التحول فى مفهوم الخبر الصحفى ووظيفته فى ظل العصر الرقمى .. دراسة ميدانية للقائم بالإتصال فى غرف الأخبار والنخبة الأكاديمية الإعلامية

د. هبة

تمهيد :

تعد الأخبار مركز ثقل أية وسيلة إعلامية وتتنافس وسائل الإعلام فيما بينها للحصول عليها، بل وتسخر كل إمكاناتها لخدمة القسم المسؤول عنها ، ومن ثم يكن الحكم على تفوق وسيلة إعلامية عن الأخرى يكون مرجعه هو درجة كفاف الخدمة الإخبارية المقدمة للجمهور[١].

ويعد الخبر الصحفى بمثابة الأساس الذى تُبنى عليه الصحيفة فضلاً عن أى وسيلة إعلامية أخرى ، وهو المنتج الأساسى للصحافة كصناعة ، حتى أن كلمة أخبار بالإنجليزية News، هى جزء من كلمة صحيفة بالإنجليزية Newspaper[٢].

وتعد شبكة الإنترنت الوسيلة الإعلامية الأكثر نمواً سواء على مستوى مواقعها المتزايدة بكافة مضامينها أو من حيث عدد المستخدمين الذين ينضمون إليها يومياً [٣].

ويتفق المراقبون على نجاح الإنترنت فى هز عرش صاحبة الجلالة، بعد أن استطاعت الوسيلة الجديدة أن تجمع بين كل إمكانات وسائل الإعلام التقليدية قاطبة، فهى تستطيع توفير القصة الخبرية مع الصور الفوتغرافية والصوت والمواد الفيليمية دون حد للمساحة ، وأصبح بإمكان المتلقى مشاهدة الأخبار أثناء حدوثها ، بالإضافة إلى متابعة القصص الإخبارية التى نشرت حول قضية معينة وفقاً لتتابعها الزمنى [٤].

لهذا كان من الطبيعى أن تقوم الصحافة المطبوعة بمراجعة الخدمة الإخبارية التى تقدمها للقارئ حتى تتمكن من الصمود والبقاء كمصدر إخبارى.

الدراسات السابقة:

تم تناول مجموعة من الدراسات السابقة المنشورة والغير منشورة والمتعلقة بموضوع البحث " **التحولات فى مفهوم الخبر الصحفى ووظائفة فى ظل العصر الرقمى .. دراسة ميدانية على القائم بالإتصال فى غرف الأخبار والنخبة الأكاديمية الإعلامية** " وجرى تقسيمهم على محورين أساسيين :

١- **المحور الأول : الدراسات التى تناولت الفنون الصحفية الإخبارية وآليات التغطية الإخبارية .**

٢- **المحور الثانى : الدراسات التى تناولت الإنترنت كوسيلة إعلامية إخبارية جديدة.**

دراسات المحور الأول :

الدراسات التى تناولت الفنون الصحفية الإخبارية وآليات التغطية الإخبارية.

تنطلق دراسة **Maria & Shuhua & Brooke (١٩٩٩)**[٥] من فرضية أولية مفادها أن أساس صناعة الخبر هو مصادره، لكن الدراسة رصدت تناقص ملحوظ فى عدد المصادر سواء كانوا خبراء أومحللين أومعلقين ممن يستعين بهم الصحفيون فى الصحف أو فى البرامج التلفزيونية الإخبارية.

وتشير الدراسة إلى أنه منذ عام ١٩٧٠ والصحافة الأمريكية والعالمية رأت أن دورها لم يعد مجرد "كلب حراسة" للحكومة أو مصدر للمعلومات الدورية، وصار الصحفيون يتعاملون مع المعلومات القادمة من مصادرها على أنها مواد خام يتم أخذها وصياغتها بالشكل المناسب بدلاً من أن يتم عرضها منسوبة إلى مصدرها .

وترى الدراسة أن التقدم فى تكنولوجيا الحاسب الألى يمكن الصحفيين من الوصول بسهولة إلى قاعدة البيانات لإثبات صحة المعلومة بدلاً من الإعتماد على المصادر الرسمية، فالمصادر الرسمية لم تعد الوسيلة الوحيدة للحصول على الحقيقة.

فى حين أثبت كل من **Tuggle & Suzanne (١٩٩٩)** [٦] عدم ارتياح مراسلى الأخبار إلى التغطية الحية، وذلك لإعتقادهم بأن التغطية الحية جعلت الوسائل التكنولوجيا تتحكم بشكل كامل فى الأداء الصحفى .

لكن الدراسة لم تغفل الدور الهام الذى تلعبه التغطية الحية للأحداث فى عملية جذب الجمهور، إلا أنها أكدت على تعرض عملية التغطية الحية إلى نقد كبير أولها هو قيام المراسلين فى كثير من الأحيان بتغطية تفاصيل غير ذات أهمية لمجرد توافر التقنيات اللازمة لذلك.

وإذا كانت الحالية هى العنصر الأهم الذى تمتاز بها التغطية الحية –إن لم يكن الوحيد– إلا أن توافر هذا العنصر لم يمنع المشاهدين من توجيه إنتقادات تطعن فى دقة ومصداقية وجودة التقارير الحية، مؤكدة أن ظهور التغطية الحية قد تزامن مع غياب

التغطيات المميزة لكثير من المراسلين وذلك بعد أن صار الهم الأول هو "من سيذيع الخبر أولاً؟".

وتضيف الدراسة أن سيطرة القوة الاقتصادية على القيم الصحفية تعد سلبية أخرى من سلبيات التغطية الحية، فحيثما وجدت مصلحة المؤسسة الإعلامية أيا كانت وبتوافر تقنيات التغطية الحية تصدر المؤسسة قرار التغطية لحدث من الأحداث حتى وإن لم تتوافرفيه معايير الخبر الصحفى .

وقد أطلق مؤلفا الدراسة على هذه العملية مصطلح "التغطية الحية لمجرد التغطية الحية"، مشيرا إلى نتيجة تبدو فى غاية الأهمية وهى أنه لا توجد أية قيمة صحفية فى التقرير الحي مقارنة بالتقرير المسجل إذا تم تنفيذ الثانى بشكل جيد، فالمشاهد لا يفاضل بين التقرير الحى والغير حى، بل يفاضل بين التقرير الجيد والغير جيد .

وأخيراً رجحت الدراسة أن السبب وراء الإعتقاد السائد بتربع التغطية الحية على عرش العمل الإعلامى هو الخوف من فقدان وسائل الاعلام لثقة الجمهور.

كما أشار كل من **Tuggle & Suzanne (٢٠٠١)**[٧] فى دراسة أخرى إلى أهمية التغطية الحية للأحداث، فبدون التغطية الحية لن يكون هناك أي دليل أو برهان على وقوع الحادث، وبظهور التغطية الإخبارية الحية في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٣٩ تسائل محرري الصحف عن حجم الإثارة التي ستصيب القارئ وهو يتابع تغطية حية لاندلاع نيران أو أية من الأخبار العاجلة، وهو ما دفع الباحثين والمهنيين إلى اعتبار الوسائل التكنولوجية أهم عوامل نشر خبر جيد، في حين رأى البعض الأخر أن العامل الأول لنشر خبر جيد هو الحدث نفسه وليست الوسائل التكنولوجية التي توفر البث الحي .

وتشير الدراسة إلى وجود خلاف حول القيمة الحقيقية للتغطية الحية للأخبار ، فالتغطيات الحية الخاصة بالأزمات كمطاردات الطرق السريعة وإختطاف الرهائن

وغيرها من الأحداث الخطيرة من شأنها أن تزيد من الفوضى وتعرقل عمل المسئولين أو تتدخل في تعديل مسار الإتصال السياسي بين البلدان كما أنه من شأنها إظهار الكوارث أمام قادة العالم مما يجعلهم مطلعين على النوايا والقرارات الداخلية.

فيما استهدفت دراسة **Ronald & Claes & Holli(٢٠٠٢)**[٨] تحديد أثر التغطية الحية للأخبار السياسية والاقتصادية على عمليتى التذكر والتقدير لدى الجمهور مقارنة بالتغطية الاخبارية الغير الحية .

تشير الدراسة إلى أنه فى الوقت الذى ظل الإعتقاد السائد لدى الصحفيين ومخرجى الأخبار بأن التغطية الحية للأخبار جذابة ومثيرة بالنسبة للمتلقى ، وأن التغطية الحية تعتبر عامل استراتيجى للنجاح، أثبتت نتائج بحث أجري على عينة عشوائية قوامها (١٦١) مفردة أن المتابعين للتغطية الميدانية الغير حية أكثر تذكراً للخبر وتفاصيله مقارنة بالمتابعين للتغطية الحية للحدث .

كما أثبتت النتائج أن التغطية الحية لا تزيد من تقدير المشاهد لأبعاد الخبر والتى حددتها الدراسة فى خمسة أبعاد وهى :"المصداقية credibility" و "الأهمية Importance " و "مدى إرتباط الحدث بالمشاهد Involvement" و "الجاذبية Attractiveness " و "الحالية Immediacy" و " الإستيعاب Comprehensibility " فى حين تتحقق هذه الأبعاد فى التغطية الميدانية .

وقد اعتبرت الدراسة أن ما توصلت اليه قد تحدى مفهوم شائع فى غرف الأخبار حول قيمة التغطية الحية لدى المشاهدين .

وأوصت الدراسة الصحفيين بعدم تصديق أن التغطية الحية للأخبار السياسية هى الطريقة المثلى لايصال المعلومة، ولكن على الصحفيين أن يعملو بجد على إنتاج تغطيات ميدانية للأحداث والتى لها تأثير أفضل على المتلقي .

كما أشارت الدراسة إلى أن المتلقى فى بعض الأحيان يفضل البساطة والمباشرة فى عرض المادة الاخبارية بدلاً من عدد كبير من المؤثرات التى وفرتها الوسائل الإلكترونية، والدليل على ذلك هو ما أشار له "Robinson and Levy, 1986" من محدودية فهم الأخبارالمقدمة من خلال التلفزيون وكذلك محدودية مدة بقاؤها فى ذهن القارئ ، فالمتلقى إما أنه ينسى المعلومة بسهولة او يسيئ فهمها.

تتبع **سمير محمد محمود أحمد(٢٠٠٤)**[٩] أثر المعالجات الرقمية المستخدمة فى الصحف والمجلات المطبوعة على عمليات تمثيل الأخبار التى يقوم بها الجهاز المعرفى للقارئ التى تظهر بوضوح فى إنتباهه وتذكره للمعلومات الورادة بالأخبار.

وقد سعت الدراسة للكشف عن أثر التداخل بين المحتوى اللفظى للأخبار مع عناصر الشكل كالحروف والصور والرسوم والأرضيات والألوان والجداول والفواصل والتى تمثل فى مجملها عناصر الصفحة المطبوعة، وتوصلت الدراسة إلى دور هذا التداخل فى إحداث تأثيرات أعلى على القراء فيما يتعلق بالتمثيل المعرفى للمادة الإخبارية عند مستويى الإنتباه والتذكر، كما تبين أن تزايد قدر التأثير الذى تحدثة المواد الأخبارية مرتبط بما يجرى على الصور المصاحبة من معالجات رقمية.

وبالرغم من إحتفاء نتائج الدراسة بأثر المعالجات الرقمية للصور المصاحبة للمواد الاخبارية فى زيادة درجة إنتباه و تذكر تلك المادة الاخبارية ، إلا أنها عادت وبلورت قول **شريف درويش اللبان**[١٠] من أن العبث والتلاعب بالصور الفوتوغرافية يلوث مصداقية كل شئ فى الصحافة وهكذا فإن القول القديم المأثور "الصورة لا تكذب" يستخدم الآن لإثارة السخرية بين المصوريين الفوتوغرافيين الذين تقتنى صحفهم تكنولوجيا رقمية.

فى السياق النفسه توصل **أحمد زكريا أحمد محمد (٢٠٠٧)**[١١] إلى وجود فروق بين تأثير كل من الأخبار القصيرة والتقارير الإخبارية على إتجاهات القراء نحو القضايا،

وذلك يرجع إلى إحتواء التقارير الإخبارية على جوانب تفسيرية وتوضيحية كالأمثلة والشواهد والخلفيات تقوم بدور المعلم وتؤثر على المواقف السياسية للقراء، وإن كان الشكلان –طبقا للباحث– يحتلا مراتب متقدمة فى درجة التمثيل المعلوماتى مقارنة بالأشكال الصحفية الأخرى.

واعتبرت الدراسة أن الجمهور فى تفضيله للأشكال الصحفية الإخبارية يرجع إلى عدة عوامل أبرزها :حب الاستطلاع، شعور القارئ بالقرب الجغرافى والنفسى، الإحساس بالمشاركة، تحقيق الجزاء العاجل والآجل الناتج عن قراءة الأخبار.

وأخيرا أشارت الدراسة الى زيادة إنقرائية الأخبار البسيطة عن الأخرى المركبة.

دراسات المحور الثانى: الدراسات التى تناولت الإنترنت كوسيلة إعلامية إلكترونية وإخبارية جديدة.

حاول **David (١٩٩٨)** [١٢] التعرف على مستقبل الإنترنت كوسيط إعلامى لكنه أشار إلى أن محاولات الباحثين للتنبؤ بالتغيرات المتطورة فى كل وسيلة إعلامية غالبا ما تبوء بالفشل.

وأضاف المؤلف إلى أنه قد يكون السبب فى عدم القدرة على الإمساك بتلابيب الانترنت كوسيلة إعلامية هو إستمرار إعتماد ممارسى الإعلام على الوسائل التقليدية لفترات طويلة .

لكن الدراسة تؤكد على أن السبيل الوحيد للتنبؤ بمستقبل الإنترنت كوسيلة إعلامية حديثة هو قراءة الماضى او بمعنى أدق البحث فى التاريخ وقراءته.

أعتبر **Lames (١٩٩٨)** [١٣] أن الإنترنت أول نموذج لنظام الاتصال العالمى ، وقد أطلق على الحقبة الزمنية التى شهدت ظهور الإنترنت ، بداية لفترة "ما بعد الحداثة".

وقد رأى **Lames** أن ظهور الإنترنت لم يلقى بأثاره فقط على المشهد الإعلامى وإنما أحدث تغييرات إجتماعية ورمزية وجسدية، فمبجئ عام ١٩٧٠ زاد الإعتماد على نظام الشبكات لخلق وسيلة للإتصال الجماهيرى وفى المقابل تقلص إستخدام الأسلاك والأقمار الصناعية.

فى حين تحدث **Hazel (١٩٩٨)**[١٤] عن تحليل خطاب ما كتب عن الانترنت كوسيلة إتصال جماهيرية ، وذلك من خلال ربط النص المجرد بمجموعة الثقافات المستمدة من الإفتراضات الراسخة فى ثقافة المستخدم ، ولا يوجد شك حول وجود إختلافات فى الثقافات بين البشر تنبع من إختلافات فى معتقدات الإنسان تجاه كل نواحى الحياة بما فى ذلك المعتقدات الراسخة عن تكنولوجيا المعلومات وهو ما ينتج فى النهاية مجموعات متنوعة من الخطابات عن الإنترنت .

النظر إلى الإنترنت باعتباره حدث مواز للتطور والتقدم الحضارى هو أحد الخطابات التى تناولتها الدراسة عن الإنترنت ، أما الخطاب الثانى فقد تمحور حول التأكيد على وجود أضرار من جراء إستخدام الإنترنت ومن أبرز هذه الأضرار العزلة الإجتماعية الى يتعرض لها المستخدم نتيجة جلوسه لساعات وحيداً معتمداً على الإنترنت .

كما أكدت الدراسة على أن الناس يتوارثون عادات ثقافية ويقدمون تفسيرات لكل شئ بأفكار كامنة فى عقولهم لا تتغير ، فثقافتهم الموروثة هى التى تشكل معتقداتهم ومفاهيمهم ، ولذلك فعندما يضعون تصور لشئ ما طرأ حديثاً فهم لا يبعدون كثيرا عن مفاهيمهم الكامنة منذ القدم .

تضيف الدراسة إلى أن الثورة الهائلة فى سرعة تدفق المعلومات التى أحدثتها شبكة الإنترنت تطرح قلقاً حول مدى التحكم فى المعلومات ، فغياب آلية التحكم فى المعلومات المتدفقة عبر الإنترنت أوجدت مشاكل متعلقة بمدى دقة المعلومات .

ومن الأمور الهامة التى توصلت إليها الدراسة من خلال تحليل خطاب بعض ما تعرضه شبكة الإنترنت هو تمكن الجمهور من الحديث فى أشياء عبر الإنترنت لم يكن ليتحدث فيها عبر وسيلة إعلامية أخرى ، سواء لما يوفره الوسيط من منابر لتعليقات القراء أو بسبب الحرية التى يشعر بها المستخدم أثناء جلوسه وحيدا على شبكة الإنترنت.

كما أشارت الدراسة إلى قلق البعض من إستمرار التغيرات التكنولوجية المتزايدة والسريعة ، والتى قدد تتفوق على مهارات وقدرات المستخدمين .

وأخيراً فقد طرحت الدراسة تساؤلاً حول مستقبل المشاكل التى يعانى منها الإنترنت مثل انعدام الدقة والتضارب فى المعلومات وغلبة عنصر الاثارة.

استهدف كل من **Market&Vincent (١٩٩٩)**[١٥] تحليل مضمون (٦٢) موقع إلكترونى تابعين لمحطات تلفزيونية أمريكية ، وقد أكدت الدراسة على الدور الهام الذى يلعبه الإنترنت فى زيادة فرص المنافسة بين وسائل الإعلام، بالإضافة إلى أن الإنترنت قد تحدى الدور التقليدى فى الحصول على المعلومات، فالتكنولوجيا المتقدمة سمحت للمستخدم بتخزين المعلومات سواء فى شكل نص مكتوب أو صور ثابتة أو صور متحركة او حتى تسجيلات صوتية ، بالإضافة إلى ما يوفره الإنترنت من خاصية إرسال واستقبال بريد اليكترونى ، وخاصية الروابط "Hypertext" والتى تسمح للمستخدم بالإنتقال إلى نصوص أخرى بسهولة ويسر .

كما أكدت الدراسة على أن الصحف التى تعمل فى ظل منافسة عالية تعطى اهتماماً أكبر بالأخبار فهى تخصص ميزانية أكبر لغرف الأخبار ، كما أنها تزيد من شبكة المراسلين .

و أكدت الدراسة على أن الوسائل الإعلامية سواء كانت صحف أو محطات تلفزيونية تغير من محتوى مواقعها الإلكترونية عما تقدمه فى التلفزيون أو الصحيفة كى تستطيع الصمود أمام منافسة وسائل الإعلام الأخرى .

وتضيف الدراسة أن الصحف قد استطاعت أن تستغل الفرص الجيدة التى وفرها ظهور الإنترنت وذلك بتصميمها لعدد كبير لمواقع اليكترونية، وهو الأمر الذى لم تنجح فيه المحطات التلفزيونية، مضيفة أن خاصية التفاعل مع الجمهور "Interaction" كتعليقات القراء وتوفير لهم إمكانية إجراء مناقشات مع الصحفيين و إضافة معلومات زاد من قدرة الوسيلة الإعلامية على المنافسة .

لكن الدراسة طرحت تساؤل حول مدى إلتزام المواقع الالكترونية التى تنشئها المحطات التلفزيونية والصحف بالمعايير والقيم الصحفية .

وتنبأت الدراسة بالدور الضخم الذى ستعيشه الصحافة الاليكترونية اذا ما التزمت بالمعايير والقيم الصحفية .

بحث كل من **Ran&Louis (١٩٩٩)** [١٦] فى ظهور جهاز المتصفح "Pager" كمصدر للأخبار، واثبتت نتائج الدراسة التى أجريت على عينة قوامها (٨٨٣) مفردة أن المتصفح صار المصدر الرئيسى الثانى للأخبار السريعة بعد التلفزيون .

وحقيقة الأمر فان المتصفح يعد مع أواخر القرن العشرين نموذج مبسط للإنترنت ، فهو –طبقا للدراسة – وسيط إعلامى إليكترونى يمكن المستخدم من الحصول على معلومات وخدمات ، فمن خلاله يمكن الوصول الى أحدث المحلات ومشاهدة مختلف الرياضات وسباق العرابات وأخبار أوراق اليانصيب وحظك اليوم ، وكذلك مواعيد السينما وحالة الطقس، بالاضافة الى عرض مبدئى لجميع الأحداث التى تقع لحظة بلحظة .

وتؤكد الدراسة على أنه بالرغم من قصر الأخبار التى يوردها المتصفح – فهو يعرض العنواين مع مقدمة الموضوعات فقط – الا أن زيع صيته فى الولايات المتحدة الأمريكية واليابان والصين يرجع الى عدة عوامل: صغر حجمه ، إمكانية التنقل به فى أي مكان، والمرونة وكذلك ملائمته لكافة أنماط المستخدمين .

