

التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية دراسة تحليلية لصحيفة "الشروق أون لاين"

Journalistic Editing in the Algerian electronic press Analytical study : "Echorouk Online" as a sample

د. حميدة بن معزوز

مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة

hamidabenmazouz@gmail.com

تاريخ الاستلام 2022/01/26 تاريخ القبول 2022/12/23

الملخص

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن مميزات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية. وتنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية وقد تمّ استخدام منهج المسح، كما استخدم تحليل المضمون كأداة أساسية لتحليل الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "الشروق أون لاين" حيث تمّ اختيارها بطريقة عمدية، أمّا العيّنة الزمنية للدراسة فقد حُدّدت ابتداءً من 03 أوت 2021 إلى غاية 20 سبتمبر 2021. واستعانت الدراسة بالملاحظة كأداة مساعدة لجمع المعلومات.

الكلمات المفتاحية : الصحافة الإلكترونية الجزائرية، التحرير الصحفي الإلكتروني، الأنواع الصحفية، القوالب الفنية، التفاعلية.

Abstract:

The study aims to reveal the features of Journalistic Editing in the Algerian electronic press. The study, which is based on descriptive studies, used the survey method, and the content analysis tool was used as a basic tool for analyzing the Algerian e-newspapers "Echorouk Online", which were selected in a intentionally way from 03 August 2021 to 20 September 2021. The study used the observational tool as an initial aid to collecting information.

Keys Words : Algerian Electronic Press, Electronic Journalistic Editing, Journalistic Genres, journalistic formats, Interactivity.

مقدمة :

يواجه المحرّر الصحفي في الصحافة الإلكترونية عدّة تحديات أثناء تحريره لموضوع صحفي ما وذلك بدء من اختيار الموضوع وصياغة العنوان وتوظيف النوع الصحفي والقالب الفني المناسبين، إلى غاية وضع اللمسات الأخيرة والتفاصيل الدقيقة لموضوعه، لذا يجب عليه أن يكون ملماً بالإمكانيات التقنية وأدوات التحرير الإلكترونية التي أتاحتها البيئة الرقمية لأنه يتعامل مع دعامة تختلف عن دعائم الإعلام التقليدي.

يعدّ حسن توظيف الإمكانيات التقنية وأدوات التحرير الإلكترونية في صحافة النت سرّاً نجاح هذا النوع من الصحف، لذا يتطلب من المحرّر الصحفي في الصحافة الإلكترونية أن يكون على دراية عالية بهذه التقنيات الإلكترونية الجديدة وماهرا في توظيفها، كما يجب عليه أن يضع في حسبانته أنّ القراءة على الشاشة متعبة ومملة وأنّ قارئ الواب عادة ما يكون قلقا مستعجلا وغير صبور، ويصعب جذبته نحو المضمون الإعلامي ومكوته في موقع الصحيفة لمدة طويلة، فمستخدم الصحف الإلكترونية جدّ متطلب.

يفرض التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية على المحرّر أن يحقق نسبة عالية من التفاعلية في كافة موضوعاته لأنها أي التفاعلية هي السمة الرئيسية في التحرير الصحفي الإلكتروني إذ تميّزه عن التحرير الصحفي التقليدي. ولتحقيق خاصية التفاعلية يجب إتاحة الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة التي توفرها البيئة الرقمية والتي تُسهم بشكل كبير في تعزيز عميلة التواصل بين محرّر المادة الإعلامية والمستخدم، وتواصل المستخدمين مع بعضهم البعض في جوّ تفاعليّ لتبادل الآراء والتعبير عن الرأي بكل حرية.

يفيد كثيرا تواصل المحرّر مع المستخدم الذي قد يقدّم له اقتراحا أو تصحيحا ليقوم المحرّر بعدها بتعديل وتصحيح المواضيع المنشورة، إذ تعتبر إمكانية التعديل والتصحيح هي الأخرى من أهم مميّزات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية والتي تمكّن المحرّر من تدارك بعض الأخطاء الواردة في موضوعه أو تحديده في حالة تطور الأحداث والوقائع وتغيّرها، فبفضل خاصية التحديث أصبح من السهل على محرّر الصحف الإلكترونية أن يعدّل ويصحح موضوعاته بكل يسر وفي أيّ وقت، فحدود الزمان والمكان تلاشت مع ظهور الصحف الإلكترونية.

يتميّز التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية أيضا بتوظيفه للوسائط المتعدّدة التي تُضفي على الموادّ الإعلامية المنشورة حيوية وجاذبية، كما تُكسب الأحداث واقعية أكثر ممّا يزيد من مصداقية الصحيفة. كما تعدّ الروابط الفائقة من أقوى أدوات التحرير الصحفي الإلكتروني حيث أنّ

حُسن توظيفها يصنع الفارق في أغلب الأحيان، وتفتح هذه الروابط المساحة أمام المحرّر بإثراء مقالاته بمواضيع ذات صلة وتمكّنه من التوسّع في عرض موضوعاته وذلك بربطها بمختلف عناصر الوسائط المتعدّدة وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، لتوفّر للمستخدم المزيد من التفاصيل التي تُكسبه عمقا معرفيا.

1. إشكالية الدراسة :

تعتبر الصحافة الإلكترونية مجالا حديثا نسبيا لذا يتطلّب المزيد من الوقت ليتمكّن المحرّر الصحفي من استيعاب الخصائص الفنية التحريرية للصحافة الإلكترونية والتدرّب على ممارستها باحترافية باستخدام مختلف الفنون الصحفية والقوالب الفنية الأكثر فاعلية في تقديم مادة إعلامية حية تتناسب وطبيعة هذه الصحافة التفاعلية من أجل تقديم محتوى مميّز وجذاب يسمح لمزيد من الأصوات بالمشاركة في مختلف القضايا والمجالات.

في ذات السياق جاءت هذه الدراسة لإلقاء الضوء على مميّزات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث استخدام الفنون الصحفية والقوالب الفنية التقليدية منها والحديثة وكذا العناوين والوسائط المتعدّدة وتوظيف الروابط الفائقة والوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة، وذلك من خلال تحليل مضمون الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "الشروق أون لاين". وعليه حاولت هذه الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي : ما هي مميّزات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ؟

2. التساؤلات الفرعية : تدرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية :

- ما نوع المواضيع الإعلامية التي عالجتها صحيفة "الشروق أون لاين" ؟
- ما هي الأنواع الصحفية والقوالب الفنية التي اعتمدت عليهما صحيفة "الشروق أون لاين" في تحريرها لمختلف موضوعاتها ؟
- ما هي العناوين التي استخدمتها صحيفة "الشروق أون لاين" ؟
- ما هي الوسائط المتعدّدة التي وظفتها صحيفة "الشروق أون لاين" ؟
- ما هي أنواع الروابط الفائقة التي استخدمتها صحيفة "الشروق أون لاين" في تحريرها لمختلف موضوعاتها ؟
- ما مدى استفادة صحيفة "الشروق أون لاين" من الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة في تحرير موادّها الإعلامية ؟

3. ضبط مفاهيم الدراسة :

1.3. مفهوم التحرير الصحفي :

جاء في لسان العرب لابن منظور أنّ تحرير الكتابة هي : "إقامة حروفها وإصلاح السقط. وتحرير الحساب : إثباته مستويا لا غلث فيه ولا سقط ولا محو. وتحرير الرقبة : عتقها"¹. أمّا في معجم المصطلحات الإعلامية فالتحرير هو : "العملية التي بواسطتها يتمّ تهذيب وصقل الموادّ التي تصل إلى الصحيفة من أجل النشر"². يشير الباحث محمود علم الدين أنّ التحرير الصحفي هو : "العملية اليومية والأسبوعية (حسب دورية الإصدار) والتي يقوم فيها المحرّر الصحفي بالصياغة الفنية والكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية أو المعلومات التي جمعها من مصادرها المختلفة في الأشكال أو القوالب الصحفية المناسبة والمتعارف عليها"³. ويلاحظ أنّ المتخصّصون في الصحافة يفرقون "بين كتابة الخبر News writing وبين تحرير الخبر News Editing على أساس : إنّ فعل الكتابة (يكتب to write) يختلف عن فعل التحرير (يحرّر to edit) فالأوّل يتعلّق باختيار الكلمات وصياغة الجمل والفقرات التي تروي الحدث. أمّا تحرير الخبر فيتعلّق بترتيب جمل وفقرات الخبر أو ترتيب الوقائع والمعلومات التي يتضمّننها وفقا لاعتبارات كثيرة"⁴.

ونقصد بالتحرير الصحفي في هذه الدراسة : عملية جمع المعلومات من مصادرها المختلفة

ثمّ صياغتها في شكل مواضيع متنوعة بلغة بسيطة ومفهومة لدى القارئ العادي، مستعملا بذلك كافة أدوات التحرير التقليدية منها والإلكترونية وذلك وفقا لمختلف الأنواع الصحفية والقوالب الفنية والعناوين الرئيسية منها والفرعية، وتوظيفها للوسائط المتعدّدة وكذا الروابط الفائقة التي تسمح للمستخدم بالإطلاع على مواضيع ذات صلة وتوفرها للوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة التي تكفل خاصية التفاعلية. وقد تمثلت مميزات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية في الدراسة الحالية في : (نوع المواضيع الإعلامية المنشورة، الأنواع الصحفية والقوالب الفنية المستخدمة، نوع العناوين المستخدمة، الوسائط المتعدّدة المستخدمة، أنواع الروابط الفائقة المستخدمة، الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة المتوفرة).

