

أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية -

دراسة مسحية على القائم بالاتصال

اعداد

خلود الصيبي

ماجستير إعلام موازي/الصحافة الإلكترونية - جامعة الملك سعود

القبول : ٢٦ / ٣ / ٢٠١٩

الاستلام : ١٤ / ٢ / ٢٠١٩

المستخلص :

هدفت هذه الدراسة لمعرفة أدوات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية السعودية ومدى ثراء المضمون للقارئ من وجهة نظر القائم بالاتصال، حيث تناولت الدراسة استخدام القائم بالاتصال لهذه الأدوات والمتمثلة في الروابط والإحالات والوسائط المتعددة وتفعيل ساحات الحوار وقياس رجع الصدى واستخدام الأرشفة واستدعاء المعلومات وإمكانية إعادة إنتاج المادة الإعلامية وتصحيحها بالإضافة إلى معرفة مدى ثراء تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية. وتأتي الدراسة استجابة لتلبية احتياجات المكتبات العربية باستخدام منهج المسح الميداني بهدف جمع البيانات بشكل منظم حول مدى استخدام أدوات التحرير الإلكتروني من قبل القائم بالاتصال ومدى تأثير هذه الأدوات على التحرير الإلكتروني من وجهة نظر القائم بالاتصال. كما قامت الباحثة بتوزيع استبيان إلكتروني على ٣٢ محرراً إلكترونياً بما فيهم رؤساء تحرير لصحف إلكترونية سعودية يتراوح عدد سنوات الخبرة لديهم من ٦ إلى ١٠ سنوات. وتوصلت الباحثة إلى ثلاثة نتائج عامة وهي: أن عدد القراء يؤثر في عملية اختيار موضوعات المواد الإعلامية الإلكترونية من قبل المحرر الإلكتروني، وأن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، إلى جانب عدم توفر أنظمة الأرشفة الإلكترونية في الصحيفة الإلكترونية السعودية التي يعمل بها بعض المحررين الإلكترونيين والمشمولين في الدراسة. وأوصت الباحثة على إنشاء إدارة التغيير أو التحول (Transformation/Change Management) في كافة المؤسسات الإعلامية العربية سواء تلك التي تبنت تكنولوجيا الحاسبات أو تلك التي لم تطبقها بشكل كامل، بحيث تحرص تلك الإدارة على تطوير جميع أساليب الإنتاج الصحفي على المستوى التحريري والإخراج والتواصل باستمرار مع العاملين في العملية التحريرية لفهم المتطلبات والاحتياجات الصحفية.

الكلمات المفتاحية : الأرشيف الإلكتروني - التحرير الصحفي - التفاعلية - الصحافة الإلكترونية - القائم بالاتصال - المؤسسات الإعلامية

Abstract :

The Study aims to explore editorial tools for journalists who work in Saudi electronic newspapers and how the content engages the readers from the perspective of communicator. These tool include hypertexts and links, Multimedia, forums, echo chamber effect, e-archive, data retrieval and content reproduction. The study comes as a result of furnishing more academic researches by using field survey as methodology aiming to collect data on editorial tools used by media professionals who are engaged in electronic journalism and how these tools have effect on e-editing at the communicator's level. The researcher distributed an online Google survey to question 32 editors and also chief editors whose experience span over 6-10 years. She reached three main results: first, the number of readers has affected the decision made by the editor to decide type of news. Second, the use of Multimedia has succeeded in enhancing the experience of receiver in reading electronic newspapers. Third, Most Saudi electronic newspapers do not have e-archive systems reported by those included in the study. Meanwhile, she recommended that media corporations that have fully or partially applied computer technology must embrace establish a Change/transformation Management, so they can develop editorial and news production practices, as well as continuously connecting with those engaged in editing process to understand their needs in the journalism field.

Keywords : Newsgathering - e-Archive - Online News Production - Readability - Electronic Journalism - e-Editing

المقدمة :

مع تطور عصر المعلومات والاتصال، تأثرت المهام التي يقوم بها الصحفي بنحوها من مهمة نشر المعلومات إلى مهمة معالجة المعلومات (Jurgensen & Meyer, 1992,p.266). وبالإشارة إلى مقولة ماكلوهان بأن الوسيلة هي الرسالة. فقد لعبت المؤسسات الإعلامية أدوراً هامةً في تغيير الوسيلة، فظهرت تكنولوجيا الإنترنت

التي تمتاز مزياها بالتفاعلية والوسائط المتعددة والنص الفائق، مما أحدثت تطوراً هائلاً في ثقافة الصحافة وممارستها، وطال تأثيرها على مهام الصحفي الأساسية. فقد وفرت تقنية الوب المزيد من مصادر المعلومات وأتاحت للجمهور فرصة المشاركة في إنتاج الأخبار. وكما أطلق الأكاديميون على الصحفي الجديد بمراقب البوابة Bruns, (11, p. 2005) أو مراقب معلومات (Deuze, 2003, p. 203)، والذي يسعى إلى توفير المعلومات والمصادر المتنوعة على عكس مفهوم حارس البوابة نظراً للسيطرة المعلوماتية التي يتمتع بها مراقب البوابة وتمنحه فرص الاستفادة من إعلام المواطنين (Gillmor, 2004: 14).

فالتحرير الصحفي هو عملية اتصال جماهيرية متكاملة الأطراف ومستمرة يقوم فيها القائم بالاتصال أو المحرر الصحفي بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة أو مضمون صحفي في شكل أو قالب صحفي مناسب (عبدالمجيد وعلم الدين، ٢٠١٤: ٧). وهو بهذا اتصال جماهيري منظم ومدروس يقوم على إرسال رسالة عملية وعامة صادرة عن مؤسسة للاتصال بالجماهير. فيعد فن التحرير الصحفي حقيقة أساسية من حقائق الاتصال، وهو الذي يحقق وصول الرسالة إلى الجماهير من خلال قناة الاتصال (الدليمي، ٢٠١١: ٣١).

إن تكنولوجيا الحاسبات تتطلب من الصحفيين أن يكون لديهم عدة مهارات وقدرات ذات صبغة تكنولوجية، وأن يقوموا بأداء وظائف الناشر والمحرر والمنتج في الوقت نفسه، حيث كانت هذه المهن في السابق تتواجد ضمن قطاعات مختلفة قائمة بذاتها. لذا تسعى هذه الدراسة لمعرفة أدوات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية السعودية ومدى ثراء المضمون للقارئ من وجهة نظر القائم بالاتصال، حيث توصلت الدراسة التي شملت ٣٢ محرراً إلكترونياً إلى ثلاثة نتائج عامة وهي: أن عدد القراء يؤثر في عملية اختيار موضوعات المواد الإعلامية الإلكترونية من قبل المحرر الإلكتروني، وأن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، إلى جانب عدم توفر أنظمة الأرشيف الإلكترونية في الصحيفة الإلكترونية السعودية التي يعمل بها بعض المحررين الإلكترونيين والمشمولين في الدراسة.

موضوع الدراسة وأهميتها

لا يخفى أن ظهور الصحافة الإلكترونية أثرت في طرق إنتاج الأخبار وتوزيعها واستهلاكها (Appelgren et al, 2004). ومع تنامي انتشارها وتزايد استخدامها، واجهت المؤسسات الإعلامية تحديات هيكلية وإنتاجية (Ihlström & Palmer, 2002) بالإضافة إلى أنها شكلت أنماط استهلاكية جديدة (Aikat, 1998). وما تزال مشاريع الاستثمار في الصحافة الإلكترونية تواجه تحديات عديدة خاصة ما يخص البنية التحتية للمؤسسات الإعلامية لتلك الصحف. ولا شك أنها اتخذت أشكالاً جديدة لنشر أخبارها من خلال خدمات الجوال و الرسائل القصيرة والوسائط المتعددة،

إلا أنها لا تلعب دوراً هاماً في بناء البنية التحتية وأسباب تطورها واستمرارها وتحويلها إلى صناعة ذات تمويل مستدام (Ihlström & Henfridsson, 2005). ويقول "ريس مهول" بأن تطوير مهنة الصحافة من خلال تطوير بنيتها التحتية تقع في دائرة مفرغة، فالمؤسسات الإعلامية تستثمر بشكل ضئيل في تدريب عاملها أو قلما ما تتيح فرص التعليم والتدريب (Russ-Mohl, 2006).

وبالرغم من الجهود الحثيثة في حث الصحفيين على إنتاج قصص خبرية سهلة القراءة باستخدام أدوات التحرير الإلكترونية وتعزيز ثراء المضمون للقارئ، إلا أن هذه القصص الخبرية تتسم بالصعوبة، بل أصبحت الأصعب في القراءة عند مقارنتها مع أنواع أخرى من النشر. فالاتجاه السائد في إنتاج الأخبار هو نحو ازدياد صعوبتها وانخفاض قابليتها للقراءة سواءً كانت صحيفة إلكترونية أو ورقية. فعلى سبيل المثال، كانت بدايات الأولى للصحافة وأخبارها تحتوي على كلمات طويلة أكثر من أنواع الكتابات الأخرى (Gray & Leary, 1935). كما لوحظ أن مشكلة المقروئية تزداد ظهوراً في القصص الخبرية بينما تزيد مقروئية القصص غير الإخبارية والملتزمة بالسهولة على مر السنوات (Danielson & Lasorsa, 1989).

وجاءت العديد من الدراسات المهمة بتحسين مقروئية الصحافة وأجمعت غالبيتها على تقليل التراكم النحوي أو المفردات المعقدة بالإضافة إلى الدراسات التي تتناول مدى شيوع الكلمات وشبه الجمل القصيرة لدى غالبية القراء، وارتباطها ارتباطاً وثيقاً بقدرة الكاتب أو المحرر على استخدام الكلمات والجمل بشكل سليم ومألوف (Dubay, 2004). وأشار خليل إلى أن هناك اتجاهاً متزايداً داخل العديد من المؤسسات الصحفية الأجنبية نحو بناء أنظمة تحريرية خبيرة تستند إلى بحوث المقروئية التي تقيس درجة الكفاءة الأسلوبية للمادة الصحفية في الوصول بالمعنى بسهولة إلى القارئ (1997: 94). حيث اهتم الباحثون بهذه المسألة ونتج عن هذا الاهتمام ظهور قوائم الكلمات الشائعة التي ترصد وتسجل عدد مرات تكرار الكلمات في المواد القرائية، ومن أبرز هذه القوائم في اللغة العربية قائمة بريل وقائمة لطفي (ص 27).

ومن أجل زيادة ثراء المضمون للصحف الإلكترونية ومقروئيتها، يقول "ديوز" بأن تقنية الإنترنت قد وفرت للصحفيين ثلاثة أشكال جديدة للنشر: وهي النصوص الفائقة والوسائط المتعددة والتفاعلية. فتمكن النصوص الفائقة من إنشاء ملفات مترابطة، والتي تشبك مصداقية الصحفي بوصلات وروابط لمصادر المعلومات وخلفية القصة الخبرية. في حين تسمح الوسائط المتعددة من تدعيم القصة الخبرية بالصور والمقاطع المرئية والصوتية والمتحركة. بينما تسهل مجموعات الحوار والمنتديات والمدونات في تسهيل مشاركة الجماهير المتأقمية، والتي لم يكن ذلك ممكناً في الوسائل التقليدية. ولكن مع تزايد استخدام التفاعلية في الصحافة الإلكترونية ستقل مفهوم "نحن نكتب وأنت تقرأ" على حد وصفه، والذي يؤثر على معايير الصحافة التي استقرت عليها من جهة (Deuze,

2003). وكما كشفت دراسات عدة بأن إنتاج وتوزيع المحتوى الإخباري قد طرأ عليها تأثير جودة المحتوى بما فيها مستوى الرضا العام والعوائد المالية من جهة أخرى (Cottle & Ashton, 1999). وتكمن أهمية هذه الدراسة في استعراض أدوات التحرير الصحفي في الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر العاملين في المجال الإعلامي وقياس مدى ثراءها لتجربة القارئ من وجهة نظر عاملها أيضاً، حيث تعد هذه الدراسة من إحدى الدراسات التي تتناول القائم بالاتصال نسبياً.

