المحاضرة الثانية عشر: التحرير والأنواع الصحفية في الإعلام الإلكتروني :

مفهوم الصحافة الإلكترونية :لقد حظي مفهوم الصحافة الإلكترونية باهتمام العديد من الباحثين بهذه الظاهرة الإعلامية الجديدة والآن سنحاول استعراض بعض هذه التعريفات المقدمة :

عرف الدكتور **فايز عبد الله الشهري** الصحافة الإلكترونية بأنها عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحسابات الإلكترونية وما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين وتنسيق وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودة وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغير.

فيما يشير الدكتور **محمود علم الدين** : على أن الصحافة الإلكترونية هي تلك الصحف التي يتم إصدارها على شبكة الانترنت وتكون كجريدة مطبوعة على شاشة الكمبيوتر ويشمل المتن والصورة والرسوم والصوت والصورة المتحركة ، وقد تأخذ شكلا أو أكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية أو موجز بأهم محتويات الجريدة الورقية أو منابر للساحات للرأي أو خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية

للإشارة من الصعب الوصول الى تعريف جامع وشامل للصحافة الاليكترونية وذلك لتطورها المستمر ، وتعدد أنواعها ، وتنوع الوسائط التى تنشر من خلالها ، حيث تستخدم مصطلحات عديدة لوصفها منها الصحافة الفورية،النسخ الإلكترونية ، الصحافة الرقمية ، الجريدة اللاورقية ، صحافة الواب ، صحافة الوقت الحقيقي ، الصحافة المستعينة بالحاسبات ، صحافة الوسائط المتعددة ... وهذه المصطلحات : كلها تشير إلى أنماط من الصحافة الالكترونية اللاورقية، ومن هنا يمكننا القول أن الصحافة الاليكترونية هي أي إصدار لا ورقى يتم

إصداراه بالاستعانة بشبكة الانترنت ، وعرضه على الشبكة أو أي وسائط أخرى غير ورقية ، ولكنها تختلف من حيث الأسلوب ووسيط النشر، ، ويتضمن ذلك مايلي :

-الطبعات الالكترونية من الصحف الورقية على شبكة الانترنت .

- الصحف الالكترونية التي ليس لها أصل ورقي على شبكة الانترنت .

- مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت

- مواقع المؤسسات الإعلامية المختلفة : الراديو، التلفزيون ووكالات الأنباء .

ارتباك واضطراب وتداخل : وناقش الدكتور خالد الفرم في كتابه الارتباك والاضطراب في مفهوم الصحافة الإلكترونية هذه النقطة ، وأوضح أن الصحف الإلكترونية تنقسم إلى ثلاث فئات أساسية **وفقا لأسلوب إنتاج المحتوى الخاص بها:**

- الفئة الأولى: وهي الصحف الإلكترونية التي تعيد إنتاج محتوى الإصدار التقليدي، ومعظم الإصدارات الفورية في شبكة الإنترنت تقع في هذا النطاق وفي هذه المرحلة.

- الفئة الثانية: وهي الصحف الإلكترونية التي تنتج محتوى مخصصاً للنشر الفوري، وتدعم النصوص بوصلات وإمكانات تفاعلية.

- الفئة الثالثة: وهي الصحف الإلكترونية التي تتسم بكون محتواها ينتج خصيصاً للنشر الفوري، معتمداً على خصائص وسيلة الاتصال الجديدة وإمكاناتها.

كما شخص حالة الصحف الإلكترونية العربية قائلا إن معظم الصحف الإلكترونية العربية هي نسخ صماء للصحف الورقية، وتتسم بالجمود وبطء التحديث، والاقتصار على نقل النصوص فقط، مع غياب تام للمواد السمعية البصرية، وكذلك الخدمات التفاعلية التي تميز الإعلام الفوري، وأشار في دراسته إلى أن سيطرة التقنيين وليس الإعلاميين على إدارة محتوى الصحف الإلكترونية، وكذلك تكليف المؤسسات التقنية وليس الإعلامية مهام إنشاء الصحف الإلكترونية؛ حدَّ من فاعلية الصحف الإلكترونية وبنائها وسيرها على أسس ومعايير الصحف الإلكترونية الحديثة.