2.3. مفهوم الصحافة الإلكترونية :

تشير كلمة صحافة في اللّغة العربية إلى : "مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة"⁵. ويعرّف الباحث ماجد سالم تريان الصحافة الإلكترونية أنّها : "عملية اتصال صحفي عبر شبكة الانترنت، تتمّ من خلال وسائط إلكترونية متعدّدة مستفيدة بما تقدمه شبكة الانترنت من مزايا تكنولوجية وتصدر بشكل دوري، ولها موقع محدد على الشبكة، وتعتمد على تكنولوجيا الحاسب الآلي في تحليل وصياغة محتويات الصحيفة، وتقديمها إلى القارئ عبر الإنترنت ؛ لخلق جوّ

من التفاعل معه، وذلك بما توفره له من إمكانيات التفاعل مع النص والقدرة على تصفّحه، واستدعائه والبحث في محتوياته، وتخزينه واسترجاعه بأيسر الطرق وأسهلها"⁶.

ونقصد بالصحافة الإلكترونية في هذه الدراسة : مجموعة الصحف التي يتم إصدارها ونشرها عن طريق شبكة الانترنت، ويتم تحديث مضمونها من فترة إلى أخرى بشكل آني وتستخدم فيها الوسائط المتعدّدة والروابط الفائقة وتتيح للمستخدم إمكانية المشاركة والتفاعل مع المحتوى المنشور وتظهر على شاشات الحاسبات الإلكترونية والهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية وغيرها من مختلف الشاشات، وقد تحتوي على نسخة ورقية أو قناة إذاعية أو قناة تلفزيونية. وهي في دراستنا متمثلة في صحيفة "الشروق أون لاين".

4. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة الحالية في النقاط التالية :

- التعرف على مميزات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية والتي تعتبر من أهم الخطوات في إنجاح الصحيفة الإلكترونية نظرا للاختلاف بين التحرير الصحفي التقليدي والتحرير الصحفي الإلكتروني، وتجدر الإشارة إلى أنّ قارئ الواب قارئ مختلف مستعجل قلق وغير صبور، لذا يجب الإحاطة بكل تفاصيل التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية وتطبيقها في البيئة الرقمية الجديدة حتى لا نفقد هذا المستخدم.
- الانتشار المتزايد في عدد الصحف الإلكترونية على الساحة الإعلامية الجزائرية أوجب الكشف على مدى مواكبة الصحف الإلكترونية الجزائرية للتطورات التقنية التفاعلية والتواصلية الحديثة التي تحاكي البيئة الرقمية الجديدة حتى تنجح هذه الصحف في جذب أكبر عدد من المستخدمين والتفاعل معهم.
- حاجة المكتبة العلمية الإعلامية إلى المزيد من الدراسات حول موضوع التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية لقلّة الدراسات التي تناولت هذا النوع من المواضيع.

5. الدراسات السابقة والمشابهة :

- دراسة خلود العصيمي (2019)⁷ :

سعت الدراسة الموسومة بـ "أدوات التحرير في الصحافة الإلكترونية السعودية : دراسة مسحية على القائم بالاتصال" إلى معرفة أدوات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية السعودية ومدى ثراء المضمون للمستخدم من وجهة نظر القائم بالاتصال. حيث قامت الباحثة بتوزيع استبيان إلكتروني على 32 محرّرًا إلكترونيًا بما فيهم رؤساء تحرير لصحف إلكترونية سعودية. وقد توصلت

الدراسة إلى نتائج يمكن تلخيص أهمها في ما يلي : أن عدد القراء يؤثر في عملية اختيار موضوعات المواد الإعلامية الإلكترونية من قبل المحرر الإلكتروني، وأن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة مستخدم الصحيفة الإلكترونية، أيضا عدم توفر أنظمة الأرشفة الإلكترونية في الصحيفة الإلكترونية.

• دراسة لعيدلي شهيناز (2017/2016) ⁸ :

هدفت هذه الدراسة الموسومة بـ "الصحافة الإلكترونية الجزائرية : دراسة تحليلية ميدانية" إلى الكشف على مستوى التطور التكنولوجي التي وصلت إليه الصحف الإلكترونية الجزائرية وكذا أهم مضامين هذه الصحف، كما ناقشت الوضع الراهن للصحف الإلكترونية الجزائرية ومدى استثمارها للإمكانيات الكبيرة التي تتمتع بها التكنولوجيات الحديثة. استخدمت الباحثة تحليل المضمون كأسلوب لجمع بيانات الدراسة التحليلية بغرض تحليل الصحيفتين الإلكترونيتين الجزائريتين "الشروق أون لاين" و"El Watan" التي تم اختيارهما بطريقة عمدية. أما بخصوص الدراسة الميدانية فقد سعت للتعرف على اتجاهات الجمهور نحو مضمون الصحافة الإلكترونية، حيث تم نشر استبيان إلكتروني خلال الفترة الممتدة بين 18 فيفري 2016 إلى 15 أفريل 2016، وهي الفترة التي تلت فترة الدراسة التحليلية مباشرة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها : أن المواضيع الاجتماعية قد حازت على المرتبة الأولى في الصحافة الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة. كما بينت أن الصحافة الإلكترونية عينة الدراسة اعتمدت على الخبر الصحفي في تحرير المادة الإعلامية حيث احتل المركز الأول بنسبة قدرت بـ 48.52٪، واعتمدت أيضا على القوالب التقليدية بنسبة 99٪، حيث احتل قالب الهرم المقلوب المركز الأول.

• دراسة جمال عبد ناموس القيسي (2012) ⁹ :

هدفت الدراسة الموسومة بـ "الأخبار في الصحافة الإلكترونية : موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا" إلى التعرف على مدى اهتمام الصحافة الإلكترونية بتوظيف الأنواع الصحفية الأخرى، وكذا التعرف على قوالب التحرير الفنية المستخدمة فيها لصياغة المادة الإخبارية وفق أساليب التحرير الحديثة في الصحافة الإلكترونية. اختار الباحث المنهج الوصفي المسحي حيث استخدم تحليل المضمون كأسلوب لتحليل موقعي BBC العربية وإيلاف اللذان تم اختيارهما بطريقة عمدية في الفترة الزمنية ما بين 2010/08/1 و2010/08/31 كما استخدم أيضا أداة المقابلة وكذا الملاحظة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها ما يلي : احتل الموضوع السياسي المرتبة الأولى في كلا الموقعين عينة الدراسة، كما حاز الخبر القصير على المركز الأول في موقعي BBC العربية وإيلاف، واعتمدت عينة الدراسة على القوالب الفنية الحديثة على حساب القوالب الفنية التقليدية.

التعليق على الدراسات السابقة والمشابهة :

تتقاطع جميع الدراسات السابقة والمشابهة التي تمّ عرضها مع الدراسة الحالية في ناحية من النواحي سواء من ناحية الموضوع أو المنهج وأدوات جمع البيانات أو من حيث النتائج المتوصل إليها. وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة والمشابهة في تصميم استمارة تحليل المضمون وتحديد فئاتها ووحداتها المختلفة التي تدور حول موضوع التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية، كما استفادت منها في تحليل وتفسير ومناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية.

6. نوع الدراسة ومنهجها :

1.6. نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم "على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة، والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها. ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة، وذلك من خلال تجميع البيانات، وتنظيمها، وتحليلها"¹⁰. وتسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على مميزات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية.

2.6. منهج الدراسة :

يستخدم منهج المسح في البحوث الإعلامية بكثرة ويعدّ أسلوباً لجمع البيانات حيث "يتمّ من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين يتم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة"¹¹. وقد استخدمت الباحثة منهج المسح والتي تراه المنهج الأنسب لطبيعة موضوع الدراسة والذي يحقق الأهداف المرجوة منها، وذلك بغية التعرف على مميزات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية.

7. مجتمع الدراسة وعينتها :

1.7. مجتمع الدراسة :

يعرّف مجتمع الدراسة أنّه : "جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها"¹². وهو أيضا : "جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشرا، أم مؤسسة، أم أنشطة تربوية، وغير ذلك"¹³.

وقد حدّد مجتمع الدراسة للدراسة الحالية في جميع المواد الإخبارية المنشورة باللّغة العربية في الأبواب المتواجدة على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "الشروق أون

التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية _____ د. / حميدة بن معزوز

لاين" تمثلت هذه الأبواب في : (الجزائر، العالم، اقتصاد، رياضة، الرأي، جواهر، ملتيميديا، منوعات، ألبوم الصور، كاركاتير)، والتي تمّ اختيارها بطريقة قصدية للأسباب التالية :

- الترتيب الوطني لموقع "الشروق أون لاين" من خلال الموقع الإلكتروني أليكسا لشهر أوت 2021

14.

- إمكانية الولوج إلى الأرشيف الإلكتروني لموقع "الشروق أون لاين".

- وفرة وتنوع المواد الإعلامية المنشورة على صفحات الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين".

الشكل (1) : يوضح الترتيب العالمي والوطني لموقع "الشروق أون لاين"



المصدر : موقع إيكسا Alexa (2021/08/15)

2.7. عينة الدراسة :

تعرفّ العينة (Sample) على أنّها : "نموذجاً يشمل جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل الوحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات. ويتمّ اختيار العينة عادة وفق أسس وأساليب علمية متعارف عليها"¹⁵.

• عينة المصدر : تمّ تحديد كل المواد الإعلامية المنشورة باللّغة العربية في الأبواب المتواجدة على الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة الإلكترونية الجزائرية "الشروق أون لاين" تمثلت في الآتي : (الجزائر، العالم، اقتصاد، رياضة، الرأي، جواهر، ملتيميديا، منوعات، ألبوم الصور، كاركاتير)، وذلك خلال فترة الدراسة.

• العينة الزمنية : تمّ تحديد البعد الزمني للدراسة الحالية ابتداءً من 03 أوت 2021 واستمرت إلى غاية 20 سبتمبر 2021 ويرجع سبب اختيار هذه الفترة، لوقوعها في نطاق الدراسة من جهة، ولتزامنها مع

تصاعد الأحداث الوطنية والدولية في هذه الفترة الزمنية من جهة أخرى، حيث شهدت الجزائر في هذه الفترة الموجة الثالثة لانتشار فيروس كوفيد 19 وكذا سلسلة حرائق الغابات التي عرفت عدّة ولايات جزائرية، وغيرها من الأحداث على الصعيد الوطني والدولي.