لكن ثمة نتيجة مهمة جاءت فى طيات هذه الدراسة وهى أن ظهور المتصفح كوسيط إعلامى اخبارى لم يؤثر على شعبية الصحف المطبوعة والراديو بل ظهر تأثيره السلبى على التليفزيون بعد أن أنقص من شعبيته بشكل ملحوظ .

وأخيرا أشارت الدراسة الى أن الأهم لدى جمهور تلك الوسيلة الإعلامية الجديدة التى توفرها شبكة الإنترنت هو التمكن من الإطلاع على أخبار عاجلة أولاً بأول، وليست مدى مصداقية الخبر ودقته .

أشار **Chu-Chu (٢٠٠١)**[١٧] فى دراسته إلى أن ظهور الإنترنت أثر تأثيراً هاماً على سوق الأخبار في تايوان ، فقد بدأ معظم سكان تايوان في إستخدام الإنترنت لأغراض متعددة وساعدهم في ذلك تكنولوجيا الشبكة المتطورة .

وطبقا للدراسة فإنه فى عام ١٩٩٨ تم إحصاء أكثر من ٢ مليون مواطن تايواني يستخدمون الإنترنت تعددت أغراضهم ما بين البحث عن معلومات ، التعلم، الترفيه والدردشة ، التواصل ، وأخيرا التسوق .

ولأن غرض البحث عن معلومات قد احتل النسبة الأكبر لدى مستخدمى الانترنت "٨٩.٦%" فان الصحف الالكترونية أصبحت سائدة في تايوان بعد أن صدرت أول صحيفة الكترونية في سبتمبر ١٩٩٥ .

كما تنبأت الدراسة بأن الصحف الإلكترونية ستصبح وسيط أخباري هام في المستقبل القريب جدا .

وقد أجرت الدراسة مقياس تفوق بين الأخبار التلفزيونية و الأخبار الإلكترونية التي تقدم من خلال شبكة الإنترنت ، وتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار الإلكترونية هي الأفضل مقارنة بالأخبار التلفزيونية وذلك في درجة الإدراك والتفاعلية .

تشير دراسة **Mark& Karen (٢٠٠١)**[١٨] إلى ابتعاد الأخبار الإلكترونية عن التغطية الإخبارية التقليدية للشئون العامة متجهة نحو الإثارة والاهتمامات الإنسانية ، فى الوقت الذى تؤكد فيه النظريات التقليدية للصحافة على أن الهدف الأنسب للتغطية الإخبارية هو تسليط الضوء على الأحداث العامة المتعلقة بالحكومة والإقتصاد والشئون الخارجية ، وقد اعتبرت الدراسة أن تغطية أخبار الإثارة والإهتمامات الإنسانية وإن كان تعتبر قيمة بارزة للصحافة الأمريكية إلا أنها تحرم المواطن من المناقشات والمعلومات التي يحتاجها للتعبيرعن أولوياته .

وقد فسرت الدراسة هذا التحول الى تعاظم التنافس الاقتصادي بين صناع الأخبار الذين يستهدفون زيادة الربح ، فالمستهدف الأساسي من نشر الأخبار صار هو المعلن وليس المواطن العادى، وبالتالي يصبح الهدف الأساسي للمؤسسات الإخبارية هو لفت الأنظار وليس التثقيف والإعلام وهذا ما يتوافر في أخبار إثارة العواطف والإهتمامات الإنسانية كالعنف ، والجريمة ، والحوادث ،والكوارث ،والجنس ،والانتحار ، والفضائح .

كما توصلت الدراسة إلى سيطرة الأخبار المحلية على الأخبار الالكترونية في حين تواجدت الأخبار الخارجية والعالمية بنسبة اقل .

قسم كل من **Marko &Nojin& Ann (٢٠٠٤)**[١٩]جمهور الإنترنت الى ثلاثة أنواع ، الأول الذين لا يستخدمون الانترنت فى منازلهم ، والثاني هم من يملكون فى منازلهم نظام للاتصال بالانترنت يشغلونه وقت الحاجة ، والنوع الثالث هم من لديهم أحد أنظمة الاتصال الدائم على الانترنتDSL, Wireless, Modem"".

وقد حاولت الدراسة كشف الأثار الاجتماعية والسياسية لظهور أنظمة الاتصال الدائم بالانترنت والذى وصفته الدراسة بالمرحلة الجديدة فى عصر تكنولوجيا الانترنت ، وقد صارت نسبة اشتراكات الجمهور بأنظمة الاتصال الدائم بالانترنت فى العام الذى اجريت فيه هذه الدراسة الى ٤٧.٩% من مجمل مستخدمى الإنترنت.

كما أكدت الدراسة أن الأضرار التى واكبت ظهور الإنترنت سوف تتضاعف بظهور أنظمة الاتصال الدائم على شبكة الانترنت خاصة فى المنازل .

لكن الدراسة أيضا أشارت إلى قيمة مضافة جراء انتشار خطول الإتصال بالإنترنت عالية السرعة أو عريضة النطاق "Broadband" وهذه القيمة قد تتعلق بالتفاعلات الشخصية بين الأفراد والمعرفة بالشؤن العامة .

وتشير الدراسة إلى وصف بعض الباحثين لخاصية الإتصال الغير محدود بالانترنت بالزلزال وتنبؤهم بتدمير إجتماعى محتمل من جراء استخدامه ، وقد أطلقت الدراسة على أصحاب هذا الرأى بالمتشائمين ولكنها أكدت وجود باحثين آخرين وصفتهم بالمتحمسين لظاهرة زيادة وقت إستخدام الانترنت والتى قد تؤدى إلى تطور إجتماعى.

وهناك فصيل ثالث من المتشككين الذين يحذرون من الإحتفاء السابق لأوانه لظاهرة الانتشار الواسع للإنترنت ، لأن الفوائد التى ظهرت حال زيادة الاستخدام قد تختفى فيما بعد.

وتوصلت الدراسة الى أنه فى الوقت الذى يزداد فيه عدد المستخدمين لتقنية البرودباند يزداد قدر الإهتمام السياسى وترتفع نسبة الاقبال على قراءة الصحف ومتابعة الأخبار الالكترونية والتلفزيونية ، كما تحدث زيادة تدريجية فى المعرفة بالشؤن العامة وتزايد فى عدد الصداقات والمعارف ، مع حدوث تناقص تدريجى فى حجم المشاركات فى المجتمع المدنى.

تعليق عام على الدراسات السابقة:

تبين للباحثة أن الإسهامات العلمية الأجنبية فى مجال بحوث ودراسات الدور الإخبارى للإنترنت قد سبقت الإسهامات العلمية التى قدمتها مصر، وفيما يتعلق بالوظيفة الإخبارية أثبتت عدد من الدراسات السابقة[٢٠] تفوق الإصدار المطبوع فى تقديم وظيفته الإخبارية مقارنة بوسائل الإعلام الإلكترونية خاصة الإنترنت، وذلك نظراً للإعتبارات التالية:

١- إبتعاد الأخبار الإلكترونية عن التغطية الإخبارية التقليدية للشئون العامة متجهة نحو الإثارة والإهتمامات الإنسانية بعد أن صار جمهورها المستهدف هو المعلن وليس القارئ العادى، وهو ما يجعلها تعطى تفضيلاً صريحاً لما يجذب أكبر كم من القراء متخلية عن الوظيفة الاخبارية الأصيلة والمتمثلة في توعية الجمهور بالأحداث العامة وكافة الشئون الداخلية والخارجية.

٢- تبين من عرض الدراسات السابقة أن الصحف التى تعمل فى ظل منافسة عالية تعطى إهتماماً أكبر بالأخبار فهى تخصص ميزانية أكبر لغرف الأخبار، كما أنها تزيد من شبكة مراسليها، وبالتالى فان خيار تطوير مفهوم الوظيفة الاخبارية سيكون قريباً جدا لدى صناع الصحف الورقية تدعيما لبقائها متحدية منافسة الإنترنت.

٣- خلصت الباحثة جراء مسح التراث العلمى إلى أن الصحف الإلكترونية أقل إهتمام بعناصر التفسير والتحليل والنقد والعكس وجد لدى الصحف الورقية.

٤- تزايد قدر التأثير الذى تحدثه المواد الإخبارية مع ما يجرى على الصور المصاحبة من معالجات رقمية طبقاً لنتائج إحدى الدراسات.

٥- تزايد فرص تواجد محتويات غير دقيقة على الإنترنت وهو ما قد يدمر مصداقية الوسيط، بالاضافة إلى غياب أليه محددة تضمن للوسيط الإلكترونى الإلتزام بالمعايير والقيم الصحفية.

٦- لم تعد تقنيات الصور الثابتة أو الأفلام القصيرة أو تسجيلات الصوت التى يقدمها الإنترنت دليلاً على مصداقية الحدث فى ظل التطورات التكنولوجية والمعالجات الرقمية المتطورة وقد عبر عن ذلك أحد أساتذة الإعلام٢١ عندما قال: "إن القول القديم المأثور (الصورة لا تكذب) يستخدم الآن لإثارة السخرية".

٧- بعض الباحثين دعا خبراء الإعلام إلى إعتبار الإنترنت وسيط جديد جاء لتطوير وظائف الصحف الورقية بما فيها الوظيفة الاخبارية، فقد أدى التقدم فى تكنولوجيا الحاسب الألى إلى تمكين الصحفيين من الوصول بسهولة إلى قاعدة البيانات، وبالتالى مزيد من المرونة والسرعة فى الأداء الصحفى.

٨- تحول نسبة ضئيلة من الجمهور لا تتجاوز ١٢% تحولاً تاماً نحو الإنترنت، فى حين أن نسبة أخرى بلغت ٢٢% من الجمهورتحولت إلى الإنترنت كمصدر إخبارى بجانب حفاظها على وسائل الاعلام التقليدية، بالإضافةإلى بقاء ثلثى سكان أمريكا معتمدين على الوسائل التقليدية كمصادر وحيدة لإستقاء الأخبار مع عدم وجود نية لديهم للتوجه للإنترنت .

٩- سرعة نشر الأخبار على الانترنت قد تقلل من دقة المحتوى فالهم الأول لدى صحفيى الإنترنت هو نشر الخبر وليس التحقق من مدى مصداقيته، وهو عكس الحال فى الصحف المطبوعة حيث يكون لدى الصحفيين فرصة للتحقق من مصداقية الخبر حتى يحين موعد الطبع.

١٠- فقدان المستخدم للكثير من المعلومات التى يبثها التلفزيون والإنترنت فى صورة تقارير مصورة ومواد فيلمية، إذ يفقد المتلقى الكثير من المضامين اللفظية وفى المقابل يستقبل كمية ضخمة من المعلومات التى تحملها اشارات بصرية، وهو الأمر الذى يعزز من مكانة الصحف المطبوعة فى ترسيخ المعلومة لدى القارئ .

الإطار النظرى:

نظرية ثقافة غرف الأخبار News Room Culture Theory:

لا شك أن ظهور الإنترنت كوسيط إعلامى قد حقق تحولات عديدة فى الصحافة بصفة خاصة و والإعلام بصفة عامة. أبرز هذه التحولات هو التداخل بين كافة أشكال الصحافة، وكذلك النشر متعدد الوسائط Multi- Platform Publishing ، كما صار بإمكان مجموعة من المحررين التشارك لانتاج أشكال متعددة من الموضوعات الصحفية صالحة لوسائط إعلامية متعددة.

وفى كثير من الأحيان فإن غرفة الأخبار الواحدة Converged Newsroom تنتج محتوى للصحف اليومية ولنشرات الأخبار التليفزيونية والإذاعية، وللمواقع الإخبارية وأحياناً للصحف والمجلات الأسبوعية، كما أن بعض المراسلين أو مندوبى الصحف يعملون لصالح الصحف المطبوعة وأخرين لصالح القنوات الإخبارية التلفزيونية،

وآخرين ينتجون محتوى تفاعلى متعلق خصيصاً بالمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، وهكذا يظل المندوب الصحفى فى حالة عمل ٢٤ ساعة فى اليوم و٧ أيام فى الأسبوع[٢٢].

وهنا تبرز حالة جديدة من حالات التداخل الصحفى، فقد قامت غرف الأخبار الخاصة بالمواقع الإخبارية بالترابط مع الأخرى الخاصة بوسائل الإعلام التقليدية، وصارت تستفيد من تاريخها وعاداتها فى العمل، وفى الوقت نفسه يفرض هذا التداخل على المحرر الصحفى إنتاج مواد إخبارية فى شكل قوالب متعددة ما بين أخبار قصيرة أو ملفات فيديو وملفات صوت وغيرها من التقنيات التى يوفرها العمل على شبكة الإنترنت.

ويعد هذا النوع من العمل الصحفى مكلفاً ويتطلب مزيد من الوقت، وهو ما دفع عدد من المؤسسات الإعلامية على مستوى العالم بدمج غرف الأخبار، كما أظهرت إحدى الدراسات إلى أن إثنين من أصل ثلاثة من المؤسسات الإعلامية سواء كانت صحف أو قنوات تلفزيونية تقوم بإشراك غرف أخبارها مع فريق عمل منتمى إلى مواقع إخبارية[٢٣].

يقصد بثقافة غرف الأخبار المعايير والقيم المشتركة بين الأفراد العاملين داخل غرف الأخبار، والطريقة التى يتصرفون بها، والمعايير والقواعد والطرق الشائعة لممارسة العمل الصحفى داخل المؤسسات الصحفية[٢٤].

ولقد ركزت نظرية ثقافة غرف الأخبار للباحثين **Hofstede 1980, Hall 1976** على مفهومى "الثقافة الفردية" و "الثقافة الجماعية" داخل غرف الأخبار حيث أكدت النظرية على أن كل مؤسسة صحفية لديها ثقافة محددة، كما أشارت إلى وجود تبادل للخبرات الثقافية بين العاملين داخل بيئة العمل الصحفى، وتساعد النظرية على رصد آليات التعاون بين مجموعات وفرق العمل الجماعية فى غرف الأخبار، والتعرف على

كيفية إنجاز الأفراد لوظائفهم، والطريقة التى يتصرفون بها مع بعضهم، ويمكن تطبيق النظرية على الثقافات المتعددة داخل غرف الأخبار[٢٥].

فرضيات النظرية:

الفرضية الأولى: تؤثر الهياكل التنظيمية داخل غرف الأخبار على الطريقة التى يتصرف بها الأفراد.

الفرضية الثانية: يتفاوت الأفراد العاملين بغرف الأخبار فى طريقة تصرفهم حيال المواقف المختلفة، كما أنهم يتواصلون بطرق مختلفة مع زملائهم داخل بيئة العمل ويفكرون ويشعرون بطرق مختلفة عن بعضهم البعض، الأمر الذى يؤثر على مشاعرهم ومعتقداتهم وقيمهم واتجاهاتهم وعلاقاتهم مع الأشخاص، سواء أكانوا أفراد أسرتهم أو زملائهم فى العمل أو أصدقائهم، مما ينعكس بدوره على تشكيل ثقافة بيئة العمل الصحفى التى ساهم فى بلورتها القائمون بالإتصال بسماتهم وتفاعلاتهم مع بعضهم البعض[٢٦].

الفرضية الثالثة: توجد مجموعة معايير توضح التباين الثقافى داخل المؤسسات المختلفة وفقاً للأبعاد الآتية[٢٧]:

- تحديد مقدار السلطة الممنوحة إلى الأفراد فى أماكن العمل.
- كيفية إدارة الأزمات داخل المؤسسات.
- الثقافة الفردية والجماعية.
- النوع الإجتماعى من حيث المسؤوليات والأدوار التى يقوم بها كل من الجنسين فى أماكن العمل.

وقد توصل **Hofstede** إلى تلك المعايير بناء على الإستطلاع الذى أجراه على منظمات إدارة الأعمال متعددة الجنسيات فى (٤٠) دولة خلال الفترة من عام ١٩٦٨

إلى عام ١٩٧٢، وقام **Hofstede** بعمل مؤشرات لإجابات للمبحوثين فى كل مدينة، واستنتج الباحث أن ثقافة العمل الجماعى Collectivistic Culture معناه أن الأفراد ينتمون إلى مجموعات ترعى مصالحهم فى مقابل أن يدينوا بالولاء لها ويلتزموا بأداء كافة أنشطتها، والثقافة الفردية Individualistic Culture تعنى إهتمام الأشخاص بأنفسهم وعائلاتهم فقط[٢٨]، كما أكد عالم الإنثروبولوجيا **Hall 1976** أن المنظمات لديها ثقافات محددة ، كما أبرز أهمية عملية الإتصال الثقافى داخل المؤسسات لتبادل الخبرات الثقافية بين العاملين أثناء تأدية وظائفهم اليومية، وأوضح أن الثقافة هى وسيلة الإنسان لتسيير شئون حياته اليومية، ولا يتم أى جانب من جوانب الحياة بدونها.

الفرضية الرابعة: تندرج أنواع الثقافات داخل غرف الأخبار بين نوعين رئيسيين، هما: الثقافات البناءة Constructive Culture ، والثقافات الدفاعية Defensive Culture[٢٩].

والثقافة البناءة فهى شائعة فى المؤسسات الصحفية ذات الطبيعة الإبتكارية والتى تستطيع التكيف مع الظروف المتغيرة، وهى تتسم بأنها ثقافة مثالية لأنها تساعد الأفراد على تلبية احتياجاتهم والوصول إلى أعلى معدلات الرضا الوظيفى.

أما الثقافة الدفاعية فهى ثقافة بطيئة جداً فى قدرتها على التكيف مع الإحتياجات المتغيرة وعادات المستهلكين، وتميل إلى مقاومة التغيير، وجدير بالذكر أن الثقافة الدفاعية شائعة فى غرف أخبارالمؤسسات الصحفية، وتنقسم الثقافة الدفاعية إلى ثلاثة أنواع هى:

- الثقافت السلبية/ الدفاعية Passive/ Defensive Culture: ويكثر هذه النمط فى المؤسسات الحكومية والخاصة، ويبذل الأفراد فى هذا النمط من الثقافة ما فى وسعهم لإرضاء الآخرين، ولتجنب الصراعات الشخصية، وينفذ الأفراد القواعد والتعليمات بدون أبداء أية أسئلة، ومع ذلك تتسم بيئة العمل فى هذه الثقافات بكثرة الصراعات والمشكلات بين زملاء العمل.

- الثقافات العدائية/ الدفاعية Aggressive/ Defensive Culture: توجد هذه الثقافات فى المؤسسات التى تواجه فجأة وبشكل غير متوقع نمو مبيعات ضخمة مثل شركات الإتصالات، ويتسم الأفراد فى هذا النمط من الثقافة بتنفيذ المهام المطلوبة منهم فقط، بدلاً من تحقيق الأهداف العامة للمنظمة ككل، وذلك من أجل الحفاظ على وضعهم الوظيفى وأمنهم، ويعانى الأفراد بالعديد من الضغوط المهنية.
- الثقافات السلبية/ العدائية Passive/ Aggressive Cultures: ويمزج هذا النمط بالتساوى بين خصائص النمطين السابقين بالتساوى[٣٠].

وقد أجرى معهد البحوث القارئية دراسة حول أنماط ثقافة غرف الأخبار فى الأقسام التحريرية المختلفة وأقسام التسويق والتوزيع والإعلانات بالصحف الأمريكية اليومية، وذلك لتحديد أنماط الثقافة السائدة داخل غرف الأخبار من اجل معرفة تأثير ثقافة المؤسسات الصحفية على الصحفيين ومجموعات وفرق العمل الجماعية، وعلى تحقيق معدلات معقولة من الربحية، واقترحت الدراسة التى أجراها "معهد بحوث القارئية" مجموعة من العناصر لتحويل ثقافة غرف الأخبار الصحف الأمريكية اليومية من الهدم إلى البناء، وذلك من خلال:

- إعطاء مكافآت مجزية للمحررين المتميزين داخل غرف الأخبار.
- أن يقوم قادة غرف الأخبار بتشجيع المحررين.
- أن يقوم المحررون بمساعدة زملائهم لضمان التواصل الفعال داخل غرف الأخبار.
- خلق جو من الاستمتاع ببيئة العمل الصحفى[٣١].

وتستهدف الباحثة ، بتطبيق نظرية ثقافة غرف الأخبار، التعرف على الثقافات السائدة داخل غرف الأخبار ببعض المؤسسات الصحفية المصرية القومية والخاصة، وانعكاساتها على سير العمل الإخبارى، وذلك فى ظل تفاعلات بيئة العمل الداخلية لغرف الأخبار، وفى ظل التطورات التكنولوجية المعاصرة.

كما ستقوم الباحثة من خلال مجموعة مقابلات مقننة مع القائمين بالإتصال بالكشف عن مدى اتساق الثقافات السائدة داخل غرف الأخبار المصرية مع الدور الإخبارى للصحيفة المطبوعة، وصولاً إلى التعرف على التحولات التى طرأت على مفهوم الخبر الصحفى ووظيفته إنطلاقاً من سير العمل بغرف أخبار الصحف المصرية المطبوعة والإلكترونية.