سمات الصحافة الإلكترونية: تطرقت العديد من الدراسات والأبحاث بإسهاب إلى سمات الصحافة الإلكترونية تلخص أهمها في

- التفاعليةاوالشيوع والانتشار.
- العمق المعرفي: أطروحة الأخبار في الصحافة الإلكترونية
- الفوريةأو الإلكترونية على شبكة الإنترنت
- إستخدام الوسائط وتقنية النص الفائق Hypetextوالتناص
- المرونة والقابلية للتحويل وإمكانية التعديل والتصحيح والتحديث
- الأرشيف الإلكتروني الفوري وإعادة إنتاج المادة.
- التفتيت أو اللاجماهيرية
- قابيلية التحويل
- التمكين وسهولة التعرض.

– قياس رجع الصدى:تمنح إمكانية التعرف على ردود أفعال المستخدمين والزوار حول المواد المنشورة

التحرير للصحف الإلكترونية:

لقد تطورت عملية التحرير مرحليا باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة القائمة على تقنيات متطورة فاعلة يسرت جمع ونقل المعلومات، والكتابة الصحفية وغيرها، ولم تعد المسافة والمكان عائقين في عملية الاتصال والتواصل، كما إن هذه التقنيات يسرت عملية خزن البيانات وبثها واختصرت كثيرا من الوقت المطلوب في عمليات تنظيم وإعداد واسترجاع البيانات ونشرها.

سمات الكتابة الالكترونية : هناك ثلاث سمات رئيسية للكتابة الالكترونية

-السرعة والسعة الكبيرة -- الاعتماد على الوسائط المتعددة Multimédia - البساطة والاختصار:

وهناك سمات أخرى تميز الكتاب الإلكترونية هى:

-أن الكتابة لموقع الانترنت متاحة لأي شخص في العالم، وكل إنسان يستطيع أن يكون (online writer)، ليست هناك حاجة أن تمتلك صحيفة أو تكون لك علاقة برؤساء التحرير، تستطيع المشاركة وأيضاً فى التعليق على مقالات رئيس التحرير، ويمكن أن تتحول إلى ناشر صحفى بمجرد إطلاقك لموقع على الانترنت.

1 - ليست هناك توقيتات نهائية (Deadlines) لتقديم المادة الصحفية، فالكتابة والنشر يحدثان بشكل مباشر وفورى وهو ما يجعل متابعة تطورات أى قضية جارية أمراً سهلاً للغاية.

2 - لن يضطر الصحفى مجبراً على اختصار مقالات لتتناسب و مساحات معينة.

3 - تستطيع من خلال البرامج الإحصائية (cookies)أن تعرف كم إنساناً يقرأون مقالاتك وكم من الوقت يقضون فى تصفح موقعك وماهو المسار الذى اتبعوه أثناء تجولهم فى الموقع.

4 - لم تعد هناك حاجة لأن يتخصص الصحفى فى الكتابة فقط، بل أن وظيفته داخل الموقع أصبحت أكثر شمولية وتعددت مهام المحررين لتشمل الإذاعة وصناعة الأفلام وتقديم البرامج وتحميل المواد الإعلامية على الموقع إلى جانب وظيفتهم التقليدية فى كتابة المواد الصحفية.

وهناك قائمة (checklist) لمراجعة المواد المكتوبة للموقع تحتوى على النقاط الآتية:

1 - ضرورة التزام البساطة، لايجب أن تزيد مقدمة الخبر على أكثر من 20 كلمة.

2 - تجنب الاختصارات التى لايفهمها عامة الناس.

3 - أن تضاف للمادة أبعاد إنسانية مشتركة بين كل البشر.

4 - أن يتم إبراز الطابع الدرامى للمادة الصحفية مع ذكر أهم القوى الفاعلة ضمن الفقرتين الأوليين من المادة.