ونظرا لصعوبة الحصر الشامل لجميع مفردات البحث تمّ توظيف العيّنة العشوائية المنتظمة بالأسلوب الدوري عن طريق الأسبوع الصناعي، حيث تمّ اختيار المفردة الأولى عشوائيا والتي صادفت يوم الثلاثاء 2021/08/03 من الأسبوع الأوّل لشهر أوت فكانت المفردة الثانية يوم الأربعاء 2021/08/11، أمّا المفردة الثالثة فوافقت يوم الخميس 2021/08/19، بخصوص المفردة الرابعة فكانت يوم الجمعة 2021/08/27، أمّا المفردة الخامسة فقد وافقت يوم السبت 2021/09/04، لتكون المفردة السادسة يوم الأحد 2021/09/12، وأمّا المفردة السابعة والأخيرة فكانت يوم الاثنين 2021/09/20.

وقد تمّ تحديد حجم العيّنة بـ 7 مفردات مسّت كل أيام الأسبوع اعتمادا على ما قام به ستمبل (Stemple) "بمقارنة نتائج خمس عيّنات في الأحجام التالية : 6، 12، 18، 24، 48 عددا من صحيفة وقران نتائجها بمتوسط موضوع واحد في جريدة واحدة على مدار العام لتحديد الحجم الأمثل للعيّنة، ووجد ستمبل (Stemple) أنّ العيّنات الخمس متفقة النتائج في متوسط العام"¹⁶.

* **بطاقة تقنية عن صحيفة "الشروق أون لاين"** : يمثّل موقع "الشروق أون لاين" النسخة الإلكترونية للجريدة الورقية الجزائرية الشروق اليومي ويوفر موقع "الشروق أون لاين" تغطية آنية ومستمرة للأحداث باللغات العربية، الإنجليزية والفرنسية وذلك في الجزائر والوطن العربي والعالم. بخصوص التأسيس فقد تأسّست "الشروق أون لاين" سنة 2005 بعد قرار إدارة الشروق بإنشاء واجهة إلكترونية للنسخة المطبوعة حتى تتمكّن شريحة من القراء على شبكة الانترنت والجالية الجزائرية في الخارج من تصفح محتوياتها¹⁷.

8. أدوات جمع البيانات :

اعتمدت هذه الدراسة على بعض الأدوات البحثية تمثّلت في ما يلي :

1.8. الملاحظة :

تعرفّ الملاحظة بأنّها : "عبارة عن الجهد الحسي والفعلي المنظم والمنتظم الذي يقوم به الباحث بغية التعرّف على بعض المظاهر الخارجية المختارة الصريحة والخفية للظواهر والأحداث والسلوك الحاضر في موقف معيّن ووقت محدّد"¹⁸. وقد اعتمدت الدراسة الحالية على الملاحظة كأداة مساعدة لجمع المعلومات، حيث تمّ تصفح مختلف الصحف الإلكترونية الجزائرية بغية التعرّف على

مميّزات التحرير في هذه الصحف، ثمّ اختيار الأنسب منها لتكون محلّ الدراسة، كما ساهمت أداة الملاحظة في تحليل ومناقشة وتفسير النتائج المتحصل عليها.

2.8. تحليل المضمون :

يعرّف بيلرسون Brelson تحليل المضمون أنّه : "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمّي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال"¹⁹. أمّا هولستي فيعرّف تحليل المضمون على أنّه : "أيّ أسلوب بحثي يرمي للخروج باستدلالات عن طريق التشخيص صفات محددة للرسائل تشخيصا موضوعيا منظما"²⁰.

وقد استخدمت هذه الدراسة استمارة تحليل المضمون كأداة أساسية لجمع البيانات المتعلقة بتحليل المواد الإعلامية المنشورة باللّغة العربية بموقع "الشروق أون لاين". وقد تضمّنت استمارة تحليل المضمون ستة محاور كل محور يضمّ مجموعة من المؤشرات التي تمّ قياسها في هذه الدراسة، تمثلت هذه المحاور في : (نوع المواضيع الإعلامية المنشورة، الأنواع الصحفية والقوالب الفنية المستخدمة، نوع العناوين المستخدمة، الوسائط المتعدّدة المستخدمة، أنواع الروابط الفائقة المستخدمة، الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة المتوفرة).

• وحدات التحليل :

اعتمدت الدراسة على وحدتان لتحليل المواد الإعلامية المنشورة تمثلتا في :

- وحدة الموضوع : تعدّ وحدة الموضوع من أهمّ وحدات تحليل المضمون ويمكن استخدام الموضوع كوحدة "عن طريق حساب المواضيع التي قد يحملها المحتوى... مثل عدد المواضيع السياسية والمواضيع الاقتصادية والمواضيع الثقافية"²¹. وقد تمّ استخدام هذه الوحدة لتحليل نوع المواضيع الإعلامية المنشورة.

- وحدة مفردات النشر : وهي تلك الأشكال التي تستخدمها الصحف في نقل المعاني والأفكار مثل المقالات والتحقيقات، والأحاديث والرسوم... أو البرامج الحوارية واللقاءات والدراما وغيرها من الأشكال المستخدمة في مختلف وسائل الإعلام لعرض المحتوى الإعلامي²². وقد تمّ استخدام هذه الوحدة لتحليل الأنواع الصحفية والقوالب الفنية، العناوين، الوسائط المتعدّدة، الروابط الفائقة والوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة.

• فئات التحليل :

يُقصد بفئات التحليل : "مجموعة من التصنيفات أو الفصائل يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل، لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى

نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور²³. وتندرج تحت المحاور الستة السابقة الذكر فئات التحليل التالية :

- فئة نوع المواضيع : يُقصد بهذه الفئة تلك المضامين الإعلامية التي عالجتها الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" والمنشورة باللّغة العربية على أبوابها المتواجدة على صفحتها الرئيسية، تمثلت هذه الأبواب في : (الجزائر، العالم، اقتصاد، رياضة، الرأي، جواهر، ملتيميديا، منوعات، ألبوم الصور، كاركاتير). وقد تمّ تقسيم فئة الموضوع إلى الفئات الفرعية التالية : (السياسية، الأمنية، الاقتصادية، الاجتماعية، التعليمية، الصحية، البيئية، حوادث وكوارث طبيعية، الدينية، الثقافية، الرياضية، متنوعة).

- فئة الأنواع الصحفية : يقصد بها تلك الأشكال المتنوعة التي يستخدمها المحرّر الصحفي ليعبّر بها عن مختلف الوقائع والأحداث ثمّ عرضها للجمهور المتلقي عن طريق وسائل الإعلام، وقد تمّ تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية : (الخبر الصحفي، التقرير الصحفي، التحقيق الصحفي، التعليق الصحفي، الريبورتاج، البورتريه، الحديث الصحفي، المقال الصحفي، الاستطلاع، الكاريكاتير).

- فئة القوالب الفنية : يقصد بها القالب الذي توضع فيه المواد الإعلامية وتنقسم إلى : القوالب التقليدية : وتمثل في ما يلي : (الهرم المقلوب، الهرم المعتدل، الهرم المقلوب المتدرج، الهرم المعتدل المتدرج، الهرم التجميعي).

القوالب الحديثة : وتمثل في ما يلي : (قالب الكتل الرئيسية، قالب المقاطع، قالب الدائرة، قالب الساعة الرملية، قالب فورك، قالب وول ستريت، قالب الماسة، قالب الكأس، قالب القائمة).

- فئة نوع العناوين : يقصد بها الكيفية التي تعرض بها العناوين من الناحية الإخراجية. وقد قُسمت هذه الفئة إلى : (عناوين رئيسية فقط، عناوين رئيسية وفرعية معا).

- فئة الوسائط المتعدّدة : يقصد بهذه الفئة عملية دمج النصوص والصور والمقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو وكذا الرسوم لاستخدامها في عرض المحتوى الإعلامي بطريقة مختلفة عن باقي وسائل الإعلام التقليدية تكون أكثر جاذبية وحيوية وتفاعلية. وقد تمثّلت فئاتها الفرعية في ما يلي : **الصور والرسوم المرافقة للنص** : (صور إخبارية، صور موضوعية، صور شخصية، صور أخرى، رسوم بيانية، رسوم متحركة، الأنفوغرافيكس)، **مقاطع الفيديو** : (فيديو مع النص، فيديو لوحده، فيديوغرافيك)، **المقاطع الصوتية** : (صوت مع النص، صوت لوحده)، **ألبوم الصور**، نص لوحده.

- فئة أنواع الروابط الفائقة : يقصد بهذه الفئة تلك الخاصية التي تعتمد على تقنية النص الفائق والتي تضمن خاصية الربط الفائق بين صفحات موقع الصحيفة الإلكترونية فيما بينها وكذا الربط بينها وبين صفحات مواقع أخرى. وتعدّ هذه الخاصية من خصائص شبكة الانترنت. وقد قُسمت هذه الفئة إلى: (روابط فائقة خارجية، روابط فائقة داخلية).

- فئة الوسائط التفاعلية التوافقية الحديثة : يقصد بها الخدمات التقنية التي توفرها الصحف الإلكترونية لمستخدميها لتمكينهم من التواصل والتفاعل مع محرري المواد الإعلامية من جهة، والتواصل مع بعضهم البعض من جهة أخرى. وقد تمّ تقسيم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية : (إمكانية التواصل مع المحرّر، إمكانية التعليق على المواد المنشورة، إمكانية مشاركة المحتوى).

