المعيار نجد

نوعين من الأخبار:

أ/ الأخبار الداخلية Home News: وهي الأخبار التي تقع داخل المجتمع التي تصدر فيه الصحيفة.

ب/ الأخبار الخارجية foreign News: وهي الأخبار التي خارج المجتمع الذي يتصدر فيه الصحيفة، وهذا

التقسيم نسبي بالطبع فالخبر يحدث في مصر مثلاً وهو خبر داخل النسبة للصحف الأمريكية والفرنسية

ثانياً: التقسيم الموضوعي للخبر

إن معيار هذا التقسيم هو موضوع الخبر، فهناك الأخبار السياسية وهناك الأخبار الاقتصادية والأخبار

الاجتماعية والأخبار العسكرية والأخبار الرياضية والأخبار الفنية والأخبار الأدبية والأخبار العلمية

وغير ذلك من الأخبار التي تتعدد أنواعها حسب تعدد النشاطات الصحفية.

وهذا التقسيم الموضوعي للخبر يمكن اعتباره مكملاً للتقسيم الأول أي الجغرافي فالخبر السياسي مثلاً يمكن

أن يكون خبراً سياسياً داخلياً أو خبراً سياسياً خارجياً.. وبعض الأخبار قد تكون أخباراً سياسية واقتصادية أو

اجتماعية أو ثقافية في نفس الوقت.¹

ثالثاً: التقسيم الزمني للخبر

وهذا التقسيم يقوم على أساس الوقت الذي يقع فيه للحدث وبالتالي فهو يقسم لنوعين :

¹ . محمود منصور هيبه، المرجع السابق، ص54، ص55.

(أ) أخبار متوقعة: وهي تلك الأخبار التي يعلم المخبر الصحفي بموعد ومكان وقوعها مقدما.

(ب) أخبار غير متوقعة: وهي الأخبار التي لا يعلم المخبر الصحفي عنها شيئا ولا يتوقع حدوثها. أي تلك الأخبار التي تفاجئ الصحف.

إن الأخبار الغير متوقعة هي التي تعيش عليها الصحف الحديثة مثل خبر عن سقوط طائرة أو حدوث زلزال أو وقوع حرب بين دولتين أو استقالة زعيم أو وزير.

ولكن هذا لا ينفي أن كثيرا من الأخبار التي تنشرها بعض الصحف الناجحة قد تكون أخبار متوقعة. فبعض الأخبار المتوقعة تستحق النشر لمجرد تسجيل الحدث...

رابعاً: الخبر الجاهز.. والخبر المبدع:

(أ) الخبر الجاهز: وهو الخبر الذي يحصل عليه الصحفي من خلال ما تنشره المطابع من كتب أو نشرات ومن خلال ما تصدره إدارة العلاقات العامة من بيانات وكتيبات إعلامية وغير ذلك من المطبوعات الإعلامية فمثل ه ذه الأخبار لا يبذل المخبر الصحفي جهدا كبيرا في الحصول عليها وإنما هي ببساطة "جاءته بنفسها إلى داخل المكتب وطلبت أن تطبع..!"

(ب) الخبر المبدع: وهو الخبر الذي يبذل المخبر الصحفي جهدا كبيرا في الحصول عليه واستكماله بالمعلومات الكافية.

وأكثر الصحف فعالية هي التي تهتم بالأخبار المبدعة.. حيث يقوم المخبر الصحفي باكتشاف الحدث والحصول على المعلومات الإضافية المهمة عنه بدلا من أخذ المسألة كلها جاهزة من مصدر خارجي فلأخبار المبدعة باختصار هي الأخبار المستخرجة أو المكتشفة بواسطة المخبر الصحفي.¹

¹ . محمود منصور هيبه، المرجع السابق، ص57.

الخبر السلبي (passive News) : وهو الخبر الجاهز أولاً والمتوقع ثانياً والذي لا يضيف جديداً ثم هو المأخوذ عن مصادر غير حية كالنشرات والكتب والمطبوعات.. فالأخبار السلبية هي الأخبار المأخوذة من مصادر سلبية أو مصادر غير حية ولا يبذل المحرر الصحفي جهداً كبيراً في الحصول عليها.

الخبر الإيجابي Active News : وهو الخبر المبدع أولاً وغير المتوقع ثانياً والذي يضيف جديداً والمأخوذ عن المصادر حية كالتصريحات الهامة لكبار المسؤولين.

الخبر السلبي الإيجابي passive and Active news : وهناك أخبار صحفية تجمع في مضمونها بين صيغة السلبية وصيغة الإيجابية في وقت واحد مثل الأخبار التي تغطي الحفلات والمهرجانات والندوات وجلسات المحاكم والاجتماعات الرسمية والعامّة.. فهذه الأخبار سلبية لأنها تغطي حوادث معروفة مسبقاً بالنسبة للمخبر الصحفي ومعروف مكانها وتاريخها ومن يحضر فيها.. بل إن برنامج أو خطة هذه الأحداث قد تكون معروفة أيضاً للمخبر الصحفي.. لذلك فهي أخبار سلبية ولكن هذه الأخبار تكون إيجابية في الوقت نفسه لأن المخبر الصحفي يذهب بنفسه إلى أماكن إيجابية في الوقت نفسه لأن المخبر الصحفي يذهب بنفسه إلى أماكن وقوع هذه الأحداث ويحصل بنفسه على تفاصيل ما يجري أماكن وقوع هذه الأحداث ويحصل بنفسه على تفاصيل ما يجري بها سواء بإجراء العديد من المقابلات الصحفية أو من خلال وصفه الحدث بنفسه.

الخبر الخفيف.. والخبر الحاد: الأخبار الخفيفة (soft News) : وهي الأخبار التي تثير انتباه القراء وتسليهم مثل أخبار الطرائف وأخبار الرياضة وأخبار نجوم المجتمع والفن والأدب وحوادث التصادم والجرائم.¹

¹ . محمود منصور هيبه، المرجع السابق، ص58، ص60.

*مصادره:

يقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي. وهذا المصدر قد يكون شخصا مثل كبار الشخصيات الرسمية والشعبية أو نجوم الحياة الاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية. وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر.¹

أولاً: المندوب الصحفي: ويسمى أيضا (المخبر) أو (المرسل) الصحفي.

يعد المندوب الصحفي من أهم المصادر الإخبارية التي تميز وكالة أو صحيفة بما يحقق لها من النجاح والسبق الصحفي ويتوقف على جهوده وقدرته على العمل ما يحققه في هذا المجال. وقوة النفوذ للصحيفة ترجع إلى نشاط المندوب الصحفي ومهاراته في اكتساب صداقة الناس وهنا تدخل العلاقات وأهميتها في تحديد علاقات المندوب إضافة إلى نكائه ومقدرته على تحمل مشاق العمل الصحفي يتوقف حصوله على الأخبار وعلى ما لديه من حاسة صحفية ورؤية صحيحة للأحداث المهمة. ومن هنا نجد أن نجاح صحيفة دون غيرها إنما يتوقف على فاعلية مندوبيها في مناطق عملهم.

ثانياً: وكالات الأنباء: تعمل وكالات الأنباء من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم وهي بذلك توفر للصحف كمية كبيرة من الأخبار العالمية ما كانت تستطيع أي صحيفة الحصول عليها بوسائلها الذاتية لأنه لا توجد صحيفة في العالم مهما بلغت قوة إمكاناتها تستطيع أن تغطي جميع مناطق العالم بالمراسلين.²

¹ . فاروق أبوزيد، المرجع السابق، ص101.

² . عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص54.

ثالثا: الإذاعات المحلية والأجنبية: تعد الإذاعات المحلية والأجنبية مصدرا مهما من مصادر الأنباء وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة لإشراف الحكومة وسيطرتها حيث تعبر الإذاعة عن الاتجاهات الرسمية للدولة.

ولأهمية الإذاعات الأجنبية كمصدر للأخبار قامت الوكالات والصحف الكبرى بإنشاء قسم للاستماع يضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة جدا وعن طريقها يتم استقبال وتسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعة في العالم.

رابعا: الصحف المحلية والأجنبية: في أحيان كثيرة تنفرد بعض الصحف أو المجالات المحلية أو الأجنبية بنشر خبر مهم أو وثيقة خطيرة قد تنقلها الصحف الأخرى أو تتوسع فيها وتضيف إليها من مصادرها الخاصة أو انفرادها بإجراء عدد من الأحاديث الصحفية مع الزعماء المحليين أو الأجانب وقد يحوي الحديث تصريحات مهمة ترى بعض الصحف الأخرى نقلها عنها.

خامسا: الإنترنت: وتعد شبكة المعلومات الدولية (العنكبوتية) من أهم مصادر الأخبار أيضا، فالإنترنت الآن أسرع في نشر الأخبار وأكثر انتشارا من وسائل الإعلام الأخرى وربما فاق الإذاعات ومحطات التلفاز لا سيما وأن خدمات الإنترنت أصبحت رخيصة ومتوفرة ومتطورة أيضا.

سادسا: النشرات: للعديد من الوزارات والدوائر الحكومية والشعبية والهيئات الدولية والسفارات والمكاتب الثقافية والصحفية والمحلية والأجنبية نشرات خاصة تصدر دورية أو بشكل غير منتظم تضمنها أخبار الجهة التي تصدر عنها.. وهذه النشرات قد تكون في بعض الحالات مصدرا للعديد من الأخبار الصحفية المهمة.

سابعا: المؤتمرات الصحفية: مصدر للأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين أو مناقشة قضية تهم الرأي العام.¹

¹ . عبدالرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص55.

ثامنا:الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية:هناك العديد من الأخبار التي تحصل عليها الصحف تأتي
الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية ومن الشركات والمؤسسات العامة والخاصة ومن أقسام الشرطة والمحاكم
والنقابات العمالية والمهنية والمستشفيات واستوديوهات الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والفنادق والملاهي
والمطارات ووسائل النقل.

تاسعا: المدونات والمواقع الشخصية: ويمكن الاستفادة من المدونات الشخصية والمواقع الإلكترونية
والمندديات للحصول على المعلومات والأخبار.¹

عاشرا:الدوريات العلمية والثقافية المتخصصة: تزخر المجلات " النوعية " من هذه التي تتحدث إلى
فئة بعينها من القراء، بعشرات الأخبار التي تنشر أحيانا في أبواب إخبارية مستقلة بذاتها، أو تأتي ضمن
سطور مقالة من المقالات، أو دراسة من الدراسات علمية كانت أو أدبية أو فنية أو اقتصادية، أو تتناول
غيرها من الأنشطة.. مجال اهتمام أو تخصص هذه المجلة، وتكون في أغلب الأحوال جديدة على المحرر،
وكذا جديدة على قراء الصحيفة "العامة" لأن كاتبها أو محررها الأول أو الأصلي هو شخص يقف قريبا م
هذا المجال أو الاهتمام، كما قد يكون من علمائه المعدودين أو من المثقفين الذين يملكون أن يقدموا المادة
الإخبارية، في فرع من فروع المعرفة تلك التي يمكن أن تأتي بعائد معقول للصحيفة أو المجلة العامة، ومن
هنا يصح اعتبار مثل هذه الدوريات أو المجلات على أنها من بين تلك المصادر الخارجية والهامة والتي
يسهل الحصول عليها وتوجد بكثرة ملحوظة كما أن بعضها يعتبر جيد الإخراج والطباعة، مما يشجع على
الاستعانة به..

11/ جهاز العلاقات العامة: من أهم الأجهزة التي تمد الصحف والمجلات بنوع معين من الأخبار
المتخصصة ومجال تخصصها هنا هو عمل الوزارة أو المصلحة أو المؤسسة أو الشركة الكبرى، التي تمثلها

¹ . عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص56.

« إدارة العلاقات العامة، أو إدارة الشؤون العامة، أو مكتب الصحافة أو مكتب الإعلام أو المركز الصحفي،¹ وهي أشهر الأسماء التي تطلق على هذا النوع من الأجهزة العاملة في ميدان تعريف الجمهور الخارجي بنشاط الجهاز وإقامة العلاقات الوثيقة معه وحل مشكلاته الاتصالية والسلعية والترويج والدعاية له و للأفكار والقضايا والأعمال التي يمارسها أو يمثلها أو يدعو لها.. ومن أجل التأثير على الرأي العام للحصول على تأييده وتعاونه »

ومن هنا فإن مثل هذه الأجهزة إنما تتعامل - بطريقة أو بأخرى- مع الصحف والمجلات، وباستخدام أكثر المواد الصحفية التي تتناول أعمالها، ومن ثم فهي تبذل الجهد لإقامة الجسور بينها - ممثلة لمؤسستها - وبين الصحافة.. وهكذا نجد مثل هذه الإدارة التي أصبح وجودها ضروريا ولازما بالنسبة لهذه المؤسسات.²

12/ خدمة واشنطن بوست- لوس أنجليس تايمز: تعد خدمة الصحيفتين الأمريكيتين من الخدمات

الصحفية الرائدة في العالم وذلك وفقا لمسح أجرته دورية *American Journalism Review*.

وتقدم هذه الخدمة بالتعاون مع مع كبريات الصحف في العالم لعملائها من الصحف ووسائل الإعلام مقابل اشتراك شهري، الأخبار و التقارير والصور الصحفية والرسوم الجرافيكية ولقطات الفيديو في مجالات الحياة المختلفة. وتبلغ حجم خدمتها اليومية نحو مائة ألف كلمة تضم الأخبار العاجلة والتقارير والتحقيقات والموضوعات الرياضية ومواد التسلية، ويبلغ عدد مراسليها 64 مراسلا في 22 دولة. كما تقدم خدمات صحفية خاصة لمن يطلبها. وتقوم هذه الخدمة بتزويد عملائها بتقاريرها اليومية قبل صدور النسخة الورقية من الصحيفتين و الصحف الأخرى التابعة لهما، بنحو عشر ساعات، وذلك من خلال عدة وسائل مثل البريد الإلكتروني وخدمات الإنترنت والخطوط المؤجرة. وتشمل قائمة عملائها نحو 300 عميلا داخل الولايات

1 . محمود منصور هيبه، المرجع السابق، ص82، ص89.

2 . محمود أدهم، المرجع السابق، ص187، ص188.

المتحدة وعملاء آخرين من الصحف الكبرى في اليابان وأستراليا وألمانيا وكندا والمكسيك وإنجلترا والمملكة العربية السعودية والبرازيل.

13/ خدمة نيويورك تايمز: تستمد هذه الأخيرة أهميتها من أهمية صحيفة نيويورك تايمز التي تعد واحدة من كبريات الصحف العالمية وكان لها دور بارز في وضع المعايير الخاصة بالتغطية الصحفية للشؤون الدولية والسياسة والمالية والرياضة في العالم، ويعمل بها مجموعة من أفضل الصحفيين والمحررين وكتاب الأعمدة والمقالات .

ولدعم الخدمات العديدة التي تقدمها لعملائها فإن خدمة النيويورك تايمز تستعين بعدد من الشركاء يمثلون عددا من أهم الصحف والشبكات الإخبارية في الولايات المتحدة مثل صحيفة بوسطن جلوب The Boston Globe ومجموعة صحف هيرست The Hearst Newspaper وصحيفة لوس أنجليس ديلي نيوز Los Angeles Daily News بالإضافة إلى صحف وشبكات ومجموعات صحفية أخرى.¹

مصادر أخرى:

إن المصادر التي سبق ذكرها ليست وحدها المصادر الإخبارية فهناك مصادر للأخبار تختلف وتتنوع حسب طبيعة كل صحيفة وتخصصها ولونها السياسي وسياستها التحريرية، ومن هذه المصادر: أصدقاء وزملاء ومعاونو الشخصيات البارزة في المجتمع، والحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية والمجالات المتخصصة ، والإعلانات ورسائل القراء وحتى الشائعات تشكل إلهاما للأخبار المثيرة ، وأخيرا فإن الصدفة ، أحيانا تقود الصحفي لقضية خيرية لم تكن تخطر على البال ودون أن يكون قد خطط لهذا الموضوع.²

1 . حسني نصر، سناء عبدالرحمان، المرجع السابق، ص110 ص 112.

2 . عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص56.

المطلب الثالث: كتابة الخبر في الصحافة المكتوبة الورقية

كتابة الخبر أو تحريره مرحلة هامة جدا في حياة الخبر، فهي التي تقوده مباشرة إلى خطوة النشر، وكلما جاءت هذه الخطوة متقنة كلما ازدادت فرص نشر الخبر، ولذلك يجب أن يكون المحرر الصحفي أو المندوب متمكنا من فن الصياغة الصحفية، أي أن يكون قادر على التعبير عن الواقع أو الحدث بأقل الكلمات وفي نفس الوقت دون أن يهمل أي عنصر من عناصر الخبر. وكلما أتقن المندوب الصحفي ذلك كانت أخباره سهلة المراجعة فالكثير من الأخبار قد يتأخر نشره بسبب ضعف فنيات المندوب التحريرية ولغته العربية الركيكة. ولذلك ينبغي أن يتعلم الصحفي المبتدئ قواعد كتابة الأخبار وأن يتدرب عليها باستمرار.

وتتقسم الأخبار من الناحية التحريرية إلى نوعين رئيسيين:

أولاً: الخبر البسيط: يستخدم هذا الشكل عندما يتحدث الخبر عن واقعة واحدة، سواء وردت من مصدر واحد، أو مصادر عدة. ويركز الخبر في هذا الشكل على تفاصيل الواقعة وجزئياتها، وقد يسهب فيه إذا كانت التفاصيل مهمة للقارئ وضرورية للتوضيح والبيان.

وقد يطول الخبر البسيط ليحتل مساحة كبيرة، أو يقصر ليضم فقرة أو فقرتين.

ثانياً: الخبر المركب: يستخدم هذا الشكل عندما يتضمن الخبر عددا من الوقائع والمعلومات المتعلقة بحدث ما، والمختلفة من حيث مصادرها ومكانها وزمانها ولكنها تصب في بوتقة واحدة تظهر فيها هذه الوقائع ليخرج منها خبر متكامل ويغطي الحدث من جميع جوانبه، ويعطي صورة شاملة له.¹

طرق صياغة الخبر: توجد أربع طرق رئيسية لصياغة الخبر، تتنوع حسب معلوماته ومصادره، وكيفية الحصول عليه، ويختار المحرر عادة الطريقة المثلى لصياغة الخبر احتمالا على رؤيته المهنية له، وخبرته

¹.إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص42.

الطويلة وشعوره أن طريقة ما دون غيرها هي الأنسب لهذا الخبر، والأكثر التصاقا به والأسهل وصولا إلى القراء.

وهذه الطرق هي:

طريقة السرد: تعتمد هذه الطريقة على " سرد وقائع الحدث، وتتبع تفاصيله، بحيث يقدم صورة متكاملة للحدث كما وقع بالفعل"، وتعد هذه الطريقة أيسر الطرق الفنية وأسهلها، وغالبا ما يبتدىء المحرر الصحفي طريقه المهني باستخدام هذه الطريقة، ومنها يتدرج إلى الطرق الأخرى.

طريقة الحدث المنقول: تعد هذه الطريقة من أكثر الطرق شيوعا، واستخداما ويحرص المحرر عادة على نقل كلام المسئولين، أو إيراد ما في الوثائق والتقارير بدقة متناهية دون أن يجوز الكلام، أو يغير فيه، ويبدأ خبره عادة بإبراز أهم ما في الخبر من معلومات، ثم يورد بقية المعلومات حسب رؤيته لأهميتها تدريجيا.

طريقة الدمج بين السرد والنقل: تعتمد هذه الطريقة على استخدام الطريقتين السابقتين معا بحيث تدمج طريقة السرد مع طريقة الحديث المنقول، " غير أن هذه الطريقة لفرط تعقيدها، لا تستخدم إلى في حدود ضيقة، وعند ما تتعدد مصادر الخبر، وتتعدد الوقائع الواردة فيه، وتتوسع زوايا تناوله، ومن ثم فإن هذه الطريقة يقتصر استخدامها على الأخبار المركبة، وفي حالات معينة فقط".

طريقة سرد المعلومات: تستخدم هذه الطريقة عند صياغة مادة خبرية تعمد في الأساس على سرد البيانات، والأرقام والمعلومات والحقائق المتعلقة بموضوع ما، من دون أن يركز المحرر في مادته على الأحداث والوقائع والتصريحات.¹

¹ . إسماعيل إبراهيم، المرجع السابق، ص43.

القوالب الفنية للخبر الصحفي: تصاغ الأخبار الصحفية في وكالات الأنباء عادة في قوالب فنية تختلف باختلاف مضمون الخبر والزاوية التي ينظر منها المحرر إليها، ويقصد بالقالب الشكل النهائي الذي يظهر فيه الخبر في الوكالة، من حيث تسلسل الفقرات فيه، وترتيب المعلومات، وكيفية ابتداء الخبر وانتهائه. وتشبه هذه القوالب البناء الفني المتناغم وغير النشاز، مراعاة لظروف القارئ وحرصاً على جذب قراء أكبر عدد مما تتضمنه من أخبار .

ولا يعني هذا بالضرورة إلزام المحرر تحرير الخبر وفق أحد هذه القوالب، فقد يلجأ المحرر إلى إختيار قالب خاص لكل خبر، وقد يختلف هذا القالب من خبر إلى آخر.

وثمة ثلاثة قوالب متعارفة للخبر هي:

1. قالب الهرم المقلوب: يعتبر هذا القالب أقدم نماذج البناء الفني للأخبار وأكثرها سهولة وفائدة كم أنه أكثرها استخداماً، ويعتمد على " تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري للهرم مقلوباً، بحيث ينقلب الخبر إلى جزأين اثنين فقط هما قمة الهرم، وجسم الهرم " ويقصد بقمة الهرم مقدمة الخبر، وبجسمه بقية فقرات الخبر.

ويتميز هذا القالب بتضمن مقدمة أهم معلومة واردة في الخبر، بحيث تبرز هذه المعلومة، ويتلقفها القارئ، ثم تورد التفاصيل الأخرى متدرجة حسب أهميتها، فالتفاصيل الأقل أهمية من المعلومة التي احتوتها المقدمة تأتي في الفقرة الثانية، تليها التفاصيل الأقل منها أهمية... وهكذا إلى نهاية الخبر.

ويجب مراعاة التسلسل المنطق للخبر، وترابط فقراته وجمله، ليخرج بصورة واضحة ومتكاملة دون أن يغلب الحرص على صياغته بهذا القالب على استخدام أسلوب لغوي مشوق وألفاظ معبرة تجذب القارئ من بداية الخبر إلى نهايته.

ويعتمد المحرر إلى قراءة الخبر قراءة متأنية دقيقة قبل صياغته بالشكل النهائي، ثم يبدأ باختيار أهم معلومة في الخبر ويبرزها في المقدمة، ثم يختار التفاصيل الأقل أهمية.¹

ولقد شاع استخدام هذا القالب في معظم الأخبار لعدة أسباب منها أنه يقدم خلاصة المادة الخبرية للقارئ في المقدمة، ويساعد على سرعة اختيار العناوين.. والقصة الخبرية المباشرة أو الواقعية تتناسب مع نموذج الهرم المقلوب إلى حد بعيد.. وكان هذا القالب يسهل عمل القائمين على التحرير عندما يطلب إليهم اختصار الخبر، فكانوا يعمدون إلى حذف فقرته الأخيرة دون أن يؤثر ذلك في صياغة الخبر، إما الآن فإن استخدام الحواسيب في عملية الإخراج الصحفي وضع حدا لهذه العملية إذ يمكن بواسطتها تصغير حجم الخبر أو تكبيره حسب المساحة المخصصة له.

2. قالب الهرم المقلوب المتدرج: يستخدم هذا القالب عند كتابة الأخبار المتضمنة تصريحات أو خطبا أو بيانات صحافية لمسئول أو جهة عامة أو خاصة حيث تكون التصريحات هي العمود الفقري للخبر.. ويتبدئ الخبر في هذا القالب بمقدمة تتضمن أهم معلوماته، ثم تورد الفقرات الأخرى متضمنة التصريحات الأخرى متدرجة حسب أهميته.

3. قالب الهرم المعتدل: يتميز هذا القالب بأنه يقدم خلاصة الخبر وأهم معلوماته في آخر فقرة منه، ويعتمد على تشبيه البناء الفني للخبر " بالبناء المعماري للهرم المعتدل، بحيث ينقسم الخبر إلى ثلاثة أجزاء.²

¹ . إسماعيل إبراهيم، المرجع السابق، ص46.

² . إسماعيل إبراهيم، المرجع السابق، ص47.

خلاصة

من خلال هذا المبحث وما تم التطرق إليه يمكننا أن نستنتج ونستخلص أن كتابة الخبر الصحفي في الصحافة المكتوبة يعتمد وبنسبة كبيرة على إتقان الصحفي لخطوات وفنيات التحرير وصياغة الأخبار من خلال التطرق لعناصر، أنواع ومصادر الخبر والتي تتطلب منه إبداعا يوصله إلى تحرير جيد.

المبحث الثاني: أشكال الخبر وتحريه من خلال مواقع الصحافة الإلكترونية.

تمهيد

لعل من أبرز معالم التطور الذي شاهدهته الصحافة المطبوعة مستفيدة في ذلك من تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا الاتصال الشبكي، ظهور ما يسمى الصحافة الإلكترونية Electronic Newspaper في إشارة إلى الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت.

المطلب الأول: الخبر الإلكتروني:

الخبر الصحفي لقي تطور مثله مثل باقي القوالب الفنية التي شهدت تطورا وأكثر تفاعلا .. فالخبر الإلكتروني يشير إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية ومواقع المحطات الإذاعية والتلفزيونية والمواقع الإخبارية المختلفة على الشبكة على مدار الساعة، وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكن إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث وتزود شأنها شأن الأخبار الصحفية والتلفزيونية بالصور والخلفيات بالإضافة إلى ربطها بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات.

ورغم الأصول الصحفية والإذاعية للأخبار الإلكترونية على أساس أن غالبيتها مستمد من الصحف الورقية ونشرات الإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء.¹ إلا أنها تتميز عن نظيرتها الصحفية والإذاعية بما يلي:

1 - تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطوقة والصورة المتحركة كما هو الحال في الخبر الإذاعي والتلفزيوني.

2- تعدد المصادر وتنوعها، إذ لا يكون المستخدم مكرها كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية على التعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبو الصحيفة والمحطة وتعكس وجهة

¹ . حسني نصر، سناء عبد الرحمان، المرجع السابق، ص28، ص30، ص31، ص32.

نظرهم وتقديرهم الشخصي للأحداث، ويستطيع التنقل بين المواقع للتعرض إلى مختلف الروايات في الحدث الواحد.

3- التحديث المستمر للأخبار على مدار الساعة.

4- البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو في شبكة الويب.

5- سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال نظام التصنيف الإلكتروني (خريطة الموقع) المستخدم في مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.

6- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع أو في المواقع الأخرى والتي تقدم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والأشخاص والأماكن الواردة في الخبر.

7- إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم من خلال الاشتراك في خدمة النشرات الإلكترونية التي تقدمها غالبية المواقع الإخبارية لمتصفحها.

المطلب الثاني: كتابة الخبر الإلكتروني

فرضت الصحافة الإلكترونية واقعا مهنيا جديدا فيما يتعلق بالصحفيين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملما بالإمكانيات التقنية أو بشروط الكتابة بالإنترنت وللصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره أيضا عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها التي تفرضهن اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها. ويبدو أن الافتقار إلى أشخاص لديهم مهارات خاصة بالصحافة الإلكترونية قد بات واقعا فرضته سرعة انتشار هذه الصحافة التي لم تتمكن من مواكبة هذه السرعة فيما يتعلق بإعداد كادر مؤهل للعمل فيها والكتابة لها بطريقة صحيحة ومتكاملة وهو أحد ثغرات الصحافة الإلكترونية اليوم.¹

¹. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص171.

استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تحدث انقلابا ليس فقط في نوعية المادة الصحفية وفي سرعة تناقل الخبر، ولكن أيضا في صياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره وذلك من خلال التركيز والاختصار، والذين هما السيمة المميزة للخبر على الانترنت فاستخدام الجمل القصيرة في صياغة الخبر ضروري لأن قارئ الانترنت يريد الانتهاء من القراءة بسرعة ولا وقت لديه للجمل الطويلة، وليس معنى الاختصار والتركيز أن الخبر لا يريد التفاصيل بل على العكس فقد يعطي الخبر على الانترنت تفاصيل كثيرة جدا، ولها علاقة بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة ولكن يتم هذا على الانترنت من خلال الروابط أسفل الخبر والتي يفتحها ويقرأها من يريد الاستزادة بالمعلومات. وهناك أهمية للصورة الموضوعية، ومع وجود صور كثيرة يتم وضع صورة واحدة معبرة ويتم وضع باقي الصور في رابط مستقل، خاصة أن الصور تأخذ وقت طويل في التحمل كم أن هناك إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتضيف خدمة إذاعية، وأحيانا بثا حيا للأحداث مثل الفضائيات.¹

فبالرغم من أن هناك قواسم مشتركة تربط بين قوالب المادة التحريرية غي الصحيفة الإلكترونية على شبكة الانترنت والقوالب التحريرية في الصحيفة التقليدية حيث يقوم المحرر الصحفي بصياغة الخبر، ومعالجة النص في الأشكال، والقوالب الصحفية المناسبة، لتحويل الوقائع والأحداث والآراء، والأفكار من إطار التصور الذهني إلى لغة مكتوبة أو مسموعة أو مرئية يفهمها المستخدم أو القارئ العادي، إلا أن التحديات التي يواجهها التحرير الصحفي في عصر الانترنت فرضت على الصحف الإلكترونية واقعا جديدا أجبرها على البحث عن قوالب تحريرية جديدة تتلاءم مع تحرير الأخبار وموضوعات الصحيفة الإلكترونية تميزها

¹ . مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص172.

عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى. وقد جاءت شبكة الويب بحلول متكاملة لكافة النواحي التحريرية في الصحافة الإلكترونية كما أشارت منار رزق لأثنين منها هما¹:

أ- الدمج ما بين الكتابة، والتحرير، والتصميم: هذا التصور الجديد يشير إلى عملية الدمج ما بين الكتابة والتحرير والتصميم كضرورة قصوى لإنتاج المواد الإعلامية على شبكة الانترنت. وكلما ازدادت درجة التكهن والاندماج بين هذه العناصر أو الوظائف الثلاثة السابقة كلما ساعد ذلك في الحصول على إصدارات مبتكرة ومتميزة.

ب- الكتابة الإجرائية Procédural Authorship: يشير هذا التصور بحسب رأي منار رزق إلى مفهوم الكتابة الإجرائية وهو مفهوم جديد للكتابة، وبناء المعلومات في بيئة استخدام الحاسب الآلي يتطلب من الكاتب مهارة التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصره ومفرداته بشكل كبير ومهارة ربط هذه العناصر، والجمع بينها لتكوين قصة أو شكل جديد للكتابة ليستفيد من خصائص الإعلام الرقمي. وهناك جوانب تحريرية أخرى أفرزها التطور المستمر في شبكة الويب، وقد تميزت بها صحافة الانترنت عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى نذكر منها ما يلي:

1- **توظيف تقنية الوسائط الفائقة Hypermédia**: يتوازي مفهوم النص الفائق مع مفهوم الوسائط الإعلامية الفائقة وهو نظام يوفر للمحرر فرصة التعبير عن المعلومات بأشكال مختلفة تشمل النص، والصوت، والحركة، وتتميز الوسائط الفائقة بسمة (التفاعلية)، فالقارئ لا بد وأن يبحث عن مفاتيح الكلمات، أو العلاقات الخاصة بها من خلال حشد المعلومات.

ويفرق البعض بين مصطلح الوسائط الفائقة وبين مصطلح الوسائط المتعددة في أن الوسائط المتعددة ليست بالضرورة أن تكون تفاعلية على الرغم من أن بعض من منتجاتها تصمم لكي تحقق نوعاً من المشاركة من

¹ . الحاج علي آدم علي، استخدامات التيبوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية، جامعة غرب كردفان كلية الإعلام، السودان، 23 نوفمبر 2015، ص 37.

جانب المتلقي (الإيجابي) في حين أن البعض الآخر يوجه إلى المتلقي السلبي وفي مقابل ذلك نجد أن الوسائط الإعلامية الفائقة تتطلب دائما نوعا من المشاركة من جانب المتلقي.

وتعتبر الوسائط الفائقة تطورا للوسائط المتعددة لأنها تقدم وسائط أغنى، وبدائل أكثر، ولتوضيح مفهوم الوسائط الفائقة يجب البدء من نقطة النص الفائق الذي يتيح التجوال عبر شبكة الانترنت عبر وصلات تحيل المستخدم إلى صفحات، أو وثائق أو مواقع أخرى،¹ أما الوسائط الفائقة فتحتوي أيضا على وصلات تتيح للمستخدم التجول ليس عبر الكلمات فقط بل عبر الصور أو الموسيقى أو الفيديو أيضا عن طريق وصلات سبق وضعها فيما بين هذه الوسائط فعند النقر من جانب المستخدم على الروابط ينتقل إلى وسائط أخرى مرتبطة بها ليتم تقديم نفس المحتوى بأكثر من وسيط . ويترتب على استخدام كل الوسائط المتعددة، والوسائط الفائقة في إطار عملية التحرير الإلكتروني في الصحيفة الإلكترونية تحول شديد الأهمية فيما يتعلق بعمل المحرر الصحفي. فبعد أن كان المحرر في الصحيفة المطبوعة يعتمد على أداتين تعبيريتين هما: النصوص المكتوبة والصور الثابتة ، فإن المحرر في الصحيفة الإلكترونية بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى هاتين الأداتين على التعبير بالصوت، والصورة المتحركة، وبالتالي فإن أسلوبه في الاعتماد على الكلمات في نقل الحدث أو المضمون الذي تحمله المادة الصحفية يتطلب إعادة نظر، ففي وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعي نقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذي كان يستخدم في الصحافة المطبوعة.

2- استخدام الوسائط المتعددة: هي نسيج من النص، والجرافيك والصوت والرسوم المتحركة والفيديو وعند إضافة التفاعلية إلى المشروع تصبح الوسائط المتعددة تفاعلية وعند إضافة طريقة التجوال داخل المشروع يصبح مشروع للوسائط الفائقة وتشتمل الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية على مجموعة مكونات منها:

¹ . الحاج علي آدم علي، المرجع السابق، ص38.

أ- النصوص اللغوية **Texte**: يعد النص أكثر الوسائط استخداما في الصحيفة الإلكترونية ويتكون من الكلمات، والأرقام والرموز وعلامات الترقيم. وفي أي تصميم للوسائط المتعددة لابد من استخدام النص المكتوب إضافة نص مسموع أو صور لا يشكل بديل للنص المكتوب بل تتكامل معه في إيصال المعاني.

ب- الصوت **Sound**: قد يكون الصوت من أكثر مكونات الوسائط المتعددة استخداما وهو عبارة عن أحاديث بأي لغة أو موسيقا أو نبرات صوتية كالمؤثرات الخاصة، واستخدام الصوت يجعل عروض الوسائط المتعددة عرضا فعالة.¹

ت- الرسوم الخطية **Graphies**: هي تعبيرات تكوينية بالخطوط، والأشكال تظهر في صورة مجسمات بيانية خطية، أو دائرية أو بالأعمدة، أو بالرسومات المظللة والملونة. وقد تكون خرائط مسارية تتبعية أو رسوم توضيحية أو لوحات زمنية .. وتخزن بحيث يمكن تعديلها واسترجاعها.

ث- الصور الثابتة: **Still images**: وهي لقطة فوتوغرافية ساكنة للأشكال حقيقية يمكن عرضها لأي فترة زمنية. وتوضع الصور الثابتة في الكومبيوتر غما لعرض الصور الفوتوغرافية أو عرض الصور المرسومة والتي تتطلب تفصيلات معقدة. والصورة، سواء أكانت واقعية أو غير واقعية تتألف من مكونين يمثلان محتواها التقني والموضوعي هما:

* عناصر الصورة: وهي السمات المرئية في الصورة مثل: الشكل واللون والخط والملمس والمساحة وغيرها.

* ما يشعر به المستخدم دون أن يكون ملموسا: مثل الاتزان البعد والنظام والإيقاع.

ج- الرسوم المتحركة: **Animation**: يمكن استخدام الكومبيوتر في إنتاج الرسوم المتحركة باستخدام نفس الأسلوب التقليدي، فيتم في البداية رسم الشكل الأولي وتعديله وتكوينه باستخدام خصائص، أو أدوات الرسوم في الكومبيوتر.

¹ . الحاج علي آدم علي، المرجع السابق، ص39، ص40.

ح- **الصور المتحركة: Motion Picture**: وتظهر في صورة لقطات فيلمية متحركة سجلت بطريقة رقمية وتتعدد مصادر هذا النوع من الصور لتشمل كاميرا الفيديو، وعروض التلفزيون والأفلام السينمائية وأسطوانات الفيديو عن طريق مشغلاتها وهذه اللقطات يمكن إصراعها وإبطائها وإيقافها وإرجاعها .

خ- **صور الفيديو: Full Motion Picture vidéo**: ويقوم عرضها ضمن عروض الوسائط المتعددة على نظام تسجيل ونقل المعلومات لعرضها بطريقة تحويل الصور البصرية إلى إشارات كهربائية تناظرية تم تحويلها على إشارات رقمية لتعامل معها من خلال الكمبيوتر، ويمكن إذاعتها في نفس الوقت أو بعد تسجيلها على شريط الفيديو ليصبح من السهل مشاهدتها باستخدام موجات عالية ترد.. وفي الوقت الحالي يمكن نقل صورة حية من الفيديو إلى شاشات الكمبيوتر ودمجها ضمن برامج الوسائط المتعددة.

د- **الحقيقة الافتراضية: Virtual Reality**: والتي تتجسد ضمن عروض الوسائط المتعددة في إظهار الأشياء الثابتة والمتحركة كأنها في عالمها الحقيقي من حيث تجسيدها وحركتها والإحساس بها

ذ- **التحديث المستمر**: يعتبر تجديد الأخبار والمواد المنشورة على الصحف الإلكترونية، أو ما يعرف اصطلاحاً بالتحديث المستمر من أهم الخصائص التي منحها شبكة الويب للصحافة الإلكترونية، وهذه الخاصية أصبحت سمة بارزة تميزها عن الصحف الورقية التقليدية، حيث تستطيع الأولى ملاحقة تطورات الأحداث لحظة بلحظة، ونشرها في حينها بعكس الأخرى التي تنتظر لليوم التالي حتى تتمكن من نشر تطورات الأحداث أو اصدار ملحق لتغطية ما يستجد من أخبار جديدة، وبالطبع أن الملاحق أي كان نوعها، أو حجمها فهي تعتبر عبء إضافي للصحيفة من الناحية الإدارية والمالية، والفنية عكس الصحف الإلكترونية التي بإمكانها أن تصدر على مدار الساعة دون أن تضيف أي تكاليف مالية ثمنا للصدور.

والتحديث المستمر للمضمون المقدم في مواقع الصحف الإلكترونية على فترات متقاربة كما يراه ماجد تريان فإنه (أحيانا يكون بحسب ما يستجد من أحداث في وقت الحدث نفسه تبعا للتطورات. مع سرعة التعديل،

وتجديد الخبر الإلكتروني. وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع الإلكتروني).¹

1- تجاوز محدودية المساحة: في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية مساحات التخزين الهائلة التي كسرت كل القيود التي تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، خاصة وأن النص الفائق، والروابط النشطة أتاحت المجال أمام تلك الصحف لتكوين نسيج متنوع، وتفرعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات. (وقد عرض جوناثان عدة أشكال تمثل الاتجاهات الشائعة لتقديم المواد الإخبارية في الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت موضحاً أن أكثر الجوانب التنظيمية استفادت من النشر الفوري ما يتعلق بعدم وجود حواجز على المساحة التي يمكن نشر المادة فيها فوراً ذلك حيث لا يوجد فرق في تكلفة نشر 5000 كلمة أو 50 كلمة ما دام تم وضع الهيكل، أو البنية الأساسية للموقع فإن عدد صفحاته لا يشكل فرقا في التكلفة الأساسية).

2- التشاركية: أتاحت الصحافة الإلكترونية أمكانية مشاركة القارئ في عملية التحرير مباشرة من خلال التعليقات التي توفرها الصحف الإلكترونية للقراء، بحيث تمكن المشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع، ويقوم بالنشر في اللحظة ذاتها. ومن هنا ظهر مصطلح وسائط الإعلام التشاركية، وهو يرمز إلى وسائط التواصل الاجتماعي التي تستمد قيمتها وقوتها من المشاركة الفعالة للكثير من الناس. وصحافة المواطن أو ما يعرف هنا في السودان ب (المواطن الصحفي) بدأت في الانتشار بوتيرة متصاعدة مستفيدة من ميزات، وخصائص التواصل الفعال التي وفرها الويب خاصة في جيل ما بعد التفاعلية.² (ومع تطور هذه الممارسات، بدأت صحافة المواطن تأخذ حصتها من النقاشات والأبحاث في البلدان المتقدمة على

¹ . الحاج علي آدم علي، المرجع السابق، ص41.

² . الحاج علي آدم علي، المرجع السابق، ص42.

المستوى الإعلامي. وقد كان ولا زال يشار إلى هذه الظاهرة الإعلامية باستعمال مصطلحات متنوعة من قبيل الصحافة التشاركية والإعلام مفتوح المصادر والإعلام الديمقراطي وصحافة الشارع والإعلام البديل والصحافة الشعبية، إلى غير ذلك من التسميات والمصطلحات التي كانت قد طورت من طرف الباحثين والمنظرين لهذه الظاهرة الإعلامية).¹

المطلب الثاني: التحرير للمواقع الخيرية

لابد أن نقر من البداية أن الصحافة الإلكترونية كغيرها من وسائل الاتصال الحديثة المتطورة لم تتبلور بعد، لكن هذا لا يمنع من وجود معايير وقواعد أصبحت ثابتة يمكن الاسترشاد بها عند الحديث عن الصحافة الإلكترونية. ولا شك أن الصحافة الإلكترونية أحدثت انقلابا في عالم الصحافة والإعلام بشكل عام لأنها جمعت بين كل مميزات ووسائل الإعلام نص وصورة وجعلت القارئ يستخدم حواس السمع والبصر وخلقت معه علاقة حميمة وجعلته طرفا مشاركا في العملية الإعلامية من خلال التعليق وإبداء الرأي فيما تنشره. لقد كانت شبكة الانترنت الثورة التكنولوجية الهائلة التي أعطت للإنسان ما لم يمكن يحلم به في عالم الاتصالات، فلا يقف في طريقها زمان ولا مكان ولا أي عائق أمني. وهذا مما أعطى فرصة لظهور الصحافة الإلكترونية التي فرضت نفسها في العالم كنتيجة حتمية لكل التطورات الأخرى.²

- أشارت دراسة لشبكة MSNBC الأمريكية في عام 1998 أن أكثر من 20 مليونا من مستخدمي الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية يمثلون نصف مستخدمي الشبكة يدخلون بانتظام إلى مواقع الصحف والإذاعات لقراءة الأخبار . وتجذب بعض المواقع الشهيرة ما بين 100 إلى 200 ألف مستخدم يوميا. وتأتي في مقدمة المواقع الإخبارية الأكثر استخداما على الشبكة موقع صحيفة USA TODAY التي يدخل إلى

¹ . الحاج علي آدم علي، المرجع السابق، ص42.

² . خديجة بن بلخير، كلثوم موسى، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، دراسة تحليلية لصحيفة الشروق أون لاين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة مكتوبة والإلكترونية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد دراية، إدرار، 2018/2019، ص36، ص37.

