

اساليب تحرير الخبر الالكتروني في المواقع الدولية دراسة

تحليلية لموقع CNN العربية أنموذجاً

ا.م.د. ليث بدر يوسف

م.د علي عبدالحسين علوان

**Methods of editing electronic news in
international
sites Analytical study of CNN Arabia as a
model**

**M. Ali Abd Al Hussain Alwan
Asst . Prof.Dr. Layth Bader Yousef**

أسهمت الثورة المعرفية في مجال الاتصال والمعلومات التي دخلت كل مفاصل الاعلام بشكل فاعل في خلق أنماط اتصالية جديدة نتج عنها ظهور مفاهيم ومصطلحات لم تكن معروفة كالمصاحفة الإلكترونية والمواقع الإخبارية، والتي خلقت بدورها فضاءات جديدة تجاوزت الحدود الجغرافية والسياسية والاجتماعية، وفتحت اسلوباً جديداً في التواصل بين الأفراد والشعوب، فضلاً عن أدخلها تطوراً جديداً في بنية وسائل الإعلام التقليدية وجعلتها تعتمد إلى عمل مواقع اخبارية إلكترونية، منها ما هو مرتبط بالفضائيات الإخبارية مثل موقع (CNN) و(RT) (الاعلام التقليدية الدولية الناطقة بالعربية من هنا جاءت مشكلة هذه الدراسة لمعرفة (الاساليب التحريرية التي يبني على وفقها الخبر الإلكتروني في المواقع الدولية الناطقة بالعربية)، وقد حدد الباحث أهدافاً لدراسته أبرزها : التعرف على العناصر البنائية التقليدية التي يبني على وفقها الخبر الإلكتروني، ومعرفة الاساليب الفنية المتبعة في موقعي CNN العربية في عرض الاخبار، والتقصي مستوى اللغة الاعلامية المستخدمة في تحرير الاخبار المنشورة في موقع الدراسة. ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية، بالاعتماد على المنهج المسحي الوصفي التحليلي لكونه انطباق المنهج المستخدمة في الدراسات الاعلامية، واعتمد الباحث على استمارة تحليل المضمون والتي تم تقسيمها الى (٦) فئة رئيسية و(٣٣) فرعية، وقد شمل مجتمع الدراسة جميع الاخبار المنشورة على موقع (CNN) الالكترونية الدولية والناطقية بالعربية خلال المدة الزمنية الممتدة من (١ / ٥ / ٢٠٢٠ الى ٣١ / ٧ / ٢٠٢٠) ، وقد استخدم الباحث العينة العشوائية المنتظمة وفق اسلوب الاسبوع الصناعي، إذ جرى اختيار (٣٥٤) خبراً على وفق هذا الاسلوب.

Summary

The knowledge revolution in the field of communication and information, which entered all media joints, effectively contributed to the creation of new communication patterns that resulted in the emergence of previously unknown concepts and terms such as electronic journalism and news sites, which in turn created new spaces that transcended geographical, political and social borders, and opened a new method of communication between individuals. And the peoples, in addition to introducing a new development in the structure of the traditional media and making them rely on the work of electronic news sites, some of which are linked to news channels such as CNN and RT (international Arabic-speaking news). Hence the problem of this study came to know (the editorial methods on which the electronic news is built on the international Arabic-speaking websites), and the researcher has identified the objectives of his study, the most prominent of which are: identifying the traditional structural elements on which the electronic news is built, and knowing the technical methods used in my CNN Arabic websites. In presenting the news, and investigating the level of the media language used in editing the news published on the study site. This research is a descriptive research, based on the analytical descriptive survey method, as it is the most appropriate method used in media studies. The researcher relied on the content analysis form, which was divided into (6) main categories and (33) sub-categories. The study community included all the news published on the Arabic-speaking international website (CNN) during the time period (1/5/2020 to 7/31/2020). 354. News according to this method.

المقدمة:

استطاعت الثورة المعرفية في مجال الاتصال والمعلومات التي غزت العالم بتقنياتها المتطورة أن تؤثر وبشكل فاعل على الاداء الاعلامي لوسائل الاتصال المختلفة مما ادى الى تطور وتحسن ادائها الفني والمهني، وهو ما جعل الصحافة احد ابرز المتأثرين بهذا الانفجار المعلوماتي الهائل، إذ عد هذا التدفق المعرفي انقلاباً غير مسبوق في مضمون الصحافة وطبيعة البناء الفني للأخبار فيها، فصار مضمونها أكثر خصوصية وثراء، الامر الذي جعل الصحفيون بمواجهة مسؤوليات جديدة ومهام كبيرة، هدفها الاساس إرضاء القراء الذين لم يعودوا يقتنعون في ظل التدفق الكبير للمعلومات عبر الشبكة العنكبوتية بما كانوا يقتنعون به خلال السنوات الماضية، الامر الذي جعلها تعتمد إلى عمل مواقع اخبارية إلكترونية، منها ما هو قائم بذاته ومنها ما هو مرتبط بالفضائيات الإخبارية كموقع CNN و BBC و RT والجزيرة نت الاخبارية الدولية.

الطار المنهجي للبحث:

اولاً: مشكلة البحث:

تمثلت مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الآتي: (ما اساليب تحرير الخبر الالكتروني في المواقع الدولية؟)

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية هي :

- 1- ما العناصر البنائية التي يتكون منها الخبر الالكتروني في موقع CNN العربية؟
- 2- ما الاساليب الفنية المتبعة في عرض الاخبار في موقع CNN العربية ؟
- 3- ما مستوى اللغة الاعلامية المستخدمة في تحرير الاخبار المنشورة في موقع CNN العربية؟

ثانياً: اهداف البحث:

تمثلت اهداف البحث بالآتي:

- 1- التعرف العناصر البنائية التي يتكون منها الخبر الالكتروني في موقع CNN العربية.
- 2- معرفة الاساليب الفنية المتبعة في عرض الاخبار في موقع CNN العربية .
- 3- الكشف عن مستوى اللغة الاعلامية المستخدمة في تحرير الاخبار المنشورة في موقع CNN العربية.

ثالثاً : اهمية البحث:

يمكن اجمال اهمية الدراسة بالآتي:

- 1- الدراسة تمثل اضافة في حقل الدراسات التي تتناول المواقع الالكترونية الناطقة باللغة العربية.
- 2- تمثل المؤشرات التي تخرج بها نقاط قوة، يمكن استعانة القائمين على المواقع الالكترونية الناطقة باللغة العربية بها او ضعف يمكن الركون اليها من اجل تصويبها.
- 3- ندرة الدراسات التي تناولت المواقع الالكترونية الاخبارية من حيث البناء الفني لها، وبذلك فإن هذه الدراسة سوف تسهم في سد فراغ قائم في المكتبة الاعلامية والتي ما زال بحاجة ماسة الى دراسات من هذا النوع .

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

يصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية بحسب نوعه، حيث اعتمد الباحث على المنهج المسحي، فضلاً عن استخدام اسلوب تحليل المضمون.