9. أسلوب العدّ والقياس :

تعدّ "الخطوة الأولى في التسجيل الكمي للمحتوى هي اختيار وحدة العدّ Enumeration unit ويتوقف هذا بالطبع على طبيعة الدراسة وأهدافها وما يتوقّع أن تخدمه من مجالات" ²⁴. ويعرّف أسلوب العدّ والقياس على أنه : "نظام التسجيل الكمي لوحدات المحتوى وفئاته ومتغيراته الخارجية بطريقة منتظمة تعيد بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد، يمكن من خلال المعالجة الإحصائية لها الوصول إلى النتائج الكمية التي تُسهّم في التفسير والاستدلال وتحقيق أهداف الدراسة" ²⁵. وقد تمّ اختيار بعض الأساليب الخاصة بعدّ الوحدات وقياسها على ضوء تساؤلات الدراسة، حيث تمّ استعمال أسهل طريقة تتمثّل في ما إذا كانت الفئات موجودة أو غير موجودة للكشف عن تواجد الوسائط التفاعلية التوافقية الحديثة في المواد الإعلامية من عدمها. كما تمّ استخدام أسلوب التكرار وذلك بعدّ تكرار ورود نوع المواضيع الإعلامية، الأنواع الصحفية والقوالب الفنية، نوع العناوين، الوسائط المتعدّدة المستخدمة وأنواع الروابط الفائقة.

10. عرض وتحليل نتائج الدراسة :

يتناول هذا الجانب من الدراسة عرض وتحليل النتائج المتوصّل إليها من خلال فئات التحليل التي تمثّل مميّزات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، والتي تمّ عدّها وقياسها طيلة فترة الدراسة وفقا للمحاور التالية :

المحور الأوّل : نوع المواضيع الإعلامية المنشورة :

الجدول (1) : يوضّح نوع المواضيع الإعلامية في صحيفة "الشروق أون لاين"

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرارات	نوع المواضيع
1	31.23	99	الرياضية
2	19.87	63	السياسية
3	13.88	44	الاجتماعية

4	9.46	30	الصحية
5	6.63	21	الاقتصادية
6	5.36	17	الأمنية
7	4.10	13	التعليمية
7	4.10	13	متنوعة
9	2.21	7	الدينية
10	1.89	6	الحوادث والكوارث طبيعية
11	0.95	3	الثقافية
12	0.32	1	البيئية
—	100.00	317	المجموع

يبين الجدول (1) نوع المواضيع الإعلامية المنشورة في الصحف الإلكترونية الجزائرية المتمثلة في عينة الدراسة "الشروق أون لاين"، وقد كشفت النتائج التحليلية أن الموضوعات الرياضية احتلت المركز الأول وبنسبة 31.23٪، ربّما يعود سبب ذلك إلى تزامن فترة الدراسة مع الألعاب الأولمبية والبارالمبية التي أقيمت بطوكيو 2021 وكذا تصفيات كأس العالم التي سوف تُقام بدولة قطر في نوفمبر 2022. ثمّ تلتها مباشرة المواضيع السياسية بنسبة 19.87٪، وهذا يعكس مدى اهتمام الصحيفة محلّ الدراسة بالشأن السياسي خاصة وأنّ فترة الدراسة تزامنت مع أحداث سياسية محورية كالأزمة السياسية بين الجزائر والمخزن المغربي. في حين حازت المواضيع الاجتماعية على المرتبة الثالثة وبنسبة قدرت بـ 13.88٪، ويكمن سبب احتلال الموضوعات الاجتماعية هذه المرتبة في الانتشار اللافت للأفات الاجتماعية كجرائم القتل والسرقة من جهة والتكافل الاجتماعي جراء حرائق الغابات التي شهدتها بعض ولايات الوطن والتي تزامنت مع فترة الدراسة من جهة أخرى. وجاءت المواضيع الصحية في المركز الرابع وبنسبة 9.46٪، وهذا يشير إلى أنّ الوضعية الصحية لها نصيب من التغطية الإخبارية في صحيفة "الشروق أون لاين"، خاصة وأنّ فترة الدراسة واكبت الموجة الثالثة لانتشار فيروس كوفيد 19 التي مرّت بها الجزائر.

المحور الثاني : الأنواع الصحفية والقوالب الفنية المستخدمة :

تهدف هذه الفئة إلى الكشف عن الأنواع الصحفية والقوالب الفنية المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية المتمثلة في عينة الدراسة والتي تمّ عدّها وقياسها طيلة فترة التحليل. وقد كشفت عملية التحليل على النتائج الموضحة في الجدول (2) والجدول (3).

أ. الأنواع الصحفية المستخدمة :

جدول (2) : يوضّح الأنواع الصحفية المستخدمة في صحيفة "الشروق أون لاين"

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرارات	الأنواع الصحفية
1	53.00	168	الخبر الصحفي
2	26.18	83	التقرير الصحفي
3	8.52	27	الريبورتاج
4	5.68	18	المقال الصحفي
5	1.89	6	الحديث صحفي
5	1.89	6	الكاريكاتير
7	1.26	4	التحقيق الصحفي
8	0.63	2	البورتريه
8	0.63	2	الاستطلاع
9	0.32	1	التعليق الصحفي
—	100.00	317	المجموع

يُظهر الجدول (2) الأنواع الصحفية المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية المتمثلة في عينة الدراسة "الشروق أون لاين"، وقد بينت النتائج التحليلية أنّ الخبر الصحفي حاز على المركز الأول وبنسبة كبيرة قُدرت بـ 53.00٪، وهذا يدلّ على مدى اعتماد الصحيفة محلّ الدراسة على الخبر الصحفي كونه يعدّ من أهمّ الأنواع الصحفية المستعملة خاصة الإلكترونية منها وذلك لتجاوبه مع طبيعة المستخدم الذي عادة ما يكون مستعجلاً قلقاً وغير صبور. أمّا المركز الثاني فقد حازه التقرير الصحفي وبنسبة 26.18٪، ويستعمل هذا النوع الصحفي بكثرة في مختلف وسائل الإعلام ويعدّ من أهمّ الأنواع الصحفية الإخبارية التي تتسم بالإسهاب والتفصيل والعمق مقارنة بالخبر الصحفي. يليه الريبورتاج بنسبة 8.52٪، في حين احتلّ المقال الصحفي المركز الرابع بنسبة 5.68٪، يليه كلّ من الحديث الصحفي والكاريكاتير بنسب متساوية قُدرت بـ 1.89٪، ثمّ التحقيق الصحفي بنسبة 1.26٪، بعدها البورتريه والاستطلاع بنسبة ضئيلة قُدرت بـ 0.63٪، وأخيراً التعليق الصحفي بأقلّ نسبة وهي 0.32٪.

توافقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة لعيدلي شهيناز حيث كشفت نتائج دراستها أنّ أكثر الأنواع الصحفية المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية هو الخبر الصحفي بنسبة 53,58٪ في موقع الشروق أون لاين، و42,76٪ في موقع جريدة El Watan، وحاز التقرير الصحفي على المركز الثاني بنسبة 26,55٪ في El Watan، و18,06٪ في موقع جريدة الشروق أون لاين²⁶.

يلاحظ من خلال ما سبق أنّ الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" قد اعتمدت بشكل ملفت على الخبر الصحفي والتقرير الصحفي لتلاؤم هذين النوعين مع خصائص الصحافة الإلكترونية ومستخدميها الذين يفضلون الوصول إلى المعلومة في وقت وجيز وبأقلّ جهد ممكن، بينما يلاحظ أنّ باقي الأنواع الصحفية الأخرى لم تحض إلّا بنسب ضئيلة متفاوتة.

يخبرنا الباحث نصر الدين العياضي في هذا الصدد : "أنّ الخبر الصحفي والتقارير الصحفي نوعان مختلفان ومتكاملان، فبعض وسائل الإعلام تكتفي تارة بإعلام الجمهور عن حدث معيّن من خلال خبر صحفي فقط، وتستعين في بعض الأحيان بالتقرير بجانب الخبر الصحفي، وتكتفي طورا بالتقرير الصحفي فقط. تقتضي محاولة فهم هذا الأمر التفكير في تشكيل الأنواع الصحفية وتطورها لأنّ هناك عوامل عديدة ومتشابكة تدفع وسائل الإعلام إلى استخدام الخبر دون التقرير، أو الثاني دون الأوّل، أو توظيفهما معا " ²⁷. ممّا سبق يتضح لنا أنّ الخبر الصحفي والتقارير الصحفي يُستعملان بكثرة في الصحافة إذ يعتبران من أهمّ الأنواع الصحفية المستعملة خاصّة الصحافة الإلكترونية لتناسبهما مع طبيعة المستخدم.

ب. القوالب الفنية المستخدمة :

جدول (3) : يوضح القوالب الفنية المستخدمة في صحيفة "الشروق أون لاين"

النسبة المئوية %	التكرارات	النسبة المئوية %	التكرارات	القوالب الفنية	
54.02	168	34.73	108	الهرم المقلوب	القوالب الفنية التقليدية
		14.79	46	الهرم المقلوب المتدرج	
		2.25	7	القالب التجميعي	
		1.29	4	الهرم المعتدل	
		0.96	3	الهرم المعتدل المتدرج	
45.98	143	12.54	39	المقاطع	القوالب الفنية الحديثة
		9.00	28	الكتل الرئيسية	
		8.36	26	الدائرة	
		5.79	18	فورك	
		3.21	10	الكأس	
		3.21	10	وول ستريت	
		1.29	4	الماسة	
		1.29	4	الساعة الرملية	
		1.29	4	القائمة	
100.00	311	100.00	311	المجموع	

يُظهر الجدول أعلاه القوالب الفنية المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية المتمثلة في عيّنة الدراسة "الشروق أون لاين"، وقد أظهرت النتائج التحليلية أنّ عيّنة الدراسة قد اعتمدت بشكل عام على القوالب الفنية التقليدية بنسبة 54.02% أمّا القوالب الفنية الحديثة فقد قُدرت نسبتها بـ 45.98%، وكانت النتائج المفصّلة كالتالي :

أولاً : القوالب الفنية التقليدية : كشفت نتائج الدراسة أنّ قالب الهرم المقلوب حاز على المركز الأول وبنسبة 34.73٪، بينما حاز الهرم المقلوب المتدرج على المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 14.79٪، يليه قالب التجميعي بنسبة 2.25٪، ثم قالب الهرم المعتدل بـ 1.29٪، وفي المرتبة الأخيرة قالب الهرم المعتدل المتدرج بنسبة 0.96٪. ورغم وجود العديد من القوالب الفنية لتحرير الموضوعات الصحفية إلا أنّ الكتابة للصحف الإلكترونية لها خصوصيتها، لذا فقالب الهرم المقلوب فرض نفسه بقوة كبيرة، خاصة أنّ المستخدم يبحث عن المعلومة بأقصى سرعة وأقل جهد، ليغادر الصفحة بأقصر وقت ممكن.²⁸

نستنتج مما سبق أنّ قالب الهرم المقلوب الذي ينتمي إلى القوالب الفنية التقليدية يعدّ من أهم القوالب الفنية المستخدمة في تحرير مختلف الأخبار في الصحف الإلكترونية، لأنّ هذا القالب يناسب كثيرا خصوصية مستخدم النّت الذي عادة ما يكون قلقا مستعجلا وغير صبور، يبحث عن أهمّ ما جاء في الموضوع دون الدخول في تفاصيله.