موقعها يوميا نحو 920 ألف شخص مستخدم يمثلون أكثر من نصف توزيع الصحيفة الورقية. ويرجع هذا الاستخدام الواسع لمواقع الصحف والإذاعات على الشبكة إلى كمية الأخبار العاجلة التي تنشر على المواقع قبل نشرها في الصحف والإذاعات مثل التقرير الذي نشره Matt Drude عن مونيكا لوينسكي والرئيس كلينتون.¹

المطلب الثالث: الخبر من خلال منصات التواصل الاجتماعي:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، الأمر الذي جعل أفراد المجتمع (كبارا وصغارا) يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتمامهم واستنزف الكثير من أوقاتهم. ومن بين أبرز تلك الاهتمامات هي شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، وكان لهذا العالم أثره الكبير على الهوية الاجتماعية والوطنية، وعلى الترابط الاجتماعي داخل المجتمع الواحد، علاوة على أثره في العلاقات السياسية والاقتصادية، وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة. ولاسيما بعد أن برزت شبكات التواصل الاجتماعي كأحد أبرز المصادر في إمداد الإنسان بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات، مساهمة في ذلك في تشكيل وعيه وبإعداده ليكون أكثر قدرة على التأثير في الآخرين، فضلا عن تميز هذه الشبكات بعدة مميزات منها: التشاركية، والتفاعلية، والحضور الدائم غير المادي.

وبناء على ذلك يمكن عد شبكات التواصل الاجتماعي رافدا أساسيا في تعزيز الديمقراطية، أو في زعزعة الامن والاستقرار نتيجة لقدرتها على التأثير في تشكيل الرأي العام.²

¹ . حسني نصر، سناء عبد الرحمان، المرجع السابق، ص291،290.

² . خديجة الرحية، الإجازة في الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص47، ص51.

وتؤدي هذه الشبكات أدوارا عديدة، أهمها سياسية وإعلامية واجتماعية وثقافية ...، في حياة الأفراد على مختلف ثقافتهم على الصعيد المحلي، الإقليمي العالمي، نظرا لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، حتى أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه أو صفحات له على هذه الشبكات بسهولة ويسر... من هنا يمكننا القول: إن ميزات شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى مثل: الفيسبوك، وتويتر، والمدونات الشخصية قد جعلت منها قنوات بالغة التأثير أتاحت للشعوب فرصا لم يعهدها، أو يألفوها من قبل في التعبير عن آرائهم وتنظيم صفوفهم للثورة، ليس فقط على الأنظمة المستبدة ولكن أيضا على قضايا أخرى تمس حياتهم.

وقد تعددت أشكال صحافة المواطن الموجودة حاليا، وهي تتطور بشكل دائم وكبير، مما يجعلها تنافس الأشكال التي سبقتها إلى الظهور حتى أنها باتت تنافس وسائل الإعلام التقليدية، وأبرز هذه الأشكال:

***المدونات الإلكترونية (les blogs):** هي مواقع يمتلكها أفراد (غالبا)، ومؤسسات، وجماعات تتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة يقترب معظمها للأسلوب الصحفي، فهي تحاول دائما إيجاد سبق صحفي، والكتابة في المواضيع و القضايا المثيرة للجدل، وهذا بفضل الحرية المطلقة وانعدام الرقابة، مما جعل البعض يسميها بالسلطة الخامسة ويتم فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكل ترتيبى كرونولوجي، ويمكن للقراء و المستخدمين التعليق عليها.

***وسائل الإعلام الاجتماعية: (sociale média)** تسمى كذلك الشبكات الاجتماعية، ومواقع التشبيك الاجتماعي وهي عبارة عن مواقع تستخدم من طرف الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي، وإقامة العلاقات والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة. حيث يمكن للمستخدم أن ينشئ صفحته الخاصة، وينشر فيها سيرته وصورته ومعلوماته الخاصة، ويكتب مقالات ونصوص، وينشر تسجيلات فيديو ومن أشهر هذه المواقع (Twitter, Facebook, Myspace).

*مواقع بث الفيديو: هي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة أو مرئية ويمكن تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدة مواقع مشهورة جدا لدرجة أنها أصبحت تبث مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ونذكر منها YouTube وماي فيديو My vidéo¹.

*المواقع الاخبارية التساهمية: هي مواقع شبيهة جدا بالصحف الاخبارية، ولك يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون، وناشطون حقوقيون، وهواة لمهنة الصحافة، ومن أشهرها موقع ohmynews الكوري.

مواقع التحرير الجماعي participatorysites: هي مواقع تعتمد على برمجيات Wiki التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي يتيح إمكانية التعديل والتنقيح، وأشهرها موقع ويكيبيديا².

خلاصة

يمكن القول من خلال ما تطرقنا إليه أن شبكت الانترنت وباعتبارها ثورة تكنولوجية هائلة أعطت للإنسان مالا يحلم به في عالم الاتصالات فلا حدود تقف أمام بروز الخبر الصحفي واعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أهم نقطة بارزة في انتشار الخبر بحكم أن مواقع التواصل رقم واحد في هذا العصر من ناحية التصفح.

1 . خديجة الرحية، المرجع السابق، ص13 ص14.

2 . خديجة الرحية، المرجع السابق، ص14.

إطار التطبيق

تمهيد

تعد جريدة الخبر في الفايسبوك جوهرًا من أعمق الصفحات الإخبارية التي أسست في 4 يناير 2011 بمتابعة تفوق 3 ملايين متابع، وهي تتناول كم هائل من الأخبار يوميًا تصل إلى آلاف الأخبار، وعليه فإن الواقع العملي يفرض أن تكون وحدة التحليل هي المدة الزمنية من 2021/06/10 إلى 2021/06/12 لمزامنتها لحدث سياسي مهم في الجزائر المتمثل في الانتخابات التشريعية لنواب المجلس الشعبي الوطني وقد تناولناها بالاتفاق مع الأستاذة المشرفة، بالرغم من وجود صعوبة في اختيار وتحديد عينة الدراسة فبعد أخذ ورد استقرينا على اختيار العينة العشوائية بسحب 39 خبر من مجموع 130 بعملية اختزالية وفق قانون معمول به كنا قد أشرنا إليه في الجانب المنهجي حيث طبقنا نسبة 10% من الأخبار في كل يوم من الأيام الثلاثة.

الجدول رقم (1): يوضح فئات الموضوع:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
%100		فئة الموضوع
%38,46	15	سياسي
%15,38	06	اقتصادي
%2,56	01	ثقافي
%28,21	11	رياضي
%10,26	04	صحي
%5,13	02	أمني
%100	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الأخبار السياسية قد تصدرت معدل الأخبار بنسبة بلغت 38,46% بمعدل 15 خبر من مجموع 39 خبر، أمر طبيعي نظرا لمواكبة هذه الفترة لحدث سياسي مهم المتمثل في انتخابات البرلمان، تليها الأخبار الرياضية بنسبة بلغت 28,61% بمعدل 11 خبر من المجموع الكلي ذلك راجع لمزامنة هذه الفترة مباريات ودية للمنتخب الوطني، المركز الثالث كان من نصيب المجال الاقتصادي بنسبة بلغت 15,38% بمعدل 06 أخبار من المجموع الكلي، ذلك راجع لتذبذب الاقتصاد العالمي بسبب الأزمة الصحية، المرتبة الرابعة كانت للمجال الصحي بنسبة بلغت 10,26% بمعدل 04 أخبار من المجموع الكلي، كلها تتمحور حول جائحة كورونا، خامسا المجال الأمني نسبة الأخبار فيه بلغت 5,13% بمعدل 02 من المجموع الكلي، وفي الأخير المجال الثقافي

الإطار التطبيقي

بنسبة بلغت 02,56% بمعدل خبر واحد من المجموع الكلي نظرا لاهتمام صفحة الجريدة بالحدث السياسي .

الجدول رقم (2): يوضح فئات المصدر:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
100%		فئة المصدر
79,48%	31	داخلي
20,51%	08	خارجي
100%	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة الأخبار مصدرها كان داخلي بنسبة مئوية كبيرة بلغت 79,48% بمعدل 31 من المجموع الكلي، لأنها شأن وحدث داخلي متمثل في انتخابات 12 جوان 2021 ثم تلتها فئة الأخبار الخارجية بنسبة مئوية بلغت 20,51% بمعدل 08 من المجموع الكلي بحيث أن مصادر بعض الأخبار يكون من وكالات دولية خارجية.

الجدول رقم (3): يوضح فئات الجمهور المستهدف:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
100%		فئة الجمهور المستهدف
84,61%	33	عام
15,38%	06	خاص
100%	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الجمهور المستهدف كان الجمهور العام حيث بلغت النسبة المئوية لهذه الفئة 84,61% بمعدل 33 من المجموع الكلي، وهذا راجع للحدث السياسي الذي يمس جميع شرائح وطبقات المجتمع، أما فئة الجمهور الخاص بلغت نسبته 15,83% بمعدل 06 من المجموع الكلي للأخبار، أمر عادي بالنظر لوجود فئات وطبقات في المجتمع.

الجدول رقم (4): يوضح فئة الفاعلين:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
100%		فئة الفاعلين
35,89%	14	مواطنين
28,20%	11	سياسيين
25,64%	10	رياضيين
10,25%	04	اقتصاديين
100%	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن فئة المواطنين تصدرت هذه الفئات بنسبة مئوية بلغت 35,89% بمعدل 14 من المجموع الكلي ذلك راجع لتفاعل المواطنين مع هذا الحدث واستجابتهم بالتصويت، أما فئة السياسيين فقد بلغت نسبتها المئوية 28,20% بمعدل 11 من المجموع الكلي لبروز الناشطين السياسيين وقيامهم بالحملات، أما فئة الرياضيين بلغت نسبتها المئوية 25,64% بمعدل 10 من المجموع الكلي

الإطار التطبيقي

لتزامها مع نشاط رياضي ألا وهو مباريات المنتخب الوطني، أما فئة الفاعلين الاقتصاديين بلغت نسبتها المئوية 10,25% بمعدل 04 من المجموع الكلي بسبب المستجبات الاقتصادية يوميا.

الجدول رقم(5): يوضح فئات نطاق البث:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
100%		فئة نطاق البث
20,51%	08	دولي
48,71%	19	وطني
25,64%	10	محلي
5,12%	02	إقليمي
100%	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة نطاق البث الوطني احتلت المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت بـ 48,71% بمعدل 19 من المجموع الكلي نظرا لكون جريدة الخبر جريدة وطنية رسمية، يليها نطاق البث المحلي بنسبة مئوية بلغت 25,64% بمعدل 10 من المجموع الكلي هذا راجع لكون الجريدة تنشط محليا بتغطيتها للأخبار في بعض ولايات الوطن، بتطرق الجريدة للنسبة المرتفعة للتصويت في ولاية الأغواط نطاق البث الدولي بلغت نسبته المئوية 20,51% بمعدل 08 من المجموع الكلي، ذلك لمتابعة الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج لبعض الأمور والأحداث داخل الوطن، في الأخير نجد نطاق البث الإقليمي الذي بلغت نسبته المئوية 05,12% بمعدل 02 من المجموع الكلي ذلك لوجود علاقات تربط

الجزائر بدول الجوار كمثال خبر سفريه الخضر لتونس من أجل المباراة الودية التي تجمعهم بنسور قرطاج.

فئات كيف قيل:

الجدول رقم (6): فئات المدة الزمنية:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
%100		فئة المدة الزمنية
%100	09	الفيديو
%100	09	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الفيديو الأول كان بعنوان زوجة نبيل حماني لاعب دولي سابق تتحدث فيه عن أحداث وملابس قضية وفاته حيث قدرت مدته الزمنية ب 5 دقائق و6 ثواني، فالفيديو الثاني تحت عنوان مديرية الشباب والرياضة سكيكدة و تنظيم هذه المديرية لليوم العالمي للرياضة بمدة زمنية قدرت ب4 دقائق و50 ثانية، أما الفيديو الثالث كان بعنوان لاعبو البرج يقاطعون التدريبات من خلا الفيديو ظهر أن المستحقات المالية العالقة دفعت بلاعبي البرج لمقاطعة التدريبات واحتجاجهم بطريقة غريبة بتعليق أقمصتهم بالعارضة الأفقية، الفيديو الرابع كان بعنوان الانتخابات في ولاية الأغواط الذي كانت مدته الزمنية 4 دقائق و27 ثانية، الفيديو الخامس كان بعنوان والي الطارف وهو يدلي بصوته في صناديق الإقتراع مدة الفيديو كانت 3 دقائق و34 ثانية، الفيديو السادس مدته الزمنية 2 دقائق و36 ثانية، الفيديو السابع بعنوان التزوير في ولاية باتنة بالضبط في بركة بمدة زمنية 1 دقيقة و50 ثانية، تم

الإطار التطبيقي

من خلالها تناول غضب بعض المرشحين وتصريحهم بوجود تزوير في بعض المراكز، الفيديو الثامن مدته الزمنية 1 دقيقة و45 ثانية، الفيديو التاسع بعنوان سفرية الخضر إلى تونس مدته الزمنية 44 ثانية.

الجدول رقم (7): يوضح فئات اللغة المستخدمة:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
%100		فئات اللغة المستخدمة
%100	39	الفصحى
%00	00	العامية
%100	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن معظم الأخبار قد كتبت باللغة الفصحى بنسبة مئوية بلغت %100 بمعدل 39 من المجموع الكلي باعتبارها جريدة رسمية وطنية تصدر باللغة العربية، أما في ما يخص اللغة العامية فنسبتها كانت %00.

الجدول رقم (8): يوضح فئات القوالب الفنية:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
%100		فئات القوالب الفنية
%20,51	08	تقارير
%76,92	30	أخبار
%2,56	01	مقالات
%100	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن القالب الفني الأكثر استخداما هو الخبر بنسبة مئوية بلغت 76,92% بمعدل 30 من المجموع الكلي باعتبار الخبر القالب الفني الأكثر استخداما لسلاستها وبساطته، أما قالب الأخبار التي استخدم فيها التقرير فقد بلغت نسبتها المئوية 20,51% بمعدل 08 تقارير من المجموع الكلي بسبب وجود أخبار تحتاج لتقرير مفصل نظرا للمستجدات التي تتوالى فيها أما في ما يخص المقال الصحفي فقد بلغت نسبته المئوية 2,56% أي بمعدل خبر واحد من المجموع الكلي لأهمية الخبر التي استوجب مقالا مفصلا .

الجدول رقم (9): يوضح فئات عناصر الإبراز:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
100%		فئات عناصر الإبراز
74,35%	29	الصور
23,07%	09	الفيديوهات
2,56%	01	الخبر
100%	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن الصورة تصدرت عناصر الإبراز بنسبة مئوية بلغت 74,35% بمعدل 29 صورة من المجموع الكلي هذا ما يدل على ثقل ووزن الصورة الصحفية في الإعلام والدلائل التي تحملها خاصة بالنسبة لجمهور القراء .. الفيديو بلغت نسبته المئوية 23,07% بمعدل 09 من المجموع الكلي هذا راجع لوجود بعض الأخبار التي يطرأ عليها جدة والتي تفرض على الصحفي وضع تقرير مرفق

بفيديو، أما فيما يخص الخبر فقد بلغت نسبته المئوية 02،56% بمعدل خبر واحد من المجموع الكلي أي بنسبه شبه منعدمة، أمر بديهى كون الصحافة ولإعلام ككل حتى جمهور القراء أصبح يركز على الصورة والفيديو أكثر من الخبر بحد ذاته.

الجدول رقم (10): يوضح فئات العناوين:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
%100		فئات العناوين
%94,87	37	رئيسية
%00	00	فرعية
%5,12	02	الاثنتين معا
%100	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة العناوين الرئيسية قد بلغت %94،87 بمعدل 37 خبر من المجموع الكلي، هذا راجع لكون الخبر في حد ذاته بنيته تتمحور حول عنوان واحد واضح وشامل لا يحتاج لعناوين فرعية أخرى، أما الأخبار التي وجدنا فيه تداخل بين رئيسية وأخرى فرعية بلغت نسبتها %5،12 بمعدل خبرين من المجموع الكلي كون هاذين الخبرين ألزما الصحفي المحرر أن يضع عنوان فرعي لهما لتداخل المعلومات في الخبر ومن أجل الإيضاح أكثر ولفت انتباه القارئ خاصة وان العنوان يجب أن يكون جذابا بمعاني إعلامية ومصطلحات دقيقة... أما فيما يخص العناوين الفرعية لوحدها فنسبتها بلغت %00 أي لا وجود لها.

الجدول رقم (11): يوضح فئات التفاعلية:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار
%100		فئات التفاعلية
%33,33	13	الإعجابات + التعليقات
%66,66	26	الإعجابات + التعليقات + المشاركات
%100	39	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة الأخبار التي تحصلت على كل من تفاعل + إعجاب + مشاركة بلغت نسبتها المئوية 66,66% بمعدل 26 من المجموع الكلي للأخبار وهذا راجع لمصادقية الصفحة، بينما الأخبار التي تحصلت على إعجاب + تعليق بلغت نسبتها 33,33% بمعدل 13 من المجموع الكلي وذلك ب 00 مشاركة وذلك راجع لكون بعض الصفحات ترغب في أن تكون هي المصدر الأول للأخبار دون الحاجة لمشاركة صفحات أخرى.

نتائج الدراسة:

- ✓ الأخبار السياسية الأكثر تداولاً في فئات الموضوع بنسبة مئوية بلغت 38,46% من المجموع الكلي للأخبار.
- ✓ الأخبار الداخلية كانت الأبرز في فئات المصدر بنسبة مئوية بلغت 79,48% من المجموع الكلي.
- ✓ الجمهور العام كان هو المستهدف بنسبة مئوية بلغت 84,61% من المجموع الكلي.
- ✓ فئة المواطنين كانت الأكثر فاعلية في فئة الفاعلين بنسبة مئوية بلغت 35,8% من المجموع الكلي.
- ✓ فئة نطاق البث كانت وطنية بنسبة مئوية بلغت 48,71% من المجموع الكلي.
- ✓ اللغة الفصحى كانت الأكثر استخداماً بنسبة مئوية بلغت 100% من المجموع الكلي.
- ✓ فئة القالب الفني الأكثر استخداماً هي فئة الأخبار بنسبة 79,48% من المجموع الكلي.
- ✓ العناوين الرئيسية طغت بنسبة مئوية 94,87% من المجموع الكلي.
- ✓ فئة التفاعلية كانت من نصيب الثلاثة مع إعجابات، تعليقات، مشاركات بنسبة مئوية قد بلغت 66,66% من المجموع الكلي.

خاتمة

في نهاية بحثنا ومن خلال دراستنا لموضوع مآل الخبر في منصات التواصل الاجتماعي ظهر لنا بأن الخبر هو النواة أو بالأحرى العمود الفقري للصحافة الحديثة، كيف لا وقد أصبح فن وصناعة لها ميزاتها وسماتها الخاصة بعد ما كان مجرد وصف اعتيادي لحدث معين، ومن خلال تصفحنا لمنصات التواصل الاجتماعي وبالأخص صفحة جريدة الخبر على الفايسبوك توصلنا لمجموعة من المتغيرات التي طرأت على الخبر شكلا ومضمونا، ومن بين النقاط المهمة التي توصلنا إليها أن الخبر الصحفي أصبح يحرر وينشر إلكترونيا بطريقة جذابة التمسنا فيها نوعا من الفن والإبداع خاصة في اختيار عنوان الخبر مما جعله أكثر مقروئية مقارنة بشقه الورقي، ناهيك عن أن الخبر الإلكتروني أصبح أكثر تفاعلية وهذا ما يفسر عدد الإعجابات والتعليقات التي أصبحت تكتسبها الصفحات الإخبارية عند نشر أية خبر بالإضافة لسمة السرعة والجدة والأنية هذه السمات الثلاث جعلت من الخبر الإلكتروني الأب الشرعي لغيره من الفنون التحريرية وأكبر سمة صادفناها عن دراستنا لمآل الخبر أن هذا الأخير أصبح يعتمد في تحريره على الصورة أكثر من النص الصحفي وهذا ما أضفته الثورة المعلوماتية على مجال الإعلام عامة والصحافة وقولبها الفنية خاصة.

الملاحق

الملحق رقم (01): دليل استمارة تحليل المضمون



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص: صحافة إلكترونية ومطبوعة

دليل الاستمارة:

مآل الخبر الصحفي في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي
دراسة وصفية تحليلية لصفحة جريدة الخبر على الفيسبوك

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص صحافة إلكترونية ومطبوعة

إشراف الدكتورة:

د. صفاح أمال

إعداد الطلبة:

* طرفاية وليد فتحي.

* فهيم رؤوف.

الموسم الجامعي 2020-2021م

* تحديد منشورات صفحة الخبر على الفايسبوك:

كل منشور فترة البث ومحتواه: صورة، فيديو، نص.

الفئات:

ماذا قيل:؟

- (1) فئات الموضوع: سياسي اجتماعي اقتصادي ترفيهي
- أمني صحي رياضي ثقافي
- (2) فئات المصدر: داخلي خارجي
- (3) فئات الجمهور المستهدف: عام خاص
- (4) فئات الفاعلين: مواطنين سياسيين رياضيين
- (5) فئات نطاق البث: دولي وطني محلي إقليمي

كيف قيل:؟

- (6) فئات المدة الزمنية: الفيديو
- (7) فئات اللغة المستخدمة: فصحي عامية مزيج
- (8) فئات القوالب الفنية: تقارير أخبار مقالات تعليقات
- (9) فئات عناصر الإبراز: الصور الفيديوهات
- (10) فئات العناوين: رئيسية فرعية
- (11) فئات التفاعلية: تعليقات إعجابات مشاركة

الملحق رقم (02):

... El khabar - الخبر
11 يونيو، الساعة 10:46 م

"الخضر" يحطمون الرقم القياسي الإفريقي
=== <https://bit.ly/3wjmqQC>



189 تعليقًا 28 مشاركة 2,7 ألف

مشاركة تعليق أعجبنى

الملحق رقم(03):



منذ 17 يومًا
تطورات جديدة بخصوص قضية
"سيال"

الملحق رقم(04):



منذ 18 يومًا
توقيف كريم طابو

الملحق رقم(05):



منذ 16 يومًا
آخر أرقام كورونا في الجزائر

الملحق رقم(06):



منذ 17 يومًا
أسعار النفط تبلغ مستويات جديدة

الملحق رقم(07):



منذ 16 يومًا
بداية أطول ليلة شك انتخابي

الملحق رقم(08):



منذ 17 يومًا
حملة انتخابية للعود!!

مُعَلِّمَةُ الْعَرَبِيَّةِ

قائمة المراجع:

القواميس:

1- المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة الأربعة، دار المشرق، بيروت لبنان، 2003.

المراجع العربية:

1) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط03، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، 2007.

2) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

3) أحمد عبد المنعم حسن، أصول البحث العلمي، ط01، ج01، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 1992.

4) إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط01، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998.

5) الحاج علي آدم علي، استخدامات التيبوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية، جامعة غرب كردفان كلية الإعلام، السودان، 23 نوفمبر 2015.

6) حسان أحمد قمحية، الفايبيوك تحت المجهر، ط01، دار النخبة، الجيزة، مصر، 2017.

7) حسني نصير، سناء عبد الرحمان، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، ط02، دار الكتاب الجامعي للنشر، الإمارات العربية المتحدة، 2009.

8) حمد الفاتح الحمدي، سميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط01، دار الحامد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019.

- 9) خديجة الرحية، الإجازة في الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
- 10) رشدي القواسمة، وآخرون، مناهج البحث العلمي، ط01، جامعة القدس المفتوحة، عمان، الأردن، 2012.
- 11) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط01، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، 2020.
- 12) عبد الرحمان بيروي، مناهج البحث العلمي، ط 03، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977.
- 13) عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، ط01، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 14) فاروق أبوزيد، فن الخبر الصحفي، ط04، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2000.
- 15) محمد عبيدات، وآخرون، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط02، دار وائل للطباعة والنشر، عمان ، 1999.
- 16) محمود أدهم، فن الخبر مصادره عناصره مجالاته الحصول عليه تطبيقاته العلمية، ط02، العربي للنشر والتوزيع، 1987
- 17) محمود منصور هيبية،_الخبر الصحفي و تطبيقاته، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2006.
- 18) مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 19) موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.

20) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، ط2، دار القصبية الجزائر، 2006.

المذكرات:

01- أسمهان كسيرة،، الشباب الجزائري والهوية الافتراضية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (ل.م.د) في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع، قسم العلوم الانسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2017.

02- خديجة بن بلخير، كلثوم موسى، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، دراسة تحليلية لصحيفة الشروق أون لاين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة مكتوبة والإلكترونية ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد دراية، إدرار، 2019/2018.

المجلات:

01- عدنان أبو السعد، رائد حسين الملا، الثابت والنسبي في الخبر الصحفي، الباحث الإعلامي، العدد 6-7 جوان - سبتمبر 2009.

انفہر میں

الفهرس:

الصفحة.

المحتويات

كلمة شكر

الإهداء

أ

مقدمة

الإطار المنهجي

10

التعريف الموضوع

10

أسباب اختيار الموضوع

11

أهمية اختيار الموضوع

12

أهداف الدراسة

13

طرح الإشكالية

14

تحديد مفاهيم الدراسة

18

منهج الدراسة

19

أداة الدراسة

20

مجتمع الدراسة

20

مكان وزمان إجراء الدراسة

20

عينة الدراسة

22 الدراسات المشابهة

25 صعوبات الدراسة

الإطار النظري

27 المبحث الأول: الخبر في الصحافة المكتوبة الورقية

28 المطلب الأول: تعريف الخبر وعناصره

33 المطلب الثاني: أنواع الخبر ومصادره

41 المطلب الثالث: كتابة الخبر في الصحافة المكتوبة الورقية

46 المبحث الثاني: أشكال الخبر وتحريره من خلال مواقع الصحافة الإلكترونية

46 المطلب الأول: الخبر الإلكتروني

47 المطلب الثاني: كتابة الخبر الإلكتروني

54 المطلب الثاني: التحرير للمواقع الخبرية

55 المطلب الثالث: الخبر من خلال منصات التواصل الاجتماعي

الإطار التطبيقي

59 تمهيد

60 التحليل الكمي و الكيفي

69 نتائج الدراسة

71 خاتمة

73 قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
60	فئة الموضوع	جدول رقم 01
61	فئة المصدر	جدول رقم 02
61	فئة الجمهور المستهدف	جدول رقم 03
62	فئة الفاعلين	جدول رقم 04
63	فئة نطاق البث	جدول رقم 05
64	فئة المدة الزمنية	جدول رقم 06
65	فئة اللغة المستخدمة	جدول رقم 07
65	فئة القوالب الفنية	جدول رقم 08
66	فئة عناصر الإبراز	جدول رقم 09
67	فئة العناوين	جدول رقم 10
68	فئة التفاعلية	جدول رقم 11