خامساً: مجالات البحث:

تمثلت مجالات البحث بالآتي:

اولاً: المجال المكاني: نظراً لكثرة المواقع الالكترونية الاخبارية الدولية التي تتعامل مع المادة الإخبارية، لذا فقد تم اختيار موقع CNN العربية، من اجل أن يكون ممثلة للمواقع الاخبارية الدولية الناطقة بالعربية التي تعطي المادة الإخبارية اهتماماً خاصاً وفقاً لطبيعتها، ويمكن اجمال اسباب اختيار هذه الموقع للدراسة بالآتي:

- 1- له حضور كبير على شبكة الانترنت واعلى مسوحات الصحف والمواقع الالكترونية المميزة .
- 2- يحظى باهتمام عربي ودولي من خلال الأرقام الكبيرة من الزوار الذين يتوزعون على مناطق مختلفة من العالم وفي المقدمة منها المنطقة العربية ومحيطها الإقليمي.

3- يمثل الموقع امتداداً لقناة كبيرة لهما حضور جماهيري على المستوى الاقليمي والدولي هي قناة (CNN) الفضائية الامريكية.

ثانياً: المجال الزمني: تمثل الحد الزمني للدراسة بالاعتماد على الموقع (CNN) خلال المدة الممتدة من (١/٥/٢٠٢٠-٣١/٧/٢٠٢٠)، أي لمدة ثلاثة اشهر، والتي اختارها الباحث لكونها المدة التي تم فيها انجاز الدراسة الميدانية، فضلاً عن حدوث العديد من الاحداث المهمة خلال هذه المدة.

ثالثاً: المجال الموضوعي: ويتمثل بمعرفة الاساليب التحريرية التي تبني على وفقها الاخبار في الموقع المختار .

الاطار النظري للبحث:

اولاً: مفهوم الخبر الالكتروني: أسهمت الثورة المعرفية في مجال الاعلام والاتصالات في ترسيخ مفهوم جديد للخبر الصحفي المعد للنشر الالكتروني ، حيث اخذ هذا المفهوم يدل على الأخبار التي يتم بثها عبر مواقع الصحف الالكترونية والمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلى مدار

الساعة، وتخضع هذه الأخبار إلى عمليات تحديث مستمرة، لتتمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث، وتزوده بالصور أو أي من العناصر البنائية الإلكترونية التي تساهم في بنائه وتعزز من مصداقيته.

الأمر الذي جعله يستقل تدريجياً ويؤسس له تقاليد وقوالب خاصة يبنى على وفقها لتتسجم مع طبيعته الإلكترونية الجديدة وخصائصه المميزة ليصبح لدينا اليوم خبراً يجمع بين الصوت والصورة المتحركة وتقنيات تفاعلية أخرى يسمى الخبر الإلكتروني، وهنا لا بد لنا من إيراد بعض تعريفات الخبر الإلكتروني والتي جادت بها ادبيات الاعلام ومنها: انه الخبر المنشور عبر قنوات ووسائل النشر الإلكتروني، ويجمع بين نظام الصحافة ونظام الملفات المتشعبة، ويحتوي على الاحداث الجارية، يتم الاطلاع عليها من خلال الكمبيوتر، ويقوم بكتابتها صحفيون متمرسين بالمهنة أو هواة^(١) (محمد، ٢٠٠٣، ص ٤)، كما يقصد به أيضاً هو " الأخبار المنشورة على الانترنت، التي توفر للمستخدم الاخبار والمعلومات التي يختارها، وذلك بفضل وسائل جديدة وجدت اوجه اتصالية اضافية للصحفي وللمستخدم الإلكتروني"^(٢) (جواد، ٢٠٠١، ص ٢٥٥). كما ان هناك ثلاث عوامل رئيسية تشكل الخبر الإلكتروني هي (الحقائق، والتشويق، والقراء) اي ان الهدف من الخبر هو جذب القراء لقراءته^(٣) (ادهم، ١٩٨٤، ص ٢٥)، والخبر الإلكتروني يجب ان تتوفر فيه مجموعة من الشروط هي^(٣) (كباشي، ٢٠٠٦، ص ١٥)

١- يجب ان يكتب للانترنت، ونعني بها ان يتضمن الوضوح والدقة والمباشرة .

٢- يجب ان تكون جمل الخبر قصيرة ومكثفة.

٣- يجب ان تكون على شكل فقرات.

٤- يجب ان لا تتجاوز الفقرة اربع جمل بسيطة.

ويمكن للباحث تعريف الخبر الإلكتروني بأنه الخبر الذي يتم وضعه على مواقع شبكة الانترنت، مستفيداً من كل مميزات النشر الرقمي وتقنياته من عناصر بنائية الكترونية، يجري تحديثه كلما توفرت معلومات جديدة داعمة له .

ثانياً: الاساليب التحريرية للخبر الإلكتروني :

تعد عملية تحرير الاخبار هي الميدان الرئيس الذي تجري فيه المنافسة بين وسائل الاعلام الإلكترونية، لذلك يحرص كل موقع صحيفة الكترونية او موقع اخباري على ان يتبنى اسلوباً او صياغة مميزة لأخباره، مما ساعد على ظهور قوالب صحفية جديدة تتواءم مع الخبر الإلكتروني، ولغة اخبارية لها خصائصها المميزة التي تقتضي من محرر الخبر مهارات لغوية عالية لاختيار الالفاظ والجمل الموجزة والمناسبة للمعنى المقصود، ويعرف محمود خليل التحرير الإلكتروني بأنه: " التحرير الذي يتم على احدى شاشات الكمبيوتر، حيث يجلس المحرر امامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة في ملفات داخل جهاز الكمبيوتر"^(١) (خليل، ١٩٩٨، ص ٤٨)، وعليه فإن عملية التحرير تعني هنا قيام المحرر بوحدة او اكثر من الاجراءات التالية^(٢) (المصدر نفسه، ص ٤٩):

١- قد يضيف معلومات جديدة على المادة الصحفية الموجودة بالملف.

٢- وقد يحذف بعض المعلومات الموجودة بالملف.

٣- او ينقل بعض المعلومات من مكان الى اخر بالملف.

ان العملية التحريرية للمواد الخبرية في الصحافة الإلكترونية تعد امراً ضرورياً بسبب عامل السرعة الحاسم الذي تتسم فيه التغطية الاخبارية، والمقترن بعنصر المفاجأة، وتحديد الوقت والتنافس على السبق الصحفي وتحديث الاخبار بشكل متواصل على موقع الصحيفة او الموقع الاخباري، وهو ما رسخ لكل وسيلة اخبارية الكترونية، قواعد اساسية وتقاليد مهنية في التعامل مع النصوص الاخبارية وجعلها تتوافق مع نهج واسلوب الوسيلة الاعلامية، ومع تقادم الممارسة وادراك العاملين فيها لخصائص النشر الصحفي الإلكتروني، اصبحت عملية التحرير الإلكتروني ميداناً رحباً لاجتراء النصوص احياناً او يعاد تقليصها في احيان اخرى^(٣) (الفیصل، ٢٠٠٤، ص ١٤٤ - ١٤٥).