توافقت هذه النتيجة مع ما أشار إليه الباحث جمال عبد ناموس القيسي حيث توصّلت نتائج دراسته أنّ قالب الهرم المقلوب احتلّ المرتبة الأولى في القوالب الفنية المستعملة في عيّنة الدراسة بنسبة 10.50٪.²⁹

ثانيا : القوالب الفنية الحديثة : بينت نتائج الدراسة أنّ قالب المقاطع احتل المركز الأول بنسبة 12.54٪، بينما حاز قالب الكتل الرئيسية على المركز الثاني بنسبة قدرت بـ 9.00٪، ثمّ قالب الدائرة في المرتبة الثالثة بنسبة 8.36٪. ويناسب قالب المقاطع الأخبار المركّبة والمعمّقة والقصص الخبرية، حيث يُقسّم الخبر إلى مقاطع وفقا للتطور الزمني للحدث، وكل مقطع من هذه المقاطع يُحرّر وكأنّه خبر مستقلّ، له مقدمة وجسم وخاتمة.³⁰

من الإرشادات المقترحة للكتابة للوالب هي تجنّب المقدمات الطويلة، فالمقدمة عادة تهدف إلى تحفيز المستخدم على البقاء في الموقع، أمّا بالنسبة للموضوعات فتكون قصيرة، لذا يجب أن يكون الموضوع في حدود 800 كلمة وأن يكتب على صفحة واحدة... ويقترح ديوب تقسيم نص الموضوع إلى فقرات متعدّدة بهدف عرض الأفكار بشكل مفصّل، كما ينصح باستخدام العناوين الفرعية.³¹

المحور الثالث : نوع العناوين المستخدمة :

جدول (4) : يوضح نوع العناوين المستخدمة في صحيفة "الشروق أون لاين"

نوع العناوين	التكرارات	النسبة المئوية %	الترتيب
عناوين رئيسية فقط	245	77.29	1
عناوين رئيسية وفرعية	72	22.71	2
المجموع	317	100	—

يلاحظ من الجدول السابق أنّ فئة عناوين رئيسية فقط تصدرت الترتيب بنسبة 77.29٪، تليها فئة عناوين رئيسية وفرعية بنسبة 22.71٪، في هذا الصدد تجدر الإشارة إلى "أنّ واحدا من أساليب دفع القارئ لمواصلة قراءة الموضوع على الواب هو استخدام العناوين الفرعية بعد كل مجموعة فقرات لأنّ العناوين الفرعية تخبر القارئ بأنّ شيئا مهماً أو مختلفا عما سبق سيتمّ التطرق إليه والكتابة عنه في الفقرة الموالية"³². وهذا ما لم تلتزم به الصحيفة محلّ الدراسة إذ اعتمدت بشكل كبير على العناوين الرئيسيّة فقط.

تعتبر عملية صياغة العناوين في الصحافة عموما وفي الصحافة الإلكترونية خصوصا من أهمّ الخطوات التي تجذب المستخدم لمتابعة القراءة خاصة وكما ذكرنا سابقا أنّ مستخدم النت عادة ما يكون مستعجلا قلقا وغير صبور لأنّ القراءة من خلال الشاشة جدّ صعبة، لذا وجب على المحرّر الإلكتروني أن يُصيغ عناوين الموضوعات بدقّة متناهية وأن يختار الكلمات المعبرة التي تحمل في طياتها كلمات مفتاحية ترشحها للظهور على محرّكات البحث بقوة.

المحور الرابع : الوسائط المتعدّدة المستخدمة :

جدول (5) : يوضّح الوسائط المتعدّدة المستخدمة في صحيفة "الشروق أون لاين"

الوسائط المتعدّدة المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية %	التكرارات	النسبة المئوية %
الصور والرسوم المرافقة للنص	صور شخصية	140	41.42	88.72
	صور موضوعية	127	37.57	
	صور أخرى	46	13.61	
	صور إخبارية	25	7.40	
	رسوم بيانية	0	0	
	رسوم متحركة	0	0	
	الأنفوغرافيكس	0	0	
المجموع	338	100.00	338	
مقاطع الفيديو	فيديو مع النص	37	92.50	10.50
	فيديوغرافيك	3	7.50	
	فيديو لوحده	0	0	
	المجموع	40	100.00	
المقاطع الصوتية	صوت مع النص	1	100.00	

0.26	1	0	0	صوت لوحده
		100.00	1	المجموع
0.26	1			ألبوم الصور
0.26	1			نص لوحده
100.00	381			المجموع العام

بيّن الجدول (5) الوسائط المتعدّدة التي وظّفها الصحف الإلكترونية الجزائرية المتمثّلة في عيّنة الدراسة "الشروق أون لاين" فكانت كالتالي :

• **الصور والرسوم المرافقة للنص** : أظهرت النتائج التحليلية أنّ فئة الصور الشخصية قد حازت على المرتبة الأولى وبنسبة 41.42٪، تليها فئة الصور الموضوعية بنسبة قدرت بـ 37.57٪، بينما حازت فئة صور أخرى على المرتبة الثالثة بنسبة 13.61٪، واكتفت فئة الصور الإخبارية بنسبة قدرت بـ 7.40٪، في حين غابت كل من الأنفوغرافيكس والرسوم البيانية والرسوم المتحركة طيلة فترة الدراسة، رغم أنّ كل هذه الأنماط وخاصة الأنفوغرافيكس تلائم كثيرا مستخدم الصحف الإلكترونية، إذ يُسهّم استخدامها في توصيل الأفكار الصعبة والمعقدة بوضوح وبساطة أكثر وذلك من خلال عرض المعلومات والبيانات بطريقة مخالفة لما اعتدنا عليه تتميز بالسهولة وتوافر معلومات غنية ووافية حول موضوع ما، مع استخدام أقلّ للنصوص وخاصة أنّ المستخدم يفضل الرسوم والصور على النص، كما يكمن لهذا المستخدم مشاركة هذا النوع من الوسائط المتعدّدة على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فرصة ظهور الأنفوغرافيكس على محركات البحث بكل سهولة³³.

وعموما انفردت فئة الصور والرسوم المرافقة للنص بالمركز الأوّل وبنسبة كبيرة قدرت بـ 88.72٪، إذ تعتبر الصور والرسوم من أهمّ الوسائط المتعدّدة حيث أنّ الصورة تضيء على المادة الإعلامية لمسة جمالية وأخرى وظيفية، إضافة إلى سهولة استخدامها في ظل التطور التكنولوجي الذي عرفته الصورة الرقمية وتعودّ محرّر الصحفي على توظيفها في جلّ موضوعاته.

• **مقاطع الفيديو** : كشفت الدراسة الحالية أنّ فئة فيديو مع النص احتلت المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 92.50٪، بينما اكتفت فئة فيديو جرافيك بنسبة 7.50٪ فقط، في حين غابت فئة فيديو لوحده تماما طيلة فترة الدراسة. وبصفة عامّة حازت فئة مقاطع الفيديو على المركز الثاني بنسبة 10.50٪، وهذا يكشف عن مدى تقصير الصحيفة محلّ الدراسة في توظيف مقاطع الفيديو والذي يعدّ من الأساليب الحديثة في التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية إذ يتيح خيارات كثيرة للمستخدم. ورغم أهمية توظيف مقاطع الفيديو في صحافة الإلكترونية إلّا أنّ هناك من يخالف هذا الرأي ليبقى توظيف مقاطع الفيديو في الصحافة النت محلّ جدل.

أكدت في ذات السياق نتائج استطلاع قام به معهد رويترز للصحافة أجري في 26 دولة سنة 2016 حيث جاء في تقريره عن الأخبار الرقمية، أن 78٪ من المبحوثين يفضلون قراءة الأخبار كنصوص عن مشاهدتها كفيديوهات مقابل 5٪ فقط يفضلون العكس، وقد برّر 41٪ من المبحوثين هذا التفضيل أنّ قراءة النصوص ما زالت الأسرع والأنسب، بينما برّر 19٪ منهم أنّ الفيديوهات أحياناً لا تحمل أيّة إضافة على النص المكتوب... وهذا ما يؤكّد أنّ هناك تضخيم في أغلب الأحيان عن أهمية محتوى الفيديوهات في المطلق رغم مزاياها النسبية التي لن تحقّق أهدافها إلّا إذا وُظّفت في سياقها المناسب والمجدي ليلبّي حاجيات المستخدم دون غيره من أشكال المحتوى³⁴.