مشكلة الدراسة :

يتعرض مفهوم الخبر الصحفى لتطور مواز للتطور الهائل فى تكنولوجيا الإتصال، وذلك بعد إلتقاء الأخير بأدوات من العمل الصحفى التقليدى نتج عنه وسائل إعلامية إلكترونية تقدم خدمات إخبارية مباشرة ، تسمح لها إمكانتها الفطرية بالبث الحى للأحداث لحظة بلحظة .

وقد أوجد التطور التكنولوجى المشهود أشكالاً متعددة من الوسائط الذكية التى تضمن للمستهلك تدفق سريع ولانهائى وتفاعلى للأخبار، كالهواتف المحمولة Smart Phones واللوحات الإلكترونية Tablets، والساعات الإلكترونية Smart Watches ، والنظارات الذكية وهو مايعرف بالتقنيات القابلة للإرتداء Wearable ، وغيرها من الوسائط التى تنقل المستخدم إلى عالم الإنترنت.

وتتعدد المنصات التى تقدم الخدمات الإخبارية عبر شبكة الإنترنت كالمواقع الإخبارية والبوابات والمدونات ومواقع التواصل الإجتماعى والمنتديات ومجتمعات المحتوى والبودكاستس وتطبيقات الهواتف المحمولة، الأمر الذى ساهم فى زيادة رغبة

الجمهور فى الحصول الفورى والسريع على الأخبار ، مما أدى تباعاً إلى تغير شكل ومحتوى غرف الأخبار فى الصحف الإلكترونية والمطبوعة على حد سواء .

لهذا كان حتماً أن يحدث تغييرات فى مفهوم الخبر الصحفى التقليدى حتى يتمكن من مواجهة المنافسة الشرسة التى يتعرض لها من قبل الإنترنت كوسيط إخبارى، وحتى تتمكن وسائل الإعلام التقليدية وعلى رأسها الصحافة المطبوعة من الصمود والبقاء كأول وسيلة إتصال جماهيرى فى التاريخ .

وتسعى هذه الورقة إلى رصد أبرز التحولات التى طرأت على مفهوم الخبر الصحفى ووظائفه فى الصحافة المطبوعة، من خلال رصد أراء ورؤى نخبة من القائمين بالإتصال وخبراء الإعلام على حد سواء اعتماداً على أداة المقابلة المقننة المتعمقة In-depth interview.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من الأهمية التى يحظى بها الدور الإخبارى لأى وسيلة إعلامية، فإخبار الناس كان الهدف الرئيسى الذى أنشئ من أجله أول وسيلة إعلامية فى التاريخ وهى الصحيفة، وإذا كانت الصحافة المطبوعة قد تعرضت فى السنوات الأخيرة إلى هزة أصابت انتشارها وحجم توزيعها، فإن وظيفتها الإخبارية هى أولى الوظائف التى صارت بحاجة إلى إعادة تعريف خاصة بعد ظهور وسائل إلكترونية تقوم على البث الحى للأحداث لحظة بلحظة وعلى مدار ٢٤ ساعة فى اليوم و ٧ أيام فى الأسبوع، وصارت الصحيفة المطبوعة تقدم أخباراً منتهية الصلاحية إذا جاز التعبير إذا ما قدمتها بصورتها المعهودة، لذلك ظهرت الحاجة إلى دراسة علمية تستبين التحولات التى طرأت على الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة فى ظل منافسة الإنترنت. تقدم الصحيفة المطبوعة وظيفة إخبارية منزوعة التميز لا تحقق إضافة معلوماتية للقارئ وتستمر فى إمداد الجمهور بأخبار سبق نشرها على نشرات الأخبار والصحف الإلكترونية والمواقع

الإخبارية ومواقع التواصل الإجتماعى حرصاً منها على الإبقاء على أول وأهم وظيفة إعلامية للصحيفة، حتى ولو كان المحتوى الإخبارى الذى تقدمه الصحيفة صباح كل يوم هو تكرار لما سبق نشره – إلكترونياً– مساء كل يوم.

و فيما يتعلق بالأهمية المنهجية للدراسة فقد قامت الباحثة بتطبيق أداة المقابلة المتعمقة المقننة In- Depth Interview وهى الأداة التى تناسب الدراسات الكيفية والتى تسمح بسبر أغوار الخبير ومن ثم تحقيق أكبر إستفادة ممكنة للبحث.

أهداف الدراسة:

يتمثل هدف الدراسة الرئيس فى توصيف وتحليل مدركات القائم بالإتصال فى غرف الأخبار فى الصحف المطبوعة والإلكترونية والأكاديميين الإعلاميين وذلك فيما يتعلق برؤيتهم لواقع ومستقبل الوظيفة الإخبارية والعوامل المؤثرة عليها.

إلا أن تحقيق ذلك الهدف بدقة يتطلب تحقيق عدد من الأهداف الفرعية الأخرى، وهى كالآتى:

١- توصيف وتحليل واقع الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة فى ظل منافسة الإنترنت.

٢- توصيف وتحليل واقع الوظيفة الإخبارية للإنترنت كمنافس للصحيفة المطبوعة.

٣- توصيف وتحليل أثر الإنترنت كوسيط إخبارى على واقع الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة.

٤- توصيف وتحليل مدركات القائمين بالإتصال فى غرف الأخبار والنخبة الأكاديمية الإعلامية للتحولات فى مفهوم الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة فى ظل منافسة الإنترنت.

٥- توصيف وتحليل مدركات القائمين بالإتصال فى غرف الأخبار والنخبة الأكاديمية الإعلامية وخبراء الصحافة للتحولات فى الوظيفة الإخبارية للصحيفة المطبوعة فى ظل منافسة الإنترنت.

تساؤلات الدراسة:

إن السؤال الرئيس الذى تطرحة الدراسة وتسعى إلى الإجابة عليه، ما هى مدركات القائمين بالإتصال وخبراء الصحافة فى الصحف المطبوعة والإلكترونية فيما يتعلق برؤيتهم للتحولات التى طرأت على مفهوم الوظيفة الإخبارية للصحافة المطبوعة والعوامل المؤثرة عليها؟

وللتوصل إلى إجابة شافية عن هذا التساؤل، تعين على الباحثة تقديم إجابات عن مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهى:

١- ما هو واقع الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة فى ظل منافسة الإنترنت؟

٢- كيف يؤثر الإنترنت كوسيط إخبارى على واقع الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة؟

٣- ماهى مدركات القائمين بالإتصال فى غرف الأخبار والنخبة الاكاديمية الإعلامية للتحولات التى طرأت على مفهوم الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة فى ظل منافسة الإنترنت وكيفية حدوث هذه التحولات؟

٤- ما هى مدركات القائمين بالإتصال والنخبة الأكاديمية الإعلامية للتحولات التى طرأت على الوظيفة الإخبارية للصحيفة المطبوعة فى ظل منافسة الإنترنت وكيفية حدوث هذه التحولات؟

نوع الدراسة :

تنتمى الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية.

مناهج الدراسة:

- **منهج المسح الإعلامى**

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامى، وذلك استناداً إلى أن المدخل الكلى فى دراسة أية ظاهرة إعلامية مدخلاً يبنى تصوره للمستقبل على أساس إدراك لطبيعة المجتمع ككل متشابك، إذ أنه لا يمكن تصور تغير تكنولوجى أو اقتصادى فى عزلة عن كافة أبعاد البناء الإجتماعى والثقافى الأخرى[٣٢]. "ولا يكفى التناول الجزئى فى بناء قاعدة تتسم بالكفاية والشمول لبناء التوقعات"[٣٣]، ومن ثم تقوم الدراسات المستقبلية على تناول الظاهرة الإعلامية من كافة جوانبها تحقيقاً للشمول والكفاية، ولذلك تعتمد على منهج المسح الإعلامى ، إذ تتبنى على المعلومات والبيانات التى تعبر عن حركة المتغيرات فى الماضى أو الحاضر بعكس النوع الوصفى من الدراسات الذى قد ينبنى على زاوية واحدة أو جانباً فرعياً من جوانب الظاهرة.

وقد قامت الباحثة بمسح التراث العلمى المرتبط بموضوع البحث من كافة جوانبه، كما تناولت الباحثة كل الأجزاء والجوانب المرتبطة بالظاهرة رهن الدراسة وهى "الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة"، وكافة العوامل الثابتة والمتغيرة المؤثرة عليها ، بدءاً من طبيعة الوسيط الإعلامى، وحتى أدوار القائم بالإتصال ومهامه، وطبيعة الجمهور واتجاهاته، مروراً بمفهوم الوظيفة الإخبارية، وأوجه المنافسة التى تتعرض لها الوظيفة الإخبارية من قبل الإنترنت .

- **عينة الخبراء:**

اختارت الباحثة عينة القائمين بالإتصال فى غـرف الأخبـار والنخبـة الاكاديميـة الإعلامية وفقاً لأسلوب اختيار **العينة العمدية Purposive Sample** وفيها تختـار الباحثة مفردات العينة طبقا لسمات وخصائص العينة المستهدفة.

وتتكون العينة من أربعة عشر قائماً بالإتصال فى غرف الأخبار و ثمانية أكاديميـاً فى مجال الإعلام بإجمالى إثنين وعشرين (٢٢ مفردة)[٣٤] وقد راعت الباحثـة فـى العينة على ألا تقل عدد سنوات الخبرة لكل منهم عن خمسة عشر عاماً (١٥ عامـاً)، وأن تتسع خبرتهم العلمية والمهنية لأساليب العمل الصحفى والإخبارى فى كـل مـن الإصدارات الصحفية المطبوعة والإلكترونية.

وقد جرى توزيعهم كالآتى:

الفئة الأولى : القائمون بالإتصال فى غرف الأخبار وعددهم (١٤) مفردة[٣٥].

الفئة الثانية: الاكاديميون الإعلاميون وعددهم (٨) مفردة[٣٦] .

فيما يتعلق بفئة الأكاديميين فقد راعت الباحثة اختيار مجموعـة الأكـاديميين مـن الأساتذة والأساتذة المساعدين من أبناء كلية الإعلام جامعة القاهرة وهى كلية الإعـلام الأولى على مستوى مصر والوطن العربى، هذا بالإضافة إلى الإسـتعانة بعـدد مـن المدربين الصحفيين أصحاب الخبرات الطويلة فى مجال التدريب الصحفى والإعلامى والمساهمين فى تأسيس العديد من الكيانات الصحفية والإعلامية.

فيما حرصت الباحثة على أن تتكون فئة القائمين بالإتصال فى غـرف الأخبـار مـن قيادات الصف الأول والثانى بالصحف والبوابات المصرية وهـم رؤسـاء التحريـر ومدراء التحرير الحاليين، وذلك سعياً لتحقيق أكبر قدر ممكن من الإسـتفادة والثـراء للبحث.

نتائج الدراسة:

قامت الباحثة بصياغة نتائج الدراسة على مبحثين أساسيين وهما كالآتى:

المبحث الأول: رؤى وتصورات عينة البحث للمعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى الصحف المطبوعة والإلكترونية.

المبحث الثانى: رؤى وتصورات عينة البحث لواقع الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة والتحولات التى طرأت عليها فى ظل منافسة الإنترنت الوسيط الإلكترونى والإخبارى الأحدث.

وقد جاءت النتائج كما يلى:

المبحث الأول: رؤى وتصورات عينة البحث للمعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى والقيم الإخبارية المحددة له فى كل من الصحيفة المطبوعة والأخرى الإلكترونية.

اتفق جميع الأكاديميين فى عينة الدراسة على ثبات المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى كل من الإصدار المطبوع والإلكترونى، واعتبروا أن معايير "المصداقية والدقة والموضوعية والتوازن والإسناد" هى معايير مهنية ينبغى توافرها فى الأخبار الصحفية بصفة عامة، إلا أنهم أكدوا على أن بعض الصحف المطبوعة وكثير من الصحف الإلكترونية لا تلتزم بها فى ظل حرصها على جذب الجمهور ومواجهة منافسة وسائل الإعلام الأخرى.

رأى **محمود علم الدين** أن بعض الصحف المطبوعة قد تخلت عن الإلتزام بالمعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى نتيجة اعتمادها على ماتنشره مواقع التواصل الإجتماعى كمصادر للأخبار، وتحدث الخبيرعن الدور الذى ينبغى على مواقع التواصل الإجتماعى أن تلعبه فيما يتعلق بنشر الأخبار فى الصحف المطبوعة، يقول: " على المحرر الصحفى أن يتعامل مع المنشور على مواقع التواصل الإجتماعى كمدخل

لفهم انطباعات الجمهور تجاه حدث ما، أو قرار حكومى جديد مثلاً، ولـيس كمصـدر وحيد للأخبار كما يحدث الآن فى عدد من الصحف والتى تقوم بنشر المحتـوى كمـا كُتب على مواقع التواصل الإجتماعى دون أن يبذل المحرر أدنى مجهود، ودون تدقيق فى صحة المنشور، بل أحياناً يلتقط الصحفى تصريحات المصادر من على حسـاباتهم الشخصية على مواقع التواصل الجتماعى وينشرها وكأنه تصريح خـاص للصـحيفة (Quotations)".

ويؤكد **علم الدين** على أن الدور الحقيقى لمواقع التواصل الإجتماعى هـو إعطـاء دلالة للصحيفة وللمحرر الصحفى عما يدور فى ذهن الجمهـور واتجاهاتـه وحالـة الشارع المصرى والمزاج العام له، "ينبغى أن يعتبـر المحـرر الصـحفى المحتـوى المنشور على مواقع التواصل الإجتماعى مدخلاً لفهم القـارئ والأحـداث، وكنقطـة إنطلاق لبناء قصص إخبارية".

فى الوقت نفسه رأى كل **من شريف درويش اللبان ومحمد حسام الدين مصـطفى** أن **الصحف الإلكترونية قد تتخلى عن بعض المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى سبيل جذب الجمهور ورفع معدلات الإقبال Traffic واستقطاب عـدد أكبـر مـن الإعلانات**، يقول **شريف درويش اللبان:** " تُضحى كثير مـن الصـحف الإلكترونيـة بمعيار المصداقية الذى يعد المعيار المهنى الأهم لنشر الخبر الصحفى وذلك فى سـبيل تحقيق السبق الصحفى". ويضيف **محمد حسام الدين مصطفى** قائلاً : " إن كثرة أعـداد المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية جعل بعضها خـالى مـن المعـايير المهنيـة الرصينة، وظهرت بعض المواقع الإثارية التى تفتقد إلى دقة المحتـوى، ومثـل هـذه المواقع لا تتمتع بالمعايير المهنية السائدة فى الإعلام المؤسسى".

على الجانب الآخر رأت كل من **إيناس أبو يوسف وأمل السيد أن واقع الصـحافة المطبوعة يشوبه عدم الإلتزام بالمعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى**، تقول **إينـاس**

أبو يوسف: "إن بعض الصحف المطبوعة تلجأ إلى الإثارة ونشر الفكر الخرافى والتهويل والمبالغة ونشر صور الأحداث وكل ما يخرق ميثاق الشرف الصحفى لجذب الجمهور ومواجهة منافسة الصحف الإلكترونية"، وأضافت: " فى حين أنه من المفترض أن تلجأ الصحف المطبوعة إلى القصص الإخبارية والتقارير الإخبارية المطولة، وتنويع المعالجة والتناول وأنسنة المواد الإخبارية للتميز وجذب القراء".

كما اعتبرت **أمل السيد** أن نمط صحافة النميمة هو السائد هذه الأيام ، مشيرة إلى فوضى استخدام الشبكات الإجتماعية كمصادر للمعلومات، تقول الخبيرة: " ويبقى نجاح نمط صحافة النميمة بجانب فوضى استخدام الشبكات الإجتماعية كمصادر للمعلومات، علاوة على اعتبارات الإثارة التى تدفع إلى التغاضى عن بعض المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى مقابل الترويج وتحقيق احتياجات السوق"، واعتبرت **أمل السيد** أن عنصر الإسناد هو معياراً مهنياً لابد من توافره فى الخبر الصحفى، وأضافت: "لكن تبقى إشكالية نقص المعلومات والتى تدفع المحررين أحياناً إلى استخدام معلومات مجهلة المصادر". كما اعتبرت **الخبيرة** أن المنافسة المحتدمة التى تتعرض لها الصحيفة المطبوعة من قبل وسائل الإعلام الإلكترونية الأخرى ساهمت فى تخليها عن المعايير المهنية المتعارف عليها ، تقول : " وفى ظل حالة الفوضى الإعلامية الراهنة وفى إطار المنافسة المحتدمة التى تواجهها الصحافة المطبوعة، صارت الصحف المطبوعة لا تتورع عن نشر مواد إثارية حتى ولو على حساب القيم المهنية المتعارف عليها".

كما اتفق جميع الأكاديميين فى عينة الخبراء على اختلاف أساليب كتابة الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة عنها فى الصحيفة الإلكترونية، وقد رأى **شريف درويش اللبان** وجود فارق كبير بين قوالب بناء الخبر الصحفى فى كل من الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية فى مصر، يقول الخبير: "قالب الهرم المقلوب التقليدى والمستخدم فى الصحيفة المطبوعة أصبح أسلوباً كلاسيكياً لا يناسب الصحف

الإلكترونية، بل ظهر فى الأخيرة قوالب فنية خبرية أخرى كأسلوب المقاطع والساعة الرملية علاوة على ظهور قوالب منسوبة إلى بعض الصحف الإلكترونية العالمية"، وأشار **شريف درويش اللبان** إلى أن التفاوت فى أساليب الكتابة فيما بين الإصدارين الورقى والإلكترونى جاء كانعكاس لطبيعة البيئة الداخلية الخاصة بالإصدارين.

هذا وقد أكد **محمود علم الدين**على أن الخبر الصحفى المعد للنشر فى الصحيفة المطبوعة لايزال يُكتب بالطريقة الكلاسيكية، بأن يتم كتابة مقدمة الخبر ثم المتن والخاتمة ، ثم يقوم المحررباختيار العنوان والصورة، وأضاف**علم الدين** أن أسلوب الكتابة يختلف على الموقع الإخبارى، قائلاً: " أما على المواقع الإخبارية يختلف الأمر، فالمحرر الإلكترونى يتعامل مع القصة الخبرية وكانه بصدد كتابة اسكريبت متكامل Storyboard ، فيجرى تخيل الموضوع بكل الوسائط المتاحة له فيقوم المحرر بتحديد الصور الفوتغرافية والفيديو المرافق وكذلك ملف الصوت، ثم يقوم بتحديد الروابط الخاصة بالنصوص النشطة، ثم كتابة نص القصة الخبرية".

ويؤكد **علم الدين** على تحول عملية كتابة القصة الخبرية على الصحيفة الإلكترونية من Multimedia Storytelling إلى Cross Media Storytelling ويقصد بالأخيرة كتابة الخبر الصحفى لأكثر من وسيط بمعنى أن يقوم المحرر بكتابة القصة الإخبارية إلى الصحيفة الورقية وإلى الموقع الإلكترونى، وإلى القناة الفضائية ، وإلى الهاتف المحمول، كلٌ حسب خصائصه، "وهذا الأسلوب الذى ينبغى أن يتم تطبيقه فى المؤسسات الإعلامية التى تمتلك أكثر من إصدار".

واتفقت **إيناس أبو يوسف** مع من سبقوها على تفاوت أساليب كتابة الخبر الصحفى ما بين الصحيفة المطبوعة والإلكترونية واختلاف القوالب الخبرية المستخدمة فى كل من الإصدارين، وقد دعت الخبيرة الصحف المطبوعة إلى الإستعانة بالقوالب الخبرية الحديثة كقالب الساعة الرملية Hour Glass والذى يجمع بين قالبى الهرم المقلوب

والهرم المعتدل لما يوفره من تفاصيل أعمق ويساعد الصحيفة الورقية على التميز وجذب القارئ.

كما أكدت **أمل السيد** على أن كل إصدار يتفاوت فى أسلوب بناء المواد الإخبارية المنشورة به، معتبرة أن اختلاف طبيعة القراء وسماتهم وراء تفاوت القوالب الإخبارية المستخدمة فى كل من الإصدارين المطبوع والإلكترونى، تقول الخبيرة: " مستخدم الإنترنت هو قارئ متعجل يبحث عن معلومات كثيرة فى وقت قصير، بالإضافة إلى قدرة الصحافة الإكترونية على استخدام الوسائط المتعددة تجعل طبيعة بناء مضامينها مختلفة".

اتفق أغلب القائمين بالإتصال[٣٧] على عدم وجود فارق بين المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى كل من الصحيفة المطبوعة و الأخرى الإلكترونية، مؤكدين على أن الإختلاف يكمن فى أساليب كتابة المواد الخبرية، فيما اعتبر كل من **محمد الباز و عصام كامل** أن اختلاف الوسيط من شأنه أن يعدل من المعايير المهنية التى تحدد جدارة كل خبر بالنشر، يقول **محمد الباز:** " يعد عنصر السرعة معياراً مهنياً لنشر الخبر الصحفى على المواقع الإخبارية، فى حين أنه لا يشترط وجوده ضمن معايير نشر الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة".

كما اعتبر **محمد الباز** أن الدقة والموضوعية والمصداقية هى معايير مهنية لنشر الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة، لكنه أضاف أن هذه المعايير وحدها لا تكفى لتحقيق التميز للصحيفة المطبوعة، مشدداً على ضرورة تقديم المحتوى الإخبارى المطبوع ممتلئ بالمعلومات التى تحقق إشباعاً للقارئ وذلك على عكس الحال مع المواقع الإخبارية التى تعتمد التركيز والتكثيف فى نشر موادها الإخبارية، يقول رئيس التحرير التنفيذى لصحيفة البوابة: " فى ظل وجود تدفق إخبارى هائل ومنافسة ضخمة لابد أن تقدم الصحيفة المطبوعة المحتوى الخبرى الخاص بها ملئ بالمعلومات الغزيرة

والكاملة، والتى تحقق إشباعاً للقارئ، فدقة المعلومات وحدها لاتكفى لتميز الصحيفة المطبوعة، فقد تكون المعلومات دقيقة ولكنها قليلة".

فى حين رأى **عصام كامل** أن ظهور وسائط إلكترونية جديدة قد عدل من المعايير المهنية المتبعة لنشر الخبر الصحفى، يقول رئيس تحرير صحيفة فيتو: "الإنترنت خلق أنماط جديدة للصحافة، هذه الأنماط الجديدة لابد لها معايير جديدة"، ويرى أن الوسيط الجديد فرض نمط جديد يسمى الخبر السطرى أو الخبر الناقص، هذا الخبر غير مكتمل العناصر الخبرية الرصينة المتفق عليها وهى الإجابات عن الأسئلة الستة 5W &H(ماذا، من، أين، متى ، لماذا، وكيف)، فى حين أنه لا يجوز بأى حال من الأحوال نشر مثل هذا الخبر على الصحيفة المطبوعة.

فيما اتفق جميع القائمين بالإتصال المنتمين إلى العينة على تفاوت أساليب كتابة الخبر الصحفى فى كل من الصحيفة المطبوعة والأخرى الإلكترونية.

أكد **خالد صلاح** على أن المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة هى نفسها المعايير المهنية التى تحكم نشر الخبر الصحفى على الصحيفة الإكترونية، وتتمثل فى المصداقية والدقة والرأى والرأى الآخر وعدم التدخل بالرأى فى صياغة الخبر، ورأى **خالد صلاح** أنه على الرغم من ثبات المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى الإصدارين، إلا أن أساليب الكتابة تتفاوت، وكذلك الصياغة و ومعاييرإنتقاء ما يصلح للنشر فى كلا من الإصدارين، يقول رئيس مجلس إدارة ورئيس تحرير اليوم السابع: " يقدم الموقع الإخبارى الأخبار للقارئ لحظة بلحظة، فالحدث الواحد قد يشتمل على ما يقرب من ٤٠ خبر لمتابعته على مدار ساعات ، ثم يعقب انتهاء الحدث تقرير شامل وافى عنه يشمل الصور ، والفيديو الخاص بالحدث، وروابط خاصة بالأخبار النصية الخاصة بمتابعة الحدث، كل هذا يقدم على الموقع الإخبارى دون أى قيود فى المساحة أو عدد الكلمات"، ويستدرك قائلاً: " لكن الوضع

يختلف فى الصحيفة المطبوعة فهناك عدد محدود من الصفحات عرضها ٨ عمود وطولها ٥٠ سم ولا يمكن تجاوز تلك المساحة، ومن ثم لا تمكن معطيات الصحيفة المطبوعة من عرض المحتوى الذى تم تقديمه على الموقع الإخبارى، لذلك تقدم الصحيفة المطبوعة دوماً أهم ما فى الحدث والخلاصة، مع الاستغناء عن بعض التفاصيل ، فضلاً على أنه لا يمكن عرض كل الصور على الصحيفة الورقية لان المساحة محدودة".

ويضيف **خالد صلاح** أن أساليب الكتابة على السوشيال مديديا قادت هى الأخرى إلى تغيير منطق الصياغات الصحفية، وظهر داخل الإنترنت عدة أشكال لصياغة المحتوى الإخبارى، فعنوان الخبر الصحفى صار له شكل على الموقع الإخبارى الخاص بالصحيفة، يختلف عن صياغته على الفيس بوك، ويختلف عن شكله على الانستجرام الذى يتطلب مجرد تعليق على الصور، كما أن عنوان ملف الفيديو صار مختلفاً، ووصل الأمر إلى الحد الذى قامت فيه اللغة الجديدة على مواقع التواصل الإجتماعى Social Media بتجاوز منطق الصياغات الصحفية الرصينة، وصارت الصياغات الأقل جودة مقبولة، والأمر لم يعد مقتصر على المحتوى المنشور على مواقع الفيس بوك وتويتر فحسب، بل وجدت صحف الإلكترونية تكتب بنفس اللغة، وصارت تقدم أخباراً سريعة قصيرة لا يتجاوز طولها ١٤٠ حرف ولا يتجاوز حجمها السطر الواحد تليها عبارة "سنوافيكم بالتفاصيل" ، هذا لم يأتى نتيجة دراسة علمية أو قرار، لكن المواقع الإخبارية سارت على خطى مواقع التواصل الإجتماعى Social Media . كل هذه الأليات الاحترافية الجديدة الطارئة على المناخ العمل الصحفى وغرف الأخبار من شأنها أن تثقل من حمل المنافسة التى تتعرض لها الصحيفة المطبوعة، ويكمل **خالد صلاح** حديثه عن تفاوت الصياغات قائلاً: " إصدار الصحيفة فى اليوم التالى يغير من عامل الزمن ، إذن تفاوت المساحات وحجم الصور وتفاوت زمن النشر كل هذه العوامل طبيعى جدا أن تغير من صياغات الخبر فى كل من الوسيطين".

كما رصد **خالد صلاح** تفاوت معايير انتقاء الأخبار الجديرة بالنشر فى كل من الإصدارين، يقول :" فى الديسك الخاص بالصحيفة المطبوعة يجرى اختيار الأخبار الجديرة بالنشر وفق السياسة التحريرية للصحيفة والمساحة المتوفرة، ولهذا يلتحق بديسك الصحيفة المطبوعة أصحاب خبرات أطول تؤهلهم لحسن الإختيار"، لكنه اعتبر قرار نشر الخبر الصحفى فى الصحيفة الإلكترونية بالقرار السهل،: "فعلياً لا يوجد مجال للإختيارفكل خبر صالح للنشر ينشر".

ويضيف **خالد صلاح:** "المنطق مختلف لدى القائمين على ديسك الموقع الإخبارى، فكل معلومة صادقة تهم الجمهور وتتماشى مع السياسة التحريرية للصحيفة يتم نشرها على الموقع دون أى أمور حاكمة أخرى، ولو كتبت شخصية شريرة تويته يصير خبراً وهو ما يستحيل حدوثة فى المطبوع".

فيما اعتبر **محمد الدسوقى رشدى** أن المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى واحدة فى كل من الإصدارين الورقى والإلكترونى، لكن الاختلاف يكمن فى أساليب الكتابة، يقول **محمد الدسوقى رشدى:** " المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى هى المصداقية ، والتوثيق، والصحة، ومراعاة الظرف السياسى والاجتماعى، لكن الخبر الصحفى يكتب على الموقع الإخبارى فى صورة تقرير ٢٠٠ كلمة ، وعلى الهاتف المحمول خبر قصير ١٦ كلمة ، أماعلى الصحيفة المطبوعة فلابد أن أقدم قصة إخبارية متكاملة الأركان، يتم فيها ذكر أسباب الحدث، ودلالة الحدث، ودلالة التوقيت، وما يترتب عن الحدث، وتصورات الشخوص المختلفة ذات صلة بالحدث".

فى حين يرى **عبد الجواد أبو كب** أنه من المفترض أن يخضع الخبرالصحفى المنشور على الموقع الإخبارى لنفس المعايير المهنية التى تحكم نشر المحتوى الإخبارى فى الصحيفة المطبوعة، وذلك فيما يتعلق بالحرص على الإلتزام بالضوابط المهنية والمعايير الأخلاقية لميثاق الشرف الصحفى، واتفق **أبو كب** مع القائلين

باختلاف أسلوب كتابة الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة عنه فى الصحيفة الإلكترونية، مؤكداً على أن بناء الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة يخضع للضوابط والقواعد الكلاسيكية، فى حين أن الخبر الإلكترونى يتسم بالرشاقة، وصغر الحجم، والعنوان الجاذب والقصير والمباشر، بالإضافة إلى التدفق الإخبارى وهو الأمر الذى لا يستطيع الإصدار الورقى أن يقدمه.

ويضيف رئيس تحرير بوابة روزاليوسف: " إن بناء الخبر الصحفى على الموقع الإخبارى يحتمل الخروج عن القالب الخبرى المعروف، ويسمح بتقديم المعلومة حتى لو كانت مجردة وغير مكتملة التفاصيل، ذلك لأنه على الموقع تتوافر إمكانية استكمال الخبر، وصار من الطبيعى أن تنشر المواقع الإخبارية خبراً صحفياً مكون من سطر للعنوان وسطر للمتن، ولا يتجاوز حجمه سبعون حرفاً".

يرى **أبو كب** أن الحشو فى الخبر لم يعد مطلوباً والكلاسيكيات فى الخبر لم تعد مطلوبة، والقارئ لم يعد لديه وقت خاصة مع تلاحق الأحداث والرغبة فى المعرفة فهو بحاجة إلى العمود الفقرى للخبر، معتبراً أن هذا الأمر لا يعيب المواقع الإخبارية لأنه يقدم المعلومة للقارئ.

واعتبر **أبو كب** أن امكانية تصحيح الخبر المنشور على الموقع الإخبارى ميزة أخرى تميز الخبر الصحفى الإلكترونى عن الآخر المطبوع، وذلك من خلال حذف المنشور أو تعديله، وقد يحدث الخطأ نتيجة تهاون المحرر فى التحقق من دقة المعلومات ، أو التسرع فى نشر أخبار تمس الأمن القومى المصرى.

وفى هذا السياق يشير رئيس تحرير بوابة روزاليوسف إلى سياسة جديدة يطبقها فى سير العمل الإخبارى اليومى بالبوابة، وهى نشر الخبر الصحفى كما ورد من كاتبه مباشرة دون مراجعة، وإن كان هناك خطأ يتحمله كاتب الخبر، ويدافع **أبو كب** عن هذه الآلية المخالفة لعرف العمل الصحفى قائلاً: " مهنة الصحافة مثلها مثل المسرح ،

إذا لم يستطع الممثل أن يواجه جمهوره فعليه أن يتنحى ، وكذلك الصحفى عليه أن يقدم عمله للجمهور ويتحمل إخفاقاته أمام الجميع"، مؤكداً أن هذا النظام سيفرض على العاملين أن يكونوا أصحاب مهارات.

هذا وقد اتفق **مجاهد خلف** مع من سبقوه على ثبات المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى كل من الإصدار المطبوع والإلكترونى، لكنه أشار إلى اختلاف أساليب كتابة الخبر الصحفى فى كلا الإصدارين، معتبراً أن الإبداع ميزة تتمتع بها مواد الصحيفة المطبوعة بما فيها المحتوى الإخبارى، ويوفرها طبيعة الوسيط بجانب وعى المحرر ومهاراته ،يقول : " لا مجال للإبداع على المواقع الإخبارية، فتوالى الأحداث لحظة بلحظة لا يعطى فرصة للإبداع" ، ويستدرك الخبير حديثه معتبراً أن كثير من المواقع الإخبارية تعتمد فى ٩٠ أو ٩٥% من محتواها على الصحيفة الورقية، إذ تمر أيام لا تجد فيها المواقع الإخبارية أحداث تملأ بها المساحات الضخمة التى لديها وتضطر إلى تكرار ما نشرته الصحيفة المطبوعة .

ويشير المشرف العام على بوابة الجمهورية إلى فارق يفصل بين أسلوب كتابة الخبر الصحفى فى كلا الإصدارين ، يقول: "مندوب البوابة الإلكترونية لديه إمكانية كسر نظام العمل، من خلال قيامه برفع ما لديه من محتوى على البوابة مباشرة ودون المرور على الديسك، وإن كان هذا الامر يقتصرفقط على الأحداث الساخنة".

ومن صحيفة المصرى اليوم يؤكد **إيهاب الزلاقى**على تفاوت أساليب كتابة الخبر الصحفى فى كل من الإصدار المطبوع والإصدار الإلكترونى، ويذكر رئيس التحرير التنفيذى لصحيفة المصرى اليوم تجربته منذ صدور قرار بانشاء بوابة خاصة بالصحيفة فى عام ٢٠٠٩، يقول : " الأمر تطلب وقت ومجهود وتدريب خاصة أنه لم يكن لدى المحررين الصحفيين ولا حتى رؤساء الأقسام أى فكرة عن النشر المباشر، وسيطرت عليهم فكرة أنهم لا يصلحون إلا للكتابة للصحيفة الورقية، خاصة وأن الثقافة

المسيطرة آنذاك هى ثقافة إعداد الموضوعات فى ساعات طالما موعد الطبع لم يحـــن، الأمر تطلب حوافز وعقوبات حتى استوعب جميع العاملين مســـار العمـــل، وحلـــت النتيجة بشبكة محررين يقوموا بارسال الأخبار إلى غرفة الأخبار وبداخل هذه الغرفـــة تخرج المواد الخبرية إلى مسارات متعددة".

يقول رئيس التحرير التنفيذى لصحيفة المصرى اليوم أن الأخبار التى تُنشر فى الموقع الإخبارى هى أخبار مجردة تتضمن الحدث وفقط، فى حـــين يختلـــف الوضـــع فـــى الصحيفة المطبوعة، إذ يتم نشر تقارير إخبارية تتضمن زاوية جديدة ومختلفة للحدث، وأحياناً يتضمن التقرير الإخبارى مجموعة من الأحداث التى يربط بينها صلة ما.

وينقل **محمد الباز** تجربته كرئيس تحرير تنفيذى لصحيفة البوابة الورقية ، مشـــيراً إلى اختلاف أساليب كتابة الخبر الصحفى فى كل من الصـــحيفة الورقيـــة والأخـــرى الإلكترونية حتى عندما يتعلق الأمر بنفس الموضوعات، يقول **محمد البـــاز**: " يعتمـــد التقرير الإخبارى المنشور على الموقع الإلكترونى على تكثيف المعلومات، والتركيـــز فقط على المعلومات المهمة والمجردة وبدون أية خلفيات، وهو يعتمد على قالب الهرم المقلوب طوال الوقت، ويُرفق بـــالنص ملـــف فيـــديو أو روابـــط نصـــية (Hyper Text)،أيضاً يراعى فى اللغة المستخدمة على الموقع الوضوح والبساطة والبعد عـــن المحسنات اللغوية".

فى حين أشار **البـــاز** إلى عدة أمور تميز أسلوب كتابة الخبر الصحفى المطبوع وهـــى الشمول والمجئ بالخلفيات وإضافة كل المعلومات المرتبطة بالحـــدث محـــل الخبـــر، وأضاف **محمد الباز** أنه على الصحافة المطبوعة البحث عن الإنفراد أو مـــا يعـــرف بالأخبار الخاصة.

فيما حدد **إسلام عفيفى** المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى أى إصدار مطبـــوع كان أو إلكترونى فى العناصر التالية: "المصداقية، الدقة، الحيادية" واعتبر أن مصداقية

الصحيفة تخلق مساحة من ثقة القارئ تجاهها، وكلما زادت ثقة القارئ فى الصحيفة زاد إقباله عليها، وأشار **عفيفى** إلى أهمية أن يحظى الخبر الصحفى بإهتمام جماهيرى على نطاق واسع، مؤكداً على أن توجه الصحيفة هو الذى يحدد مدى إلتزامها بالمعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى، وأن سرعة نشر الخبر لم يعد معيار مهنى خاص بالصحيفة المطبوعة وإن كان واجب توافره على الموقع الإخبارى.

كما أكد رئيس تحرير صحيفة جورنال مصر على اختلاف أسلوب كتابة الخبر الصحفى فى كل من الصحيفة الورقية والأخرى الإلكترونية، يقول الخبير: "فى الصحيفة المطبوعة يُقدم الخبر الصحفى بكل تفاصيله ، و دائماً تسعى الصحيفة إلى نشر الخبر من زاوية جديدة ومختلفة، فى حين تنشر الأخبار على الموقع الإخبارى أو الصحيفة الإلكترونية بصورة متتابعة وبدون ذكر تفاصيل".

ويرى **محمد فوزى** أن أهم المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى أياً من الإصدارين هو أن يتم إسناده إلى مصدره، "لأن تجهيل الخبريفقده مصداقيته، والخبر الذى يأتى على لسان مصدر هو خبر صادق إلى أن يخرج المصدر ليكذبه، أما استخدام عبارات (مصدر موثوق منه) أو (رفض ذكر اسمه) فالمفترض أنها تقتصر على الأمور السيادية فقط" .

واعتبر**محمد فوزى** أن المعايير المهنية غير متحققة كما ينبغى فى المحتوى الإخبارى الذى تقدمه الصحف المطبوعة فى الوقت الحالى، خاصة وأن كثير من الصحف الورقية صارت تلجأ إلى الإثارة بهدف جذب القراء ومواجهة منافسة المواقع الإخبارية، واعتبر **فوزى** أن أسلوب الإثارة وإن كان جاذب للقراء إلا أنه يفقد الصحيفة لجمهورها على المدى البعيد.

كما يؤكد رئيس تحرير بوابة التحرير وصحيفة التحرير الجديد الورقية على اختلاف أسلوب كتابة الخبر الصحفى بين كل من الصحيفة المطبوعة والإنترنت، يقول: " يتسم

الخبر الصحفى المنشور على الموقع الإخبارى بالوضوح الشديد ، فلابد من البداية بجملة واضحة ، وكذلك الإيجاز، والمباشرة، والتكثيف، كما أن الخبر الإلكترونى يعتمد على الصيغة المباشرة، مع استخدام العنواين الجاذبة".

ويضيف **فوزى** أن الصحيفة المطبوعة تقدم الخبر المعمق والمفصل مصاغاً فى قالب القصة الخبرية أو التقرير الإخبارى، على أن يبرز الخبر زاوية مختلفة ورؤية جديدة، وتفاصيل عن الحدث غير موجوة فى الخبر الإلكترونى، "الصحيفة الورقية تقدم التفاصيل والخلفيات وتنقل ما وراء الخبر وطبيعة العلاقات بين أطراف الحدث" .

ويشير **محمد فوزى** إلى أهمية العنوان الجذاب فى الخبر المنشور فى صحيفة المطبوعة، "لا مجال للعنواين المباشرة فى الأخبار المنشورة الصحيفة الورقية اللهم إلا فى حالة الانفرادات والأخبار الحصرية" ، كما أكد على ضرورة أن يرافق القصة الإخبارية عوامل مساعدة كصور فوتغرافية أو الانفوجراف أو رسوم بيانية، معتبراً أن الصور قد تغنى عن ألف كلمة، ويضيف: "القارئ لن يتكلف جنيهان أو جنيه ونص أو حتى جنيه حتى يحصل على أخبار قرأها منذ ساعات"

ويؤكد **فوزى** على أن عامل الوقت هو المتحكم فى المادة الإخبارية المنشورة على الموقع الإلكترونى ، لكن الصحيفة الورقية لا تراعى عامل السرعة وإنما على التميز فى زاوية التناول.

ويعود **محمد فوزى** مرة أخرى إلى فكرة الاستثمارات الخليجية فى الإعلام ، مشيراً إلى أن مثل هذه المشروعات الإعلامية لا تهدف الربح بل هى واجهات إعلامية لأهداف سياسية، ولها تأثير سلبى على الأداء المهنى للصحافة المصرية والإعلام المصرى بصفة عامة فمثل هذا المشروعات الصحفية تعبرعن وجهة نظر ثابتة ومصالح خاصة، ومن ثم تفقد الصحافة أهم معاييرها المهنية وهى الحياد والموضوعية.

فيما يرى **محمد الدسوقى** أن أهم المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى هى المصداقية، وهو ما يوفر الإحترام والتقدير من جانب القارئ للصحيفة، وأن يكون الخبر صحيحاً غير ملفقاً ولا مدسوساً، وغير قائم على شائعات أو معلومات مجهولة المصدر، وأن يتوافر فيه العناصر الأساسية للخبر 5W&H ومستوفى العناصر الخاصة به.