5 - أن يظهر لقارئ المادة إلمام كاتبها بما يصدر عن وسائل الإعلام الأخرى وما يكتب فى المواقع المشابهة على الشبكة.

6 - التزام آلية منضبطة لتصحيح المادة ومراجعتها قبل وبعد نشرها.

7 - استخدام التعبيرات التى ترفع من درجة الصلة الشخصية بين كاتبها وبين القارئ بحيث تبدو كحوار بين شخصية قريبين من بعضها البعض.

هناك قواعد واضحة في الكتابة الاليكترونية على شبكة الانترنت للنشر أبرزها :

1. الكتابة المكثفة على شكل فقرات سريعة قصيرة .
2. أهمية الاختصار في حالة نشر مادة مطبوعة فورياً .
3. أما الفقرات الطويلة فيجب أن تقسم وتجزأ لتأخذ شكل قائمة من النشرات وللإشارة أجريت العديد من الدراسات والبحوث العلمية التي سعت للتعرف على ما يمكن **تسميته بثقافة قراءة مواقع الانترنت** ، بما في ذلك بالطبع عادات الزائرين أثناء تصفحهم للمواقع المختلفة، وقد خلصت هذه الدراسات المعروفة باسم Usability Studie، وقد خلصت إلى العديد من النتائج من أبرزها:

- زوار مواقع الانترنت نادرا ما يقرؤون الموضوعات المنشورة كلمة بكلمة وبدلا عن ذلك فإنهم يقرؤون عن طريق ما يعرف بالمسح SCAN والتي يختارون عبرها جمل وكلمات معينة من القصة المنشورة. (97% يقرؤون بطريقة المسح، و16% يقرؤون كلمة كلمة.

- أن نسبة الدخول إلى موقع معين ارتفعت بنسبة 58% و47% و27% على التوالي عندما روعيت مسائل الاختصار والقابلية للمسح Scan والموضوعية Objective في أثناء كتابة القصص الإخبارية في الموقع.

- الزائرون لا يحبذون الصفحات الطويلة ويفضلون أن يكون النص قصيرا ومباشرا.

- يكرهون الكتابة بلغة إنشائية، ويحبذون النفاذ إلى الحقائق مباشرة.

- يرغبون دائما في أن تكون آلية البحث في الموقع جيدة حتى يتمكنون من الوصول إلى مواد محددة بهدف الاستزادة.

- يملون الانتظار لحين ظهور نتائج البحث، ويعتبرون ذلك مضيعة للوقت

أسلوب وطريقة تحرير الخبر في الصحفية الإلكترونية :لقد استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تحدث انقلاباً ليس فقط في سرعة تناقل الخبر، ولكن أيضاً في طريقة تحرير **الخبر وشكله من خلال**:

-التركيز والاختصار: وهما السمة المميزة للخبر على الإنترنت.

-أهمية وجود الصورة الموضوعية بعيداً عن الصور الشخصية فقط.

-استخدام الجمل القصيرة في صياغة الخبر لأن قارئ الإنترنت دائماً يريد الانتهاء من القراءة بسرعة ولا وقت لديه للجمل الطويلة.

-طريقة عرض التفاصيل: الاختصار لا يعني بأن لا يعطي الخبر تفاصيل بل على العكس من ذلك في الصحافة الإلكترونية يعطي الخبر تفاصيل كثيرة جدا ولها علاقة بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة، ولكن يتم هذا على **الإنترنت من خلال الروابط أسفل الخبر** والتي يفتحها ويقرأها من يريد الاستزادة بالمعلومات.

-إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتضيف خدمة إذاعية، وأحياناً بثا حيا للأحداث

-التميز بوجود رد فعل سريع وفوري منشور من خلال القارئ الذي يمكنه في بعض الأحيان أن يكتب التعليق وينشر لحظياً أسفل الخبر أو المقال، مما يعطي ميزة هائلة لنشر الخبر إلكترونياً.

-عمل **مقاييس لعدد قراء كل خبر أو** موضوع على حدى، فمن خلال عداد القراءة يتعرف الكاتب الصحفي على اتجاهات قرائه، وأي من الأخبار يتم قراءتها أكثر، ومن ثم يمكن تعديل اتجاهات الصحيفة لتناسب قرائها.

-قياس الرأي العام وتحليله في عدد كبير من القضايا **من خلال الاستطلاعات** التي يقوم بها عدد كبير من المواقع وهى تتم بشكل إلكتروني فوري.

ومنه عند تحرير الخبر الإلكتروني يجب الأخذ ببعض الاعتبارات المهمة فى عملية التحرير وهي:

1- ضرورة استخدام الكلمات بشكل مقتصد ومرشد، والتأكد من أن النص الذى تتم كتابته يهم القارئ فى شئ ما.

2- التوجه نحو الهدف، ويقصد بذلك أن تكتب جملاً سهلة الفهم، وتستعمل العناوين بإتقان بحيث تستطيع جذب القراء.

4- أن يتم توجيه الخطاب برؤية عالمية الأفق، حيث أن التصميم يعرض على شبكة يتواصل معها كل العالم وليس كل ما تعبر عنه يمكن أن يفهمه الجميع.

5-الكتابة المكثفة على شكل فقرات سريعة قصيرة . ومن بين الإرشادات الجيدة أن يكون الموضوع المنشور على الإنترنت في حدود 800 كلمة وأن يكتب كله على صفحة واحدة. فالدراسات أثبتت أن زوار المواقع الإلكترونية تكون لديهم الرغبة

في قراءة الصفحة حتى نهايتها ؛ ولكي يكون من السهل استيعاب النص، فإنه يتعين على المحرر الإلكتروني تقسيم نص الموضوع إلى فقرات متعددة، واستخدام العناوين الفرعية وتقسيم الموضوع إلى نقاط محددة لعرض الأفكار بطريقة منفصلة بدرجة أكبر مما يحدث في الصحافة المطبوعة

لذلك **يتفق معظم الخبراء على مجموعة من المبادئ التي يجب أن يراعيها المحرر الإلكتروني وهي :**

- **الوضوح :** ذلك استجابة لطبيعة لخاصة بالانترنت القائمة على السرعة وتعدد الخيارات وأهمية الوضوح تكمن في المضمون المحرر تبعا لعدم توفير القراء المعاصرين على الوقت الكافي للاستيعاب وإدراك المعاني التي قد تقدم صياغات تقليدية تتسم بالطول والتعقيد .

- **الاتساق :** بمعنى أن تكون عناصر الموضوع متناسقة .

- **الكفاية والتناسب:** ويتمثل ذلك في كفاية وتناسب المعلومات مع المبادئ والممارسة التحريرية .

6- الفقرات الطويلة فيجب أن تقسم وتجزأ لتأخذ شكل قائمة من النشرات وبينما لا يفضل استخدام النمط السابق في المطبوعة إلا أنه مفيد جدا في حالة الكتابة الاليكترونية على شبكة الانترنت على الويب لأن استخدام هذه النشرات يركز الأفكار التي يريد الكاتب والصحفي نقلها للجمهور .

- تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية **النص الفائق Hypertext** ، والنص الفائق هو نص يرتبط بمجموعة من النصوص من خلال إشارات معينة موجودة بداخله، يتم تمييزها تيبوغرافيا داخل النص الأصلي، بحيث إذا تم تنشيطها من خلال الضغط على زر "الفأرة"، فإنها تفتح على نصوص أخرى، وهذا الشكل هو أساس عملية التجوال Navigation في أي موقع لصحيفة إلكترونية على شبكة الإنترنت وهو ما يمكن المستخدم من التجول بين الكلمات المتصلة بنصوص أو صور أو موسيقى أو فيديو وهذه الكلمات التي لها اتصالات بنصوص أخرى تسمى Hot words .

ب-تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية الوسائط المتعددة Multimedia

ج-تحرير المادة الصحفية طبقاً لتقنية الوسائط الفائقة Hypermedia ، و تعتبر تطويرا للوسائط المتعددة لأنها تقدم وسائط أغنى وبدائل أكثر. فبعد أن كان المحرر فى الصحيفة المطبوعة يعتمد على أداتين تعبيريتين هما: النصوص المكتوبة والصور الثابتة، فإن المحرر فى الصحيفة الإلكترونية بإمكانه أن يعتمد بالإضافة إلى هاتين الأداتين على التعبير بالصوت والصورة المتحركة، وبالتالى فإن أسلوبه فى الاعتماد على الكلمات فى نقل الحدث أو المضمون الذى تحمله المادة الصحفية يتطلب إعادة نظر، ففى وجود إمكانية التعبير بالصورة المتحركة وبالوسيط السمعى تقل قيمة استخدام الكلمات بالشكل التقليدي الذى كانت تستخدم به فى الصحافة المطبوعة.

د - تحرير المادة الصحفية طبقا لتقنيات التفاعلية Interactivity

الأنواع الصحفية بالصحافة الإلكترونية : يثار جدل فكري كبير، ، حول تأثير الكتابة الإلكترونية على الكتابة الصحفية، بصفة عامة، والأنواع الصحفية بشكل خاص .فبعض الباحثين يعتقدون أن الكتابة الصحفية تظل محتفظة بجوهرها بصرف النظر عن الحامل الذي تتمظهر فيه : صحافة مكتوبة، إذاعة وتلفزيون أو الانترنيت و البعض الأخر يعتقد أن التكنولوجية الرقمية قد أحدثت انقلابا كبيرا في وسائل الاتصال الجماهيري ومجالاته، حيث قضت على الحدود الفاصلة بين الأخبار، ، وبهذا استدعت صياغة جديدة لأشكال التعبير الصحفي في الحقيقة إن كل وسيلة إعلامية جديدة تخلق فضاءا إعلاميا جديدا خاصة بها ، لذا تستعين بالأنواع الصحفية التي كانت تعمل بها وسيلة الإعلام التي سبقتها وتحاول أن تطورها وتكيفها مع خصوصياتها وفضائها الإعلامي الجديد ،وستحدث أنواعا جديدة أكثر استجابة لأدوارها ووظائفها والأكثر ملائمة لخصوصياتها التقنية ،**وهذا ما يحدث مع الصحيفة الالكترونية التي** انتعشت في شبكة الانترنت ، فالخصوصية التقنية التي تتمتع بها الصحافة الالكترونية سمحت لها ببلورة إحدى الأنواع الصحفية التي كانت تستعمل بشكل اقل عن بقية الأنواع الصحفية في المجلات: **أنه الملف الصحفي** الذي يتناول قضية أو حدث معين من مختلف الجوانب لتسلط عليه الأضواء من كل الجهات ، ويشترك في انجازه أكثر من صحافي باستغلال جميع الوثائق والدراسات والمصادر.

كما توجد بعض التقنيات التي بدأت تفرض نفسها في وسائل الإعلام ، خاصة تلك التي تبث محتوياتها عبرا الانترنت مثل : Talk Back **ويقصد بها الهامش الذي يترك** في نهاية المادة الصحفية المنشورة للقارئ قصد التعبير عن رأيه أو وجهة نظره فيها ، لقد تزايد عدد المساهمين في التعقيب على المواد المنشورة في شبكة الانترنت مما زاد من قيمتها ودفع الكثير من القراء التي منحها أهمية اكبر من تلك التي يولوها إلى المادة التي شكلت موضوعا للتعليق والتعقيب ، **للإشارة تسمح**

التعقيبات المختلفة للكاتب من إعادة الكتابة عن ذات الموضوع ، كما **أن الحديث الصحفي يتحول بفضل Talk Back** إلى حوار مع الجمهور، بالإضافة إلى **دردشة القراء مع الكاتب** تشكل السمة البارزة للصافة الالكترونية ،