• **المقاطع الصوتية :** بيّنت نتائج الدراسة أنّ فئة المقاطع الصوتية تحصّلت على نسبة جدّ ضئيلة قُدّرت بـ 0.26٪ فقط، حيث لوحظ أثناء التحليل أنّه تمّ توظيف مقطع صوتي وحيد كدعامة للنص طيلة فترة الدراسة. تختلف هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة بير جلاند 2008 حيث أكدت أنّ نصف مواقع الصحف الأمريكية على النت تستخدم المقاطع الصوتية المصاحبة للقصص الإخبارية³⁵. ويعتبر توظيف المقاطع الصوتية في الصحف الإلكترونية من أحدث أساليب التحرير الصحفي الإلكتروني وتفيد خاصة عندما يتعلّق الأمر بالشهادات الحيّة أو تصريحات بعض المسؤولين.

• **ألبوم الصور :** بخصوص ألبوم الصور فقد حاز على نسبة ضئيلة قُدّرت بـ 0.26٪ فقط، وقد احتوى هذا الألبوم على صور مراسم جنازة رئيس الجمهورية الجزائرية السابق عبد العزيز بوتفليقة. ويفيد ألبوم الصور في تلخيص الأحداث عن طريق عرض مجموعة من الصور التي تدور حول موضوع معيّن وهذا ما يناسب كثيراً مستخدم الصحف الإلكترونية.

• **نص لوحده :** كشفت نتائج الدراسة أنّ فئة نصّ لوحده حازت على نسبة جدّ ضئيلة قُدّرت بـ 0.26٪ فقط وبالرغم من ظهور ما يعرف بالوسائط المتعدّدة المتمثّلة في الصورة والصوت والفيديو، إلّا أنّ الصحف الإلكترونية لن تستغني عن النصّ المكتوب في أغلب الحالات.

يستوجب توظيف الوسائط المتعدّدة في التحرير الصحفي الإلكتروني الالتزام بالمصادقية وذلك بعدم تشويه محتوى الصور ومقاطع الفيديو، لأنّ أيّة محاولة لإرباك المستخدم أو تحريف الصورة البصرية ممنوع منعاً باتاً، على سبيل المثال لا يجب إعادة بناء الأحداث في الصور الإخبارية، نفس الشيء بالنسبة للفيديوهات إذ لا يجب إدراج الكلمات أو ربط تصريحات أدلي بها في أوقات مختلفة لنوهم المستخدم أنّها في ذات الوقت³⁶.

من خلال ما سبق يمكن الإشارة إلى أنّ استخدام عناصر الوسائط المتعدّدة في المواضيع الصحفية لا يجب أن يكون عشوائيا إنّما يتطلب مهارة ودراية وسرعة التحكم في التقنية من جهة، وحسن توظيف هذه العناصر من الناحية الفنية من جهة أخرى، إذ يجب على المحرّر الصحفي أن يحسن اختيار العنصر الأنسب للقصة الخبرية ومتى يوظف عنصرا دون الآخر أو متى يستعمل أكثر من عنصر من هذه الوسائط المتعدّدة في موضوع صحفي واحد ومتى يكتفي بالنصّ فقط.

المحور الخامس : أنواع الروابط الفائقة المستخدمة :

جدول (6) : يوضّح أنواع الروابط الفائقة المستخدمة في تحرير المواد الإعلامية

لصحيفة "الشروق أون لاين"

النسبة المئوية %	التكرارات	النسبة المئوية %	التكرارات	أنواع الروابط الفائقة	
				روابط فائقة خارجية (خارج الموقع)	روابط فائقة داخلية (داخل الموقع)
52.05	114	41.23	47	التويتر	
		16.67	19	الفايسبوك	
		14.03	16	اليوتيوب	
		0.88	1	الأستغرام	
		27.19	31	مواقع أخرى	
		100.00	114	المجموع	
47.95	105	روابط فائقة داخلية (داخل الموقع)			
100.00	219	المجموع العام			

تهدف هذه الفئة إلى الكشف عن أنواع الروابط الفائقة المستخدمة في تحرير المواد الإعلامية لصحيفة "الشروق أون لاين". ومن خلال الجدول السابق يلاحظ أنّ عيّنة الدراسة قد وظّفت كلّاً من الروابط الفائقة الخارجية بنسبة 52.05% والروابط الفائقة الداخلية بنسبة 47.95%، أمّا النتائج المفصّلة فكانت كالتالي :

- الروابط الفائقة الخارجية : بيّن الجدول (6) أنّ موقع صحيفة "الشروق أون لاين" قد اعتمد على الروابط الفائقة الخارجية والتي تحيل المستخدم إلى مضامين ذات صلة خارج الموقع بنسبة قُدرت بـ 52.05% حيث حاز موقع التواصل الاجتماعي التويتر على حصة الأسد بنسبة 41.23%، يليه فئة مواقع أخرى بنسبة 27.19%، ثمّ الفايسبوك بـ 16.67%، فالیوتيوب بـ 14.03%، وأخيرا الأنستغرام بنسبة ضئيلة قُدرت بـ 0.88%.

تعتبر هذه الروابط الفائقة تقنية من تقنيات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية والتي تميّزها عن غيرها من الصحف المطبوعة، ويلاحظ أنّ الروابط الفائقة الخارجية المُدرجة ضمن متن المحتوى في عينة الدراسة كانت على شكل كلمات مفتاحية تحيل المستخدم عند النقر عليها إلى موقع خارجي يحتوي على موضوع ذي صلة أو تحيله إلى موقع من مواقع التواصل الاجتماعي.

• **الروابط الفائقة الداخلية :** كشف الجدول (6) أنّ موقع صحيفة "الشروق أون لاين" قد اعتمد على الروابط الفائقة الداخلية والتي تحيل المستخدم إلى مضامين ذات صلة داخل الموقع بنسبة قُدّرت بـ 47.95٪، وتجدر الإشارة إلى أنّ الروابط الفائقة الخارجية المُدرجة ضمن متن المحتوى في عينة الدراسة تمّ توظيفها على شكل كلمات مفتاحية تحيل المستخدم عند النقر عليها إلى موضوع ذي صلة داخل موقع الصحيفة محل الدراسة.

في ذات السياق توصلت دراسة الباحثة خلود العصيمي إلى أنّ غالبية المحرّرين الإلكترونيين يرون أهمية ربط خلفية المادة الإعلامية بالروابط الفائقة بنسب متساوية ما بين أوافق بشدة وأوافق حيث قُدّرت بـ 43.75٪، أمّا من يرون أنّ السياسة التحريرية لا تلزم بنشر المادة الإعلامية الإلكترونية دون ربطها بالوصلات فكانت هي الأخرى متساوية ما بين لا أوافق ولا أوافق بشدة بنسبة 3.13٪ وجاءت هذه الإجابات ممثلة برئيس تحرير صحيفة إلكترونية سعودية³⁷.

تعتبر الروابط الفائقة "إحدى المظاهر المميّزة للشبكة العنكبوتية، كما تشكل جانبا رئيسيا في بنيان تلك الشبكة، تعتمد بطبيعتها على تقنية النصّ الفائق، تلك التي تكفل بالضرورة خاصية الربط الفائق بين الصفحات والمواقع في الفضاء المعلوماتي بالمعنى الواسع"³⁸، وهي من أهمّ خصائص الصحافة الإلكترونية حيث تسمح لمحرر المواد الإعلامية بربط موضوعه بمواضيع ذات صلة حتى تُثري الموضوع وتكسبه عمقا معرفيا.

يمكن الإشارة في هذا الصّد إلى أنّه رغم أنّ توظيف الروابط الفائقة في الصحف الإلكترونية من أهمّ مميّزات التحرير الصحفي الإلكتروني إلّا أنّه يُحدّر من كثرة استخدام هذه الروابط حيث تسبّب الرّائد المعرفي ليس هذا فقط بل تصل في بعض الأحيان إلى تشتيت المستخدم الذي يصبح لا يعرف أين هو وكيف يرغب بالعثور على المعلومات، وقد يظهر شعور بالضيق في الفضاء السبراني³⁹.

المحور السادس : الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة المتوفرة :

جدول (7) : يوضّح الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة المتوفرة

في صحيفة "الشروق أون لاين"

الوسائط التفاعلية التواصلية		متوفر	غير متوفر
إمكانية التواصل مع المحرر	عن طريق البريد الإلكتروني		✓
	عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي		✓
إمكانية التعليق على المواد المنشورة		✓	
إمكانية مشاركة المحتوى		✓	

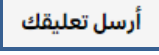
يعتبر توظيف الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة في الصحافة الإلكترونية من مميّزات التحرير الصحفي الإلكتروني، وتشير بيانات الجدول (7) مدى توافر هذه الوسائط من عدمها في صحيفة "الشروق أون لاين" كما يلي :

● **إمكانية التواصل مع المحرّر** : يلاحظ من خلال الجدول السابق الغياب التام لعناوين البريد الإلكتروني الخاصّ بالمحرّرين أو صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا مؤشرا عن ضعف استثمار الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة للتقنيات الحديثة التي توفرها البيئة الإلكترونية الجديدة التي تتيح تبادل آني للأدوار الاتصالية بين المتلقي والمرسل.

يستوجب على الكاتب للواب أن يتيح إمكانية التفاعل مع المستخدم عن طريق البريد الإلكتروني ليتسنى له معرفة مدى فعالية المعلومات التي تنشر من خلال موقعه، أو بمعنى آخر معرفة رجع الصدى الذي يفيد كثيرا في تكييف محتوى الموقع مع حاجيات المستخدمين. وهنا يمكن اعتبار هذا المستخدم بمثابة ناقد للصحفي ويفيد أيضا في توجيهه، لذا يلجأ المحرّرون إلى إدراج عنوان بريدهم الإلكتروني في نهاية المقال أو في بدايته وعادة ما يكون تحت اسم الكاتب مباشرة، لتلقي الردود والتعليقات والنقد⁴⁰، حتى يتمكن المحرّر فيما بعد من تعديل وتصحيح المواضيع المنشورة. نفس الشيء بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي إذ تُسهم بشكل كبير في عميلة التواصل بين محرّر المادة الإعلامية والمستخدم وتواصل المستخدمين مع بعضهم البعض، إذ يُفترض أن تكون الصحف الإلكترونية منصات افتراضية تفاعلية للتعبير عن الرأي بكل حرية.