ثالثاً: العناصر البنائية للخبر الإلكتروني:

يقصد بالعناصر البنائية الإلكترونية هي مجموعة العناصر التي تدخل في بناء الخبر الإلكتروني المنشور على شبكة الانترنت (العناصر الإلكترونية الرقمية) وتشمل (الوسائط المتعددة، النص الفائق، الوسائط الفائقة)، وتشكل هذه العناصر الإلكترونية مع العناصر الاساسية التقليدية (مكونات الخبر) البناء الفني المتكامل للخبر الإلكتروني، و فيما يلي توضيح لكل عنصر من هذه العناصر الإلكترونية:

١- الوسائط المتعددة: Multimedia يرمز هذا المصطلح الى استعمال وسائط مختلفة لحمل المعلومات مثل: النص، الصوت، والصور الفوتوغرافية والرسومات، والفيديو، وكلمة Multimedia تشير الى صنف من برمجيات الكمبيوتر الذي يوفر معلومات بأشكال فيزيائية (النص،

والصورة، والفيديو،^(١)(فضل الله، وحسين، ٢٠١٧، ص٩٧)، وتباين تعريفات الوسائط المتعددة بين اراء الباحثين المختلفة، وتعرف الوسائط المتعددة بأنها "ذلك الوعاء الذي يحوي كل من النص المصحوب بالصوت واللقطات الحية وصور وتأثيرات خاصة مما يزيد من قوة العرض وخبرة المتلقي باقل تكلفة واقل وقت"^(٢)(عبدالحسين، وعلم الدين، ٢٠٠٣، ص٢٤٩)،

٢- النص الفائق: Hypertext

هو احد الاساليب التي تعرض من خلالها المستندات على جهاز الكمبيوتر والذي يتضمن روابط (Links) الى اجزاء اخرى من المستند او مستندات اخرى^(٣)(احمد، ٢٠٠٩، ص١٢٨)، ايضا هو طريقة تنظم البيانات في عناوين الوسائط المتعددة، وقد يكون كلمة او مجموعة كلمات ترتبط بجزء اخر داخل الموقع او خارجه، مع ملاحظة ان فكرة النص الفائق تقوم على ان اي معلومة ترتبط بها عدد اخر من المعلومات، وعندما نتناول معلومة جديدة فأنا نربطها بمعلومات مألوفة لدى المتصفح، والنص الفائق عموماً يحاول ان يجد طريقة للمتصفح للتعامل مع اي نص يحمل معلومات.

٣- الوسائط الفائقة: **Hypermedia** (Richardson 1992-p.23)^(١) نعني بها تلك النظم التي يمكنها دمج مجموعة من وسائط المعلومات وهو نظام يوفر للمحرر مجال للتعبير عن المعلومات بأشكال مختلفة تشمل خاصية الصوت والنص والصورة وغير ذلك من الخصائص، وهو يتوازي مع مفهوم النص الفائق، وتتميز الوسائط الفائقة بالتفاعلية. يختلف مصطلح الوسائط الفائقة عن الوسائط المتعددة الذي اصبح الاخير تعبيراً موازياً للأسطوانة المدمجة وكارت الصوت وكارت الفيديو الموجود على جهاز الكمبيوتر والتي تساعد المستخدم على الافادة من المعلومات المعبر عنها بطريقة سمعية او بصرية^(٢)(عمر، ٢٠١٣، ص١٢٦)، وتمثل الوسائط الفائقة اسناداً للوسائط المتعددة والنص الفائق (التشعبي)، فهي نظام لربط النص ولقطات الفيديو والرسوم الثابتة والمتحركة وتقديمها للمتصفح بطريقة تشعبية، غير خطية، فيكون حراً في توجيه حركته بشكل المنطقي، بدل الشكل التتابعي التسلسلي النمطي، حيث تتيح الوسائط الفائقة للمتصفح التجوال ليس فقط بالكلمات وانما بواسطة الصور والفيديو ايضاً

مواقع التواصل الاجتماعي : اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة للاتصال والتواصل وجزء من شبكة الأعلام ومصدراً له، خاصة بعد اصبحت لبعض هذه المواقع مثل تويتر والفييس بوك صفحات رسمية لشخصيات ومؤسسات حكومية ودولية تعبر من خلالها عن مواقفها وآرائها، لذا تسعى المؤسسات الاعلامية ومنها المواقع الاخبارية الى الاستفادة منها كمصدر اخباري، فضلاً عن تعزيز اخبارها بصور لهذه المواقع، وهو ما شجعها على عدم الاكتفاء بما تحصل عليه من اخبار بل باتوا يبحثون عن ما يجود به الفرد العادي من مواقف وشواهد يتعرض لها ، وهذا الامر اصبح متداولاً للكثير من العاملين في المواقع الاخبارية^(١)(يوسف، و جلاوي، ٢٠١٣، ص ١٦).

رابعاً: قواعد التحرير الإلكتروني الأساسية: يضع المختصون في التحرير الصحفي الإلكتروني ثلاث قواعد اساسية للنشر الصحفي على الويب، ويدعون المحرر الإلكتروني الالتزام بها:

١- **الاختصار:** لا يمكن للمواقع الإلكترونية الاخبارية ان تحقق النجاح في جذب المستخدمين اليها، ما لم يكون المحتوى مختصر ومحرر بطريقة جيدة ومشوقة، حيث اثبتت الدراسات ان مستخدمي الانترنت لا يحبذون النصوص الطويلة المنشورة على اكثر من صفحة، بل يفضلون النصوص القصيرة والمركزة، وهذا ما يؤكد مسؤولية المحرر على الويب من تقديم مادة اعلامية الكترونية مختصرة قدر الامكان^(٢)(نصر، ٢٠٠٥، ص٤٦).

٢- **التبسيط:** ونعني به عدم ازدحام الصفحة بالرسوم والبيانات المعقدة والاحصائيات الغير ضرورية، لأنها تؤدي الى بطء استعراضها على النت، كذلك على المحرر الإلكتروني ان يجعل كل فكرة من افكار الموضوع داخل فقرة مستقلة، كما يتوجب عليه تلوين بعض الكلمات المفتاحية وربطها بمعلومات اكثر تفصيلاً منشوره في صفحات اخرى داخل الموقع او خارجه^(٣)(حسين، ٢٠١٧، ص١٣٢-١٣٣).

٣- **الربط:** اذ يجب على المحرر الإلكتروني ان يستفيد من خاصية ربط المعلومات التي توفرها شبكة الانترنت بمعلومات اخرى سوء داخل الموقع او على شبكة الانترنت، وتسخير ابرز خصائص الويب وهو النص الفائق والوسائط الفائقة، التي تمكن المتصفح من الوصول الى المعلومة التي يرغب بها سواء كانت نصوص او فيديو او صوت او رسوم^(١)(نصر، مصدر سابق، ص ٤٨).

رابعاً - الموقع CNN العربية : هو موقع اخباري باللغة العربية وهو جزء من شبكة (CNN) الإخبارية العالمية ويُعنى بتقديم الأخبار الدولية ومن منظور عربي، حيث يقدم تغطية لأهم أحداث الدول العربية ومنطقة الشرق الأوسط وأبرز الأحداث العالمية التي قد تهم الجمهور العربي^(٢) (يوسف، ص ٩٣، ٢٠١٨)، وتعد قناة CNN اول قناة تلفزيونية تبدأ عرض خدماتها الاخبارية عبر موقعها على الانترنت منذ عام

١٩٩٥ (عقيلة، ٢٠١٥، ص ١٣٢). يتخذ موقع (CNN) بالعربية من مدينة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة مقراً له، والموقع هو عبارة عن منصة إخبارية يقدم خدماته عبر الانترنت، كذلك من خلال معظم منصات التواصل الاجتماعي. ويقدم الموقع محتوى رقمي مكتوب ومرئي ومسموع، وتغطية شاملة لأخبار المنطقة من خلال شبكة متكاملة من الصحفيين والمراسلين في دبي والعالم العربي، بالإضافة إلى ذلك يقوم الموقع بتعريب موضوعات وفيديوهات من شبكة CNN التلفزيونية ومواقعها الإلكترونية بلغاتها المختلفة.

البناء الفني للأخبار في موقع CNN العربية : بهدف تحديد الكيفيات التي يبني عليها الخبر في موقع CNN العربية ، انتهى التحليل الى تحديد (٦) فئة رئيسية، جرى تصنيفها الى (33) فئة فرعية بحسب اشكالها ، اذ أظهر تحليل مضمون لأساليب تحرير الأخبار في موقع CNN العربية، مجموعة من النتائج وهي كالآتي:

١- فئة العنوان: بينت نتائج التحليل حصول فئة العنوان التلخيصي على المرتبة الاولى بمجموع (١٠٥) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (%29.66)، بينما حل العنوان المقتبس بالمرتبة الثانية وبفارق بسيط عن العنوان التلخيصي، بعدد تكرارات بلغت (١٠٣) وبنسبة مئوية (29.10)، فيما شغل العنوان الوصفي المرتبة الثالثة بعدد تكرارات (٥٢) ونسبة مئوية بلغت (14.69) ، في حين نال العنوان التشويقي المرتبة الرابعة ب(٤٧) تكراراً وبنسبة (13.28)، تلاه العنوان التساؤلي بالمرتبة الخامسة بعدد تكرارات بلغ (٣٥) وتكرار وبنسبة (%9.89) . كما اظهرت النتائج الى ان العنوان طريف او ساخر حل بالمرتبة السادسة ب (٩) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (2.54 %)، بينما جاء العنوان المبهم بالمرتبة السابعة ب(٣) تكرار وبنسبة (%0.85)، اما العنوان المختصر فقد شغل المرتبة الثامنة والاخيرة دون ان يسجل اي تكرار يذكر، (انظر الجدول رقم 1).

جدول (١) يوضح التوزيع الترتيبي لفئة أنواع العناوين في موقع CNN العربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	انواع العناوين
١	%29.66	١٠٥	عنوان تلخيصي
٢	%29.10	١٠٣	عنوان مقتبس
٣	%14.69	٥٢	عنوان وصفي
٤	%13.28	٤٧	عنوان تشويقي
٥	%9.89	٣٥	عنوان تساؤلي
٦	%2.54	٩	عنوان طريف أو ساخر
٧	%0.85	٣	عنوان مبهم
	%١٠٠	٣٥٤	المجموع

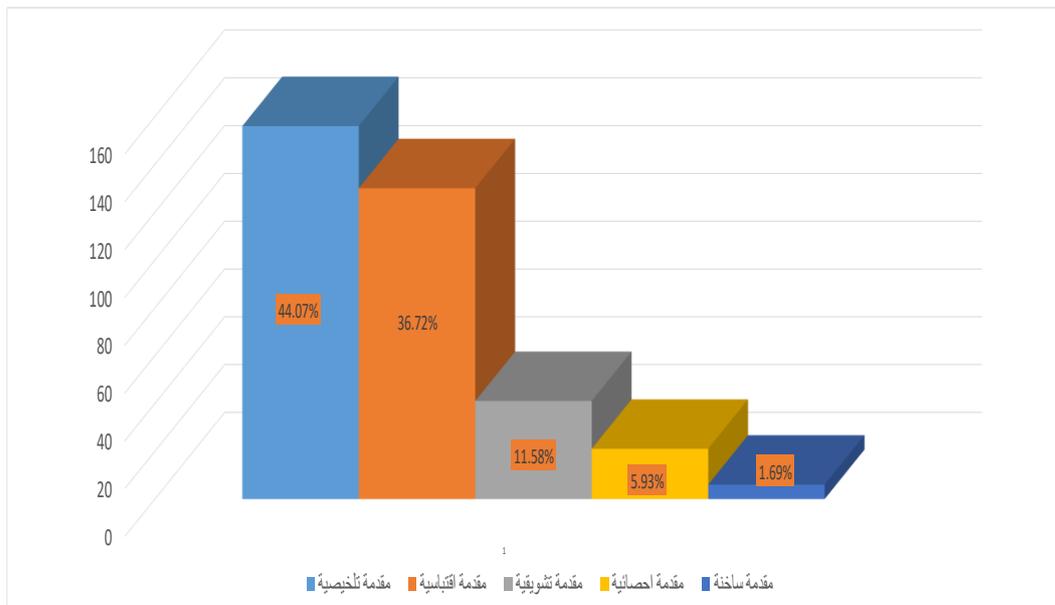


مما تقدم نستدل ان العنوان التلخيصي هو اكثر انواع العناوين التي اعتمدها الموقع في بنائه للعنوان الخبري، وهو ما يتوافق مع سمت العصر والتصفح السريع للك الهائل من عناوين الاخبار وهو سياق تعتمده الكثير من المواقع الدولية، حيث تمكن المتصفح من معرفة اخبار الموقع دون ان تضطره الى قراءة التفاصيل، وبفارق بسيط جاء العنوان الاقتباسي ليكون الخيار الثاني امام الموقع في كتابة العناوين، فهو يدعم مصداقية الخبر باعتماده على مقوله او تصريح من مصدر، الى جانب احتواءه على اهم معلومة بالخبر، اما العنوان الوصفي الذي حل بالمرتبة الثالثة، فقد نال هو الاخر نصيبه من الاهتمام الموقع بما يتناسب وموضوع الخبر وليعطي مساحة من التنوع في صياغة العناوين والتي تشكل بدورها نوع من عدم الرتابة في عرض الاخبار.

٢- فئة المقدمة الخبر: تشير نتائج التحليل الى اعتماد موقع CNN العربية في البناء الفني للأخبار المنشورة على صفحته الرئيسية على المقدمة التلخيصية بشكل كبير، اذ حل هذا النوع من المقدمات في المرتبة الاولى بعدد تكرارات بلغت (١٥٦) وبنسبة (44.07%)، في حين جاءت فئة المقدمة الاقتباسية بالمرتبة الثانية ب(١٣٠) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (36.72%)، بينما جاءت المقدمة التثويقية بالمرتبة الثالثة وبعدها تكرارات بلغ (٤١) وبنسبة (11.58%)، اما المقدمة الاحصائية فقد جاءت بالمرتبة الرابعة ب(٢١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (5.93%)، فيما حلت المقدمة الساخنة بالمرتبة الخامسة والاخيرة بعدد تكرارات لم يتجاوز (٦) تكرارات وبنسبة (1.69%) مئوية، أنظر جدول رقم (٢).

جدول (٢) يوضح التوزيع الترتيبي لفئة أنواع المقدمات في موقع CNN العربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	انواع المقدمات
١	44.07%	١٥٦	مقدمة تلخيصية
٢	36.72%	١٣٠	مقدمة اقتباسية
٣	11.58%	٤١	مقدمة تشويقية
٤	5.93%	٢١	مقدمة احصائية
٥	1.69%	٦	مقدمة ساخنة
	100%	٣٥٤	المجموع



شكل (٢) يوضح التوزيع النسبي لفئة أنواع المقدمات في موقع CNN العربية

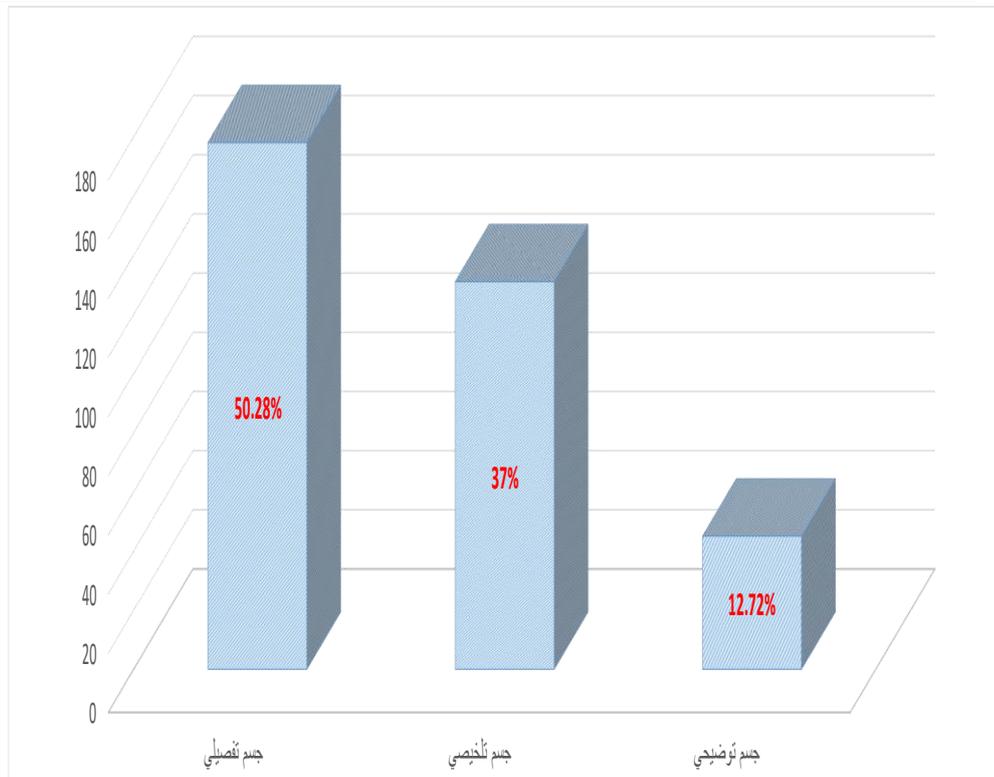
مما تقدم يتبين لنا اعتماد موقع CNN العربية بشكل اساس على المقدمة التلخيصية للحدث، ما يقرب من نصف اخباره، وهذا يتوافق مع سياسة الموقع التحريرية للموقع في اعطاء القارئ تلخيصاً للخبر دون ان يغوص في تفاصيله، وهذه النتيجة تتواءم بشكل كبير مع فئة العنوان التلخيصي من حيث المرتبة التي حل بها، كما و بينت نتائج التحليل ذهاب الموقع الى الاستعانة بالمقدمة الاقتباسية التي حلت

بالمرتبة الثانية ، لتكون بذلك المقدمة التلخيصية ومن ثم الإقتباسية هي ابرز انواع المقدمات التي حظيت بمعظم التكرارات خلال مدة الدراسة، في حين لم يهمل الموقع المقدمة التشويقية في صياغته الاخبار لما لها من اهمية في جذب المتصفح لقراءة الخبر ومتابعة تفاصيله .

3- فئة جسم الخبر: بينت نتائج التحليل ان موقع CNN العربية قد استخدم بشكل اساسي فئة جسم الخبر التفصيلي اكثر من بقية الفئات الفرعية الاخرى، حيث جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى وبمستوى تكراري بلغ (١٧٨) تكراراً وبنسبة مئوية وصلت الى (50.28%)، تلتها بالمرتبة الثانية فئة الجسم التلخيصي بعدد (١٣١) تكرارات وبنسبة (37%)، ثم جاءت فئة الجسم التوضيحي بالمرتبة الثالثة والاخيرة بمجموع تكرارات بلغت (٤٥) وبنسبة مئوية (12.72%)، انظر جدول رقم (٣) .

جدول (٣) يوضح التوزيع الترتيبي لفئة انواع جسم الخبر في موقع CNN العربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	انواع جسم الخبر
١	%50.28	١٧٨	جسم تفصيلي
٢	%37	١٣١	جسم تلخيصي
٣	%12.72	٤٥	جسم توضيحي
	%١٠٠	٣٥٤	المجموع

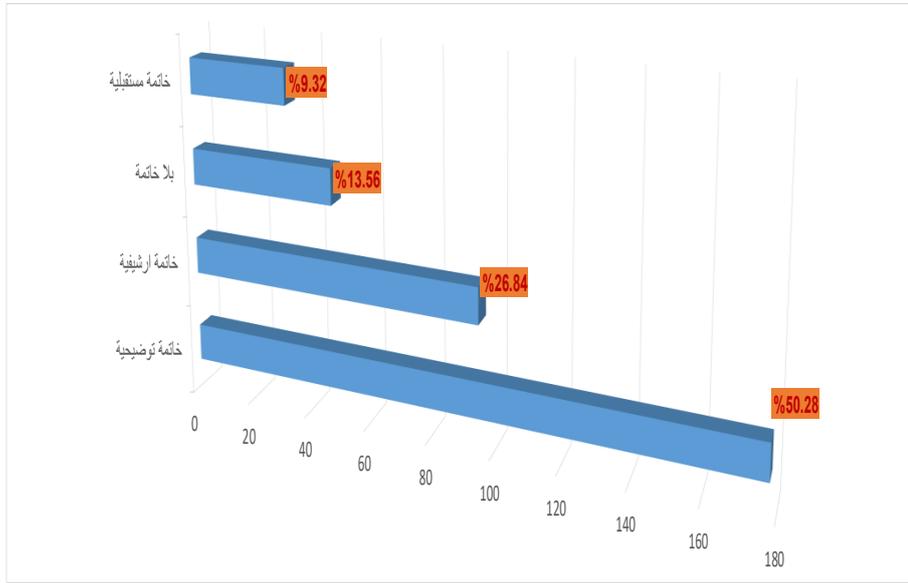


شكل (٣) يوضح التوزيع النسبي لفئة انواع جسم الخبر في موقع CNN العربية

يتبين لنا من نتائج جدول رقم (٣)، ان موقع CNN العربية قد حرص في بناء جسم الخبر على التفصيل في المعلومات الاساسية التي تشبع رغبة القارئ، وتجعله يتابع تفاصيل اوفى عن الحدث تغني حاجته لتصفحه مواقع اخرى، وذلك عبر استعانة الموقع بكل العناصر الالكترونية التي وفرها الفضاء المعرفي من وسائط متعددة ونصوص فائقة ومواقع التواصل الاجتماعي، التي مكنته من تعزيز الاخبار التي ينشرها بكم كبير من المعلومات، وهو ما يفسر لنا اهتمام موقع CNN العربية بنوع الخبر وتفاصيله دون الكم الذي قد تلجا اليه بعض المواقع لغرض المنافسة الاعلامية والاستحواذ على اكبر قدر من متابعين، وبذلك حرص الموقع على المحافظة على مهنيته في سرد المعلومات للحدث بشكل مفصل. فيما جاء الجسم التلخيصي ليحتل المرتبة الثانية في بناء جسم الخبر، خاصة للأخبار البسيطة التي لا تتطلب العرض التفصيلي لها، في حين لم يستخدم الموقع الجسم التوضيحي الذي يتطلب عرض للمعلومات وتفاصيلها الثانوية لتغطية الحدث الا في اطار ضيق وبحسب الخبر ونوعه وما يتطلبه من معلومات توضيحية يجدها المحرر ضرورية لتغطية الحدث.

٤- فئة الخاتمة : شغلت فئة الخاتمة التوضيحية المرتبة الاولى من بين فئات انواع الخاتمة والتي اظهرتها نتائج التحليل بعدد تكرارات بلغت (١٧٨) تكراراً وبنسبة مئوية وصلت الى (50.28%)، فيما حلت الخاتمة الارشيفية بالمرتبة الثانية ب(٩٥) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (26.84%)، اما فئة بلا خاتمة نالت المرتبة الثالثة بمجموع تكرارات (٤٨) وبنسبة (13.56%)، اما بالمرتبة الرابعة والاخيرة جاءت فئة الخاتمة المستقبلية ب(٣٣) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (9.32%) انظر الجدول رقم (٤). جدول (٤) يوضح التوزيع الترتيبي لفئة انواع خاتمة الخبر في موقع CNN العربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	انواع خاتمة الخبر
١	50.28%	١٧٨	خاتمة توضيحية
٢	26.84%	٩٥	خاتمة ارشيفية
٣	13.56%	٤٨	بلا خاتمة
٤	9.32%	٣٣	خاتمة مستقبلية
	100%	٣٥٤	المجموع



جدول (٤) يوضح التوزيع النسبي لفئة انواع خاتمة الخبر في موقع CNN العربية

يُلاحظ من نتائج التحليل التي بينها الجدول السابق حرص الموقع على رفق الخبر بأكبر قدر من المعلومات التي يزود بها القارئ، وتعزيزه بالتفاصيل التي لم يتم ذكرها في مقدمة وجسم الخبر، وهو ما نراه جلياً من خلال استخدام الموقع للخاتمة التوضيحية بنسبة تجاوزت النصف من مجموع عينة الدراسة، وهذه النتيجة تتوافق مع نتيجة الجدول السابق والخاص بجسم الخبر الذي اظهر استخدام الجسم التفصيلي بشكل اساسي من قبل القائمين على الموقع وحرصهم على تعزيز الخبر بالمعلومات والاحصائيات المطلوبة. كما لم يغفل الموقع استخدام الخزين الارشيفي من المعلومات مع الاخبار التي تحتاج التعزيز والتذكير بالأحداث السابقة والتي لها صلة بالخبر، كما استعان الموقع في بناء اخباره بالخاتمة المستقبلية، خاصة مع الاحداث التي تستوجب توضيحاً لأجراء سوف يتم في المستقبل يتعلق بالحدث نفسه.

5- فئة اساليب عرض الاخبار وفق العناصر البنائية الالكترونية:

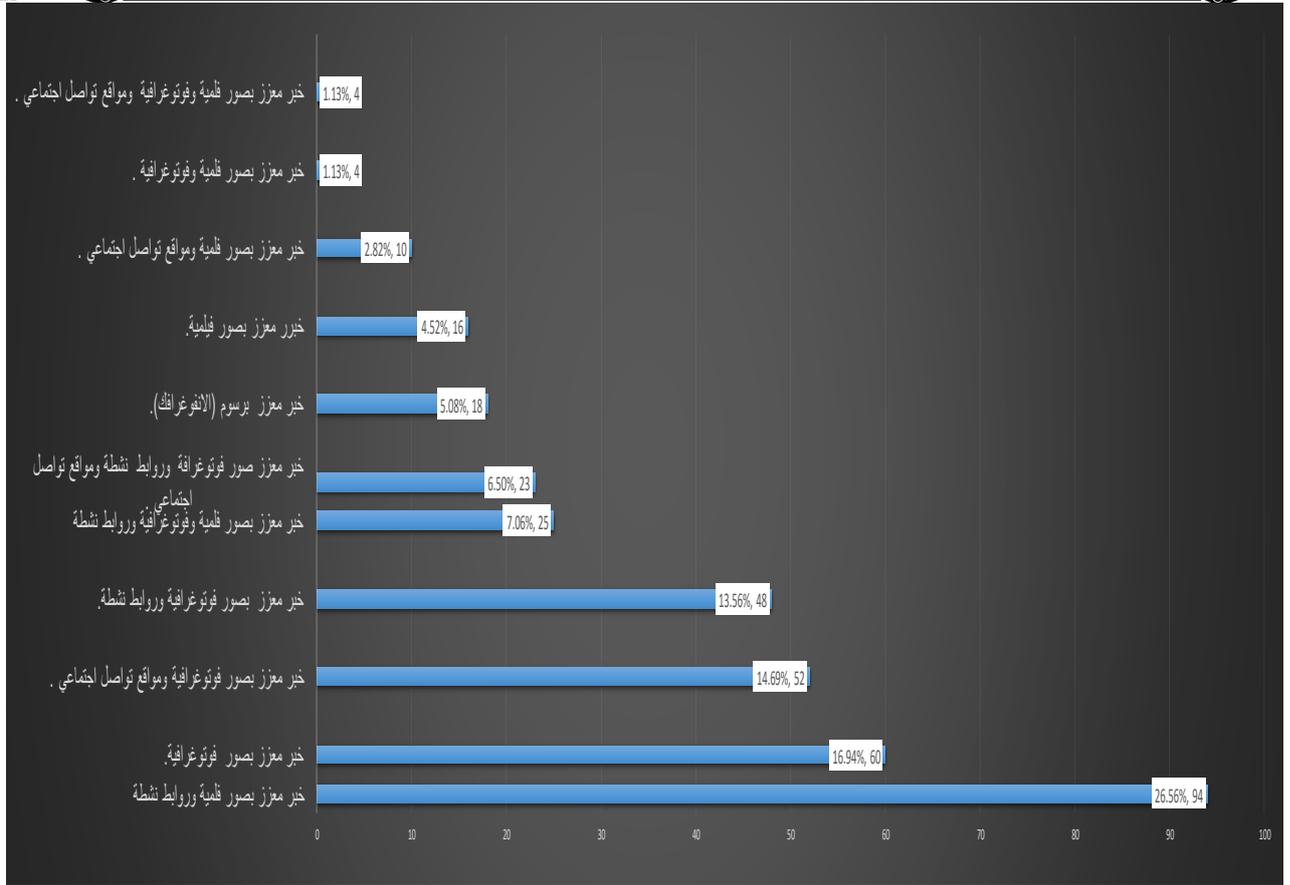
اظهرت نتائج التحليل فئة اساليب عرض الاخبار وفق العناصر البنائية الالكترونية، ان فئة الخبر المعزز بصور فلمية وروابط نشطة قد حلت بالمرتبة الاولى بعدد تكرارات بلغت (٩٤) تكراراً وبنسبة (26.56%)، وشغلت فئة خبر معزز بصور فوتوغرافية المرتبة الثانية ب(٦٠) تكراراً وبنسبة (16.94%)، فيما حلت بالمرتبة الثالثة فئة الخبر المعزز بصور فوتوغرافية ومواقع تواصل اجتماعي بمجموع تكرارات بلغت (٥٢) تكراراً وبنسبة (14.69%)، وحازت فئة الخبر المعزز بصور فوتوغرافية وروابط نشطة على المرتبة الرابعة ب(48) تكراراً وبنسبة (13.56%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت فئة الخبر المعزز بصور فلمية وفوتوغرافية وروابط نشطة ب(25) تكراراً وبنسبة (7.06%).

كما اظهرت نتائج التحليل حصول فئة الخبر المعزز بصور فوتوغرافية وروابط نشطة ومواقع تواصل اجتماعي على المرتبة السادسة بـ(23) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (6.50%)، في حين حلت بالمرتبة السابعة فئة خبر معزز برسوم (الانفوغرافك) بـ(18) تكراراً وبنسبة (5.08%)، وفي المرتبة الثامنة بعدد تكرارات بلغت (16) تكرار وبنسبة (4.52%) جاءت فئة الخبر المعزز بصور فلمية، اما في المرتبة التاسعة جاءت فئة الخبر المعزز بصور فلمية ومواقع تواصل اجتماعي بـ(10) تكرارات وبنسبة (2.82%)، في حين شغلت المرتبة العاشرة والعاشرة مكرر فئة الخبر المعزز بصور فلمية وفوتوغرافية وفئة الخبر المعزز بصور فلمية وفوتوغرافية ومواقع تواصل الاجتماعي على التوالي لتتشارك في عدد التكرارات التي بلغت لكل منهما (4) تكرارات وبنسبة مئوية (1.13%) انظر الجدول رقم (5).

جدول (5) يوضح التوزيع ترتيبي لفئة اساليب عرض الاخبار وفق العناصر البنائية الالكترونية في موقع

CNN العربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	اساليب عرض الاخبار
١	%26.56	٩٤	خبر معزز بصور فلمية وروابط نشطة
٢	%16.94	٦٠	خبر معزز بصور فوتوغرافية.
٣	%14.69	٥٢	خبر معزز بصور فوتوغرافية ومواقع تواصل اجتماعي .
٤	%13.56	٤٨	خبر معزز بصور فوتوغرافية وروابط نشطة.
٥	%7.06	٢٥	خبر معزز بصور فلمية وفوتوغرافية وروابط نشطة
٦	%6.50	٢٣	خبر معزز صور فوتوغرافية وروابط نشطة ومواقع تواصل اجتماعي .
٧	%5.08	١٨	خبر معزز برسوم (الانفوغرافك).
٨	%4.52	١٦	خبر معزز بصور فيلمية.
٩	%2.82	١٠	خبر معزز بصور فلمية ومواقع تواصل اجتماعي .
١٠	%1.13	٤	خبر معزز بصور فلمية وفوتوغرافية .
١٠	%1.13	٤	خبر معزز بصور فلمية وفوتوغرافية ومواقع تواصل اجتماعي .
	%١٠٠	٣٥٤	المجموع



شكل (٥) يوضح التوزيع النسبي لفئة اساليب عرض الاخبار وفق العناصر البنائية الالكترونية في موقع CNN العربية

بينت نتائج التحليل للجدول السابق ان موقع الدراسة قد استفاد وبشكل كبير من العناصر البنائية الالكترونية بأشكالها وصورها المختلفة، في تعزيز الاخبار وتطوير اساليب عرضها وادخالها كمصدر اخباري لتعزيز مصداقيتها، دون ان يهمل أيا من هذه الاساليب في عرض الاخبار وبحسب حاجة الخبر لها، ولكن بدرجات متفاوتة، وبسبب مرجعية الموقع وامتداده للقناة تلفزيونية (CNN)، لذا حرص الموقع على تعزيز اخباره بمادة فلمية كلما كان ذلك ممكناً، فضلاً عن دعمه بالروابط النشطة والتي لا يكاد خبراً يخلو منها، وهو ما جعل الموقع يثري الاحداث التي يتناولها بالكثير من النصوص الفائقة والوسائط المتعددة لدعم الخبر، وهذا ما جعل فئة الخبر المعزز بصور فلتونية وروابط نشطة يأتي في مقدمة الفئات التي اعتمدها الموقع. في حين كان للصورة سحرها واهميتها في تعزيز الخبر، لذا عمد الموقع الى احد اساليب عرض الخبر المهمة وهو دعمه بصورة للحدث لتحقق له الجذب والمصداقية على حد سواء، كما نستدل من الجدول اعلاه استعانة الموقع بأكثر من عنصر الكتروني في بناء الخبر، فهو قد يعمد الى استخدام الصورة الفوتوغرافية والروابط النشطة وصور مواقع التواصل الاجتماعي، او قد يستخدم صورة فلمية وفوتوغرافية ومواقع تواصل اجتماعي، فضلاً عن استعانة الموقع في احيان كثيرة برسوم الانفوغرافك لتوضيح الاحصائيات والارقام التي وردت في الخبر بشكل مبسط للقارئ.

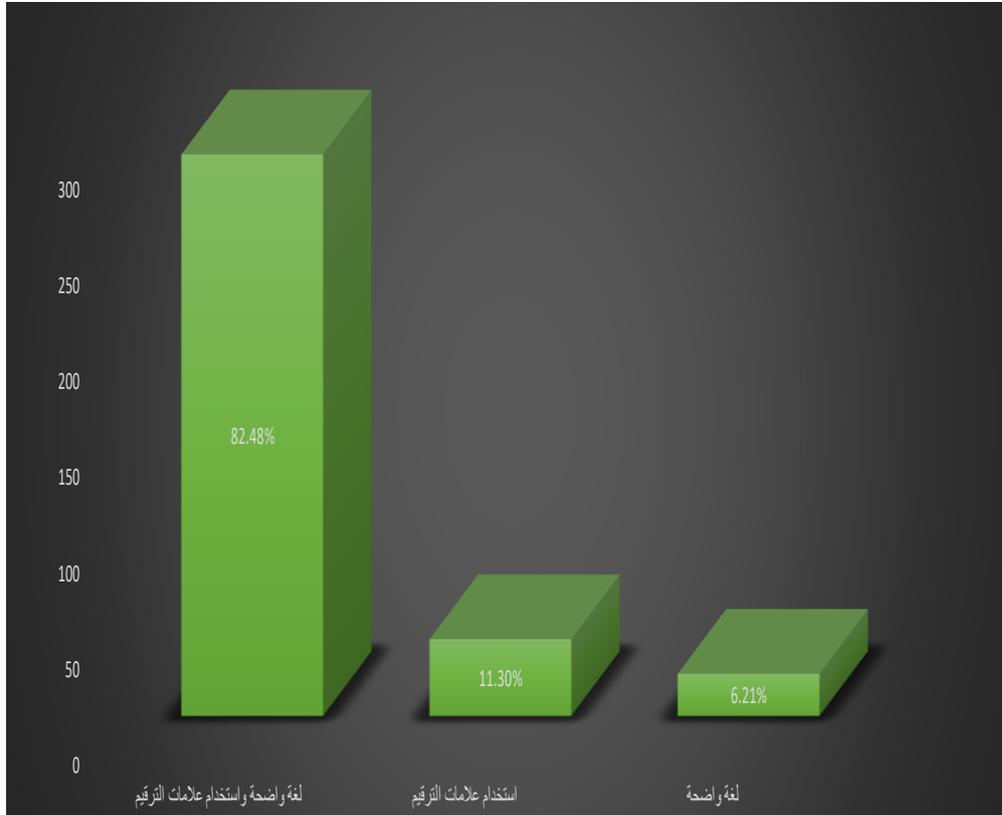
٦ - فئة لغة الخبر:

بخصوص فئة لغة الخبر، فقد التزم موقع CNN العربية الى حد كبير بالمعايير المهنية المتعلقة باللغة الاعلامية، حيث حلت فئة لغة واضحة واستخدام علامات الترقيم بالمرتبة الاولى وبعده تكرارات وصل الى (٢٩٢) وبنسبة مئوية بلغت (82.48%)، في حين جاءت فئة استخدام علامات الترقيم بالمرتبة ب (٤٠) تكراراً وبنسبة (11.30%)، اما فئة لغة واضحة فقد حصلت على المرتبة الثالثة والاحيرة بمستوى تكراري بلغ (٢٢) وبنسبة (6.21%) انظر الجدول (٦).