الأهمية العلمية:

- يعتبر الفن الصحفي في ذاته أشد الفنون كلها قبولاً للتطور بسبب ارتباطه الوثيق بالحياة الإنسانية والنشاط الإنساني. وتأتي هذه الدراسة استجابة لهذه التطورات والتغيرات لاسيما في مجال الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بشبكة الإنترنت.

- إن فن التحرير الصحفي حقيقة أساسية من حقائق الاتصال لإمكانية تحقيق وصول الرسالة الاتصالية إلى الجماهير من خلال وسيلة اتصال جديدة (شبكة الإنترنت). لهذا، تأتي أهمية الدراسة العلمية بأنها جزء لا يتجزأ من بحوث الاتصال التي تتطلب الإجراء المزيد من الأبحاث فيما يخص بدراسة القائم بالاتصال كأحد العناصر الرئيسية لعملية الاتصال.

- إن دراسة أدوات التحرير الصحفي في الصحافة الإلكترونية وتأثيرها على المضمون سيزيد من ثراء المكتبة البحثية السعودية بشكل خاص ومكتبة البحوث الإعلامية بشكل عام.

- إن أدوات التحرير الإلكتروني هي إحدى الموضوعات المهمة والمرتبطة بالصحافة الإلكترونية والإعلام الجديد، ودراسته تأتي استجابة لحاجة مكتبة الإعلام الجديد بشكل خاص.

- استعراض أدوات التحرير الإلكتروني وما يرتبط به في إطار التفاعلية والوسائط المتعددة والنص الفائق وما يضيفه من الثراء المعرفي لقارئ الصحيفة الإلكترونية.

الأهمية العملية:

- وضع القواعد الأساسية للتحرير الإلكتروني التي تزيد من مقروئية وثراء الصحافة الإلكترونية وتساعد على تلبية احتياجات القراء.

- تطوير أساليب الانتاج الصحفي على المستوى التحرير الإلكتروني والتواصل باستمرار مع العاملين في العملية التحريرية لفهم المتطلبات والاحتياجات الصحفية.

- استيعاب ومتابعة كافة تكنولوجيا الحاسبات واختيار الأنسب وتطويره، والعمل على تطبيق أفضل ممارسات التحرير الإلكتروني

- تحديد أدوار المشاركين في عملية التحرير الإلكتروني وإبرازها بشكل أوضح من خلال استخدام أدوات التحرير الإلكتروني، والعمل على تبنيها على مستوى المؤسسة

الإعلامية والمساعدة أيضاً على زيادة المواد والمخرجات الصحفية كماً ونوعاً عبر ما أفرزته تكنولوجيا الحاسب والإنترنت.

مشكلة الدراسة

نظراً ما تقدمه هذه الدراسة من استعراض أدوات التحرير الإلكتروني وتأثيرها على تعزيز تجربة القارئ من وجهة نظر القائم بالاتصال. وبما يتصل ذلك بعملية التحرير الإلكتروني ودور الصحافة الإلكترونية في تعزيز مهام الصحفي الإلكتروني الذي يعد "مايسترو" التحرير ، إلى جانب توجيه الرسالة الاتصالية بما يتناسب مع قدرات القارئ التقنية، فإن إطار مشكلة الدراسة يقع في مفهوم أستاذ الدراسات الإعلامية "مارك ديوز" الذي أشار إلى أن تقنية الإنترنت قد وفرت للصحفيين ثلاثة أشكال جديدة للنشر تتمثل في النصوص الفائقة والوسائط المتعددة والتفاعلية، وما تضيفه من الثراء المعرفي لقارئ الصحف الإلكترونية.

لذا، تتمثل مشكلة الدراسة بمعرفة مدى استخدام أدوات التحرير الإلكترونية التي يستعين بها القائم بالاتصال بصفته أحد الأركان الرئيسية لعملية الاتصال واستعراض تأثيرها على تجربة قارئ الصحافة الإلكترونية السعودية للعام الحالي (١٤٣٧هـ) من وجهة القائم بالاتصال.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام أدوات التحرير الإلكتروني التي يستعين بها القائم بالاتصال وتأثيرها على تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال. ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية هي:

- ١- التعرف على مدى استخدام الروابط والإحالات من قبل المحرر الصحفي وتأثيرها على تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- ٢- التعرف على مدى استخدام الوسائط المتعددة من قبل المحرر الصحفي وتأثيرها على تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- التعرف على مدى استخدام الإحالة إلى ساحات الحوار من قبل المحرر الصحفي وتأثيرها على تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- ٣- التعرف على مدى استخدام الأرشفة واستدعاء المعلومات من قبل المحرر الصحفي وتأثيرها على تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- ٤- التعرف على مدى اهتمام القائم بالاتصال بقياس رجع الصدى وتأثيرها على تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال.

٥- التعرف على مدى اهتمام القائم بالاتصال بخواص إعادة إنتاج المادة الإعلامية وتحديثها باستمرار وتأثيرها على تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال.

٦- التعرف على مدى استخدام خواص تعديل المادة الإعلامية وإضافة المعلومات من قبل القائم بالاتصال وتأثيرها على تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال.

تساؤلات الدراسة:

١- هل يستخدم القائم بالاتصال الروابط والإحالات في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

٢- هل يستخدم القائم بالاتصال الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

٣- هل يستخدم القائم بالاتصال الإحالة إلى ساحات الحوار في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

٤- هل يستخدم القائم بالاتصال الأرشيف واستدعاء المعلومات في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

٥- هل يستخدم القائم بالاتصال قياس رجع الصدى في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

٦- هل يستخدم القائم بالاتصال خواص إعادة إنتاج المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

٧- هل يستخدم القائم بالاتصال خواص التعديل والتصحيح في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

٨- هل تفعيل أدوات التحرير الإلكتروني في الصحف الإلكترونية السعودية تساعد على تعزيز تجربة القارئ وذلك من وجهة نظر المحرر الصحفي؟

مصطلحات الدراسة:

الصحافة الإلكترونية

تشير الدراسات السابقة الخاصة بالصحافة الإلكترونية إلى عدم وجود تعريف جامع مانع لهذه الوسيلة الاتصالية الإلكترونية، إذ تختلف المفاهيم وتتنوع وتتعدد كثيراً، مما يزيد من إشكالية المفهوم وغموض المصطلح، فبينما يحصرها البعض من مجرد استبدال المادة المقروءة على النسخة المطبوعة للصحف إلى مادة إلكترونية، إلا أنها لدى آخرين تتجاوز ذلك بكثير.

ويعتبر تعريف الزهراني (٢٠٠٨) تعريف جامع لما سبق من التعريفات والقائل بأن الصحيفة الإلكترونية هي "وسيلة متعددة الوسائط تنشر فيها كافة الفنون الصحفية عبر الإنترنت بشكل دوري ومتفاعل تصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع أو ليس لها أصل مطبوع". وبهذا يتم استبعاد المواقع الشخصية التي يكون القائمون عليها أشخاص أو شركات أو مؤسسات ذات طابع شخصي، وأيضاً

يتم تجاهل المواقع التي لا يتم تحديث محتواها بشكل دوري، ولا تعتبر كذلك في حال تم تحديثها وكانت لا تصدر بالتسلسل الدوري التي تمتاز به الصحافة الإلكترونية.

التحرير الصحفي

نظراً لظهور أدوار جديدة في عمل المحرر الصحفي الإلكتروني، كغيرها من مفاهيم الصحافة الإلكترونية، تتنوع مفاهيم التحرير الإلكتروني وتعدد طبقاً لطبيعة تطور وسيلة الإنترنت وأدوات التحرير الإلكتروني ومدى ملائمتها ل جماهير القراء. والباحثة تكتفي بذكر تعريف فن التحرير الصحفي، وهي طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية و أفكار إلى لغة مكتوبة ومفهومة للقارئ العادي حيث تعد الأداة التي يتم من خلالها تحويل المضمون إلى مادة صحفية (عبدالمجيد وعلم الدين، ٢٠١٤).

حدود الدراسة:

البعد الموضوعي

تقتصر الدراسة على استخدام القائم بالاتصال لأدوات التحرير الإلكتروني في الصحف الإلكترونية والمتمثلة في الروابط والإحالات والوسائط المتعددة وتفعيل ساحات الحوار وقياس رجع الصدى واستخدام الأرشفة واستدعاء المعلومات وإمكانية إعادة إنتاج المادة الإعلامية وتصحيحها بالإضافة إلى معرفة مدى ثراء تجربة قارئ الصحف الإلكترونية السعودية.

البعد الزمني

أجريت الدراسة خلال عام ١٤٣٧هـ.

البعد المكاني

تم تطبيق الدراسة على الصحف الإلكترونية السعودية وبالاشتراك مع عينة عشوائية عددها (٣٢) محرراً إلكترونياً.

المبحث الأول: التحرير الإلكتروني في الصحف الإلكترونية

أولاً: نشأة التحرير الصحفي الإلكتروني

لسنوات عديدة، سعى ناشرون الصحف والمجلات والمطبوعات على نقل المعلومات إلكترونياً. وعلى نقيض من الصحيفة المطبوعة، نشر الأخبار عن طريق الحاسبات والإنترنت له فوائد عديدة بالنسبة للمنتجين والقراء، حيث يساهم في نقل المعلومات بشكل أسرع وأكثر كفاءة من الصحافة المطبوعة. فلا يخفى أن أخبار الصحافة اليومية متأخرة عنها نسختها الإلكترونية بـ١٢ ساعة، وبمرور عقد من الزمن سعت المطبوعات إلى استخدام وسائل تساعد في نشر المعلومات وتبادلها، فبعضها استخدمت تقنية الفاكس والحاسب. وبعض المؤسسات الإعلامية قامت بالإنتاج عبر الأقراص المضغوطة (CD-ROMs) والاتصال عبر الأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني.

فمنذ انفجار طفرة الوب في عام ١٩٩٥م، فبدأ النشر الإلكتروني يظهر كأحدى تقنيات التحرير الصحفي. وانبتقت ٢٠ صحيفة إلكترونية حول العالم إلى جانب ظهور بعض المجالات والنشرات وخدمات الحاسبات كـ(CompuServe) في عام ١٩٩٣م. وكذلك تضاعف أعداد الصحف الإلكترونية، مما ساهم في تغيير العلاقة بين الصحفي والأساليب التكنولوجية لجمع المعلومات وإعداد التقارير وتجديد العمل الصحفي. وكذلك تغير مفهوم الصحفي الذي يتحتم عليه الموازنة بين الدور البشري الذي يلعبه في صناعة الأخبار والأدوات الآلية التي تساعده في أداء عمله. وهذا لا يتطلب من الصحفيين أن يصبحوا ذوي خبرة علمية فقط في مجال الأجهزة الإلكترونية، وإنما الأخذ بعين الاعتبار أثر التكنولوجيا على القيم المهنية للصحافة (Khattak, A, Nasir, M & Sultan, 2012).

ومن ثم جاء دمج تكنولوجيا الحاسبات والعلوم الاجتماعية ليساهم في تطوير كتابة التقارير والتحقيقات، كما عززت الشبكة العديد من الحقول كطرق البحث عن المعلومات على شبكة الوب، واستخدام البيانات ونظام الأرشيف، وإنشاء قواعد البيانات بالإضافة إلى الاستفادة من مزايا الواقع الافتراضي والتحليل الإحصائي والصور المرئية. وأن معظم برامج الصحفية التدريبية تتضمن مهارات التعلم الفنية على نظم بناء قواعد البيانات (Ranney, Yarnall, Johnson & Rinne, 2008).

إن الصحفي السابق لصحيفة "واشنطن بوست"، أدريان هلوفاي (Adrian Holovaty) اشتهر بعبارة الشهيرة "المبرمج هو الصحفي" لتسليط الضوء على الدور التقني التي يمكن أن يلعبه الصحفي في مهنة الصحافة الحديثة (Niles, 2006). وكنتيجة لذلك، يشمل هذا المنظور الصحفي طيفاً من المهنيين المتخصصين كالمبرمج والصحفي المطور والصحفي القرصان (هاكر) وآخرين. إلى جانب أن بعض المبرمجين الصحفيين أضاف دبليو السادسة المتمثلة في الوب على (Who, What, Where, Why, When, and Web)، والتي تحيب على التساؤلات بمن وماذا وأين ولماذا ومتى إلى جانب شبكة الوب (Boyer, 2008)، فأصبحت جوانب الوب مهمة جداً في ظل تنافس المؤسسات الإعلامية وظهور تقنيات الوسائط المتعددة والتفاعلية ومواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية.

ثانياً: مفهوم التحرير الصحفي الإلكتروني وسماته

يرى شرف (٢٠٠٠م، ص ١١) في ظل التطور التكنولوجي بأن التحرير الإعلامي في وسائل الاتصال الجماهيري اصطلاحاً أكثر دقة من اصطلاح التحرير الصحفي التقليدي عند الإشارة إلى التحرير في وسائل الإعلام الأخرى غير الصحف والمجلات. وأشار إلى أنه بالرغم من أن الآلية الذاتية (Automation) توفر للصحف من إدارة الأجهزة بالوسائل الميكانيكية التي تحل محل حواس الملاحظة عند الإنسان، وتوفر عليه العناء والجهد، وتيسير إصدار الصحيفة على نحو أفضل من مصادر معدة

من قبل، فإن تلك الوسيلة تتطلب انتقاء أفضل ومحاكاة عقلية وتميزاً قاطعاً من القائمين على التحرير .

وهنا يتضح أن هناك فرقاً بين كتابة الخبر وتحرير الخبر، فالأول هو إفراغه في قالب الكتابي ونقله من باب الفكرة إلى باب التدوين على الورق وفقاً لأساليب الصياغة الإعلامية بينما الثاني فيعني مراجعته مع احتمال إعادة كتابته ووضع العناوين الملائمة وإعادة كتابته للنشر أو الإذاعة في المكان الملائم له من الصحيفة أو نشرة الأخبار (شرف، ٢٠٠٠، ص ١٠).

إن مفهوم الصحفي الإلكتروني الذي يعمل في إدارة التحرير أو غرف الخبر سواءً كان صحفياً أو متعاوناً يقوم بإحدى المهام الصحفية المعنية بالبحث (جمع الأخبار) والكتابة (معالجة النص) وتحرير الأخبار على شبكة المعلومات الدولية (Scholl, 1996).

ثالثاً: عمليات التحرير الإلكتروني

إن تكنولوجيا الحاسبات والإنترنت دخلت بشكل مكثف إلى غرف الأخبار باختلاف جنسياتها وفي بلدان عديدة لاستخدامها في عمليات الاتصال والتغطية الصحفية والكتابة والتحرير، حتى صار الإنترنت وسيلة أساسية في جمع المعلومات والأخبار والاتصال. مما أدى إلى تحول كبير في الأداء الصحفي والممارسات الصحفية للصحفيين، وازدياد الاعتماد على الإنترنت صحفياً وجعل استخدامه أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف الصحفي للحكم على مهاراته الصحفية.

وكما أشارت الدراسات السابقة إلى أن الإعلام والممارسات الصحفية تكيفت بشكل محدود مع تقنية الحاسبات والإنترنت. وتوضح أيضاً كيف أن الصحافة التقليدية تواجه تحديات بسبب تنامي المنصات الرقمية، وفي ذات الوقت تساندها وتوفر لها مجموعة من الفرص لتحديث عملية جمع المعلومات (newsgathering)، وبالرغم من أن مستقبل الصحافة هي صحافة رقمية أو إلكترونية، فإن ذلك يفرض وجود الصحفي المتميز الذي يجب أن يتعامل مع كافة مستحدثات التكنولوجيا ليواكب التطورات (العلاوين، ٢٠٠٩) و(تلحامي، ٢٠١٢). وسيتم استعراض عملية التحرير من ثلاثة نواحٍ:

١- تطبيق عملية التحرير الإلكتروني من ناحية الهيكل التنظيمي:

إن قدرة المحرر على إحداث تغيير في غرف الأخبار يعتمد على مدى تكاملية غرف الأخبار بدأً من حجم الصحيفة وعواندها المالية إلى أهمية المحرر ضمن الهيكل التنظيمي (Gade, 2008, p. 371). فإن العنصر البشري -بما فيه رؤساء التحرير والمحررين المشرفين- يستطيع تشكيل الرؤية الإعلامية من خلال استخدام التكنولوجيا في غرف الأخبار وممارستها في التحرير الصحفي.

إن من المهم جداً إعطاء الأولوية البالغة لأبسط التقنية موجودة باعتبارها قوة قادرة على التغيير والتطوير. فيقول خبراء النظرية البنائية (structuration) أن تبني التطبيقات التكنولوجية بشتى أنواعها لا تساهم فقط على إعادة تشكيل أنماط العمل بل كيف تبرز هذه التكنولوجيا الجديدة بممارسات العمل (Deuze, 2008).

إن تكنولوجيا الحاسبات وظفت كافة مراحل النشر الصحفي، بحيث شملت صف الحروف للمادة التحريرية والإعلامية والمراجعة والتصحيح وإخراج الصفحات والتجهيز والطباعة، إلا أن التطرق الدراسة يقع في سياق التحرير الصحفي والعمليات مرتبطة به كالآتي:

جمع المادة الإلكترونية (Electronic Newsgathering):

يتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاث مستويات أساسية في تقديم المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية (شريف، ٢٠١٤)، هي:

- المستوى السطحي، وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز، والاختيار، والتكثيف.
 - المستوى المتعمق، وفيه يتم الاهتمام بالتفاصيل، والخفيات، ووجهات النظر المختلفة.
 - مستوى التحديث، وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولاً بأول.
- فالخبر الإلكتروني يتميز بتعدد المصادر وتنوعها مما لا يجعل قارئ الصحيفة الإلكترونية مكرهاً كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية على تعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبو الصحيفة وتعكس وجهة نظرهم، ولأن الصحف تجمع معلوماتها من المصادر الداخلية والخارجية بواسطة المحررين والمندوبين ومن قسم المعلومات بالمؤسسة الصحفية أو بنك المعلومات بالخارج (عبدالمجيد، علم الدين، ٢٠١٤).

تقييم المادة إلكترونياً (ELECTRONIC COPY-TASTING):

يتم تدقيق المواد إلكترونياً من الشاشة حينما يقوم المرسلون والصحفيون بإضافة قصصهم مباشرة إلى وحدة عرض البيانات (Visual Data Unit) بدون الحاجة إلى وجود آلة كاتبة (typewriter) أو عند نقل موادهم عبر الهاتف إلى الحاسبات مباشرة من خلال مستلمي القصص عبر الهاتف (telephone copy takers). فأصبح تقييم المادة عملية يمتاز بالسهولة ليس بمجرد أن يستطيع المقيم (copy taster) استدعاء كافة القصص الإخبارية، وإنما أيضاً استدعاء الأخبار بأقسامها المختلفة سواء كانت رياضية واقتصادية من خلال الضغط على الفارة، والتي كأنها تقف في صف انتظار ليتم معاينتها ومن ثم يتم تجهيز تخطيط الصفحة (layout) لها وتحريرها. كما أنها توضح معلومات المصدر واسم المادة والملخص الرئيسي

والسطور الأولى للقصة وحجمها، حيث تعرض جميع تلك المعلومات من خلال تلك الوحدة. فدخلت تكنولوجيا الحاسبات في مراحل الانتاج الصحفي وتبنتها معظم وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية فأصبحت غاية محتمة على المؤسسات الإعلامية ومزودي الخدمة من أجل إرضاء مشتركها (Khattak, et al., 2012).

التحرير الصحفي الإلكتروني (Electronic Editing):

مع وضع النسخة مباشرة إلى الحاسب، يستطيع المحرر المساعد (Sub Editor) استخدام الأدوات التقنية في التحرير الصحفي. ومع الانتهاء من مرحلة تقييم الأخبار (copy tasting)، تستكمل بقية عمليات التحرير الصحفي باستخدام تكنولوجيا الحاسبات، ولا يحتاج المحرر المساعد والذي قام بالتحرير على الشاشة الحاسوبية إلى إعادة تقييمها على النسخة المطبوعة في حال طبعتها. ويمكن معرفة عدد أحرف القصص الإخبارية والسطور وفق المساحة المخصصة لتخطيط الصفحة (the page layout).

إن استخدام المؤشر أو القلم الإلكتروني على الشاشة يسهل عمليات الحذف والتعديل أكثر من القلم الحبر، والذي يساهم في إنتاج نسخة نظيفة بدون وجود شخبطة أو الدوائر أو توصيل السطور المفقودة التي تنتم بها الطريقة التقليدية لتدقيق الأخبار الصحفية. بينما أي تعديل أو تغيير على النص يتم تعديله إلكترونياً على الشاشة دون وجود آثار لهذا التغيير.

وتكون الشاشة مقسومة بإظهار مخطط خبرين بجانب بعضهما على الشاشة عند يتم العمل على الخبر من مصدر آخر. وكما أن حذف المادة الصحفية تبقى في ذاكرة الحاسبات، ويمكن استعادتها والعمل على تطويرها بمجرد النقرة. فالتحرير الإلكتروني قادر على إعادة صياغة الأخبار ومراجعتها بعدد من المرات اللانهائية في أي برامج معالجة النصوص. ومن ثم الانتهاء من تدقيق المادة وتجهيزها لمرحلة التنضيب (typesetting). والجدير بالذكر بعد أن يتم تدقيق المادة والحرص على ملائمة مقاس المادة، فإنه يمكن مطالعتها مجدداً وقراءتها على الشاشة وإمكانية وضع تعديلات متأخرة بسهولة لأن تكون متوفرة لو تم إنتاجها بالطرق التقليدية التي تعتمد عليها النسخ المطبوعة (Khattak, et al., 2012).

٢- تطبيق التحرير الصحفي من ناحية العنصر البشري:

إن الدورة التحريرية تعتمد بالأساس على ثلاث عمليات رئيسية: تحرير الخبر، والمراجعة، والانتاج (الإخراج) (Butcher, Drake & Leech, 1975, pp. 2-3). حيث معظم الصحف الكبرى تعتمد على دورة تحريرية تبدأ بخروج النص الآتي من المندوبين الصحفيين ووكالات الأنباء الإخبارية، ويشمل أيضاً أي نص مكتوب على الشاشة من خلال مروره على ثلاثة مستويات من المقيمين المحررين، منهم مقيم أولي (Rough Taster)، ومن ثم مقيم ثانوي (Fine Taster)، ومن ثم كبير

المحررين/المقيمين (Back Bench)، إلى جانب أن النص يمر على غرف الأخبار التي تشتمل على محررين الصحيفة لتعديل النص واستقبال المواد منها، مما يفيد أن النصوص تمر على قناتين رئيسيتين بالعكس تحرير الصورة التي تذهب مباشرة إلى كبير المحررين. وفي مراحل النهائية تمر على مشرف التحرير (Chief Subeditor) الذي يمررها على فريق من المحررين المساعدين (Sub Editors) إلى أن تذهب إلى المراجعة (Revise). وإلى أن تصل إلى مرحلة التنضيب النهائي التي تكون مسئولية مصفف المادة (Type Setter) (Khattak, et al., 2012).

رابعاً: مميزات الصحافة الإلكترونية وتأثيره على المضمون:

يشهد المحرر الإلكتروني حقبة تحرير الأخبار الإلكترونية في أشكال متنوعة وبفضل التكنولوجيا الرقمية. فبإمكانه استخدام مزايا الوسائط المتعددة (كالفيديو والملفات الصوتية والصور) والتفاعلية (كردة فعل واستطلاعات الرأي)، إلى جانب تفعيل الروابط والوصلات لإتاحة تغطية الخبر من جوانب عدة والاستزادة من المعلومات الأخرى التي تضيف إليها. ونظراً لحرص القراء ومتلقي الأخبار على متابعة الأخبار الإلكترونية والاعتماد عليها كمصادر أساسية للمعلومات (Pew Internet, 2010).

واهتمت معظم الدراسات على مدى استفادة القراء من الأخبار الإلكترونية، وكما أشارت مجملها أن غالبية متلقي الأخبار يميلون إلى عدم تذكر المعلومات التي يستقبلونها من وسائل الإعلام أو لا يفهمونها بشكل مطلوب، خاصة عند تعاملهم مع وسائل الإعلام التلفزيونية (Graber, 1988, Robinson & Levy, 1986). وقد استهدفت معظم هذه الدراسات على فهم العلاقة الارتباطية بين تعرض الجمهور إلى الأخبار وبين المعرفة التي يحصل عليها متلقي الوسائل الإعلامية. وانطلقت العديد منها لمعرفة مدى ثراء الوسائل الإعلامية على التحصيل المعرفي من خلال المزايا الثلاثة للصحافة الإلكترونية:

١- الوسائط المتعددة:

إن تكنولوجيا الوسائط المتعددة تعتبر طريقة فريدة لعرض المحتوى، و تتطلب تكامل ودمج اثنين أو أكثر من الوسائط التي يتم التحكم فيها عن طريق الحاسب الآلي لحدوث مرونة في استدعاء المعلومات (البغدادي، ١٩٩٨، ص ١٣). فإمكانية دمج أكثر من وسيط مختلف تزداد ظهورها في الأخبار الإلكترونية بالمقارنة مع الوسائل التقليدية. وإلى جانب استخدام النصوص والصور، تستطيع المقالات الإخبارية الاستفادة من مقاطع الفيديو والصوت والشكل الذي يعتمد على عرض الشرائح والإنفوغرافيكس. ويعتقد كلاً من "سيندار" و"ليمبروس" بأن استخدام أكثر من وسيط عبر المنصة الإلكترونية يؤدي إلى إحداث تأثير إيجابي على الجانب المعرفي للقارئ، فالمواقع التي توفر فيديو تصوير لحدث مباشر تعتبر أكثر تأثيراً من المواقع التي تعتمد على النصوص بشكل رئيسي (Sundar & Limperos, 2010).

٢- النصوص الفائقة:

ترتبط آلية النصوص الفائقة بتفعيل الروابط التشعبية التي تمتاز بمزايا الإبحار وتزيد من تفاعلية الصحف الإلكترونية (Deuze, 2003). إن المفهوم المتعلق بتأثير المزايا التفاعلية ومدى تحكمها بالمحتوى أيضا ينطبق على الروابط التشعبية. ويشير كلاً من "إيفي لاند" و"دينودي" إلى أن ارتباط مجموعة متعددة من النصوص مع الأخرى يكون بواسطة وصلات وروابط تشبه طريقة عمل ذاكرة الإنسان. فهيكّل الروابط التشعبية والذاكرة تنسم باتصالها بنقاط أو عقد متعددة. وفي ذاكرة المستقبل تحتوي هذه العقد على أجزاء من المعلومات التي تم الحصول عليها مسبقاً وهي متصلة فيما بينها في الذاكرة. وكذلك الحال مع الأخبار الإلكترونية، فإن هذه العقد هي عبارة عن رسائل إخبارية أو كتل نصية تتصل مع بعضها البعض عبر روابط ووصلات. مع العلم أنها تساعد الذاكرة على وضع المعلومات في مجموعات تنتمي مع بعضها البعض (Opgehaffen & Haenens, 2011).

٣- التفاعلية:

طورت الصحافة الإلكترونية من تقنياتها مستفيدة من إمكانيات الكمبيوتر وشبكة الإنترنت التي تجمع بين مميزات الصحيفة والكتاب والراديو والتلفزيون (السلوم، ٢٠٠٢م، ص ٢١). فالمزايا التفاعلية تحفز المتلقي للتعامل مع النص الذي أثار انتباهه وتعزز عملية الفهم لديه للأخبار (Sundar & Constantin, 2004). كذلك توصلت نتائج الدراسة بأن تحقيق مستويات عالية من المحتوى ذات طابع شخصي يحث المتلقي على التفاعل مع هذا المحتوى بشكل إيجابي وتؤثر على نشاطات التصفح الخاصة به كالوقت المستغرق على شبكة الإنترنت وعودة المتلقي إلى الموقع وزيادة أعداد البحث التي أجريت لمحتوى الصحيفة الإلكترونية (Kalyanaraman & Sundar, 2006). يعتمد سمات الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية على وجود المزايا التي تجعل من عملية التقييم ومعرفة أعداد المشاهدات أمراً سهلاً يمكن معرفته. وتكمن أهمية المحتوى المنشور وعدد التفضيلات والإعجاب التي خصصت لها مؤشرات على حدوث التفاعلية بالعكس المحتوى الذي لم يخضع لأي عملية تقييم (Sundar & Nass, 2001). إن المزايا التفاعلية تزيد من قبضة تحكم القارئ على المحتوى الاتصالي، والذي بشأنه يساهم في معالجة المعلومات وفهمه بالشرط ألا يؤدي ذلك إلى إجهاد عقل المتلقي وإرباكه (Opgehaffen & Haenens, 2011).

خامساً: أدوات التحرير المستخدمة في الصحف الإلكترونية:

هناك مميزات أخرى غير موجودة بالصحافة الورقية تتميز بها الصحافة الإلكترونية كسرعة تحديث الأخبار، وغرف الدردشة، وساحات الحوار وأقسام المنتديات المختلفة، وهذه المميزات كانت وراء زيادة فهم واستيعاب قراء الصحف الإلكترونية لها (أمين، ٢٠٠٧، ص ١٠٨). ومن أدوات التحرير الإلكتروني التي لا بد

على المحرر الإلكتروني تبينها ومعرفة مدى استفادة جمهور القراء منها عبر إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية واستطلاعات الرأي في الجامعات والكليات الإعلامية وهي كالتالي:

الروابط والإحالات

ترتبط النصوص الفائقة بأجزاء بنائية على شبكة الوب وهي تعمل كنظام التي تتصل بعدد من المواقع الإلكترونية وتكون هذه الشبكة المعلوماتية (Liestøl, 2009). فيتم بناء المواقع بالاعتماد على قواعد المعلومات التي تمكن المتلقي من استدعاءها من خلال النصوص الفائقة، مما يتيح إليه فرصة الدخول على هذه القواعد كفتح صفحات وب مختلفة. كما أن النظام لا يفرق بين المعلومات الجديدة أو القديمة التي تحويها هذه قواعد المعلومات، وهي تشبه فكرة المكتبة التي تحوي على كتب قديمة كلاسيكية وأيضاً مطبوعات حديثة الإصدار. ووصف "فينمان" بأن النصوص الفائقة هي مزيج من الاتصال الفوري والأرشفة (Finnemann, 2005). وهذا يعني بأن المواقع تمثل نوعاً من الوسائل التي تجمع أحدث المحتويات وتتكامل مع محتويات أقل حداثة ومتصلة فيما بينها من خلال النقر على الروابط. وبهذا تتوافق مع الوسائل التقليدية التي تمتاز بالأرشفة الورقية، وذلك لقدرتها على الاحتفاظ بالأخبار السابقة واستدعائها في أي وقت. إمكانية استخدام الوسائط المتعددة كاستخدام الصوت والصورة:

عملية النشر الإلكتروني تتيح إمكانية الجمع بين النص المقروء والمسموع والمرئي على موقع الصحيفة الإلكترونية، وتمكن القارئ من انتقاء المادة التي يريد التعرض لها، إلى جانب إمكانية استرجاع المادة وإعادة مشاهدتها (الشريف، ٢٠١٤، ص ٩٩). ويشير "بافلك" إلى أن الصحافة الإلكترونية تعتبر أفضل الأشكال المهنية التي توصلت إليه الصحافة والتي يمكن إعادة جذب جماهير كانت قد تفرقت وانعزلت في ضوء الوسائل التقليدية (Pavlik, 2001). ويشاركه أساتذة الإعلام الآخرين النقاول ذاته حول إمكانيات هذه الوسيلة الحديثة، وما يمكن أن توفره من السمات لأخبار الإنترنت بشكلها المتمثل في الوسائط المتعددة والتفاعلية وتجارب الشخصية التي يعيشها المتلقي وإتاحة الوصول العالمي إليها من أي مكان وفي أي وقت وتفعيل النصوص الفائقة والاتصال الجماعي والتغطية الفورية (Kawamoto, 2003).

الإحالة إلى ساحات الحوار

إن المتلقيين يسمح لهم المشاركة في إنتاج المحتوى بإضافة صورهم ومقاطع الفيديو وأيضاً بالتعليق والمشاركة في ساحات الحوار والمنتديات (Steensen, 2010). حيث توصل الباحث "كريمسفيك" بأن المتلقي يعي بأهمية ساحات ومنتديات الحوار الإلكترونية عوضاً عن استخدام الطريقة التقليدية التي تشمل على إرسال رسالة من القارئ إلى محرر الصحيفة الإلكترونية. ويكون لدى القارئ شكاً عن مصداقية ودقة المحتوى الصحفي التي يظهر في المنصات الإلكترونية، بل أن الصحفيين أنفسهم لديهم

شك أكثر من القراء (Krumsvik,2010). ووجد الباحث أيضاً بأن قراء الصحف الإلكترونية ينظرون إلى ساحات الحوار ك مجال هام للتعبير عن آرائهم بعكس الصحف المطبوعة.

الأرشفة واستدعاء المعلومات

إن توفر خاصية الإنترنت وتنامي الاعتماد على المعلومات الرقمية قد حققت ثورة في الصحف الإلكترونية بوجه خاص والنشر الإلكتروني بوجه عام. فالصحيفة الإلكترونية تتوفر لديها الميزة التنافسية بقدرتها على تحديث المحتويات الإخبارية وسرعة الدخول على أرشيف الصحيفة بدون تكبد تكاليف إضافية وفرصة وضع الإشارة المرجعية وطباعة المحتوى وحفظه وتحرير المحتوى بالمقارنة مع نظيرتها الورقية المطبوعة. ويوجد عدداً من الصحف الإلكترونية التي تستمد محتواها من الصحف المطبوعة بينما توجد صحف إلكترونية كاملة بأنظمة الأرشفة الإلكترونية (Haneefa & Jasna, 2014).

قياس رجع الصدى

ويجد "ميتكوف" بأن العلاقة بين الصحفيين و جماهيرها أصبحت أكثر تفاعلية خاصة فيما يخص باستخدام البريد الإلكتروني والتواصل عبر الرسائل النصية. ويرى أن زيادة التفاعلية تسلح الصحفيون بالأدوات اللازمة لأداء أعمالهم بشكل أفضل عوضاً عن رؤية ذلك كمعضلة في تلاشي الفاصل بين منتجي المحتوى (الصحفيين) ومستهلكي المحتوى (القراء) (Metykova, 2008. P. 56).

وقد لاحظ "أو سيفان" بأن الصحفي الحر (freelance) قد يتعذر له الاستفادة من المزايا التفاعلية والتواصل مع القراء نظراً لصعوبة اتصاله مباشرة مع القراء بنفس الدرجة التي يتمتع بها صحفيو المؤسسة الإعلامية، فهم بالعادة لا يتم دفع المال لهم لقاء مشاركتهم في النقاش مع القراء أو المشاركة بأي شكل من أشكال التفاعلية معهم (O'Sullivan, 2005).

فالصحافة اليوم تحولت إلى صحيفة تشاركية والمجتمع أصبح يتفاعل مع غرف الأخبار (Bowman & Willis, 2003). في حين أن شبكة الإنترنت تتحدى طرق وصول الصحافة التقليدية وامتدت تأثيراتها بشكل أعمق منها، حيث تستعين هذه الصحافة التقليدية النموذج المركزي، وتقوم على تفعيل حراسة البوابة الإعلامية، بينما تحظى الصحافة الإلكترونية بمساحة أوسع من التحكم في ظل مشاركة المتلقي بشكل فعال في صناعة الأخبار (Chung, 2008).

إعادة إنتاج المادة

ركزت الدراسات السابقة على أهمية عامل الوقت في عمل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية (Schlesinger, 1989). إلى جانب أهمية الحداثة والتجديد في الثقافة الصحفية ومعايير الأخبار (Lewis & Cushion, 2009). فتغطية اللحظة

وتتبعها هي أساس العمل الصحفي، والذي لا يهدف فقط إلى ماذا يحدث في المجتمع بل أيضاً كشف الحقائق بوقت قياسي أو قبل قيام الصحف المنافسة من النشر وهو ما يعرف بالسبق الصحفي (scoop) والمرتبط بالمكانة الراقية للصحيفة ونجاحها في تحقيق الأسبقية. وكما أثبتت الدراسات الإنسانية بتعلق الصحفي الشديد لتحقيق السبق والحصرية بسبب طابع المنافسة الشديدة بين الصحف (Schlesinger, 1989). كما أن الباحثين انتقدوا السرعة الهائلة في نشر الأخبار والتي كانت نتيجة انعكاس قنوات الـ ٢٤ ساعة والفضائيات والمتسمة بالتغطيات الحية. وكذلك وصل الانتقاد إلى تركيز الصحفيين على التحديث الفوري وتقليل الزمن المفترض بذله فيما حصل فعلاً (MacGregor, 1997). ويقول "لويس" بأن تحديث الأخبار أصبحت ظاهرة جديدة وكذلك العمل تحت ضغط العمل واتخاذ القرار السريع أصبحت من الممارسات الروتينية للصحافة (Lewis et al, 2009).

إن التكنولوجيا الإعلامية دائماً تكون لديها دافع قوي لزيادة عجلة العملية الانتاجية وتوصيل الأخبار لجمهور المتلقين بسرعة هائلة. فالإنجازات التكنولوجية خلال الـ ٢٠ سنة الماضية سمحت بتسريع وتيرة الإنتاج في كل وسيلة. وكما ساهمت في تذليل كافة الصعوبات التقنية التي كانت تعيق الصحفيين كعامل الوقت والتي كانت تتحكم بالدورة الصحفية، فاختفت هذه المعوقات من غرف الأخبار الحديثة والإلكترونية.

إمكانية التعديل والتصحيح:

تتيح الصحف الإلكترونية في حال حدوث أخطاء أو نقص في المادة الإعلامية المكتوبة إمكانية الإضافة أو التعديل في النصوص المكتوبة في أي وقت، مما جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون، فما تبثه القنوات الفضائية من مواد إعلامية في مواعيد ثابتة، تنشره الصحف الإلكترونية بعد فترة وجيزة من وقوع الحدث (شريف، ٢٠٠٠م، ص ٦).

إن ما يميز قصة الخبرية إمكانية تطويرها على مدى الوقت بالإضافة إلى أن الصحفي الإلكتروني يتحتم عليه إنتاج وتحرير الأخبار في أقل وقت ممكن، حيث اعتادت الأخبار على نشرها أولاً، تتبعها عمليات التعديل لاحقاً، إلى جانب إجراء عمليات التصحيح أثناء نشر الخبر عوضاً عن إجراء كافة التعديلات في وقت واحد وقبل مرحلة النشر في موقع الصحيفة الإلكترونية. وقد يستغرق ساعة واحدة لإنتاج النسخة المعدلة للخبر بشكل نهائي منذ زمن وضعها على الموقع الإلكتروني. وكان قد تنامي أعداد الصحفيين الذين يحررون المواد الإعلامية وهم غير متصلون بشبكة الإنترنت كجزء من أعمالهم الصحفية اليومية، والآن يستطيع المتلقي من ملاحظة ومشاهدة هذه التعديلات أمام ناظره (Kautsky & Widholm, 2008).

سادساً: التحديات التي تواجه الصحفي الإلكتروني:

لتكنولوجيا الصناعة الإعلامية تأثيرات عدة لا ينكرها أحد، فقد أثر استعمال التقنيات الحديثة لوسائل الاتصال على جوانب كثيرة سواءً بالنسبة للأجهزة أم بالنسبة للعاملين في حقول الاتصال. إلا أن هناك تحديات مرتبطة بالصحفيين ومهاراتهم التحريرية بسبب تكنولوجيا الحاسبات وتطور أنظمة الاتصال والمعلومات وظهور تقنية الإنترنت.

فعلى سبيل المثال، يخشى الصحفيون استخدام البريد الإلكتروني بسبب الرقابة التي يمكن أن تمارسها إدارة غرف الأخبار من وضع برامج التجسس للحصول على معلومات من جهاز الحاسب الخاص بالصحفي دون علمه أو موافقته، وكذلك تكون قادرة على تعقب رسائل البريد الإلكتروني التي تصلهم. وأحياناً تعود تلك المؤسسات إلى هيئة الاتصالات والمعلومات في تلك الدول لتكشف عن أنشطة الصحفيين التي يقومون بها عند استخدامهم لشبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني.

ومن التحديات التي تواجه الصحفي في تحرير أخباره وتقاريره، ظهور ما يعرف بصحافة الكنبه (Armchair Journalism) التي تهدف إلى صنع الأخبار داخل الصحيفة دون الخروج إلى الميدان، وتعتمد في أساسها على الإنترنت كمصادر رئيسية للمعلومات، مما يجعلها عرضة للسرقة الأدبية (Plagiarism) و صعوبة توثيق المعلومات. ويؤدي ذلك كله إلى التشكيك في مصداقية الأخبار ودقتها (Mudhai & Nyabuga 2001, pp313-335).

إن الإنترنت جعلت السرقة الأدبية أكثر سهولة، حيث أصبحت هي إحدى التحديات التي تواجه حراس البوابة عند متابعة أنشطة الصحفيين التحريرية والتي تستعين بشبكة الإنترنت (Chari, 2009, p.34). كما إن إتاحة المعلومات على شبكة الإنترنت لا بد ألا تكون بديلاً عن إيجاد معلومات جديدة، فعملية جمع المعلومات لا تعني جمع معلومات متوفرة مسبقاً، ولكن تهدف إلى اكتشاف معلومات تظهر لأول مرة بحيث تكون إثراء للمادة الصحفية (Berger, 1996).

كما توصل "بافل" أن من سلبيات تكنولوجيا الإنترنت على الصحفيين في كتابه بعنوان "أثر التكنولوجيا على الصحافة" زيادة عدد الصحفيين الذين يقضون وقتاً أقل في الميدان بسبب التطورات التكنولوجية التي سهلت توفر مصادر المعلومات بكثرة وأخلت بالطابع البشري على صناعة الخبر واستبدالها بالتفاعل المباشر مع المصادر الإلكترونية، إلى جانب أن ضعف التمويل وضغوطات العمل يؤدي إلى تحرير الأخبار سريعاً بالاعتماد على تكنولوجيا الإنترنت، الأمر الذي يجعل التحقق من المحتوى الإلكتروني أمراً صعباً وبالتالي تتأثر مصداقية الأخبار المكتوبة. (Pavlik, 2000, pp. (229-237).

المبحث الثاني: الإطار المنهجي منهج الدراسة

استخدمت الباحثة منهج البحث الكمي، من خلال أسلوب المسح الوصفي (الحيزان، ٢٠٠٤، ص ٩٢)، لجمع المعلومات من مفردات العينة لتعميم النتائج على مجتمع الدراسة، من خلال مسح القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية. وتستخدم الدراسة منهج المسح الإعلامي وهو منهج رئيسي في البحوث والدراسات الوصفية باعتباره جهداً علمياً دقيقاً ومنظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة محل الدراسة في وضعها الحالي والتعرف على العلاقة بين المتغيرات بها.

أداة الدراسة

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على أداة الاستبانة Questionnaire كأداة لجمع المعلومات، كونها من أفضل الأدوات لجمع البيانات من العينة. وتعتبر أداة الاستبانة من أهم وسائل جمع البيانات وأكثرها انتشاراً، واستخدمت الاستبانة الإلكترونية (Google Form) لقدرتها على وصول مفردات العينة بفعالية. كما أنها اقتصادية في الجهد والوقت مقارنة بالمقابلة والملاحظة. وتتألف الاستبانة من مجموعة فقرات قام كل مشارك بالإجابة عليها بنفسه دون مساعدة أو تدخل من أحد. وقد تم تقسيم استبانة الدراسة إلى:

القسم الأول: يحتوي على معلومات شخصية خاصة بأفراد العينة (القائم بالاتصال).

القسم الثاني: يحتوي على مدى استخدام أدوات التحرير الإلكتروني.

المبحث الثالث: الإطار الإجرائي مجتمع الدراسة

بالرغم على عدم وجود إحصائيات على عدد المحررين الإلكترونيين في الصحف الإلكترونية السعودية، يشمل مجتمع الدراسة على كافة مفردات المحررين في المملكة العربية السعودية.

عينة الدراسة

ويعرف كلاً من "ويفر" و"ويلهوت" بأن الصحفي هو الذي يضطلع بمسؤوليات إعداد ونقل القصص الإخبارية ومواد صحفية أخرى بصفته صحفي أو كاتب مقال أو عمود أو مراسل أو مصور صحفي أو محرر غرف الأخبار ويعمل لدى الجهة الإعلامية بصفة دائمة" (Weaver & Wilhoit, 1990).

عرض النتائج العامة

أولاً: البيانات الشخصية:

تحتوي هذه الدراسة على عدد من المتغيرات المستقلة المتعلقة بالخصائص المهنية لأفراد عينة الدراسة وفي ضوء هذه المتغيرات يمكن تحديد خصائص أفراد عينة الدراسة على النحو التالي:

توزيع العينة حسب عدد سنوات الخبرة
 بلغ عدد المفحوصين من القائم بالاتصال في هذه الدراسة (٣٢) محرراً إلكترونياً، وتبين أن غالبية أفراد العينة تتراوح عدد سنوات الخبرة لديهم من ٦ إلى ١٠ سنوات بنسبة (٤٠,٦٣%)، بينما كانت النسبة (٩,٢١%) للذين كانت سنوات الخبرة تبلغ ٢١ سنة فأكثر، وهو انعكاس طبيعي كون هذه النسبة تمثل المفحوصون من رؤساء التحرير في الصحف السعودية. وتفاصيل ذلك يعرضها الجدول رقم (١).

جدول رقم (١) توزيع العينة حسب عدد سنوات الخبرة للقائم بالاتصال

م	عدد سنوات الخبرة	التكرار	%
١	٥ سنوات فأقل	٦	١٨,٧٥
٢	٦-١٠ سنوات	١٣	٤٠,٦٣
٣	١١-١٥ سنة	٥	١٥,٦٣
٤	١٦-٢٠ سنة	٥	١٥,٦٣
٥	٢١ سنة فأكثر	٣	٩,٣٨
المجموع		٣٢	١٠٠

توزيع العينة حسب المؤهل العلمي
 جاءت غالبية أفراد العينة الذين كان المؤهل العلمي لديهم بكالوريوس بنسبة (٦٥,٦٣%)، وهو ما كان متوافقاً مع عدد سنوات الخبرة التي تزيد عن خمس سنوات للقائم بالاتصال والتي تجعل الخبرة التحريرية أساس الصحافة بأنواعها. في حين تنعدم نسبة المفحوصين الذين لديهم درجة الدكتوراه، وتقل النسبة بـ (٣,١٣%) للمؤهل الثانوي فأقل لنفس الأسباب المذكورة. وتفاصيل ذلك يعرضها الجدول رقم (٢).

جدول رقم (٢) توزيع العينة حسب المؤهل العلمي للقائم بالاتصال

م	المؤهل العلمي	التكرار	%
١	ثانوي فأقل	١	٣,١٣
٢	دبلوم	٦	١٨,٧٥
٣	بكالوريوس	٢١	٦٥,٦٣
٤	ماجستير	٤	١٢,٥٠
٥	دكتوراه	٠	٠
المجموع		٣٢	١٠٠

توزيع العينة حسب التخصص العلمي جاءت غالبية التخصص العلمي أو الأكاديمي المعبرة عنها بكلمة "أخرى" في الصدارة بنسبة (٤٣,٧٥%)، يليها مؤهل الإعلام والصحافة بنسبة (٤٠,٦٣%)، وتقل في تخصص تقنية المعلومات بنسبة (٦,٢٥%)، مما يعكس أن المحرر الإلكتروني في الصحافة السعودية لا يعتمد على التخصصات التقنية. وتفاصيل ذلك يعرضها الجدول رقم (٣).

جدول رقم (٣) توزيع العينة حسب التخصص العلمي للقائم بالاتصال

م	التخصص العلمي	التكرار	%
١	الإعلام والصحافة	١٣	٤٠,٦٣
٢	لغات (عربي، إنجليزي...إلخ)	٣	٩,٣٨
٣	تقنية المعلومات	٢	٦,٢٥
٤	أخرى	١٤	٤٣,٧٥
	المجموع	٣٢	١٠٠

توزيع العينة حسب جهة العمل تصدرت نسبة غالبية المفحوصين من القائم بالاتصال الذين يعملون لدى جهات حكومية بنسبة (٥٦,٢٥%)، وتقل إلى أدنى مستوياتها للمحررين الإلكترونيين الذين يعملون كمتعاونين للصحف الإلكترونية السعودية بنسبة (١٢,٥٠%)، والذي يفيد بأن الصحيفة السعودية الإلكترونية إذا ما رغبت بتدريب محرريها على أدوات التحرير الإلكتروني أو عند استقطابها لمن يكون لديه خبرة تقنية، فإن ذلك لا يشمل من لا ينتمون إلى جهازها التحريري الرسمي، وتفاصيل ذلك يعرضها الجدول رقم (٤).

جدول رقم (٤) توزيع العينة وفقاً لجهة العمل القائم بالاتصال

م	جهة العمل	التكرار	%
١	حكومي	١٨	٥٦,٢٥
٢	أهلي	١٠	٣١,٢٥
٣	متعاون	٤	١٢,٥٠
	المجموع	٣٢	١٠٠

ثانياً: استخدام المحرر لأدوات التحرير الإلكتروني وتأثيرها على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية السعودية من وجهة نظر المحرر الإلكتروني: هدفت الدراسة لمعرفة مدى استخدام أدوات التحرير الإلكترونية التي يستعين بها القائم بالاتصال بصفته أحد الأركان الرئيسية لعملية الاتصال، واستعراض تأثيرها على تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية السعودية من وجهة نظر القائم بالاتصال-دراسة مسحية. وسعت الدراسة لتحقيق ذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية:

السؤال الأول وينص على:

هل يستخدم القائم بالاتصال الروابط والإحالات في الصحافة الإلكترونية السعودية؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والجدول رقم (٥) يوضح ذلك.

جدول رقم (٥)

التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد العينة عن مدى استخدام الروابط والإحالات من قبل المحرر الصحفي الإلكتروني

درجة الموافقة					العبارة	
لا أوافق بشدة	لا أوافق	إلى حد ما	أوافق	أوافق بشدة		
٠	٠	٤	١٤	١٤	ك	١
٠	٠	١٢,٥٠	٤٣,٧٥	٤٣,٧٥	%	
٠	٠	٤	١٨	١٠	ك	٢
٠	٠	١٢,٥٠	٥٦,٢٥	٣١,١٣	%	
١	١	٩	١١	١٠	ك	٣
٣,١٣	٣,١٣	٢٨,١٣	٣٤,٣٨	٣١,١٣	%	

يتضح من الجدول السابق رقم (٥) ما يلي:

لوحظ أن غالبية المحررين يرون بأهمية ربط خلفية المادة الإعلامية بالروابط والوصلات بنسب متساوية ما بين أوافق بشدة وأوافق (٤٣,٧٥%). بينما أيضاً تقل النسبة بالتساوي ما بين لا أوافق ولا أوافق بشدة (٣,١٣%) لمن يرون أن السياسة التحريرية لا تلزم بنشر المادة الإعلامية الإلكترونية دون ربطها بالنصوص التشعبية أو الوصلات، وجاءت إحدى هذه الإجابات ممثلة برئيس تحرير صحيفة سعودية.

السؤال الثاني وينص على:

هل يستخدم القائم بالاتصال الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية السعودية؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والجدول رقم (٦) يوضح ذلك.

جدول رقم (٦)

التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد العينة عن مدى استخدام الوسائط المتعددة من قبل المحرر الصحفي الإلكتروني

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة
١	أحرص على استخدام الوسائط المتعددة عند تحرير المادة الإعلامية	١٧	٨	٧	٠
		٥٣,١٣ %	٢٥	٢١,٨٨	٠
٢	طبيعة المادة الإعلامية تتحكم بمدى استخدام ودمج أكثر من وسيط	١٨	٩	٥	٠
		٦٥,٢٥ %	٢٨,١٣	١٥,٦٣	٠
٣	مقاطع الفيديو والصوت والصور تأتي في مقدمة العوامل التي تزيد من مقروئية المادة الإعلامية	٢٤	٦	٢	٠
		٧٥ %	١٨,٧٥	٦,٢٥	٠

يتضح من الجدول السابق رقم (٦) ما يلي:

وجد أن (٧٥%) من المحررين يوافقون بشدة على استخدام مقاطع الفيديو والصوت والصور وذلك لزيادتها مقروئية المادة الإعلامية على الشبكة. في حين أن (٢١,٨٨%) منهم يرون بعدم ضرورة استخدام الوسائط المتعددة عند تحرير المادة الإعلامية.

السؤال الثالث وينص على:

هل يستخدم القائم بالاتصال الإحالة إلى ساحات الحوار في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والجدول رقم (٧) يوضح ذلك.

جدول رقم (٧)

التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد العينة عن مدى اهتمام المحرر الصحفي الإلكتروني بالإحالة إلى ساحات الحوار

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة
١	ربط المادة الإعلامية بساحات الحوار والمنشآت	٣	١٣	١٤	٢
		٩,٣٨ %	٤٠,٦٣	٤٣,٧٥	٦,٢٥
٢	فتح مجال التعليقات وإتاحة التعبير عن موضوع المادة	١٩	١١	٢	٠
		٥٩,٣٨ %	٣٤,٣٨	٦,٢٥	٠

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة
	الإعلامية الإلكترونية				
٣	أحرص على مشاركة المادة الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	٢٤	٧	١
		%	٧٥	٢١,٨٨	٣,١٣
٤	أحرص على متابعة آراء وتعليقات القراء عما تم نشره من موضوعات	ك	٢٤	٧	١
		%	٧٥	٢١,٨٨	٣,١٣
٥	هذه المشاركات والتعليقات تحوي على تجارب مباشرة من القراء تشكل حلاً لقضية تطرحها الصحيفة	ك	١٨	٨	٦
		%	٥٦,٢٥	٢٥	١٨,٧٥

يتضح من الجدول السابق رقم (٧) ما يلي:

لقد توافقت نسب المحررين لمن يرون بأهمية ربط المادة الإعلامية بالمنديات ما بين أوافق بشدة بنسبة (٩,٣٨%) وأوافق بنسبة (٤٠,٦٣%) وكذلك نسب المحررين من يرون بعدم أهمية ربطها ما بين إلى حدما بنسبة (٤٣,٧٥%) ولا أوافق بنسبة (٦,٢٥%)، وإحدى هذه الإجابات جاءت من رئيس تحرير صحيفة سعودية. في حين أن الغالبية العظمى بنسبة (٧٥%) يوافقون بشدة بأهمية مشاركة المادة الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً بنسبة مماثلة يوافق المحررون بشدة بأهمية متابعة آراء وتعليقات القراء حول ما نشر من موضوعات، وجاءت معبرة عن ٣ رؤساء تحرير و ٣ مدراء تحرير. بل إن نسبة (٥٦,٢٥%) تشكل من يوافق بشدة بأهمية المشاركات والتعليقات التي تحوي على تجارب القراء وتكون حلاً لقضية تطرحها الصحيفة بالمقارنة مع (١٨,٧٥%) منهم يرون بعدم ضرورة احتواء هذه المشاركات على حلول تفيد قضايا الصحيفة الإلكترونية، وإحدى هذه الإجابات جاءت من رئيس تحرير صحيفة سعودية.

السؤال الرابع وينص على:

هل يستخدم القائم بالاتصال الأرشفة واستدعاء المعلومات في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والجدول رقم (٨) يوضح ذلك.

جدول رقم (٨)

التكرارات والنسب المئوية لأراء أفراد العينة عن مدى استخدام الأرشفة واستدعاء المعلومات من قبل المحرر الصحفي الإلكترونية

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة
١	أحرص على استخدام خاصية البحث لمتابعة آخر مستجدات لما تم نشره حول موضوع ما أقوم حالياً بتحريره والكتابة عنه	٢٣	٧	٢	٠
		%	٢١,٨٨	٦,٢٥	٠
٢	أستخدم الإشارة المرجعية عند المواد الإعلامية الإلكترونية التي تجذب انتباهي لتكون نقطة انطلاق لتحرير غير ها	١٤	١١	٧	٠
		%	٤٣,٧٥	٤٣,٣٨	٢١,٨٨
٣	أحرص على استخدام أرشيف الصحيفة الإلكترونية عند تحرير المواد الإعلامية	١٥	١١	٦	٠
		%	٤٦,٨٨	٣٤,٣٨	١٨,٧٥
٤	الصحيفة الإلكترونية التي أعمل بها تقوم على توفير خدمات أرشيفية لكامل المحتوى عند الطلب، إلى جانب توفير نسخة "بي دي أف" على موقع الصحيفة	١٠	١٠	٨	١
		%	٣١,٢٥	٣١,٢٥	٩,٣٨
٥	الأرشيف الإلكتروني وسرعة استدعاء المعلومات ساهم في سرعة تحديث المادة الإعلامية	١٧	١٠	٣	٠
		%	٥٣,١٣	٣١,٢٥	٩,٣٨

يتضح من الجدول السابق رقم (٨) ما يلي:

إن غالبية المحررين يوافقون بشدة بنسبة (٧١,٨٨%) على استخدام خاصية البحث لمتابعة آخر مستجدات لما تم نشره عند تحرير المادة الإعلامية. بينما أجاب المحررون الإلكترونيون بأن صحفهم لا توفر أرشيف إلكتروني لكامل المحتوى و شكلت النسبة ما بين (٩,٣٨%) لا أوافق و(٣,١٣%) لا أوافق بشدة ممثلة برئيس تحرير صحيفة سعودية و(٢٥%) إلى حد ما. وهي أقل بالنسبة للأجوبة التي تم الحصول عليها من المحررين الذين يعملون بالصحف الإلكترونية توفر لهم الأنظمة الأرشيفية الإلكترونية.

السؤال الخامس وينص على:

هل يستخدم القائم بالاتصال قياس رجع الصدى في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والجدول رقم (٩) يوضح ذلك.

جدول رقم (٩)
التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد عن مدى اهتمام المحرر الصحفي الإلكتروني بقياس
رجع الصدى

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة
١	عدد القراء للمادة الإعلامية الإلكترونية يساهم في تحديد اتجاهات وتفضيلات القراء وبالتالي تحرير موضوعات المواد الإعلامية تبعاً لذلك	٢٢	١٠	٠	٠
		% ٦٨,٧٥	٣١,٢٥	٠	٠
٢	إجراء استطلاعات الرأي يساعد على قياس الرأي العام وبالتالي تحرير موضوعات المواد الإعلامية تبعاً لذلك	١٧	١٢	٢	٠
		% ٥٣,١٣	٣٧,٥٠	٦,٢٥	٣,١٣
٣	إمكانية تواصل القراء مع المحرر الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي	١٨	١٠	٤	٠
		% ٥٦,٢٥	٣١,٢٥	١٢,٥٠	٠

يتضح من الجدول السابق رقم (٩) ما يلي:

اتفق المحررون على أن عدد القراء يؤثر في عملية اختيار موضوعات المواد الإعلامية الإلكترونية ما بين (٦٨,٧٥%) أوافق بشدة و(٣١,٢٥%) أوافق. ويرى نسبة (٦,٢٥%) منهم بأن ليس من الضرورة أن تساعد استطلاعات الرأي على قياس الرأي العام ممثلة إحدى الإجابات بأحد رؤساء تحرير صحيفة سعودية بالمقارنة مع نسبة (٣,١٣%) لا أوافق. السؤال السادس وينص على:

هل يستخدم القائم بالاتصال خواص إعادة إنتاج المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والجدول رقم (١٠) يوضح ذلك.

جدول رقم (١٠)
التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد مدى اهتمام المحرر الصحفي الإلكتروني بإعادة إنتاج المادة

م	العبرة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة
١	أحرص على إعادة إنتاج المادة الإعلامية الإلكترونية في حال حدوث مستجدات عليها	٢٢	٨	٢	٠
		٦٨,٢٥ %	٢٥	٦,٢٥	٠
٢	أتعاون مع قسم الأرشيف الإلكتروني لجمع الموضوعات التي سبق نشرها ومن ثم صياغة الإضافات اللازمة عليها	٩	١١	١١	٠
		٢٨,١٣ %	٣٤,٣٨	٣٤,٣٨	٣,١٣
٣	كشفت الحقائق بوقت قياسي وإعادة إنتاج المادة الإعلامية الإلكترونية يحقق السبق الصحفي	٢٥	٦	١	٠
		٧٨,١٣ %	١٨,٧٥	٣,١٣	٠
٤	تساعد إعادة إنتاج المادة الإعلامية على تحريرها بنفس حدوث تسلسل الأحداث	٢١	٩	٢	٠
		٦٥,٦٣ %	٢٨,١٣	٦,٢٥	٠

يتضح من الجدول السابق رقم (١٠) ما يلي:

إن غالبية المحررين بنسبة (٦٨,٢٥) يوافقون بشدة على إعادة إنتاج المادة الإعلامية الإلكترونية في حال حدوث مستجدات عليها. وكما يرى نسبة (٧٨,١٣%) من المحررين يوافقون بشدة بأن كشفت الحقائق بوقت قياسي وإعادة إنتاج المادة الإعلامية الإلكترونية يحقق السبق الصحفي. بينما يرى نسبة (٣٤,٣٨%) منهم بعدم ضرورة التعاون مع قسم الأرشيف الإلكتروني عند إعادة إنتاج المادة الإعلامية.

السؤال السابع وينص على:

هل يستخدم القائم بالاتصال خواص التعديل والتصحيح في الصحافة الإلكترونية السعودية؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والجدول رقم (١١) يوضح ذلك.

جدول رقم (١١)
التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد عن مدى استخدام إمكانية التعديل والتصحيح
من قبل المحرر الصحفي الإلكتروني

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة
١	تعديل الأخطاء أو إضافة المعلومات للمادة الإعلامية الإلكترونية بعد النشر على موقع الصحيفة	١٧	٩	٤	١
		٥٣,١٣ %	٢٨,١٣	١٢,٥٠	٣,١٣
٢	التعديل يتم وفق الإجراءات المعتادة وبالاتفاق مع المحرر والمدقق اللغوي	١٨	١١	٣	٠
		٥٦,٢٥ %	٣٤,٣٨	٩,٣٨	٠
٣	التجاوب مع القراء عند تعيينهم للأخطاء الظاهرة في المادة الإعلامية الإلكترونية	١٦	١١	٥	٠
		٥٠ %	٣٤,٣٨	١٥,٦٣	٠

ينضح من الجدول السابق رقم (١١) ما يلي:

إن غالبية المحررين بنسبة (٥٣,١٣%) يوافقون بشدة وكذلك (٢٨,١٣%) يوافقون على عبارة تعديل الأخطاء أو إضافة المعلومات للمادة الإعلامية الإلكترونية بعد النشر على موقع الصحيفة. وتتفق هذه العبارة مع من يوافقون بشدة بنسبة (٥٠%) على التجاوب مع القراء عند تعيينهم للأخطاء الظاهرة في المادة وذلك بعد النشر أيضاً. في حين يرى نسبة متساوية (٣,١٣%) بعدم الموافقة أو بعدم الموافقة الشديدة لتصحيح أو تعديل المادة بعد النشر، والأخيرة ممثلة بأحد رؤساء تحرير صحيفة إلكترونية. السؤال الثامن وينص على:

هل تفعيل أدوات التحرير الإلكتروني في الصحف الإلكترونية السعودية ساعدت على تعزيز تجربة القارئ وذلك من وجهة نظر المحرر الصحفي:

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، والجدول رقم (١٢) يوضح ذلك.

جدول رقم (١٢)
التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد العينة عن تأثير أدوات التحرير الإلكتروني على تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية السعودية من وجهة نظر المحرر الصحفي

م	العبارة	درجة الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة
١	تساعد الروابط والإحالات على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية	١٦	١٣	٣	٠
		٥٠	٤٠,٦٣	٩,١٣	٠
٢	تساعد الوسائط المتعددة على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية	٢٠	١٢	٠	٠
		٦٢,٥٠	٣٧,٥٠	٠	٠
٣	تساعد الإحالة إلى ساحات الحوار والمندديات ومواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية	١٤	١٤	٣	١
		٤٣,٧٥	٤٣,٧٥	٩,٣٨	٣,١٣
٤	تساعد الأنظمة الأرشيفية وخاصة البحث على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية	١٧	١٠	٤	١
		٥٣,١٣	٣١,٢٥	١٢,٥٠	٣,١٣
٥	تساعد وسائل قياس رجع الصدى كاستطلاعات الرأي على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية	١٩	١١	٢	٠
		٥٩,٣٨	٣٤,٣٨	٦,٢٥	٠
٦	يساعد إعادة إنتاج المادة الإعلامية على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية	١٢	٢٠	٠	٠
		٣٧,٥٠	٦٢,٥٠	٠	٠
٧	تساعد إمكانيات التعديل والتصحيح الإلكتروني على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية	١٦	١٣	٣	٠
		٥٠	٤٠,٦٢	٩,٣٨	٠

يتضح من الجدول السابق رقم (١٢) ما يلي:

يرى نسبة (٩,٣٨%) من المحررين بأن الروابط والإحالات ليست بالضرورة تقوم على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، حيث كانت إحدى هذه الإجابات ممثلة برئيس تحرير صحيفة سعودية. بينما يوافق المحررون بشدة بنسبة (٥٠%) ويوافق بنسبة (٤٠,٣٦%) بأن هذه الروابط التشعبية تعمل على تعزيز تجربة القارئ.

-اتفق المحررون بأن الوسائط المتعددة تعمل على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية.

-يرى نسبة (٩,٣٨%) من المحررين بأن الإحالة إلى ساحات الحوار والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي ليست بالضرورة تقوم على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية بالمقارنة مع نسبة (٣,١٣%) بعدم الموافقة وهي أيضاً إحدى هذه الإجابات ممثلة برئيس تحرير صحيفة سعودية.

-يرى نسبة (١٢,٥٠%) من المحررين بأن الأنظمة الأرشيفية لا تعد ذا أهمية في تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، وإحدى هذه الإجابات جاءت ممثلة بمدير تحرير و٣ محررين. بينما تفل النسبة إلى (٣,١٣%) ممن لا يوافقون على هذه العبارة.

-يرى نسبة (٦,٢٥%) من المحررين أن وسائل قياس رجع الصدى ليست بالضرورة تعمل على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، وجاءت إحدى هذه الإجابات ممثلة برئيس تحرير صحيفة سعودية.

- اتفق المحررون بأن إعادة إنتاج المادة الإعلامية تعمل على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية.

- يرى نسبة (٩,٣٨%) من المحررين بأن إمكانيات التعديل والتصحيح الإلكترونية التي تركز عليها الاستمارة بالتعديل بعد النشر الإلكترونية ليست بالضرورة تقوم على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، وإحدى هذه الإجابات جاءت ممثلة بمدير تحرير ومحرر ديسك وصحفي.

وينص السؤال المفتوح على:

من وجهة نظرك، ما هي أدوات التحرير الإلكتروني التي يجب على الصحفي الإلكتروني استخدامها في الصحافة الإلكترونية السعودية وتعمل على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم حصر مجموعة من إجابات رؤساء المحررين في الآتي:

شملت الإجابات المفتوحة للمحررين بأن " التسلح بالمصادقية" و"ذكر المصادر والمراجع" و" الحيادية والاتزان في الطرح" و" البعد عن الشخصنة للأحداث" وذلك من خلال " الاستدلال بمصادر الكترونية وغير الإلكترونية " هي من أهم أدوات المحرر الصحفي الإلكتروني التي يجب أن يتبناها.

وركزت الإجابات أيضاً على المهارات التحريرية التي يجب أن يتقنها المحرر الإلكتروني من خلال "صياغة الأخبار" باللغة الصحفية الصحيحة و بـ"متابعة كتابات الكبار" لما يتقنون من مهارات يمكن للمحرر الإلكتروني محاكاتها، ومن ثم اختيار الأسلوب الأنسب له. وأيضاً تناولت الإجابات على أهمية صياغة العناوين بطريقة تجذب

قارئ الصحيفة الإلكترونية مع التنوع في الكتابة ووضع علامة تنصيص بين الجمل العامة المستخدمة.

وحول التقنيات الإلكترونية، تمحورت الإجابات المفتوحة على أن الوسائط المتعددة "الملتيميديا" والحديثة في وصول الخبر هي من أهم الأدوات التحريرية الإلكترونية، إلى جانب "الإشارة إلى روابط ذات صلة في نفس الصحيفة"، واستخدام الصور والوسائط عالية الدقة، وأهمية استخدام الصور والفيديو عند تحرير الخبر والتقارير، إضافة إلى استخدام الصور الحية التي تعزز من متابعة الصحيفة من خلال تواجدها المرسل الميداني والنقاط الصور الصحفية. وكذلك ركزت الآراء المطروحة على "نشر التعليق بشكل مباشر بعد التسجيل في موقع الصحيفة بإجراءات مشددة" و "وضع تقييم للمادة لتقييم المادة من قبل القارئ" وأخيراً " وضع وسيلة تواصل بين القارئ والمحرر".

المبحث الثاني: التعليق على النتائج

جاءت النتائج استجابة لمتطلبات الصحافة الإلكترونية التي تتمثل بالنص الفائق والتفاعلية والوسائط المتعددة. وفيما يخص محور النص الفائق، إن غالبية المحررين الذين شملتهم الدراسة يرون بأهمية ربط خلفية المادة الإعلامية بالروابط والوصلات بنسبة إجمالية تصل إلى (٨٧,٥%) ما بين أوافق بشدة وأوافق. بينما جاءت غالبية المحررين من يوافق بشدة على أن السياسة التحرير تلزم نشر أي المادة الإعلامية بعد ربطها بوصلات تشعبية بنسبة (٣١,١٣%) وكذلك من يوافق على ذلك بنسبة (٣٤,٣٨%).

وفيما يخص محور الوسائط المتعددة، نجد أن (٧٥%) من المحررين يوافقون بشدة على استخدام مقاطع الفيديو والصوت والصور وذلك لزيادتها مقرونية المادة الإعلامية على الشبكة. حيث اتفق المحررون بأن الوسائط المتعددة تعمل على تعزيز تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية.

وفيما يخص المحور التفاعلية، اتفق المحررون على أن عدد القراء يؤثر في عملية اختيار موضوعات المواد الإعلامية الإلكترونية التي يقومون بتحريرها ما بين (٦٨,٧٥%) أوافق بشدة و(٣١,٢٥%) أوفق. في حين أن الغالبية العظمى بنسبة (٧٥%) يوافقون بشدة بأهمية مشاركة المادة الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً يوافق بشدة (٧٥%) من المحررين لمتابعة آراء وتعليقات القراء حو ما نُشر من موضوعات. وكذلك يوافقون بشدة بنسبة (٥٠%) على تجاوبهم مع القراء عند تعينهم للأخطاء الظاهرة في المادة وذلك بعد النشر.

كما أن سنوات الخبرة والمهارات التحريرية تميز المحرر الصحفي وتجعله مستقظاً للعمل في الصحافة الإلكترونية السعودية في مقابل ضعف تواجد التخصصات التقنية التي يمتلكها المحررون الإلكترونيون، مما يبرهن أن الصحفي ذا المهارات

المتعددة لا يلزم أن يكون الصحفي خبيراً تقنياً وملماً بكافة التكنولوجيات المعقدة لغرفة الأخبار اليومية، ولكن أن يكون هناك فريقاً فنياً يتعاون ويتكامل مع غرف الأخبار.

وبالرغم من دخول التكنولوجيا بأنواعها إلى غرف الأخبار، إلا أن المحررين يولون بأهمية تحلي الصحفي الإلكتروني بالمصداقية والمهارات التحريرية بصفة عامة، ومن ثم القدرة على التعامل مع الروابط التشعبية. والوسائط المتعددة التي تحقق التفاعلية بصفة خاصة كما جاء على لسان المفوضين.

وقد توصلت الدراسة التي شملت ٣٢ محرراً إلكترونياً إلى ثلاثة نتائج عامة وهي: أن عدد القراء يؤثر في عملية اختيار موضوعات المواد الإعلامية الإلكترونية من قبل المحرر الإلكتروني، وأن الوسائط المتعددة استطاعت أن تعزز من تجربة قارئ الصحيفة الإلكترونية، إلى جانب عدم توفر أنظمة الأرشيف الإلكترونية في الصحيفة الإلكترونية السعودية التي يعمل بها بعض المحررين الإلكترونيين والمشمولين في الدراسة.

التوصيات

- إعداد الدراسات النوعية لحصر المحررين الإلكترونيين في الصحافة السعودية والأدوات التكنولوجية التي يتعاملون معها ضمن الممارسات الإعلامية اليومية، وتلك التي يستعينون بها أثناء المهام الميدانية. ونظراً لأن هذه الدراسة تعتبر شبيهة باستطلاعات الرأي التجريبية (Pilot) بسبب قلة المفوضين التي استطاعت الدراسة أن تشملهم، فيمكن استكمال الدراسة بنتائج إضافية من خلال دراسة ميدانية موسعة وبالتعاون مع وزارة الثقافة والإعلام والجهات ذات علاقة.
- إن الدراسات الإعلامية العربية تفتقر إلى تناول القائم بالاتصال في غرف الأخبار الإلكترونية ومدى تبنيتها لمزايا الصحافة الإلكترونية المتمثلة في النص الفائق والوسائط الفائقة والتفاعلية، مما يحتم إجراء الدراسات في هذه المجالات على وجه التحديد لتغذية المكاتب العربية، وإتاحة نقل التجارب الصحفية والممارسات الإعلامية الجديدة في البيئات الرقمية إلى المهتمين في مجال الصحافة الإلكترونية.
- إعداد المزيد من الدراسات العربية الخاصة بتطبيقات تكنولوجيا التحرير الصحفي وتبنيها على مستوى الهيكل التنظيمي والعنصر البشري والبرامج الخاصة بكل وسيلة إعلامية وتجميعها بغرض عمل دراسات مقارنة (Comparative E-editing Studies)، وذلك للوصول إلى الحلول العامة واقتراح التوصيات الرامية إلى تطوير إدارة العملية التحريرية كبنية تحتية رئيسية لغرف الأخبار.
- إنشاء إدارة التغيير أو التحول (Transformation/Change Management) في كافة المؤسسات الإعلامية العربية سواء تلك التي تبنت تكنولوجيا الحاسبات أو

تلك التي لم تطبقها بشكل كامل، بحيث تحرص تلك الإدارة على تطوير جميع أساليب الإنتاج الصحفي على المستوى التحريري والإخراج والتواصل باستمرار مع العاملين في العملية التحريرية لفهم المتطلبات والاحتياجات الصحفية. إلى جانب استيعاب ومتابعة كافة تكنولوجيا الحاسبات واختيار الأنسب وتطويره والعمل على تطبيق أفضل الممارسات الصحفية.

المراجع العربية

١- الكتب

- أمين، رضا عبدالواحد (٢٠٠٧). الصحافة الإلكترونية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- البغدادي، محمد رضا (١٩٩٨). تكنولوجيا التعليم والتعلم. القاهرة: دار الفكر العربي.
- الحيزان، محمد عبدالعزيز (٢٠٠٤). البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها. الرياض: مطبعة السفير، ط٢، ص ٩٢.
- خليل، محمود. (١٩٩٧). الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبدالرزاق محمد. (٢٠١١). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. القاهرة: دار وائل للنشر.
- السلوم، عثمان إبراهيم (٢٠٠٢). تصميم الصفحات العربية على الإنترنت. الرياض: دار عالم الكتب.
- شرف، عبدالعزيز. (٢٠٠٠). الأساليب الفنية في التحرير الصحفي. القاهرة: دار الأنباء للطباعة والنشر والتوزيع.
- صادق، عباس مصطفى (٢٠٠٨). الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات. رام الله: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، أحمد (١٩٨٣). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. القاهرة: دار الشروق.
- عبد الحميد، د. أحمد. (٢٠٠٧). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت. القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالمجيد، ليلى و علم الدين، محمود. (٢٠٠٤). فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- عبدالمجيد، ليلى و علم الدين، محمود. (٢٠١٤). فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- عبيدات، ذوقان (١٩٩٢). البحث العلمي، مفهومه، أدواته، أساليبه. عمان: دار الفكر، ط ٤.
- علم الدين، محمود. (٢٠٠٠). فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات. القاهرة: مجموعة النيل العربية.

2-الدراسات العلمية ورسائل الماجستير:

الزهراني، عبدالعزيز (٢٠٠٨). مقرونية النصوص الإعلامية الإلكترونية. بحث تكميلي لإكمال متطلبات الماجستير، جامعة الإمام الإسلامية، الرياض، السعودية. شيخاني، سميرة. (١٩٩٩). الاعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٦ ، العدد الأول والثاني.

العنزي، صالح زيد (٢٠٠٥). إخراج الصحف السعودية الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت- دراسة وصفية تحليلية. رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض، السعودية.

3-الدراسات العلمية المقدمة في المؤتمرات:

شريف، أسامة محمود (٢٠٠٠). مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية. ورقة مقدمة ضمن بحوث الدورة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، عمان، الأردن.

إبراهيم، محمد سعيد (١٩٩٩). استخدامات الصحافة المصرية ومدى انعكاساتها على الأداء الصحفي. ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي لكلية الإعلام، تكنولوجيا الاتصال الواقع والمستقبل، جامعة القاهرة.

المراجع الإنجليزية

١-الكتب:

- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang Publishing
- Deuze, M. (2007). *Media Work*. Cambridge: Polity.
- DuBay, William (2004) *The principles of readability*, Costa Mesa, CA: Impact Information.
- Graber, D. A. (1988). *Processing the news: How people tame the information tide* (2nd ed.). New York: Longman.
- Gray, William S. & Leary, Bernice E. (1935) *What makes a book readable*. Chicago: University of Chicago Press.
- Grusin, Richard and Bolter, Jay David (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge MA:MIT Press.
- Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom (2007) *The Elements of Journalism: What News people Should Know and the Public Should Expect*. New York, USA: Three Rivers Press.

- MacGregor, B. (1997). *Live, Direct and Biased? Making TV News in the Satellite Age*, Arnold, London.
- Pavlik, J.V. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Schlesinger, Philip (1987). *Putting Reality Together: BBC News*, 2nd edition, London; Methuen.
- Weaver, D. and Wilhoit, G. (1996). *The American journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- ٢-الدراسات العلمية المنشورة في الدوريات والمجلات العلمية:
- Aikat, D. (1998). News on the Web - Usage Trends of an On-line Newspaper. *Convergence*, Vol. 4, No. 4, pp. 94- 110.
- Beaglehole, J. & Yates, C. R. (2010). *The Full Stop Effect: Using Readability Statistics with Young Writers*. Magill, Australia: University of South Australia.
- Berger, G. (2005). Powering African Newsrooms: Theorising how Southern African Journalists make use of ICTs for Newsgathering. In Berger, G. (Ed.) *Doing Digital Journalism: How Southern African Newsgatherers are using ICTs*. Grahamstown: High Way Africa.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*. Reston: The Media Center at the American Press Institute.
- Cottle, S. & Ashton, M. (1999). From BBC Newsroom to BBC Newscenter: On changing technology and journalist practices. *Convergence*, 5(3), 22-43.
- Dale, E., & Chall, J. S. (1948). A formula for predicting readability. *Educational Research Bulletin*, 27(1), 11-28.
- Danielson, Wayne A. & Lasorsa, Dominic L. (1989). A new readability formula based on the stylistic age of novels. *Journal of Reading* 33(3), 194-197.
- Deuze, M. (2003). The web and its journalisms: considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society*, 5(2), 203-230.

Deuze, M. (2003). The Web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society*, 5, 203–230.

Deuze, Mark. (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *International Journal of Communication* 2, pp. 848-65.

Eveland, W. P., & Dunwoody, S. (2000). Examining information processing on the World Wide Web using think aloud protocols. *Media Psychology*, 2, 219–244.

Finnemann, N. O. (2005). The cultural grammar of the internet. In K. B. Jensen (Ed.), *Interface://Culture - The World Wide Web as Political Resource and Aesthetic Form*. Frederiksberg: Samfundslitteratur

Gade, P. (2008). Journalism Guardians in a Time of Great Change: Newspaper Editor's Perceived Influence in Integrated News Organizations. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 85(2), 371---392.

Gillmor, D. (2004). *We the media: The rise of citizen journalists*. *National Civic Review*, Vol. 93 No. 3.

Ihlström, C. & Palmer, J. (2002). Revenues for Online Newspapers: Owner and User Perceptions. *Electronic Markets* (the International Journal of Electronic Commerce & Business Media), Vol. 12, No. 4, pp. 228-236.

Ihlström, C., & Henfridsson, O. (2005). Online Newspapers in Scandinavia: A Longitudinal Study of Genre Change and Interdependency. *IT & People*, Vol. 18, No.2, pp. 172-192.

Jurgensen, Karen and Meyer, Philip (1992). After journalism. *Journalism Quarterly*, Vol. 69, No. 2 pp 266-272.

Kalyanaraman, S. and S.S. Sundar (2006). The Psychological Appeal of Personalized Content in Web Portals: Does Customization Affect Attitudes and Behavior?. *Journal of Communication*, 56 (1), 110-32.

Khattak, A, Nasir, M & Sultan, K. (2012). The Role of Information Technology in Media Industry. *International Journal of*

Business and Social Science. Vol. 3 No. 6.

Lewis, Justin & Cushion, Stephen(2009). The Thirst to Be First: An Analysis of Breaking News Stories and Their Impact on the Quality of 24-Hour News Coverage in the UK. *Journalism Practice* 3(3) pp. 304-318.

Liestøl, G. (2009). Hypertekst [Hypertext]. In S. Kolstrup, G. Agger, P. Jauert & K. Schrøder (Eds.), *Medie- og kommunikationsleksikon*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Marshal, T.I (2008).The Changing Newsroom: What is Being Gained and What is Being Lost in America's Daily Newspapers?. *The Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism*.

Metykova, Monica (2008). Drifting Apart? European Journalists and their Audiences. *Westminster Papers in Communication and Culture* 5(2), pp. 42-59.

Opgenhaffen, O. & d'Haenens, L. (2011). The Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment. *International Journal of Internet Science. 2011, 6 (1), 8-28*

O'sullivan, John (2005). Delivering Ireland: Journalism's Search for a Role Online. *Gazette* 67(1), pp. 45-68.

Pavlik, .V. (2000). The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies. Vol. 1 No. 2.*

Robinson, J. P., & Levy, M. R. (1986). *The main source. Learning from television news*. Beverly Hills, CA: Sage.

Scholl, A. (1996). Sampling journalists. *Communications, 21 (3), 331-343.*

Stapler, H. (1985). The One-Sentence/Long-Sentence Habit of Writing Leads and How It Hurts Readership. *Newspaper Research Journal* 7(1), 17-27.

Sundar, S. , & Nass, C. (2001). Conceptualizing sources in online news. *Journal of Communication, 51, 52-72.*

Yarnall, L. Johnson, J. T., Rinne, L. and Ranney, M. A. (2008). How Post-secondary Journalism Educators Teach Advanced CAR

Skills in the Digital Age. *Journalism and Mass Communication Educator*, 63(2), 146-164.

٣-رسائل الماجستير والدكتوراه:

Appelgren, E., Sabelström Möller, K., & Nordqvist, S. (2004). E-paper Production Workflow – Adapting Production Workflow Processes for Digital Newsprint”, TAGA 2004 Proceedings, Rochester, New York, USA, 2004.

Chukwu, Christiana Ogeri (2014). Online journalism and the changing nature of traditional media in Nigeria. Abakaliki, Nigeria Department of Mass Communication, Ebonyi State University,

Ihlström, C. (2005). *The E-newspaper Innovation- Converging Print & Online*. Holland: Halmstad University.

Kautsky, R. & Widholm, A. (2008). Online Methodology: Analysing News Flows of Online Journalism. Stockholm, Sweden: Stockholm University .

Kawamoto, K. (Ed.) (2003), *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Lanham, Maryland: Rowman and Littlefield Publishers.

Kurniawa, S. & Zaphiris, P. (2011). *Reading Online or on Paper: Which is Faster?*. USA: Wayne State University.

Magee, C. Max (2006). *The Roles of Journalists in online Newsrooms*. Illinois ,USA: Medill School of Journalism, University in Evanston.

Russ-Mohl, S. (2006). The Economics of Journalism and the Challenge to Improve Journalism Quality. Switzerland: Studies in Communication Sciences.

Steensen, S. (2010). Online Journalism and the Promised of New Technology. Oslo, Norway: Faculty of Journalism, Library and Information Science, Oslo University.