تعدّ إمكانية التعديل والتصحيح من مميّزات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية وتشمل مستويين أمّا الأوّل فيكون في حالة تطور الحدث أو تغيير الأرقام الواردة فيه حيث يتمّ تعديلها في الخبر تماشيا مع المعلومات الجديدة. أمّا الحالة الثانية وهي تعديل الأخطاء التي تمّ التعرّف عليها

عن طريق المحرّر نفسه أو إدارة التحرير أو المستخدمين، ويراعى في عملية التصحيح هذه أن تتمّ طبقاً للإجراءات المعتادة والمراحل نفسها مع المحرّر والمدقّق اللغوي⁴¹.

• **إمكانية التعليق على المواد الإعلامية المنشورة :** كشف الجدول (7) أنّ صحيفة "الشروق أون لاين" توفرّ لمستخدميها إمكانية التعليق على المواد الإعلامية المنشورة من خلال مساحة تتواجد أسفل الموضوع يُكتب فيها التعليق بعدها يتمّ إدخال اسم المستخدم وعنوان بريده الإلكتروني وأخيراً إرسال التعليق عن طريق التّقر على أيقونة أرسل تعليقك . إلّا أنّ أغلب المواقع تقوم بعملية انتقاء لهذه التعليقات ومراقبتها قبل نشرها.

يُفترض أنّ تُسهم خدمة التعليق على المواد المنشورة في رفع مستوى التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية، إذ تتيح هذه الإمكانية فرصة كبيرة للمستخدم للتعبير عن رأيه بكل حرية، أو لتقديم اقتراح أو تصحيح، في هذا الصدد يشير الباحث نصر الدين العياضي إلى أنّ التعليقات المنشورة في مواقع الصحف الجزائرية "لا تثبت قطّ أنّها تحولت إلى منابر للنقاش بين السياسيين والصحافيين والخبراء والجمهور. ولم ترتق بالاستعمال العمومي للحجة والتداول حول القضايا ذات الشأن العامّ. فما يظهر منها لا يعبر عن تعدّد الآراء وتناقضها، بل يرسّخ رأي الصحيفة. لكن هذا لا ينفي أنّ بعض القراء/ مستخدمي الموقع يقومون بدور المدقّق في المعلومات Fact - Cheker عبر تعليقاتهم... فالقارئ الجزائري يصحّح المعلومات التي تنشرها مواقع الصحف في شبكة الانترنت، وهي في الغالب ذاتها الموجودة في الطبعة الورقية. والغريب في الأمر أنّ الصحف المعنية لا تصحح الأخطاء التي يشير إليها القراء، ناهيك عن الاعتذار لهم"⁴².

• **إمكانية مشاركة المحتوى :** تبين من خلال الجدول السّابق أنّ صحيفة "الشروق أون لاين" توفرّ لمستخدميها إمكانية مشاركة المواد الإعلامية المنشورة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وذلك عن طريق التّقر على أيقونة شارك المقال  المتواجدة أسفل الموضوع.

وافقت هذه النتيجة إلى ما توصّلت إليه دراسة بعنوان أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وعلاقتها برضا المستخدمين - صحيفة "كل شيء عن الجزائر TSA" أنموذجاً، حيث أسفرت نتائجها أنّ الصحيفة الإلكترونية عيّنة الدراسة قد وفّرت لمستخدميها إمكانية مشاركة المحتوى الإعلامي من خلال أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي بغرض الزيادة في عدد المستخدمين، وهذا ما يعبر عن مدى حرص الصحيفة الإلكترونية لاستثمار صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي

المختلفة للترويج لها من جهة ولتعزيز طرق تفاعل المستخدم مع مضامينها الإعلامية من جهة أخرى

يعتبر توفير إمكانية مشاركة المحتوى للمستخدم دليل على مدى التزام الصحيفة الإلكترونية بتحقيق قدر عالٍ من التفاعلية والمشاركة، هاتان الخاصيتان تعتبران من أهم خصائص الصحافة الإلكترونية التي تميّزها عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية، لذا يستوجب على المحرّر الصحفي الإلكتروني أن يوظف مختلف الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة لأن الصحافة الإلكترونية هي صحافة تفاعلية بامتياز.

خاتمة :

يتطلب التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية حسن توظيف الإمكانيات التقنية وأدوات التحرير الإلكترونية التي توفرها البيئة الرقمية الجديدة، وذلك من خلال العناية بصياغة العناوين واختيار الأنواع الصحفية والقوالب الفنية التي تحاكي هذه البيئة وتحقق قدرا عاليا من التفاعلية باستخدام عناصر الوسائط المتعدّدة والروابط الفائقة وكذا الوسائط التفاعلية الاتصالية الحديثة، لجذب المستخدم وتمكينه من التّعرّض إلى المواد الإعلامية المنشورة والتفاعل معها وإبقائه في موقع الصحيفة أطول مدّة ممكنة. وقد توصلت الدراسة التحليلية لصحيفة الإلكترونية الجزائرية "الشروق أون لاين" إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها في ما يلي :

- كشفت النتائج التحليلية أنّ الموضوعات الرياضية احتلّت المركز الأوّل بنسبة 31.23٪، قد يعود سبب ذلك إلى تزامن فترة الدراسة مع الألعاب الأولمبية والبارالمبية التي أقيمت بطوكيو 2021 وكذا تصفيات كأس العالم التي سوف تُقام بدولة قطر في نوفمبر 2022. ثمّ تلتها مباشرة الموضوعات السياسية بنسبة 19.87٪، وهذا يدلّ على مدى اهتمام الصحيفة محلّ الدراسة بالشأن السياسي.
- بيّنت نتائج الدراسة التحليلية أنّ الخبر الصحفي احتلّ المركز الأوّل بنسبة كبيرة قدّرت بـ 53.00٪ ويعود اعتماد الصحيفة محلّ الدراسة على الخبر الصحفي كونه من أهمّ الأنواع الصحفية المستعملة خاصة في الصحافة الإلكترونية لتجاوبه مع طبيعة المستخدم. أمّا المركز الثاني فقد كان من نصيب التقرير الصحفي بنسبة 26.18٪، ويعتبر هذا النوع الصحفي من أهمّ الأنواع الصحفية الإخبارية.
- يلاحظ من خلال النتائج التحليلية اعتماد الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة على القوالب الفنية التقليدية بنسبة 54.02٪ أمّا القوالب الفنية الحديثة قدّرت نسبتها بـ 45.98٪. حيث تحصّل قالب الهرم المقلوب الذي يعدّ من القوالب الفنية التقليدية على المركز الأوّل بنسبة 34.73٪،

ويمكن اعتبار قالب الهرم المقلوب هو أنسب القوالب الفنية في تحرير الموضوعات في الصحافة الإلكترونية، لأنه يناسب خصوصية المستخدم الذي يبحث عن أهمّ ما جاء في الموضوع دون الدخول في تفاصيله. أمّا فيما يخصّ القوالب الفنية الحديثة فقد حاز قالب المقاطع على المركز الأوّل بنسبة 12.54٪، حيث يُقسّم الخبر فيه إلى مقاطع وفقاً للتطور الزمني للأحداث، وتتناسب كثيراً خصائص هذا القالب مع تفضيلات جمهور الصحف الإلكترونية.

• يلاحظ أنّ فئة عناوين رئيسية فقط حازت على المركز الأوّل بنسبة 77.29٪، تليها فئة عناوين رئيسية وفرعية بنسبة 22.71٪، ويعدّ استخدام العناوين الفرعية في الصحافة الإلكترونية من أهمّ الأسباب التي تدفع المستخدم للمواصلة قراءة الموضوع دون ملل.

• انفردت فئة الصور والرسوم المرافقة للنص بالمركز الأوّل بنسبة كبيرة قدّرت بـ 88.72٪، فالصورة تضيف على الموضوعات الإعلامية لمسة جمالية وأخرى وظيفية. كما حازت فئة مقاطع الفيديو على المركز الثاني بنسبة 10.50٪، وهذا يكشف عن مدى تقصير الصحيفة محلّ الدراسة في توظيف مقاطع الفيديو التي تتيح المزيد من خيارات للمستخدم.

• اعتمدت الصحيفة محلّ الدراسة على توظيف الروابط الفائقة الخارجية بنسبة قدّرت بـ 52.05٪، بينما حازت فئة الروابط الفائقة الداخلية بنسبة 47.95٪. ويعدّ توظيف الروابط الفائقة في عملية التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية سلاحاً ذا حدين، إذ تُسهّم في إثراء الموضوع وتُكسبه عمقاً معرفياً من جهة كما قد تشبّث المستخدم من جهة أخرى.

• يلاحظ الغياب التامّ لعناوين البريد الإلكتروني الخاصّ بالمحرّرين أو صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يدلّ عن ضعف استثمار الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة للتقنيات الحديثة بكامل إمكانياتها التي تحقّق مستوى عالٍ من التفاعلية، بينما تتوافر إمكانية التعليق على المواد الإعلامية المنشورة وإمكانية مشاركة المواد الإعلامية المنشورة.

من خلال ما سبق ذكره يمكن تقديم بعض التوصيات التي قد تساعد في تطوير التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية، تمثّلت هذه التوصيات في ما يلي :

• الاهتمام بالأبحاث والدراسات الإعلامية التي تتناول مميّزات التحرير الصحفي في البيئة الرقمية الجديدة ومحاولة تطبيقها في الصحف الإلكترونية لتحقيق ممارسات صحفية إلكترونية عالية الجودة.