جدول (٦) يوضح التوزيع الترتيبي لفئة لغة الخبر في موقع CNN العربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	لغة الخبر
---------	----------------	---------	-----------

١	%82.48	٢٩٢	لغة واضحة واستخدام علامات الترقيم
٢	%11.30	٤٠	استخدام علامات الترقيم
٣	%6.21	٢٢	لغة واضحة
	%١٠٠	٣٥٤	المجموع



شكل (٦) يوضح التوزيع النسبي لفئة لغة الخبر في موقع CNN العربية

يتضح لنا من معطيات الجدول السابق ان موقع CNN العربية قد حرص بشكل كبير على استخدام كل المعايير المهنية المرتبط باللغة الاعلامية السليمة، من لغة غير مبهمه وجمل قصيرة وسهلة القراءة، كما انها مقرونة باستخدام علامات الترقيم الضرورية للأفهام من جانب المحرر والفهم من قبل القارئ، كما ان الموقع استخدم في بعض الاحيان علامات الترقيم دون الاهتمام الكافي باللغة الواضحة، مما قد يتسبب بقصور في فهم بعض اخباره، وبينت النتائج الى وجود اهمال لبعض علامات الترقيم الضرورية ولعدد من اخبار الموقع، والذي يعد هو الاخر خلل في البناء الفني المهني والسليم للخبر.

الاستنتاجات:

١. ان العنوان التلخيصي كان الاكثر استخداماً في البناء الفني لعناوين الاخبار في موقع الدراسة، وهذه النتيجة تتوافق مع النشر الصحفي الالكتروني في تحقيق سمت الایجاز التي تمتاز بها الصحافة الالكترونية.
٢. تنوع المقدمات المستخدمة في موقع الدراسة بحسب السياسة التحريرية له، اذ استعان موقع CNN العربية بالمقدمة التلخيصية.
٣. ان موقع CNN العربية قد اعطى اولوية للجسم التفصيلي بشكل كبير في بنائه الفني لجسم الخبر، وهو ما يدعم اهتمام الموقع بتفاصيل الاحداث واعطاء الاولوية للخبر المفسر المدعوم بالأرقام والاحصائيات.
٤. استعانة موقع الدراسة بالخاتمة التوضيحية بشكل كبير، ذلك ان هذا النوع من الخاتمة يوفر مساحة لمحرر الاخبار للاستفادة من الكم الكبير من المعلومات التي توفرها شبكة المعلومات العالمية (الانترنت).
٥. تبين للباحث اعتماد موقع CNN العربية على عنصر الصورة الفلمية والمدعوم بالروابط النشطة، كأحد اهم اساليب عرض الاخبار المعززة بالعناصر البنائية الالكترونية، فيما سجل الموقع قصوراً واضحاً في عدم الاستعانة بعنصر الانفوغرافك.

٦. ان موقع CNN العربية قد حرص بشكل كبير على استخدام كل المعايير المهنية المرتبط باللغة الاعلامية السليمة، من لغة غير مبهمه وجمل قصيرة وسهلة القراءة، كما انها مقرونة باستخدام علامات الترقيم الضرورية للأفهام من جانب المحرر والفهم من قبل القارئ، كما ان الموقع استخدم في بعض الاحيان علامات الترقيم دون الاهتمام الكافي باللغة الواضحة.

مصادر وهوامش البحث:

١. محمد، عبدالحليم(٢٠٠٣): "التجربة الالكترونية للجرائد المصرية المطبوعة ، دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية"؛ بحث مقدم الى مؤتمر الصحافة وفاق المستقبل، القاهرة، اكااديمية اخبار اليوم ، نيسان.
٢. جواد، عبدالستار (٢٠٠١) : "فن كتابة الاخبار عرض شامل للقوالب الصحفية واساليب التحرير الحديثة"، عمان: دار المجدلوي للنشر والتوزيع، ط٢.
٣. ادهم، محمود(١٩٨٤): "الاسس الفنية للتحرير الصحفي العام" ، القاهرة.
٤. كباشي، عثمان(٢٠٠٦): "ندوة الصحافة والانترنت، الشكل والمحتوى في صحافة الانترنت"، الجزيرة الفضائية ، ٢- اذار.
٥. خليل، محمود(١٩٩٨): "الصحافة الالكترونية، اسس بناء الانظمة في تحرير الصحفي"، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
٦. الفيصل، عبدالامير(٢٠٠٤): "الصحافة الالكترونية في الوطن العربي دراسة في الصف الالكترونية (الجريدة- باب - اتجاهات - ايلاف - سودانيل)"، اطروحة دكتوراه منشورة ، جامعة بغداد، كلية الاعلام .
٧. فضل الله، احمد محمد، وحسين، حسين حسن(٢٠١٧): "الصحافة الالكترونية: عناصر البناء والتصميم"، الرياض: مركز البحوث والتواصل المعرفي.
٨. عبدالحسين، محمد تيمور، و علم الدين، محمود(٢٠٠٣): "اساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الاعلامي" ، القاهرة: دار الكتب العلمية.
٩. احمد، محمد سمير(٢٠٠٩): "لتسويق الالكتروني"، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
١٠. Richardson,Clif Mcknight, John(1992) " Hypermedia, In :Encyclopeida Of Lidrary And In - formation .Science". Vol . 50, Supplement 13. N.Y .;Marcel Dekker.
١١. عامر، فتحي حسين(٢٠١٣): "الخبر الصحفي الالكتروني"، القاهرة: دار نشر الجامعات.
١٢. يوسف، وليد، و جلاوي، ابراهيم(٢٠١٣): "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية : دراسة لعينة من المراسلين الصحفيين للجرائد الوطنية بالمسيلة"، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المسيلة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.
١٣. نصر، حسني، عبدالرحمن، سناء (٢٠٠٥) (٢٠٠٥): "الفن الصحفي في عصر المعلومات، تحرير وكتابة التحقيقات الصحفية".
١٤. حسين، حسين حسن(٢٠١٧): "التحرير الصحفي لنماذج من الصحافة العربية"، الرياض: مركز البحوث والتواصل المعرفي.
١٥. يوسف، ليث بدر(٢٠١٨): "الخطاب الاعلامي للرئيس ترامب في الانتخابات الامريكية، دراسة في المواقع الاخبارية الالكترونية، CNN بالعربي نموذجاً"، مجلة الباحث الاعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد ٤٢.
١٦. عقيلة، عبدالمحسن حامد(٢٠١٥): "الاعلام الجديد وعصر التدفق الاخباري"، المنصورة : المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.