ويرى **الدسوقى** أن استمرار المواقع الإخبارية على مدار الساعة ووجود مساحات ضخمة بحاجة إلى ملئها بالمواد الإخبارية قد يوقع الموقع فى خطأ نشر أخبار غير صحيحة، وهو ما يجعل كثير من المواقع تنشر الخبر ثم تحذفه، علاوة على أن المنافسة على السبق تجعلها تعتمد على ما أسماه الخبير "بالمواطن الصحفى" أو "صحفى الشارع" وهو شخص غير ملم بعناصر الخبر الصحفى ومعاييره المهنية وهو مايفقد المحتوى الإخبارى الدقة اللازمة.

كما أشار **محمد الدسوقى** إلى اختلاف أساليب كتابة الخبر الصحفى فى كلاً من الإصدارين، مؤكداً على أن الخبر المنشور فى الصحيفة الورقية يراعى فيه مزيد من التفاصيل والخلفيات، وبحيث يبدأ الخبر بأهم ما فيه ثم تتدرج الأحداث تبعا لأهميتها ويأتى فى النهاية ردود الفعل، فى حين ينشر الخبر الإلكترونى فى مساحة أصغر فى صورة فلاشات تصل للقارئ فى أسرع وقت ممكن.

فيما أشار **محمد منصور**إلى إشكالية تواجه الصحافة المصرية بصفة عامة وهى اعتمادها على القيم الإخبارية الخاصة بالمجتمعات الغربية، و هى القيم ذاتها التى تُدرس داخل كليات الإعلام ، مثل: (الغرابة، الطرافة، الضخامة، الشهرة، النخبوية) دون أى محاولة لتطويع تلك القيم الإخبارية لظروف المجتمعات العربية المعاصرة ، يقول الخبير: "نحن بحاجة إلى أن نطوع القيم الإخبارية إلى قيم المجتمع الذى ننتمى إليه، ومالم يحدث ذلك سوف نجنى على أجيال، وهذا كله نتيجة التعامل المهنى مع قيم

إخبارية لابد من إعادة النظر فيها"، كما أكد مدير تحرير الأهرام المسائى ورئيس الديسك المركزى بالصحيفة على اختلاف أسلوب صياغة المادة الإخبارية فى كل من الإصدارين، "الأمر مختلف فى المهارات وأدوات العمل".

فى الوقت نفسه اعتبر **محمد جلال** أن المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى ثابتة فى الإصدارين، لكنه أشار إلى أن الكثير من المواقع الإخبارية لا تلتزم بالمعايير المهنية خاصة معيار الدقة، وتعتمد على إمكانية الحذف أو التصحيح بعد النشر، وهو الأمر الذى اعتبره مدير تحرير بوابة أخبار اليوم قد يقضى على مصداقية البوابة الإلكترونية ويفقدها جمهورها على المدى البعيد.

ويشير مدير تحرير بوابة أخبار اليوم إلى وجود دليل إرشادى خاص بكل موقع إخبارى يعطى دلالة الكلمات عند محركات البحث Search Engine Optimization وهذا الدليل يرشح الكلمات التى يُفضل استخدامها فى صياغة العناوين الأخبار الإلكترونية.

فى حين يؤكد **محمد المعتصم** على أن القارئ هو خير مراقب لمدى التزام الصحيفة الورقية أو الإلكترونية بالمعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى ، فإذا أخل الإصدار الصحفى بالمعايير انصرف القارئ عنها ، وعلى العكس من ذلك، فإن التزام الصحيفة يقرب القارئ منها ويجعله منحازاً لها ومقبلاً عليها.

كما رأى مدير تحرير صحيفة الوطن تفاوت المعايير المهنية التى يعتمد عليها كل وسيط فى نشر المواد الإخبارية، مشيراً إلى السرعة التى تعد معياراً مهنياً لنشر الخبر الصحفى على الموقع الإخبارى دون الصحيفة المطبوعة، وفى هذا السياق شدد **المعتصم** على ضرورة حرص المواقع الإخبارية على التأكد من صحة ودقة الخبر قبل نشره، حتى لا يضطر الموقع لحذف الخبر أو تعديله بعد نشره الأمر الذى يضعف

من مصداقية الموقع، مؤكداً على أن المصداقية تسبق السبق الصحفى، والسبق يتحقق بالمصادر القوية لا بالسرعة.

فيما يرى **هيثم دبور** أن واحدة من أهم المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى الصحف المطبوعة هو تقديم المحتوى الإخبارى الذى يهم القارئ ويساعد المواطن على اتخاذ قراراته الحياتية، مشيراً إلى أن الصحف المطبوعة فى مصر لم تنجح فى هذا ، يقول **دبور:** "أغلب المواد الإخبارية التى تنشرها الصحف الورقية لا تراعى اهتمامات القراء، بل تتجاهل أخبار المحليات وأحوال الطقس وغيرها من الأخبار الخدمية".

ويؤكد مدير تحرير بوابة الوطن على أهمية عنصرى الدقة والمصداقية فى نشر المحتوى الإخباري بالصحيفة المطبوعة، لكنه اعتبر أن عنصر السرعة هى أولى العناصر التى تجب مراعاتها عند نشر الخبر الصحفى فى الموقع الإخبارى.

فى سياق متصل اتفق جميع الخبراء من فئة القائمين بالإتصال على ضرورة لجوء المؤسسات الصحفية التى تمتلك أكثر من إصدار إلى العمل فى إطار غرفة الأخبار المدمجة Convergence News Room . وستنقل الباحثة آراء بعضهم فى هذه النقطة.

رأى **خالد صلاح** أنه على المؤسسات الصحفية التى لديها إصدارين إحداهما مطبوع والآخر إلكترونى أن يكون لديها غرفة أخبار واحدة، وإلا ظهرت مشكلات متعلقة بتفاوت الإتجاهات والتقديرات وقد يخرج المضمون بأكثر من وجهة نظر، وقد ينافس فريق عمل الإصدار الورقى فريق عمل الإصدار الإلكترونى المنتمين لنفس المؤسسة الصحفية، ويحكى **خالد صلاح** عن تجربة زيارته لصحيفة التايمز The Times، وأوضح أن الصحيفة الإنجليزية تكبلت ما يزيد عن ٢ مليون باوند استرلينى لتوحيد غرفة الأخبار الخاصة بالمؤسسة، وهو النهج الذى اتبعته اليوم السابع منذ البداية، إذ

يوجد لدى الصحيفة غرفة أخبار واحدة تصب منتجها فى قناتين الأولى هى ديسك الإصدار الورقى ، والثانية هى ديسك الإصدار الإلكترونى، ويشير **خالد صلاح** إلى خضوع المحتوى الإخبارى إلى التحليل والتعميق بداخل غرفة الديسك التابعة للإصدار الورقى.

كما رأى **عبد الجواد أبو كب** أن نمط غرفة الأخبار المدمجة التى تبث للإصدار الورقى وللمواقع الإخبارية ولكل من الإذاعة والتلفزيون الخاصين بالبوابة هى الصورة المثلى لسير العمل، مشيراً إلى أن الأصل فى العالم كله هو وجود غرف أخبار مدمجة تقدم الخدمة لأكثر من إصدار، وهو الشكل الأمثل للتعاطى مع التطورات الجديدة، ويضيف رئيس تحرير بوابة روزاليوسف: "لكن المؤسسات القومية لم تطبق هذا نظراً لتعدد الإصدارات بها، ومن ثم يكن لدى البوابات الصحفية الخاصة بالمؤسسات القومية لها غرف أخبار خاصة بها تبث انتاجها لكل من الموقع والتلفزيون والإذاعة".

عدم تطبيق الصحف القومية لنمط غرف الأخبار المدمجة هو الأمر نفسه الذى أشار له **مجاهد خلف** المشرف العام على بوابة الجمهورية، مؤكدا على أن التعاون فيما بين غرفة أخبار الإصدار الورقى وغرفة أخبار الإصدار الإلكترونى التابعتين للمؤسسة الواحدة هو الأساس، ويضيف الخبير: " كل منهما يمول الآخر بأفكار ويزوده بمعلومات ودافع لها على العمل ومساعد لها على النشاط، فالعمل عمل متكامل لا يمكن أن تستقل كل غرفة عن الأخرى كالكتل المنعزلة لكن يظل لكل غرفة خصوصيتها والتعاون هو الأساس".

ويؤكد الخبير أن غرفة الأخبار الخاصة ببوابة الجمهورية كثيراً ما تعتمد على مندوبين الإصدار الورقى خاصة وأن صحيفة الجمهورية لديها مكاتب فى ٢٧ محافظة ومراسلين فى كل الوزارات والقطاعات، "وإن كانت بوابة الجمهورية لديها مندوبين

يعملون لحساب الموقع الإلكترونى ويجلبون الأحداث من مواقعها لحظة بلحظة وبعضهم لديه صلاحية رفع الخبر على الموقع مباشرة من مكان الحدث".

فى السياق نفسه يذكر **إيهاب الزلاقى** تجربته فى صحيفة المصرى اليوم منذ صدور قرار انشاء بوابة خاصة بالصحيفة فى عام ٢٠٠٩، وقتها اتخذ قرار انشاء غرفة أخبار مدمجة Integrated News Room ، بمعنى أن يقوم مصدر واحد بانتاج المحتوى الخاص بالصحيفة الورقية والموقع الإلكترونى والتلفزيون والإذاعة التابعين للمصرى اليوم، هذا المصدر هو غرفة أخبار المصرى اليوم.

ويروى **الزلاقى** تجربته –إذ تولى آنذاك مسؤولية تدشين البوابة– قائلاً: "أخذنا وقت حتى نقنع فريق العمل بفكرة غرفة الأخبار المدمجة، فالأمر تطلب وقت ومجهود وتدريب، خاصة أنه لم يكن لدى المحررين الصحفيين ولا حتى رؤساء الأقسام أى فكرة عن النشر المباشر، وسيطرت عليهم فكرة أنهم لا يصلحون إلا للكتابة للصحيفة الورقية، خاصة وأن الثقافة المسيطرة آنذاك هى ثقافة إعداد الموضوعات فى ساعات طالما موعد الطبع لم يحن، الأمر تطلب حوافز وعقوبات حتى استوعب جميع العاملين مسار العمل، وحلت النتيجة بشبكة محررين يقوموا بارسال الأخبار الى غرفة الأخبار وبداخل هذه الغرفة تخرج المواد الخبرية إلى مسارات متعددة.

واتفق **محمد الباز** مع غيره من الخبراء على أن الدمج فى بين غرف الأخبار الخاصة بالإصدار الإلكترونى والآخر المطبوع هو النموذج الأفضل، لما تحققه من توحيد للرؤية وللاتجاه وضمان تطبيق السياسة التحريرية الخاصة بالمؤسسة كما ينبغى.

واعتبر **إسلام عفيفى** أن نموذج غرفة الأخبار المدمجة للمؤسسة الصحفية التى لديها إصدارات متعددة هو الأفضل ، لما توفره من وقت ووفرة فى عدد العاملين، فسرعة توارد الأخبار لن يفيد الموقع فحسب ولكنه سيحقق فائدة للإصدار الورقى لما سيتيحه من فرصة تعميق الخبر وتنميته.

ويتفق مدير تحرير صحيفة الأهرام مع من سبقوه فى أفضلية نموذج غرفة الأخبار المدمجة، يقول **محمد الدسوقى:** "المفترض أن المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى واحدة فى الإصدارين، والمسار واحد والفارق يكمن فى سرعة النشر".

كما رأى **محمد جلال** مدير تحرير بوابة الأخبار أفضلية تطبيق نموذج غرف الأخبار المدمجة، ودعا المؤسسات الصحفية القومية إلى تطبيبق هذا النموذج تحاشياً لفكرة منافسة الإصدار الإلكترونى للإصدار الورقى فى المؤسسة الواحدة ، إذ يشير إلى أن توحيد غرف الأخبار من شأنه أن يدر مكاسب مهنية واقتصادية على المؤسسة الصحفية.

واتفق معهم **هيثم دبور** معتبراً أن نموذج غرف الأخبار المدمجة التى تنتج أخباراً تصب فى قنوات إعلامية مختلفة هو النموذج المطبق عالمياً.

الخلاف حول ثبات المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى الإصدار المطبوع والآخر الإلكترونى بين الخبراء المهنيين انتقل بدوره إلى الخبراء من فئة المدربين الصحفيين، إذ رأى كل من علاء الغطريفى وخالد البرماوى وجود فارق بين المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة والأخرى الخاصة بالخبر الصحفى فى الصحيفة الإلكترونية .

يقول **علاء الغطريفى:** " إن عنصرى الدقة والعمق من أهم المعايير المهنية التى ينبغى أن تعتمد عليها الصحيفة المطبوعة فى تقديم المحتوى الإخبارى، مضيفاً أن المواقع الإخبارية تعتبر أن ذاكرة القارئ مثقوبة ومن ثم تعطى اولوية لعنصر السرعة على حساب عنصر الدقة".

كما رأى **خالد البرماوى**أن الدقة والكثافة من أهم المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة ، مضيفاً أنه لا مجال لتوافر عنصر السرعة فى الأخبار التى تنشرها الصحيفة المطبوعة اللهم إلا فى حالة الإنفرادات الخاصة بالصحيفة، وإن كان

عنصر السرعة معياراً مهنياً واجب توافره فى المحتوى الإخبارى الذى تقدمه الصحيفة الإلكترونية.

كما اتفق الخبيران **علاء الغطريفى وخالد البرماوى** على تفاوت أساليب كتابة الخبر الصحفى وقوالبه المستخدمة فى كل من الإصدارين المطبوع والإلكترونى، يقول **علاء الغطريفى** : " تعد القصة الخبرية والتقريرالإخبارى هى الفنون الإخبارية المستخدمة فى الصحيفة المطبوعة، وانتهى عصر الخبر البسيط المنشور فى الصحيفة المطبوعة اللهم إلا فى حالة الخبر الخاص أو ما يعرف بالإنفراد".

ويشدد **البرماوى** على أن الصحيفة المطبوعة لابد ان تلتزم فى نشر محتواها الإخبارى بالإجابة عن الأسئلة الستة المعروفة 5W&H دون إخلال بأياً منهم، فى حين تحظى المواقع الإخبارية بإمكانية نشر الخبر الصحفى القصير الغير مكتمل الأسئلة الستة على اعتبار أن متابعة الحدث مستمرة.

الأمر الآخر الذى اشار إليه **خالد البرماوى** والمرتبط بالمعاييرالمهنية لنشر الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة هو اختيار رئيس التحرير الصحيفة المطبوعة ومعاونيه للأخبار المستحقة للنشر وترتيبها طبقاً لما يروه مهماً، يقول الخبير: "فى حين أن من يقرر نشر الأخبار وترتيبها على الموقع الإخبارى هو الجمهور ودلالات محركات البحث Optimization Search Engine ، وليست قيمة الخبر نفسه وأهميته كما هو الحال فى الصحيفة المطبوعة، فقد يحتل حدث فنى خفيف تقدماًعن حدث سياسى جاد خاص بمجلس النواب مثلاً ، لأن اختيارات الجمهور هى التى تحدد ترتيب الأخبار واختيارها".

كما اتفق جميع المدربين الصحفيين فى عينة الخبراء على أفضلية استعانة المؤسسات الصحفية التى تنتج أكثر من إصدار بغرف الأخبار المدمجة Convergence Newsroom .

يقول **ياسر عبد العزيز** أن غرف الأخبار المدمجة Convergence News Room هى الصيغة المثلى للتعامل مع الوسائط الإعلامية المختلفة: "غرفة الأخبار المدمجة هى الوسيلة التى تحول الوسيط الإعلامى من مطبوع أو إلكترونى إلى مؤسسة كاملة لجمع المحتوى الإعلامى، وحينما يجمع المحتوى يصبح بحوزة هذه المؤسسة ويمكنها أن تعرضه عبر الوسائط المختلفة ، بعضها يمكن أن يقدم للمستخدم عبر وسيط الكترونى ، وبعضها من الممكن أن يقدم للقارئ فى صحيفة مطبوعة ، والبعض الآخر من الممكن أن يبث عبر تلفزيون أو إذاعة على الإنترنت او خدمة اخبارية تصله فى صورة تطبيقات على الهاتف المحمول ".

ويضيف الخبير أن غرفة الاخبار المدمجة هى مفهوم نظرى أكثر منه عملى فى الواقع الصحفى المصرى، لكن العوامل الإيجابية فى هذا الأمر أن كثير من صناع هذه الوسائل يدرك أهمية التحول إلى هذا النمط من إنتاج المحتوى، يقول: "على أى حال هذا لن يكون خياراً، ففى المستقبل القريب الجميع سيفعل ذلك خصوصاً أن معظم وسائل الإعلام بدأت تستخدم أنظمة تشغيل داخلية News Production System ومثل هذه المنظومات ستجبر المؤسسة على استخدام المحتوى عبر الوسائط المتعددة عبر غرفة الأخبار المدمجة".

كما اعتبر **علاء الغطريفى** أن النموذج الأفضل لدى المؤسسات الصحفية التى لديها إصدارات مطبوعة وأخرى إلكترونية هو غرفة الأخبار المدمجة Convergence Newsroom موضحاً أن فصل غرف الأخبار من شأنه أن يكبل المؤسسة الصحفية نفقات عالية هى فى غنى عنها، لكنه اشترط عند تطبيق تموذج غرفة الأخبار الموحدة امتلاك المؤسسات محررين مؤهلين للكتابة لأكثر من وسيط News Makers فكل وسيط له شكله وخصائصه وسماته، "لابد من تطوير المضمون لكى يناسب منصات متعددة".

واتفق **خالد البرماوى** مع من سبقوه بالتصريح عن تأييدهم لنموذج غرفة الاخبار المدمجة Integrated Newsroom للمؤسسات الصحفية التى تمتلك أكثر من إصدار، يقول **البرماوى:** "يقوم النموذج الحديث فى الصحافة Modern School Journalism على ضغط النفقات وزيادة المنتجات، ومن ثم فإن غرفة الاخبار المدمجة هى غرفة تضم مجموعة من المحررين المؤهلين يخرج منهم محتوى إخبارى يلائم إصدارات متعددة إلكترونية ومطبوعة كلٌ حسب خصائصه وسماته سواء المرتبطة بالشكل أوبالمضمون".

فى ضوء ما سبق يتضح اتفاق أغلب القائمين بالإتصال المنتمين إلى عينة الدراسة[٣٨] على ثبات المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى كل من الإصدار المطبوع والأخر الإلكترونى ، فى حين اتفق جميع القائمين بالإتصال والخبراء المنتمين إلى عينة الدراسة على تفاوت أساليب كتابة المواد الخبرية فى كلا الوسيطين، كما اتفقت جميع مفردات عينة الدراسة على أفضلية تطبيق نموذج غرفة الأخبار المدمجة Convergence Newsroom فى المؤسسات الصحفية التى تمتلك أكثر من إصدار.

المبحث الثانى: رؤى وتصورات عينة البحث لواقع الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة والتحولات التى طرأت عليها فى ظل منافسة الإنترنت الوسيط الإلكترونى والإخبارى الأحدث.

اتفق الخبراء من الأكاديميين على تفاوت مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة عنه فى الصحيفة الإلكترونية على أثر انتشار الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعى التى صارت تقوم بدور فى نشر الأخبار، إذ أدت سرعة نشر الخبر الصحفى على الإنترنت واستمرارية تحديثه إلى جعل الخبر الصحفى المطبوع فى مأزق، لكن **محمود علم الدين** يؤكد على عبارة "الخبر لا يموت" مشيراً إلى أنه

بمزيد من الجهد والفكر والإبداع يمكن للمحرر الصحفى أن يستخرج من بين ثنايا الخبر الجديد ليقدمه، يقول الخبير: "كأن يوضع الحدث الذى بنى عليه الخبر فى سياق مختلف وجديد، أو تُبنى قصة خبرية كاشفة لما وراء الخبر أو كواليس الحدث الذى بُنى عليه الخبر Behind The Scene"، ويضيف **علم الدين:** "لكن فى الوقت نفسه على المحرر الصحفى أن يحترس من الوقوع فى فخ التطويل أثناء محاولته البحث عن جديد ليقدمه للقارئ، فالقارى لم يعد لديه رغبة فى قراءة موضوعات طويلة".

ومن ثم رأى **محمود علم الدين** أن الصحف المطبوعة عليها أن تعيد النظر فيما تقدمه من وظيفة إخبارية، فهى إما أن تعمل على تكثيف المعلومات المقدمة إلى الجمهور فيما يتعلق بالحدث الجدير بأن يكون خبراً صحفياً، أو أن تسعى إلى إبراز زاوية جديدة فى الحدث، وفى كل الأحوال فالأمر من وجهة نظره بحاجة إلى كوادر صحفية مبدعة.

كمايرى **محمود علم الدين** أن ظهور الإنترنت قد أعاد تعريف الخبر الصحفى ، يقول: "الخبر كما عهدناه سابقاً كان عبارة عن تقرير عن حدث يرى رئيس التحرير جدارته بالجمع والطبع والنشر لأنه يهم الناس ويتفق مع السياسة التحريرية للصحيفة، لكن هذا التعريف اختلف، وصار الخبر الصحفى عبارة عن حوار Dialogue فيما بين المحرر الصحفى والقارئ، وصار القارئ جزء من الخبر"، ويكمل الخبير: "وصار تعريف الخبر هو حوار بين القارئ والمحرر الصحفى حول حدث مهم، فالخبر صار شراكة بين الإثنين، والشراكة لا تتم بصورة مباشرة ولكنها تتحقق من خلال تغريدة ينشرها القارئ على إحدى مواقع التواصل الإجتماعى فيلتقطها المحرر الصحفى ويصيغ من خلالها خبراً صحفياً، وأحياناً تتابع التعليقات التى تأتى على التغريدة، إذن فالخبر الصحفى صار حواراً مستمراً نتيجة لتدخل وبروز دور القارئ".

اعتبر **علم الدين** أن تدخل القارئ فى صياغة الخبر الصحفى الذى يعد واحداً من أهم أدوات الصحيفة يمثل جرس إنذار للصحافة بصفة عامة ، مشيراً إلى إنجراف الصحف المطبوعة وراء مواقع التواصل الإجتماعى والاعتماد عليها فى صياغة مادتها الإخبارية هو أمر ينتقص من إحترافية المهنة، يقول الخبير: " مواقع التواصل الإجتماعى جعلت من القارئ المصدر الصحفى والمندوب الصحفى والمحرر الصحفى، وصار هو صاحب الجلالة".

وعن مدركات الخبير للتحولات التى طرأت على مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة ، رأى **محمودعلم الدين** أن من يتربعون على قمة الهرم الصحفى يسعون إلى تطوير أنفسهم والأمر نفسه ينطبق على القيادات الوسيطة ، ولا شك أن الأجيال الشابة الصاعدة تسعى إلى الفهم والتعلم لإضافة الجديد وهذه الأجيال فرصتها أكبر فى انتاج كل ما هو مبدع وخلاق.

فيما رأى **شريف درويش اللبان** أن التحدى الأكبر أمام الصحيفة المطبوعة هو مراعاة العمق والشمول والمصداقية فى التغطية الإخبارية، ويساعدها فى تحقيق ذلك الوقت المتاح إليها على عكس الحال فى الصحيفة الإلكترونية التى تقوم بنشر بضعة سطور عن حدث ما انتظاراً لتفاصيله فيما بعد.

كما شددت **إيناس أبو يوسف** على ضرورة إدراك الصحيفة المطبوعة للمفهوم الجديد لوظيفتها الإخبارية، بحيث لا تكتفى الصحيفة المطبوعة بتقديم تفاصيل الحدث، وإنما عليها أن تقدم خلفياته ومتابعاته ، وتضيف الخبيرة: "لابد أن يتحلى المحتوى الإخبارى الذى تقدمه الصحيفة المطبوعة بالعمق والدقة، وللصحيفة المطبوعة فرصة هائلة للتميز فى ظل عدم تمتع المواقع الإلكترونية بالمصداقية والدقة الكافية"، واعتبرت عميد كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية أن هذه الأمور تميز الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة وتلصق القارئ بالوسيلة."

وتشدد الخبيرةعلى ضرورة تنويع المصادر وعدم الإعتماد فقط على المصادر الرسمية، وتجنب النخبوية فى اختيار المصادر وبدلاً من ذلك اللجوء إلى مصادر تعكس الواقع المصرى، مع تقديم المعلومة للقارئ بدون تسييس وبدون إنتقاء أو إخفاء، كما دعت الصحف الورقية إلى ضرورة الإقتراب من المواطنين وجعلهم جزء من بناء القصة الخبرية أو التقرير الإخبارى، عن طريق نقل تعليقاتهم وردود أفعالهم على الأحداث مع تدقيق معلوماتهم، "هذا هو فحوى الإعلام بالمشاركة والذى سيساهم تطبيقه فى خلق ارتباط بين المواطن والصحيفة المطبوعة، خاصة عندما يعكس المحتوى الإخبارى للصحيفة كافة فئات المجتمع متمثلة فى المرأة والأقباط والبدو وذوى الاحتياجات الخاصة والمنظمات الأهلية وغيرهم..".

ويرى **محمد حسام الدين مصطفى** أن التحدى الأكبر الذى تواجهه الصحيفة المطبوعة فيما يتعلق بتقديم وظيفتها الإخبارية يتحدد فى مدى التزامها بالمعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى دون التأثر بصحافة الإثارة وقيم التابلويد السائدة على عدد كبير من المواقع الإخبارية ، يقول الخبير: "فالشاهد حالياً أن الإعلام المؤسسى تأثر بثقافة وأخلاقيات الإعلام الجديد بما فى ذلك مواقع التواصل الإجتماعى التى تنشر الأخبار دون مراعاة المعايير المهنية المتعارف عليها"، ويضيف **محمد حسام الدين مصطفى** : "ويزيد الأمور خطورة رغبة الصحف المطبوعة –الملحة فى المرحلة الحالية– فى استقطاب الجمهور، الأمر الذى قد يجعلها تلجأ إلى تقديم مواد تفتقد إلى الموضوعية والتوازن ويغلب عليها الإنحياز".

وتقيم **أمل السيد** أداء الصحف المطبوعة فى مصر لوظيفتها الإخبارية بالأداء المتراجع ، وأرجعت ذلك إلى محاولة الصحف المطبوعة مجاراة الوسائل الإلكترونية الأخرى ، وهو الأمر الذى بالطبع لن يصب فى صالح الصحيفة المطبوعة من وجهة نظرها، ورأت الخبيرة أن الصحف المطبوعة إذا أرادت ان تحفظ لها مكاناً لها وسط التطوارت التكنولوجية المحيطة فعليها أن تُعلى من وظائف التحليل والتفسير

الإخبارى، و شرح جوانب الخبر وأبعاده والاستعانة بمصادر تقدم معلومات بديلة، وتقدم للقارئ ملفات وتقارير تتضمن إحصائيات وبرؤى تحليلية ونقدية.

وقد أجملت **أمل السيد** المشكلات والتحديات التى تعوق تقديم الصحيفة المطبوعة لوظيفتها الإخبارية كما ينبغى على النحو التالى :

١- تدنى مستوى التعليم وأثره على بناء عقل مستنير نقدى لدى الجمهور.

٢- سيطرة نمط الثقافة الإستهلاكية على اهتمامات الجمهور لكونها الأكثر شيوعاً وسهولة فى وسائل الإعلام.

٣- تدنى مستوى التعليم الإعلامى فى الجامعات الخاصة ومن ثم تخريج دفعات من العاملين بالإعلام غير مؤهلين بالدرجة الكافية.

٤- تراجع هامش الحريات العامة فى مصر ، وقلة التنوع فى الأطروحات. فطبقاً الخبيرة فكلما زادت مساحة الحرية فى ظل تفعيل القانون وتطبيق ميثاق الشرف الصحفى كلما تحسن الأداء الإخبارى، وكلما زاد التنوع فى المضامين والإتجاهات كلما تمتع الإصدار المطبوع بحالة من الثراء الإخبارى.

٥- حظر تداول المعلومات وإن كانت بصورة غير معلنة أو رسمية.

٦- ارتفاع معدلات الفقر والأمية فى المجتمع المصرى من العوامل التى لها يد عليا فى تقلص جمهور الصحيفة المطبوعة ومن ثم عدم قدرة المؤسسة الصحفية على توفير أسباب الإرتقاء بالوظيفة الإخبارية المقدمة للجمهور.

كما أشارت **أمل السيد** إلى أنه فى ظل إتجاه الدولة المصرية نحو إطلاق الحريات وبناء دولة حديثة سياسياً وإقتصادياً حينها ستصب المنافسة المحتدمة التى تتعرض لها الصحف المطبوعة فى اتجاه تطويرمحتواها الإخبارى، وحتماً سيكون البقاء للأفضل.

على جانب آخر اتفق جميع القائمين بالإتصال على ضرورة خضوع مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة إلى نوع من التحديث وإعادة التعريف استجابة لانتشار المواقع الإخبارية وقيام مواقع التواصل الإجتماعى بدوراً إخبارياً، بحيث يصير على الصحيفة المطبوعة القيام بدور تفسير وتحليل الأحداث والكشف عن كواليس الحدث وتبعاته والشخوص المرتبطة به وذلك فى إطار تقديم وظيفتها الإخبارية الجديدة.

يقول خالد صلاح: " اختلف الدور الذى تقوم به الصحيفة المطبوعة فى تقديم وظيفتها الإخبارية، وصار عليها القيام بدور المحلل وصانع التقاريرالاستقصائية ومفجر أخبار الحصرية أو الأخبار الخاصة التى لم تتداولها سائر وسائل الإعلام الإلكترونية الأخرى" ، ويضيف الخبيرأن انتشار المواقع الإخبارية التى تنشر الأحداث لحظة بلحظة أثرت على أسلوب عمل المحررين الصحفيين، وصار محرر الصحيفة المطبوعة يبحث عن معلومات مختلفة عن تلك المعلومات التى تتناقلها المصادر، يقول رئيس تحرير ورئيس مجلس إدارة صحيفة اليوم السابع: "قبل ظهور الإنترنت كان المحرر الصحفى ينتظر البيان الصادر من الجهة الرسمية، أو ينتظر انتهاء الإجتماع كى يستمع إلى التوصيات ثم يقوم بإعدادها للنشر، أما الآن فقد اختلفت مهمة المحرر الصحفى الذى يعمل فى الصحيفة المطبوعة، وانتقل دوره خطوة اخرى إلى الأمام وصار يبحث فى الخبر الصحفى عن تحليل أو رأى مسنود لأحد المصادر المعنية ، أو تقدير متميز لدى أحد المصادر، أو جمع معلومات جديدة عن الحدث أو البحث عن انفراد لا يوجد فى الساحة العامة."

ويضيف الخبير: "على الصحيفة المطبوعة أن تفكر فى تقديم محتوى إخبارى يختلف عن الأخبار الصماء التى يقدمها الإنترنت، عليها أن تفكر فى ابتكار نوع جديد من الموضوعات الصحفية الأقرب إلى التقارير الإخبارية و القصص الإخبارية، عليها أن تعزز مكانة الصور والألوان ، عليها أن تختار قوالب خبرية غير مستهلكة فى عالم

الفضاء الإلكترونى، وقد تلجأ إلـــى تقـــديم الصـــحافة الاستقصـــائية Investigated Journalism لما سيكون لها من مكانة فى الصحيفة المطبوعة وتستهدف شريحة من القراء تحتاج إلى قراءة أعمق لا يمكن أن تتحقق على شاشة الهاتف الصغيرة أو على شاشة الحاسب الآلى أو فى أوقات العمل".

وحذر **خالد صلاح** من إتجاه الصحف المطبوعة نحو تقديم مواد الرأى فقـــط، يقـــول : "محاولة بعض الصحف الجديدة تقديم مواد الرأى فقط هو أمر غير كـــاف للنهـــوض بدور الصحيفة المطبوعة، لأن مواقع التواصل الإجتماعى قـــد تجـــاوزت الصـــحافة المطبوعة بكثير فى تقديم الرأى وفتحت المجال أمام الحريات العامة، ويبقـــى الســـبيل أمام الصحف المطبوعة فى تقديم التقريرالإخبارى الـــوافى والمكتمـــل ذى الجوانـــب المتعددة والزوايا المختلفة، ومتضمن جانب تحليلى للمعلومات"، كما أشار **صلاح** إلـــى تمتع الصحف المطبوعة بفرصة تقديم المواد الصحفية التى لاتصلح للنشر على شاشـــة الموبايل أو على شاشة الحاسب الآلى لما تسببه من إرهاق لعين المســـتخدم كصـــور الأنفوجراف التى تحتاج إلى صفحة كاملة لعرضها ، وغيرها من الصور والرسومات والألوان الجاذبة التى تتميز بها الصحيفة المطبوعة.

ويرى **خالد صلاح** أن واقع الأمر يعكس نقصاً كبيراً جداً فى استيعاب المفهوم الجديـــد للوظيفة الإخبارية، يقول: "لا يزال القائمون على صناعة الصـــحافة مرتبكـــون فـــى استيعاب الوظيفة الإخبارية الجديدة لصحفهم، لأن أمامهم تحديات متعـــددة بـــدءاً مـــن تحدى التطور الرقمى ، وتحدى قيام مواقع التواصل الإجتماعى بدور فى نشر الأخبار الإلكترونية ،وتحدى التكلفة المرتفعة لصناعة الصحافة ، وتحدى غموض الرؤية حول مستقبل الصحيفة المطبوعة، وتحدى نقص الكادر البشرى المؤهل"، وقد وصف خالـــد صلاح حالة القائمين على الصحافة المصرية فيما يتعلق بمدى إدراكهم لحجم وتـــأثير كل هذه المتغيرات بالحالة المتأخرة وقيمها بدرجة ١٨ % من الفهم.

ورأى **خالد** صلاح تراجع الصحيفة المطبوعة فى أداء وظيفتها الإخبارية التقليدية، فى ظل محاولة تطبيق المفهوم الجديد للوظيفة الإخبارية المنوط بالصحيفة المطبوعة تقديمها فى ظل منافسة الوسائل الإلكترونية خاصة الإنترنت.

فيما رأى **محمد الدسوقى رشدى** أن الوظيفة الإخبارية هى أولى وظائف الصحافة بصفة عامة، ويُقصد بها إخبار الناس بكل ما يحظى باهتمامهم ، وشدد على ضرورة وعى القائمين على الصحافة الورقية فى مصر بأن وظيفة إخبار الناس بما حدث وحسب قد انتهت، يقول الخبير: "لم يعد من المقبول ذكر الصحيفة المطبوعة لوقائع الحدث مجرداً، لأن الموقع الإخبارى ورسائل الهاتف المحمول، وشريط الأخبار على التلفزيون News Bar يقومون بذلك، وتبقى الصحافة المطبوعة مهمة ذكر أسباب الحدث، دلالة الحدث، دلالة التوقيت، ما يترتب عن الحدث، تصورات الشخوص المختلفة، وكل ما وراء الحدث".

كما أشار**محمد الدسوقى رشدى** إلى أنه منذ خمس سنوات لم يكن هناك وعى بالصحافة التحليلية أو صحافة ماوراء الخبر أو ما يسمى بالقصة الخبرية ، لكن القائمين على الصحف الآن أدركو أهمية ذلك، وإن كانت الصحف القومية ما تزال بعيدة.

فيما يؤكد **عبد الجواد أبو كب** على ضرورة تغيير مفهوم الوظيفة الإخبارية للصحيفة المطبوعة ، مشيراً إلى أن الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة لم يشهد أى تطوير منذ عشرين عاماً او أكثر ، يقول الخبير: "نفس الخبر الذى يُنشر على الموقع الإخبارى الساعة الثانية ظهراً تقدمه الصحيفة المطبوعة صباح اليوم التالى، ومن ثم لم يتغير مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة عن ذى قبل".

رأى رئيس تحرير بوابة روزاليوسف أنه على الصحف الورقية أن تعدل من مفهوم وظيفة الإخبار التى تقدمها، وأن تنتقل من الخبر التقليدى إلى الخبر الخاص أو الخبر

التحليلى، ويضيف الخبير: " بعد أحداث ٢٥ يناير زادت شهية المواطن للأخبار، فلم يعد يصبر طويلاً حتى صدور الطبعة الأولى من الصحيفة الورقية، فصار يلجأ إلى الإنترنت وساعده على ذلك انتشار مواقع التواصل الإجتماعى، فيما حلت النتيجة بانخفاض عدد النسخ التى يتم توزيعها فى مصر، حتى صارت لا تتجاوز المليون نسخة من كل المطبوعات الصحفية التى تصدر يومياً فى مصر وهى نسبة من الممكن أن توزع فى محافظة مصرية إذا كان لدى مصر صحيفة قوية"، وفى هذا السياق أشار أبو كب إلى صحيفة الشروق الجزائرية وهى صحيفة ورقية توزع وحدها مايقرب٢ مليون نسخة يومياً ، مؤكداً على أن سوق الورق من الممكن أن يبقى طالما وجد من يرغب فى التطوير وقادراً عليه".

ويؤكد **عبد الجواد أبو كب** على أن أزمة انخفاض معدل الإقبال على الصحف المطبوعة فى مصر لا ترجع أسبابها إلى الجمهور، بل إلى القائمين على تلك الإصدارات فى مصر، يقول : "لابد وأن تختلف نوعية الخدمة الإخبارية المقدمة فى الصحيفة المطبوعة، والتخلى عن الكلاسيكية فى نقل الخبر، وعدم الاكتفاء بعرض بيانات الوزراء، فهى لم تعد مجدية لدى المتلقى الذى لم يعد تشبعه الأخبارالرسمية والتى لا تحتوى على محتوى جاذب، علينا أن نقدم مادة تستحوذ على القارئ وقادرة على المنافسة أولاً، ثم نطلب من الجمهور قراءة الصحف الورقية، خاصة وأن اسعار الصحف فى متناول اليد ".

يضيف **عبد الجواد أبو كب** أنه على الصحف الورقية أن تهتم بتقديم الخبر الخاص أو الخبر الحصرى وهو الخبر الذى تنفرد فيه الصحيفة ولا ينافسها فيها أحد، ويرى الخبير أن الصحف الورقية اليومية تستطيع أن تقوم بذلك بمزيد من الجهد، والأخبارالحصرية من الممكن أن تكون الحل السحرى لانعاش الوظيفة الإخبارية للصحف الورقية، وتجعل الصحف الورقية تحافظ على تواجدها، خاصة وأن المزاج

الإعلانى فى مصر فى صالحها، على عكس الحال فى السوق الخليجى فيتركزاتجاه المعلنين فيه على الوسائط الإلكترونية.

كما يشير **أبو كب** إلى أهمية الخبر التحليلى فى صياغة المفهوم الجديد للوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة، يقول : "لا شك أن تحليل الاحداث من أهم الأدوار التى من الممكن أن تقدمها الصحيفة المطبوعة، خاصة وأن معظم الصحف الورقية تمتاز بالكودارالصحفية الكبيرة ولديها رصيد كبير من الخبرة والمعلومات وهى أمور جميعها غير متوفرة فى المواقع الإلكترونية، حيث الخبرة فيها أقل وعامل السن أصغر، ولابد من تعظيم الاستفادة من ذلك، فمؤسسة الأهرام بتاريخها واحدة من المؤسسات الصحفية العريقة ذات١٤٤ سنة عمل فى سوق الصحافة، والأمر نفسه ينطبق على مؤسسة أخبار اليوم وغيرها من المؤسسات التى تمثل مدارس تاريخية وعريقة فى العمل الصحفى، ويتوافر لديها كوادر قادرة على التحليل".

يؤكد **مجاهد خلف** على تراجع الوظيفة الإخبارية بصورتها المعهودة فى الصحيفة المطبوعة وذلك مع كثرة الفضائيات وانتشار الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعى، يقول : "لذا تحولت المنافسة فيما بين الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة والأخرى الخاصة بالمواقع الإلكترونية إلى صراع من أجل الوجود، وهنا لا بدا للوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة أن تتميز حتى تستمر على قيد الحياة، لأن المنافسة صعبت عليها المهمة، ومن ثم عليها أن تعلى من دورها فى التحليل والشرح والتفسيروالكشف عما وراء الخبر الصحفى، وأن تبحث عن مصادر جديدة تميزها عن غيرها من الوسائل الإعلامية المنافسة، خاصة وأن النمط السريع للنشر على المواقع الإخبارية الإلكترونية وتتابع الأحداث لا يعطى لها فرصة للإبداع، بعكس الحال مع الصحيفة المطبوعة".

يرى **إيهاب الزلاقى** أن الصحيفة المطبوعة – فى ظل منافسة الوسائل الإلكترونية خاصة الإنترنت بما يمتاز به من سرعة فى تغطية الأحداث – صارت تواجه صعوبة شديدة فى التعامل مع المادة الخبرية ، يقول الخبير:" تسعى الصحيفة المطبوعة يومياً إلى تقديم قيمة إضافية Added Value على الخبر الصحفى حتى تتمكن من تقديم مادة إخبارية مختلفة عما قدمته الصحف الورقية المنافسة والمواقع الإخبارية الأخرى".

ويؤكد رئيس التحرير التنفيذى لصحيفة المصرى اليوم أن صحيفته دائماً ما تسعى إلى تعميق المادة الخبرية قبل نشرها، إما من خلال إضافة تصريحات جديدة لمصادر مختلفة، أو بإضافة معلومات جديدة ترتبط بمسببات الحدث أو تداعياته، أو بالجمع بين أكثر من خبر تجمع بينهم نقطة مشتركة وصياغتهم فى تقرير إخبارى واحد برؤية جديدة وبعنوان مختلف، " لابد أن تقدم الصحيفة المطبوعة قيمة مضافة Added value على الخبر الصحفى ، والهدف دوماًهو تحقيق الثراء فى الخبر وزيادة حجم معلوماته وجعله قادرعلى منافسة الآخرين".

ويضيف **الزلاقى:** "مع ذلك نجد صعوبة فى التميز فى الجانب الخبرى فقط فى ظل الانتشار الواسع للمواقع الإلكترونية وصحافة المواطن التى برز دورها فى الإعلام الإجتماعى "، إذ يشير الخبير إلى نمو دور صحافة المواطن Citizen Journalism فى مواقع التواصل الإجتماعى، مؤكداً على أن الحدث صار يصل إلى علم المواطن العادى الذى يقوم بالنشر بالصوت والصورة ومشاركته للآخرين على مواقع التواصل الإجتماعى ليصل إلى ملايين القراء قبل أن يصل إلى علم المؤسسة الصحفية نفسها،

" كثيراً ما تلتقط المصرى اليوم الخيط من مشاركات المواطن على مواقع التواصل الإجتماعى".

كما يرى رئيس التحرير التنفيذى لصحيفة المصرى اليوم أنه لابد من إعادة تعريف الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة، ويصبح دورها تقديم كل ما يتعلق بالخبر

وكل ما يحيط به، وينتهى دورها فى تقديم الخبر البسيط المجرد، يقول **الزلاقى:** " على الصحيفة الورقية التى تطل على القارئ مرة واحدة يومياً أن تقدم محتوى يليق بها، ويتضمن قيمة واضحة تدفع القارئ إلى شراء الصحيفة، لا بد أن تعيد الصحيفة المطبوعة استثمار الأخبار الواردة إليها والتفكير فى محتوى إخبارى يناسب الوسيط، ومن ثم تضمن الصحيفة المطبوعة إقبال الجمهورعليها، ومواجهة منافسة الوسائط الإعلامية الأخرى".

فيما يرى **محمد الباز** أن الوظيفة الإخبارية تعنى نقل الأحداث من أمكان انتاجها إلى أماكن استهلاكها ، وإحاطة المواطن علماً بالحدث بكافة جوانبه وبشكل شامل، ولهذا اعتبر أن المواقع الإخبارية تقدم وظيفتها الإخبارية بشكل منقوص ، فهى تقدم أخبارفى صورة رسائل قصيرة ، ذات وظيفة إخبارية هزيلة وغير كافية، فى حين تقدم الصحيفة الورقية الخلفيات ، واعتبر **محمد الباز** أن الصحيفة الورقية لا تقدم أخباراً بقدر ما تقدم معلومات عن الأخبار، مشيراً إلى أن القارئ لا ينتظر من الصحيفة المطبوعة معرفة الحدث، ولكنه ينتظر منها معلومات عن الحدث.

فى حين رأى **إسلام عفيفى** ضرورة أن تعمل الصحيفة المطبوعة على تنمية الخبر وإضافة إليه ردود الأفعال المختلفة ، مؤكداً على أنه لم يعد دورالصحيفة الورقية نشر الخبر البسيط بل تقديم قصص إخبارية متعمقة تتضمن جميع أبعاد الحدث.

كما أكد **عفيفى** على الدور الإخباري للصحيفة فى مساعدة القارئ على تحديد خياراته واتجاهاته ، فالخبر الصحفى يساعد القارئ على تحديد مواقفه سواء كانت السياسية أو الإجتماعية أو الإقتصادية.

ويتفق **عصام كامل** مع من سبقوه على اختلاف الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة عن الأخرى الخاصة بالمواقع الإخبارية، مشيراً إلى أن ظهور وسيط إعلامى جديد قد أدى بطبيعة الحال إلى ظهور معايير جديدة حاكمة لوظائف هذا

الوسيط، واعتبر رئيس تحرير موقع وجريدة فيتو أن تقديم الموقع الإخبارى لما يعرف بالخبر السطرى أو الخبر الناقص فى الوقت الذى مانزال فيه الصحيفة المطبوعة تلتزم بتقديم المحتوى الإخبارى مكتمل العناصر هو خير دليل على اختلاف الوظيفة الإخبارية فى الوسيطين، **ويضيف :** " صار للوظيفة الإخبارية الخاصة بالصحيفة المطبوعة لون مختلف يعتمد على قدرة العاملين على الإبداع، واعتبار ما تقدمه المواقع الإخبارية وغيرها من وسائل البث المباشر مجرد خلفية لما ستقدمه الصحيفة المطبوعة من محتوى إخبارى".

كما يؤكد **عصام كامل** على أن المحتوى الإخبارى الخاص بالصحيفة المطبوعة لابد وأن يجيب عن سؤال (وماذا بعد؟)بالإضافة إلى التركيز على البعد الإنسانى من الحدث إن وجد.

ويشير **كامل** إلى ضرورة أن ينتبه العاملون بالصحيفة المطبوعة إلى خطوط إنتاج الخبر الصحفى ، وقد صنفها إلى صنفين ، إما أن تكون خطوط انتاج خاصة بالمنطقة السوداء أو خطوط إنتاج خاصة بالمنطقة البيضاء، يقول: " على المحرر الصحفى الخاص بالصحيفة المطبوعة أن يحدد وجهته – ومن ثم لون الخبر– قبل صناعة الخبر الصحفى تمهيداً لنشره فى الصحيفة المطبوعة" وهو ما يعنى تجنب نشر الخبر الصحفى بصورة مجردة فى الصحيفة المطبوعة.

كما يشير **عصام كامل** إلى انقسام صناع الصحافة فى مصر إلى مؤيدين للصحافة الإلكترونية وأخرين لا يزالون على ولائهم للصحافة المطبوعة ، لكنه يلمس مزيد من الوعى بضرورة المزج بين التجربتين والحفاظ على تواجدهما جنباً إلى جنب.

يرى **محمد فوزى** أن الوظيفة الإخبارية للصحيفة المطبوعة صار عليها تقديم الدور التحليلى والتفسيرى للأحداث، بل وعرض تداعياتها وتبعاتها، مؤكداً على عدم إمكانية تقديم الصحيفة المطبوعة للخبر الصحفى بصورته التقليدية إلا لو كان انفراداً ، "وفيما

عدا هذا فإن الخبر الصحفى بحاجة إلى تعميق ومعالجة حتى يكون جديراً بالنشر فى الصحيفة المطبوعة".

ويؤكد **فوزى** أنه على الصحف المصرية الإهتمام بالأحداث الخارجية ونقلها ومعالجتها بصورة إحترافية ، حتى يصير للصحف المصرية المطبوعة مكانة دولية، كما هو الحال مع الصحف الأمريكية، الأمر الذى قطعاً سيؤثر على حجم توزيعها وانتشارها.

ودعا الصحف المطبوعة إلى إعادة النظر فى سياستها التحريرية، والتماسها التعبيرعن قضايا الناس، والوقوف بجانب الشارع المصرى وليس السلطة أو النظام، يقول الخبير: " لابد أن يشعر القارئ بنوع من الحيوية والتجاوب مع متطلبات السوق".

كما يشدد رئيس تحرير بوابة التحرير على ضرورة إدراك القائمين على الصحافة المطبوعة فى مصر لتفضيلات القراء الجديدة ، مشيراً إلى أن الجمهور المصرى قد قلت اهتماماته بشؤون السياسة وصار إهتمامه أكبر بأخبار الرياضة والمجتمع والفن، بجانب الأخبار الخدمية التى تقدم للقارئ أسعار السلع، وأخبار المجتمعات الإستهلاكية، ومن ثم على الصحيفة أن تقدم هذه الأخباربشكل احترافى تصحبه مادة مصورة.

و اعتبر **محمد فوزى** أن الصحافة كصناعة تقوم على ثلاثة أشياء (أخبار ، معرفة ، ترفيه) مؤكداً على أن الصحيفة المطبوعة فى مصر لا تقدم المعرفة ولا الترفيه، ولكنها تقدم أخباراً مكررة، ويضيف : "إذا لم تقدم الصحف الورقية الجديد وتقرأ احتياجات القارئ وتلبى رغباته وتشبع فضوله لن يكون هناك مستقبل لصحافة الورقية فى مصر".

فيما اعتبر **محمد الدسوقى** أن التفاوت بين الوظيفة الإخبارية فى كلا من الإصدارين المطبوع والإلكترونى يعد جلياً، مؤكداً على أن مهمة تفسير الأحداث هى جانباً مهماً من جوانب الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة، "فمن الضرورى أن يقدم الخبر المطبوع خلفية أو تفسير أو تحليل أو رؤية جديدة"، فى حين اعتبر أن الوظيفة

الإخبارية فى المواقع الإخبارية لا تقدم سوى وقائع حدث ما سياسياً كان أو اقتصادياً أو فنياً.

فى حين يرى **محمد منصور** أن الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة قد تعرضت – فى ظل التطورات التكنولوجية الحديثة – إلى هزة ، يقول مدير تحرير الأهرام المسائى ورئيس الديسك المركزى بالصحيفة: "المنافسة بين الصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام الإلكترونية جعلت الوظيفة الإخبارية بحاجة من القيادات الصحفية إلى إعادة النظر فى تقديمها ، فلم يعد يكفى الإجابة عن الأسئلة الخمسة المعروفة 5w (ماذا؟، من؟، متى؟ ، أين؟، لماذا؟) حتى لو أضفنا إليها الأخت الغير شقيقة الأخرى H (كيف؟) فإن الوسائل الإلكترونية فى ظل تسارع الأحداث ونقل وقائع الحدث لحظة بلحظة جعلت الصحف الورقية فى مأزق ، فعليها أن تقدم ماذا بعد".

ويضيف **منصور:** " فى تصورى قد تتراجع الوظيفة الإخبارية للصحيفة المطبوعة فى ظل المنافسة الشرسة للوسائل الإلكترونية، وعلى الصحافة الورقية أن تعيد النظر فى محاولة تجاوزها حدود الخبر إلى فن التقرير الصحفى ، والتحقيق الصحفى ،و الحوار الصحفى ، بحيث يصبح الخبر الصحفى مدخلاً لمعالجة صحفية أخرى أو شكل أخر من الفنون الصحفية".

لكن على الرغم من دعوة **محمد منصور** القائمين على الصحف المطبوعة إلى الاهتمام بالفنون الصحفية الأخرى التى تعلى من قيمتى التحليل والتفسير إلا أنه أكد على ضرورة بقاء المحتوى الخبرى فى الإصدار المطبوع لأنه سيظل ملجأ لشريحة معينة من القراء ارتبط أعمارهم وفكرهم وتطورهم المعرفى بالصحيفة المطبوعة.

ودعا الصحف المطبوعة إلى تطوير محتواها الإخبارى من خلال تعميق المادة الإخبارية ، مشيراً إلى أن الصحيفة المطبوعة إن لم تفعل ذلك فسوف تقدم مادة لا يقرأها الناس.

فيما اتفق **محمد جلال** مع **محمد منصور** على تراجع الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة مقارنة بالإنترنت، مشيراً إلى أن الصحف المطبوعة بإمكانها أن تعلى من قيمة محتواها الإخبارى من خلال تحليل الأحداث وشرح تداعياتها، لكنه أشار إلى إشكالية يعانى منها المحررون فى الصحف القومية وهى عدم امتلاكهم حرية التعامل مع الخبر الصحفى ، نظراً لجمود نظام العمل داخل هذه المؤسسات والذى يمتد أيضاً إلى العمل التحريرى.

وتساءل الخبير عن الوضع إن لجأت الإصدارات الإلكترونية إلى جذب الجمهور من خلال تقديم خدمات التحليل والتفسير ضمن محتواها الخبرى، وقتها لن يكون لدى الصحيفة المطبوعة آلية للتميز، لكنه عاد وأشار إلى أن اهتمام الصحف المطبوعة بالمواد الخفيفة من الممكن أن يكون حلاً لجذب الجمهور نحوها مرة أخرى.

فى حين يرى **محمد المعتصم** ضرورة أن تتسم الوظيفة الإخبارية التى تقدمها الصحيفة المطبوعة بالعمق الذى تعجز عن توفيره سرعة عرض الخبر على الموقع الإخبارى، يقول مدير تحرير صحيفة الوطن: "على الصحيفة المطبوعة أن تقدم فى محتواها الإخبارى صورة مختلفة مغايرة لما سبق وأن رآها الجمهور على المواقع الإخبارية وعلى الفضائيات، وعلى الصحيفة المطبوعة أن تتجاوز الوظيفة الإخبارية التقليدية وتقدم ماوراء الخبر حتى يجد القارئ مبرراً لشراء الصحيفة المطبوعة".

فيمايرى **هيثم دبور** أن مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة هو إجراء تحليل جيد ومتعمق للأحداث عن طريق تقديم تقارير وقصص إخبارية مفصلة، وتحقيقات استقصائية ، واعتبر أنه لم يعد مطلوب من الصحيفة المطبوعة تقديم الخبر الصحفى وفقط، بل صار عليها مسؤولية تحليله وتفسيره ومناقشة تداعياته المختلفة، واصفاً هذا الدور بجوهر الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة، كما أكد **دبور** على أن المفهوم الجديد للوظيفة الإخبارية هو الذى ساعد بعض الصحف المطبوعة

على التواجد خلال الأربع سنوات الماضية ، لكنه عاد وأشار إلى أن هذا الأمر لن يشفع لاستمرار الوسيط المطبوع إلا إذا استطاعت تلك الكيانات الخروج من المأزق الإقتصادى التى تعيش فيه، يقول مدير تحرير بوابة الوطن: " تحسين اقتصاديات الصحيفة تسبق أهميتها تطويرالمحتوى، فحتى لو استطاعت الصحيفة المطبوعة تطوير محتواها الإخبارى فلن ينجح هذا فى جذب القراء بدون تخفيض سعر الصحيفة، فالقارئ ليس لديه رفاهية تكبل ستين جنيهاً (٦٠ جنيهاً) شهرياً لمتابعة الصحيفة، ولن تتمكن المؤسسات الصحفية من الخروج من أزمتها الاقتصادية سوى بالبحث عن مصادر دخل اخرى غير عوائد بيع الصحف"

هذا وقد اتفق جميع الخبراء المنتمين إلى فئة المدربين الصحفيين على تغير مفهوم وظيفة الإخبار التى تقدمها الصحيفة المطبوعة وذلك فى ظل منافسة الوسائل الإلكترونية خاصة الإنترنت.

اعتبر **ياسر عبد العزيز** أن تواجد الوظيفة الإخبارية للصحيفة المطبوعة صار محل شك، خاصة بعد انتقال الصحيفة المطبوعة من المركز الأول فى قائمة الوسائل الإعلامية التى يعتمد عليها الجمهور فى استقاء الأخبار إلى مركز متأخر بين سائر الوسائل الإعلامية الإلكترونية الأخرى، ومن ثم-طبقاً للخبير- تعرض مركز الصحيفة المطبوعة كمصدر للأخبار إلى تهديد كبير، وصار عليها تطوير دورها الإخبارى وإعادة تعريفه، إذا ما أرادت أن تبحث لها عن مكان ضمن لائحة الوسائط الإعلامية التى يتعرض لها الجمهور.

وقد أجمل **ياسر عبد العزيز** التحولات التى طرأت على الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة فى النقاط التالية:

١- أن يتم صياغة الأخبار فى قالب القصة الخبرية وهو الفن الصحفى الذى يراه الخبيرانعكاس للمفهوم المتكامل للتغطية الإخبارية العميقة، وفيها لا يكتفى

المحتوى الإخبارى بالإجابة عن الأسئلة الستة المعروفة 5W&H (من؟، ماذا؟، متى؟، أين؟، لماذا؟، وكيف؟) ولكن على القصة الإخبارية التى تقدمها الصحيفة المطبوعة أن تقدم اجابات عن الأسئلة التالية: (بأى خلفية؟، وفى أى سياق؟، وبأى تداعيات ممكنة؟) بجانب الأسئلة التقليدية، ويضيف **ياسر عبد العزيز:** "مستقبل الصحيفة المطبوعة يكمن فى زيادة عدد الأسئلة الرئيسية التى تجيب عليها القصة الإخبارية لتصبح (3+6) بدلا من (٦)".

٢- الأمر الثانى من وجهة نظر الخبير هو تقديم الصحيفة المطبوعة للأخبار التى تمثل إنفراداً، بمعنى تقديم للقراء حقيقة إخبارية أو واقعة إخبارية لا يتم بثها عبر الوسائط الأخرى.

٣- يؤكد **ياسر عبد** العزيز على عدم صلاحية الأشكال والصيغ الخبرية الكلاسيكية فى الصحيفة المطبوعة ، فالخبر المعتاد الذى يبدأ ب" قال، جاء، أوضح ، أضاف، جاء ذلك" أصبح غير وارد وجوده فى الصحيفة المطبوعة، يقول الخبير: " إن الأخبار التى تصل إلى الصحيفة الساعة ١٢ أو الواحدة ظهراً وتطبع ليقرأها الناس فى اليوم التالى أو مساء نفس اليوم هى أخبار تم تجاوزها من خلال الوسائط الإلكترونية، ولهذا على الصحيفة المطبوعة اللجوء إلى القصة الخبرية والأشكال التحليلية والتفسيرية".

فى حين وصف **علاء الغطريفى** الوظيفة الإخبارية بكونها أولى أسباب نشأة الصحيفة المطبوعة وتواجدها، معتبراً أن الصحيفة التى تخلو من الأخبار هى صحيفة باردة لا تجذب لها الجمهور، ولكنه أضاف أن الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة فى ظل منافسة الإنترنت بحاجة على إعادة تعريف، يقول **الغطريفى:** " لم يعد الخبر الصحفى هو ذلك الحدث الذى وقع بالأمس وحسب، ولكن هذا الحدث صار المادة الخام التى ستقوم الصحيفة المطبوعة بإعادة تصنيعها واستخلاص الأخبار التى ستكون

جديرة بالنشر، فصارت الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة تقدمها أخبار مصنوعة من قبل العاملين فى الصحيفة، وانتهت وظيفة نشرالأحداث كما هى فى صورة أخبار بسيطة، فهذا النوع من الإخبارأصبح له منصات أخرى".

ويشدد **الغطريفى** على دور الصحيفة المطبوعة فى إدهاش القارئ بما تقدمه له من وظيفة إخبارية، ويقول: " فى ظل تعدد المنابر الإعلامية وتكرار الخبر الواحد فى أكثر من وسيط إلكترونى، لابد أن يحقق الخبر الصحفى المنشور فى الصحيفة المطبوعة الدهشة للقارئ".

ويضيف **الغطريفى** أن الوظيفة الإخبارية للصحيفة المطبوعة لابد أن تساعد القارئ على الفهم وذلك من خلال قيامها بأدوار تحليل وتفسير الأحداث، بالإضافة إلى المعرفة والتسلية والتشارك كما تساعده على اتخاذ القرار،" وإلا كيف سيؤثر الخبر على حياة الناس؟ ، و لماذا سيقبل القارئ على الصحيفة المطبوعة؟"

فيما شبه **خالد البرماوى** الخبر الصحفى بالمنتج سريع التلف، وإنطلاقاً من هذا دعا الخبير الصحف المطبوعة إلى التوجه نحو مستوى جديد ومختلف فى معالجة المواد الخبرية، يقول : "على الصحف الورقية أن تقدم كواليس الأخبار والأسرار والمعارك الخفية والتفاصيل، مع وضع عنواين مختلفة، فمن المفترض أن ينتهى المنتج الخبرى بشكله التقليدى من على صفحات الصحيفة المطبوعة، و بلا راجعة"، كما أكد على ضرورة اهتمام الصحيفة المطبوعة بالمحتوى الخدمى والترفيهى فى تغطيتها الإخبارية.

واتفق المدربون الثلاثة على عدم وعى الصحف المطبوعة المصرية بهذا التغيير الذى فرضه متطلبات العصر الرقمى الجديد على مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة فى إشارة إلى أن معظم الصحف المصرية المطبوعة ما تزال

تقدم المنتج الخبرى التقليدى، وهو ما اعتبروه السبب الرئيسى وراء تراجع حجم مبيعات النسخ المطبوعة فى مصر.

فى ضوء ما سبق يظهر اتفاق جميع أفراد العينة من القائمين بالإتصال والخبراء بفئتيهما الأكاديميين والمدربين على ضرورة حدوث تغيير فى مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة استجابة لانتشار الوسائل الإلكترونية التى تقدم البث المباشر للأحداث لحظة بلحظة، والتى أزاحت فرصة الصحيفة المطبوعة فى المنافسة على تقديم المحتوى الإخبارى المجرد، واعتبروا أنه لم يتبقى للصحيفة المطبوعة – حتى تحافظ على مكانتها بين الوسائل الإلكترونية – سوى القيام بأدوار تحليل وتفسير الأحداث وشرح تداعياتها وتوابعها فى شكل قصص إخبارية وتقارير إخبارية على أن ينتهى شكل الخبر البسيط من الصحيفة المطبوعة، اللهم إلا فى حالات الأخبار الخاصة التى تنفرد بها الصحيفة المطبوعة عن سواها من الإصدارات الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية.

الخاتمة:

يواجه كل من مفهوم الخبر الصحفى ووظيفته مجموعة من التحولات التى طرأت كنتيجة للتطور التكنولوجى وظهور العديد من المنصات الإعلامية التى تعتمد بشكل أساسى على شبكة الإنترنت.

وقد استطاعت الباحثة من خلال هذا البحث أن تتوصل إلى تعريف جديد للخبر الصحفى، وأن تصيغ مفهوماً جديداً للوظيفة الإخبارية التى ينبغى على الصحيفة المطبوعة أن تقدمها.

إن الإتجاه الجديد الذى تقترحه الورقة البحثية فى تعريفها لكل من الخبر الصحفى و الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة يصبو إلى خلق قاعدة معرفية مكونة من

مواد إخبارية تمكن المواطنين من تحديد إختياراتهم السياسية والإقتصادية والإجتماعية فى ضوئها.

واستطاعت الباحثة بمساعدة نخبة من الخبراء وبعد الإطلاع على كم غير قليل من البحوث والأدبيات النظرية العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع الدراسة، أن تتوصل إلى تعريف جديد للخبر الصحفى، وهو: "**معلومات جديدة تساعد القارئ على اتخاذ قرار جديد ماس بحياته تنشرها وسيلة إعلامية تتمتع بنوع من الإنتشار الجماهيرى**"، كما أمكن تحديد مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة على النحو التالى: "**تفسير وتحليل الأحداث الهامة ومساعدة القارئ على إتخاذ قرار بشأنها.**"

وفى ظل مفهوم الوظيفة الإخبارية الجديد صار على المادة الخبرية المنشورة فى الصحيفة المطبوعة تقديم إجابات على عشرة أسئلة هى : **(ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟ لماذا؟ كيف؟ ما هى خلفية الحدث؟ ما هى تداعياته على الشارع المصرى؟ ما هى ردود أفعال الأطراف المعنية بالحدث؟ ما هى التوقعات التى ستنشأ حياله؟)**

وقد أجرت الباحثة دراسة ميدانية من خلال مجموعة من المقابلات المتعمقة المقننة مع عينة عمدية من القائمين بالإتصال وخبراء الصحافة من الأكاديميين والمدربين الصحفيين ممن لا تقل عدد سنوات خبرتهم عن ١٥ عاماً وذلك سعياً منها للتوصل إلى مدركاتهم نحو التحولات التى طرأت على مفهوم الخبر الصحفى ووظيفته فى ظل التحول الرقمى.

واستطاعت الباحثة فى سعيها الحثيث نحو تحقيق ذلك التوصل إلى النتائج التالية:

أولاً: اتفق القائمون بالإتصال والخبراء على تفاوت أساليب كتابة الخبر الصحفى فى الصحيفة المطبوعة عنها فى الصحيفة الإلكترونية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **William(٢٠٠٥)** [٣٩] إذ توصلت الدراسة إلى أن محررى المواد الإخبارية بالصحف الإلكترونية أقل إهتمام بعنصرى التفسير والتحقيق والمعارضة والعكس وجدته الدراسة لدى العاملين بالصحف المطبوعة.

ثانياً: رأى الخبراء أن المحتوى الإخبارى المنشور على الصحف الإلكترونية يفتقد إلى المعايير المهنية المعتبرة فى كثير من الأحيان، نظرا لإمكانية الحذف والتعديل بعد النشر ومن ثم التغاضى عن بعض المعايير المهنية كالدقة والاسناد.

وقد أكدت دراسة **Hazel (١٩٩٨)** [٤٠] على أن الثورة الهائلة فى سرعة تدفق المعلومات التى أحدثتها شبكة الإنترنت تطرح قلقاً حول مدى التحكم فى المعلومات ، فغياب آلية التحكم فى المعلومات المتدفقة عبر الإنترنت أوجدت مشاكل متعلقة بمدى دقة المعلومات .

فيما يقر **William(٢٠٠٥)** [٤١] بأن ظهور الإنترنت كمصدر إخبارى لفت أنظار الباحثين الى ما اعتبروه شكل جديد للصحافة، وأول ما لاحظوه هو أن السرعة التى يجلب بها الصحفيون المواد الإخبارية تزيد من فرصة تواجد محتوى غير دقيق وهو ما قد يدمر مصداقية الإنترنت كوسيلة إعلامية .

و ترى الدراسة أن سرعة نشر الاخبار على الانترنت قد تقلل من دقة المحتوى فالهم الأول لدى صحفيى الانترنت هو نشر الخبر وليس التحقق من مصداقيته ، وهو عكس الحال فى الصحف المطبوعة حيث يكون لدى الصحفيين فرصة للتحقق من مصداقية الخبر حتى يحين موعد الطبع ، والنتيجة تزايد فرص تواجد محتويات غير دقيقة وهو ما قد يدمر مصداقية الإنترنت كوسيلة إعلامية، بالاضافة إلى غياب ألية محددة تضمن للوسيط الالكترونى الإلتزام بالمعايير والقيم الصحفية.

ثالثاً : دعا كل الأكاديميين المنتمين إلى عينة الدراسة وأغلب القائمين بالإتصال إلى ضرورة ثبات المعايير المهنية لنشر الخبر الصحفى فى الأخبار المنشورة فى الصحف المطبوعة والأخرى المنشورة فى الصحف الإلكترونية ، وحددوا معايير : " الدقة والمصداقية والتوازن " كمعايير مهنية محددة لنشر المواد الإخبارية بصفة عامة.

رابعاً: اتفق القائمون بالإتصال والخبراء على انتهاء عصر نشر الأخبار البسيطة فى الصحف المطبوعة ، فى مقابل صياغة المادة الخبرية فى الشكل الفنى للتقرير الإخبارى أو القصة الإخبارية.

خامساً: اتفق القائمون بالإتصال والخبراء على أفضلية نموذج غرف الأخبار المدمجة التى تنتمى للمؤسسة الإعلامية الواحدة وتبث محتوى إخبارى إلى الوسيط المطبوع والوسائط الإلكترونية الأخرى (الإنترنت والإذاعة والتلفزيون وتطبيقات الهاتف المحمول)، لما يحققه هذا النموذج من ترشيد النفقات وتوحيد الرؤية الخاصة بالمؤسسة الصحفية.

وقد أظهرت إحدى الدراسات إلى أن إثنين من أصل ثلاثة من المؤسسات الإعلامية سواء كانت صحف أو قنوات تلفزيونية تقوم بإشراك غرف أخبارها مع فريق عمل منتمى إلى مواقع إخبارية[٤٢].

فيما أشارت كتب ودراسات إلى توجه الكثير من الصحف الأمريكية والبريطانية إلى تطبيق نموذج غرف الأخبار المدمجة كصحف " النيويورك تايمز" و" الواشنطون بوست" و" الشيكاغو تريبيان" و " يو إس إيه توداى" و " لوس أنجلوس تايمز"و" الديلى تليجراف" و التايم البريطانية" و هيئة الإذاعة البريطانية" بى بى سى" وصحيفة "كلارين" الأرجنتينية.

سادساً: يتطلب تطبيق نموذج غرف الأخبار المدمجة وجود محررين صحفيين مؤهلين ويتقنون أساليب الكتابة للوسائط الإعلامية المختلفة.

سابعاً: اتفق القائمون بالإتصال والخبراء على حاجة القائمين بالإتصال بالصحف المطبوعة إلى تدريب وتأهيل بحيث يمتلكون أدوات الكتابة لأكثر من وسيط بالإضافة إلى الإلمام بالجديد فى أسلوب كتابة المواد الإخبارية للصحف المطبوعة، والتطورات التكنولوجية.

وفى السياق نفسه أكد **أحمد على شعراوى** على ضرورة الإعتماد على الصحفيين المؤهلين أكاديمياً لممارسة العمل الصحفى، على اعتبار أن التطورات التى طرأت على العمل الإعلامى لم يعد يكفيها أصحاب المواهب، وصار السوق الصحفى حاجة إلى كادر بشرى مؤهل يتقن أساسيات العمل الإعلامى، وملم بمفردات وأدوات مهنته ولديه القدرة على التطور واستيعاب التطورات شبه اليومية التى تطرأ على العمل الإعلامى[٤٣].

ثامناً: لابد أن يتمتع القائم بالإتصال فى الصحافة المصرية بالقدرة على العمل للوسائط الإعلامية الثلاث المقروءة والمسموعة والمرئية ومتمكناً من الأدوات التى تتيح له ذلك، وأن يؤمن بأن العصر الرقمى لم يعد يتضمن أى فصل فيما بينهم، وذلك فى ظل دمج غرف الأخبار الخاصة بالصحيفة المطبوعة والإصدارات الإلكترونية الأخرى، وهوما يتطلب صحفى متعدد المهام Multi Tasks Journalist ".

وقد دعا **سليمان صالح** إلى ضرورة تدريب الصحفيين على معايشة الأحداث والتحلى بالمهارات التى يفرضها العصر الرقمى والتطور التكنولوجى بما فيه النشر على الإنترنت بكافة أشكاله ووسائطه[٤٤].

تاسعاً: اتفق الخبراء على ضرورة خضوع مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة إلى نوع من التحديث وإعادة التعريف استجابة لانتشار وسائل الإعلام

الإلكترونية خاصة الإنترنت وانتشار المواقع الإخبارية وتدخل مواقع التواصل الإجتماعى بدور فى نشر الأخبار ، وصار على الصحيفة المطبوعة القيام بدور تفسير وتحليل الأحداث والكشف عن خلفياتها وتداعياتها والشخوص المرتبطة بها وذلك فى إطار تقديم الوظيفة الإخبارية الجديدة للصحيفة المطبوعة.

وتتوافق هذه النتيجه مع ما أوصى به **سليمان صالح** القائمين على الصحف المطبوعة قائلاً: " لا بد من البحث عن شخصية متميزة للصحافة المطبوعة من خلال تطوير خدماتها الاعلامية وينبغى التأكد أن هذه الخدمات تنفرد بها الصحافة المطبوعة عن غيرها من الوسائل مع التحرر من التقنيات القديمة فى كتابة الأخبار واخراج الصحيفة[٤٥]".

عاشراً: اتفق جميع مفردات العينة على خضوع مفهوم الوظيفة الإخبارية فى الصحيفة المطبوعة إلى نوع من التحول وإعادة التعريف استجابة لانتشار وسائل الإعلام الإلكترونية خاصة الإنترنت وانتشار المواقع الإخبارية وتدخل مواقع التواصل الإجتماعى بدور فى نشر الأخبار، ومن ثم صار على الصحيفة المطبوعة القيام بدور تفسير وتحليل الأحداث والكشف عن خلفياتها وتداعياتها والشخوص المرتبطة بها وذلك فى إطار تقديم الوظيفة الإخبارية الجديدة للصحيفة المطبوعة.

قائمة المراجع والهوامش:

[١] أحمد على شعراوى: تأثير منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية فى فن التحرير الصحفى ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ، ٢٠٠٩ ، ص ١٢٦

[2] What is News? The News Manual, a Professional For Journalists & Media.

Available at:

http://www.thenewsmanual.net/Manuals%20Volume%201/volume1_01.htm

Retrieved on 21 November 2019

[3] Linda Peters, The New Interactive Media: One- To- One, But Who To Whom, **Marketing Intelligence& Planning**, 1998, Vol. 16, No. 1, PP. 22-30

Available at:

http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/02634509810199472

Retrieved on 21 Nov 2019

[4] McAdams Melinda, **Holding the Medium**, Quill, January 1994, PP. 30-34.

[5] Maria Elizabeth Grebe, Shuhua Zhou, and Brooke Barnet, Sourcing and Reporting in News Magazine Programs: 60 Minutes versus Hard Copy, **Journalism & Mass Communication Quarterly** Vol.76, No.2, summer 1999.

[6] C.A. Tuggle & Suzanne Huffman, Live News Reporting: Professional Judgment or Technological Pressure? A National Survey of Television News Directors and Senior Reporters, **Journal of Broadcasting & Electronic Media,** Vol.43, No.4, Fall 1999.

[7] C.A Tuggle & Suzanne Huffman, Live reporting in television news: breaking news or black holes? **Journal of broadcasting & electronic media,** vol.45, no.2, spring 2001.

[8]Ronald Snoeijer, Claes H. De Vreese and Holli A.Semetko: Research Note: The Effects OF Live Television Reporting On Recall And Appreciation Of Political News, **European Journal Of Communication**, Vol.17, No.1, March 2002.

[٩] سمير محمد محمود أحمد: تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئى للصحيفة على إنتباه القراء للأخبار فى إطار نظرية تمثيل المعلومات، رسالة **دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام، ٢٠٠٤.

[١٠] شريف درويش اللبان: الاتجاهات العالمية الحديثة فى استخدامات الوسائل الإلكترونية فى الإخراج الصحفى، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد السابع، يناير/يوليو ٢٠٠٠.

[١١] أحمد زكريا أحمد محمد، العلاقة بين خصائص تحرير النصوص الصحفية واهتمامات الجمهور وإتجاهاته نحو بعض القضايا الداخلية فى مصر، مرجع سابق.

[12] David T.Z. Mindich: The Future Of The Internet: Historical Perspective**, Journalism And Mass Communication Quarterly**, Vol.75, No.1, Spring 1998.

[13] Lames W. Carey: The Internet and the End of the National Communication System: Uncertain Predictions of an Uncertain Future, **Journalism Mass Communication Quarterly**, Vol.75, No.1, Spring1998.

[14] Hazel Dicken-Garcia: The Internet and Continuing Historical Discourse, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.75, No.1, Spring1998.

[15] Vincent Kiernan and Market R. levy, Competition Among Broadcast – Related websites**, Journal Of Broadcasting & Electronic Media**, vol.43, No.2, Spring1999.

[16] Louis Leung and Ran Wei : Seeking News Via Pager : An Expectancy – Value Study , **Journal Of Broadcasting & Electronic Media** , No.3 , Vol.43 , Summer1999 .

[17] Chu-Chu. Sarrina Li, News Media and Market Competition: A Niche Analysis of Television News, Electronic News and Newspaper News in Taiwan. **Journal of Broadcasting & Electronic Media,** Vol. 45, No.2, spring 2001.

[18] Karen Slattery , Mark Doremus , And Linda Marcus , Shifts In Public Affairs Reporting On The Network Evening News : A Move Toward The Sensational , **Journal of Broadcasting & Electronic** vol .45 , No .2 , Spring 2001 .

[19] Nojin Kwak, Marko M.Shoric, Ann E-Williams, and Nathaniel D.Poor, To Broadband or Not to Broadband: The Relationship between High speed Internet and Knowledge and Participation, **Journal of Broadcasting & Electronic,** Vol.48, No.3, Septemper2004.

[٢٠] انظر الدراسات التالية:

- Karen Slattery , Mark Doremus , And Linda Marcus , Shifts In Public Affairs Reporting On The Network Evening News : A Move Toward The Sensational , **Journal of Broadcasting & Electronic** vol .45 , No .2 , Spring 2001
- Vincent Kiernan and Market R. levy, Competition Among Broadcast – Related websites**, Journal Of Broadcasting & Electronic Media**, vol.43, No.2, Spring1999.
- Chris Lamph, the Evolution OF Newspaper of the Future, **CMC Magazine**, July, 1995.
- سمير محمد محمود أحمد: تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئى للصحيفة على إنتباه القراء للأخبار فى إطار نظرية تمثيل المعلومات، رسالة **دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ٢٠٠٤.
- William P. Cassidy: Variations on a Theme: The Professional Role Conceptions of Print and Online Newspaper Journalist: **Journalism & mass communication Quarterly**, Vol.82, No.2, Summer2005.
- Maria Elizabeth Grebe, Shuhua Zhou, and Brooke Barnet, Sourcing and Reporting in News Magazine Programs: 60 Minutes versus Hard Copy, **Journalism & Mass Communication Quarterly** Vol.76, No.2, summer 1999.
- Douglas Ahlers, News Consumption and the New Electronic Media,the Harvard International Journal Press/Politics, 2006. Available at: **http://hij.sagepub.com/content/11/1/29**
- David J. O'Connell John F. McCarthy, and Douglas T. Hall, Print Video or the Ceo: The Impact Of Media In Teaching Leadership With The Case Method**, Journal of Management Education**, Vol.28, 2004.

[٢١] شريف درويش اللبان، الاتجاهات العالمية الحديثة فى استخدامات الوسائل الإلكترونية فى الإخراج الصحفى، **مرجع سابق.**

[22] Stephen Quinn, Stephen Lamble, **Online Newsgathering: Research and Reporting for Journalism**, Elsevier, Inc., 2008, Burlington, P. 2.

[23] Steven Ross, **Change and its Impact on Communications**, New York: Middleburg Euro ESCG, Columbia University Graduate School of Journalism, 2002, PP. 20-21.

[٢٤] أسماء حمدى عبد الحميد قنديل: المعايير الحاكمة للاداء المهنى داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية، دراسة حالة على عينة من الصحف المصرية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥، ص ٣٣.

[٢٥] المرجع نفسه، ص ٣٣.

[26] Amy Christine, Schmitz Weiss, **the Transformation of the Newsroom: The Collaborative Dynamics of Journalist's Work**, 2008, PP. 34- 36.

[27] Dimensions of Culture.

Available at:

http://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/11711_Chapter7.pdf

Retrieved on 12/3/2015

[28]Ibid.

[29]Readership Institute-Impact Study Culture Report: A Profile of the Impact Newspapers and Their Departments, 2000.

Available at:

http://www.readership.orge/culturemanagement/culture/data/final/culturereport.pdf

Retrieved on 15/3/2015

[30]Ibid.

[31] Readership Institute-Impact Study Culture Report: A Profile of the Impact Newspapers and Their Departments, 2000, Op. cit.

Availableat:**http://www.readership.orge/culturemanagement/culture/data/final/culturereport.pdf**

Retrieved on 15/3/2015

[٣٢]على عبد الرازق جبلى:**استراتيجيات دراسة المستقبل... الأسس المعرفية والمنهجية**، دار المعرفة المنهجية، ٢٠٠٧، ص ص ١٢٥- ١٢٦.

[٣٣] محمد عبد الحميد: **البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية**، المرجع نفسه، ٢٠٠٠، ص ٢٧٨.

[٣٤] للإطلاع على قائمة الخبراء انظر الملحق رقم ٣

[٣٥] أ إسلام عفيفى

أ إيهاب الزلاقى

أ خالد صلاح

أ عبد الجواد أبو كب

أ عصام كامل
أ مجاهد خلف
د محمد الباز
أ محمد الدسوقى رشدى
أ محمد الدسوقى
أ محمد المعتصم
أ محمد جلال
أ محمد فوزى
د محمد منصور
أ هيثم دبور
[٣٦] د. أمل السيد
أ.د إيناس أبو يوسف
أ.د شريف درويس اللبان
أ خالد البرماوى
أ علاء الغطريفى
د محمد حسام الدين مصطفى
أ.د محمود علم الدين
أ ياسر عبد العزيز
[٣٧] خالد صلاح
محمد الدسوقى رشدى
عبد الجواد أبو كب
مجاهد خلف
إيهاب الزلاقى
إسلام عفيفى
محمد فوزى
محمد الدسوقى
محمد منصور
محمد جلال
محمد المعتصم

[٣٨] عدا محمد الباز رئيس التحرير التنفيذى لصحيفة البوابة، وعصام كامل رئيس تحرير صحيفة فيتو.

[39] William P. Cassidy: Variations on a Theme: The Professional Role Conceptions of Print and Online Newspaper Journalist: **Journalism & mass communication Quarterly**, Vol.82, No.2, Summer2005.

[40] Hazel Dicken-Garcia: The Internet and Continuing Historical Discourse, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.75, No.1, Spring1998.

[41] William P. Cassidy: Variations on a Theme: The Professional Role Conceptions of Print and Online Newspaper Journalist: **Journalism & mass communication Quarterly**, Vol.82, No.2, Summer2005.

[42] Steve Ross , **Change and its Impact on Communications**. New York: Middleberg Euro ESCG and Columbia University Graduate School of Journalism, 2002, PP. 20-21.

[٤٣] أحمد على شعراوى: تاثير وسائل الإعلام الإكترونية على فنون التحرير الصحفى، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٥٢٩.

[٤٤] سليمان صالح: مستقبل الصحافة المطبوعة فى ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثالث عشر،اكتوبر/ديسمبر ٢٠٠١.

[٤٥] المرجع نفسه.