- إجراء دورات تكوينية لتدريب محرري الصحف الإلكترونية بغرض تمكينهم من أدوات التحرير الصحفي في البيئة الإعلامية الجديدة.
- الحرص على استخدام مختلف الأنواع الصحفية والقوالب الفنية الحديثة التي تحاكي خصائص الصحافة الإلكترونية، وتوظيف الوسائط المتعددة والروابط الفائقة ومختلف تقنيات التحرير الصحفي الإلكتروني في كتابة المواضيع الإعلامية، وكذا التخلي عن فكرة التحرير للصحف الإلكترونية بطريقة التحرير للصحف المطبوعة.
- توظيف مختلف الوسائط التفاعلية التواصلية الحديثة في الصحف الإلكترونية بكامل إمكانياتها، والتي تسمح بإشراك المستخدم في العملية الاتصالية، وتجاوب محرري الصحف الإلكترونية مع هذا المستخدم بشكل فعلي متزامن لتحقيق ما يسمى بالتفاعلية الواقعة.

الهوامش :

- 1- ابن منظور الأنصاري الإفريقي المصري، (1993)، لسان العرب، مج4، ط1، دار صادر، بيروت، ص184.
- 2- محمد جمال الفار، (2014)، معجم المصطلحات الإعلامية : أوّل معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، نبلأ ناشرون وموزعون، عمان، ص54.
- 3- عبد الجواد سعيد محمد ربيع، (2005)، فن الخبر الصحفي : دراسة نظرية وتطبيقية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص16.
- 4 - حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، (2014)، التحرير الصحفي في عصر المعلومات : الخبر الصحفي، ط4، دار الكتاب الجامعي، العين، ص198.
- 5- المعجم الوسيط، (2004)، ط4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ص508.
- 6- ماجد سالم تربان، (2008)، الانترنت والصحافة الإلكترونية : رؤية مستقبلية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص98.
- 7- خلود العصيمي، (2019)، "أدوات التحرير في الصحافة الإلكترونية السعودية : دراسة مسحية على القائم بالاتصال"، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، (العدد7).
- 8- لعيدلي شهيناز، (2016/2017)، "الصحافة الإلكترونية الجزائرية : دراسة تحليلية ميدانية"، أطروحة دكتوراه، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم الصحافة المكتوبة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3، الجزائر.
- 9- جمال عبد ناموس القيسي، (2012)، "الأخبار في الصحافة الإلكترونية : موقعا BBC العربية وإيلاف أنموذجا"، رسالة ماجستير (منشورة)، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق.

- 10 - محمد الصاوي محمد مبارك، (2017)، البحث العلمي : أسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992، ص30.
- 11 - إسماعيل إبراهيم، (2017)، مناهج البحوث الإعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص59.
- 12 - محمد عبد العزيز الحيزان، (2004)، البحوث الإعلامية : أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ص71.
- 13 - سعد سلمان الشهداني، (2017)، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، ص43.
- 14 - موقع أليكسا : <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ>، تم التصفح يوم : 2021/08/15، على ساعة : 9:47.
- 15 - عامر قنديجي، (2010)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمّان، ص145.
- 16 - محمد عبد الحميد، (2010)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، ص99.
- 17 - سمية بورقعة، (2019)، الصحافة الرقمية : تطبيقات في التفاعلية - الجزائر أنموذجا، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، ص79.
- 18 - طه عبد العاطى نجم، (2015)، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص285، 286.
- 19 - يوسف تمار، (2007)، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ص9.
- 20 - رشدي أحمد طعيمة، (2004)، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، ص70.
- 21 - يوسف تمار، مرجع سابق، ص89.
- 22 - محمد عبد الحميد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، ص233.
- 23 - سمير محمد حسين، (2006)، بحوث الإعلام : دراسات في مناهج البحث العلمي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، ص264، 265.
- 24 - رشدي أحمد طعيمة، مرجع سابق، ص344.
- 25 - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص180.
- 26 - لعيدلي شهيناز، مرجع سابق، ص196.
- 27 - نصر الدين لعياضي، (1999)، إقتربات نظرية من الأنواع الصحفية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص15.
- 28 - محمد لعقاب، (2013)، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، ط1، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ص99.
- 29 - جمال عبد ناموس القيسي، مرجع سابق، ص259.
- 30 - عبد العزيز خالد الشريف، (2014)، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمّان، ص120.
- 31 - عبد العزيز خالد الشريف، المرجع نفسه، ص71، 72.
- 32 - محمد لعقاب، مرجع سابق، ص52.

- 33- وفاق حافظ بركع، (جويلية 2021) "وظيفة الأنفوغرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر صفحات المواقع الإخبارية العراقية"، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (العدد 22)، ص 242.
- 34 - أحمد محمد عبد الله يوسف علوي، (ديسمبر 2020)، "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني سويف، مصر - بني سويف، (العدد 1)، ص 162.
- 35 - حسني محمد نصر، (10-11 مارس 2015)، "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة - دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي : التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية - الرياض، ص 19.
- 36- محمد خليل الرفاعي، فلك صبيرة، (2020)، تحرير الصحافة الإلكترونية، ط1، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، ص 39.
- 37- خلود العصيمي، مرجع سابق، ص 112.
- 38- محمود شريف زكريا، (2014)، أسس قياسات الشبكة العنكبوتية : الاتجاهات الحديثة لتقييم محتوى الانترنت، ط1، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 91، 92.
- 39- محمد خليل الرفاعي، فلك صبيرة، مرجع سابق، ص 94.
- 40- محمد لعقاب، مرجع سابق، ص 74.
- 41- محمد خليل الرفاعي، فلك صبيرة، مرجع سابق، ص 58.
- 42- نصر الدين العياضي، (جوان 2016)، "الصحافة الجزائرية في بيئة الواب : إرهابات التغيير"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر 3، (العدد 6)، ص 182، 183.
- 43- حميدة بن معزوز، محمد البشير بن طبة، (2019)، "أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وعلاقتها برضا المستخدمين - صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA أمودجا - دراسة تحليلية وميدانية"، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، (المجلد 23)، (العدد 48)، ص 271.

قائمة المراجع :

- 1- ابن منظور الأنصاري الإفريقي المصري، (1993)، لسان العرب، مج 4، ط 1، دار صادر، بيروت.
- 2- أحمد محمد عبد الله يوسف علوي، (ديسمبر 2020)، "توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني سويف، مصر - بني سويف، (العدد 1).
- 3- إسماعيل إبراهيم، (2017)، مناهج البحوث الإعلامية، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 4- جمال عبد ناموس القيسي، (2012)، "الأخبار في الصحافة الإلكترونية : موقعا BBC العربية وإيلاف أمودجا"، رسالة ماجستير (منشورة)، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق.
- 5- حسني محمد نصر، (10-11 مارس 2015)، "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة - دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي : التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية - الرياض.

- 6- حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، (2014)، التحرير الصحفي في عصر المعلومات : الخبر الصحفي، ط4، دار الكتاب الجامعي، العين.
- 7- حميدة بن معزوز، محمد البشير بن طبة، (2019)، "أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وعلاقتها برضا المستخدمين - صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA أنموذجا - دراسة تحليلية وميدانية"، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، (المجلد23)، (العدد48).
- 8- خلود العصيمي، (2019)، "أدوات التحرير في الصحافة الإلكترونية السعودية : دراسة مسحية على القائم بالاتصال"، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، (العدد7).
- 9- رشدي أحمد طعيمة، (2004)، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 10- سعد سلمان الشهداني، (2017)، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين.
- 11- سمية بورقعة، (2019)، الصحافة الرقمية : تطبيقات في التفاعلية - الجزائر أنموذجا، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة.
- 12- سمير محمد حسين، (2006)، بحوث الإعلام : دراسات في مناهج البحث العلمي، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- 13- طه عبد العاطى نجم، (2015)، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
- 14- عامر قنديلجي، (2010)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمّان.
- 15- عبد الجواد سعيد محمد ربيع، (2005)، فن الخبر الصحفي : دراسة نظرية وتطبيقية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 16- عبد العزيز خالد الشريف، (2014)، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمّان.
- 17- لعبدلي شهنياز، (2017/2016)، "الصحافة الإلكترونية الجزائرية : دراسة تحليلية ميدانية"، أطروحة دكتوراه، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم الصحافة المكتوبة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3، الجزائر.
- 18- ماجد سالم تربان، (2008)، الانترنت والصحافة الإلكترونية : رؤية مستقبلية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- 19- محمد الصاوي محمد مبارك، (2017)، البحث العلمي : أسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992.
- 20- محمد جمال الفار، (2014)، معجم المصطلحات الإعلامية : أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، نبلاء ناشرون وموزعون، عمان.
- 21- محمد خليل الرفاعي، فلك صبيرة، (2020)، تحرير الصحافة الإلكترونية، ط1، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.
- 22- محمد عبد الحميد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- 23- محمد عبد الحميد، (2010)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة.

- 24- محمد عبد العزيز الحيزان، (2004)، البحوث الإعلامية : أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.
- 25- محمد لعقاب، (2013)، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، ط1، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
- 26- محمود شريف زكريا، (2014)، أسس قياسات الشبكة العنكبوتية : الاتجاهات الحديثة لتقييم محتوى الانترنت، ط1، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 27- المعجم الوسيط، (2004)، ط4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة.
- 28- موقع أليكسا : <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ>، تم التصفح يوم : 2021/08/15، على ساعة : 9:47.
- 29- نصر الدين العياضي، (جوان 2016)، "الصحافة الجزائرية في بيئة الواب : إرهاصات التغيير"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر3، (العدد6).
- 30 - نصر الدين لعياضي، (1999)، إقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 31- وفاق حافظ بركع، (جويلية 2021) "وظيفة الأنفوغرافيك في تقديم المحتوى الإعلامي عبر صفحات المواقع الإخبارية العراقية"، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (العدد22).
- 32- يوسف تمار، (2007)، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر.