



*Corresponding author:

Salam Zagher SajatUniversity: Imam Al-Kadhim
College (Peace be upon him) for
Islamic Sciences, Wasit

Email:

[Salam.zaghir@alkadhum-
col.edu.iq](mailto:Salam.zaghir@alkadhum-col.edu.iq)**Keywords:**press release - news
indication - websites.**ARTICLE INFO****Article history:**Received 5 Jan 2022
Accepted 4 Apr 2022
Available online 1 July 2022**Formation Indicators of News' Connotations in
Websites****Analytical Study of Political News given by Iraq
News Agency****A B S T R U C T**

The status of press news comes from the fact that it constitutes the first and basic element in feeding news websites and is considered their backbone. We cannot say that there are news websites in which the news is the basis for their existence. Moreover, the press news represents the forefront among other journalistic arts article, report, column, and therefore represents an essential element in the media process, whether in the field of print journalism, audio radio, or websites. The news represents an important aspect of the new media space in our contemporary world, and the problem of our research lies in knowing the indicators of building news significance in the websites of the (Iraqi news agency) . The objectives of this study is summarized in revealing the knowledge of the news content of the press release on the websites, working on making the press release on the website, as well as studying the templates for editing the press release. The results of the research revealed that the news significance on the website of the (Iraqi news agency) website and the verbs used and the picture got the first place the results of the research also revealed that the press release was made according to the data collection required in the first place.

© 2022 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/>

**مؤشرات بناء الدلالة الاخبارية في المواقع الإلكترونية
(دراسة تحليلية للأخبار السياسية في وكالة واع) الإخبارية**

م.م سلام زغير ساجت - كلية الامام الكاظم (ع) للعلوم الاسلامية اقسام واسط
الخلاصة:

تأتي مكانة الخبر الصحفي من كونه يشكل العنصر الاول والاساس في تغذية المواقع الإلكترونية الاخبارية ويعد بمنزلة عمودها الفقري، إذ لا يمكن أن نقول إن هناك مواقع إلكترونية أخبارية يكن الخبر فيها أساساً لوجودها، فالخبر الصحفي يمثل الصدارة بين الفنون الصحفية الأخرى (المقال، التقرير، العمود)، ومن ثم يمثل عنصراً أساسياً في العملية الإعلامية سواء في مجال الصحافة المقروءة أو الإذاعة المسموعة أو المواقع الإلكترونية، إذ تمثل الأخبار جانباً مهماً في فضاء الإعلام الجديد في عالمنا المعاصر، وتكمن مشكلة بحثنا في معرفة مؤشرات بناء الدلالة الاخبارية في المواقع الإلكترونية في وكالة (واع) الاخبارية، وتتلخص اهداف دراستنا بالكشف عن معرفة مضامين الدلالة الاخبارية للخبر الصحفي في المواقع الإلكترونية، والعمل على صناعة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني وكذلك دراسة قوالب تحرير الخبر الصحفي، وقد افرزت نتائج البحث أن الدلالة الاخبارية في الموقع الإلكتروني لموقع وكالة (واع) قد حصلت

الافعال المستخدمة والصورة على المرتبة الاولى وكشفت نتائج البحث ايضاً أن تم صناعة الخبر الصحفي على وفق جمع البيانات المطلوبة بالمرتبة الاولى.
الكلمات الافتتاحية : الخبر الصحفي – الدلالة الاخبارية - المواقع الالكترونية .

المقدمة : أن التطور التكنولوجي والعلمي الكبير فتح افقاً واسعاً للمواقع الالكترونية الاخبارية والتي وظفت هذا التطور التقني على نطاق واسع في تحديث مصادر المعلومات ومرونة الاصدار في اوقات وأمكنة مختلفة وكذلك اصبح بالإمكان الوصول الى المواقع الالكترونية الاخبارية بجميع الاوقات ، ويأتي هذا البحث بوصفه إسهاماً جاداً جادة للولوج في هذا المعترك المهم في عالم "الخبر الصحفي"، ويصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تسعى إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة وتحليلها بهدف الحصول على معلومات دقيقة تمكن الباحث من استخلاص استنتاجات ودلالات تفيد في إمكانية الوصول إلى مقترحات بشأن تطويرها. وقد اعتمدت هذه الدراسة على تحليل المضمون ، وهو أداة الموضوعي المنظم الذي يمكن الباحث من الوصف الدقيق لمضمون المادة الاخبارية في المواقع الالكترونية ، وقام الباحث بتقسيم هذه الدراسة على ثلاثة فصول تضمن الفصل الأول منها الإطار المنهجي للبحث ، والفصل الثاني المفاهيم النظرية للبحث وفيما تضمن الفصل الثالث مؤشرات بناء الدلالة الاخبارية في وكالة (واع) الاخبارية .

الفصل الاول : الاطار المنهجي للبحث

أولاً : مشكلة البحث : بعد التقدم التكنولوجي المذهل الذي حصل تحولات كبيرة في ميادين المعرفة ومنها الاخبار الصحفي والتقارير الصحفية في المواقع الالكترونية الاخبارية ، اذ حصل تحول في الجوانب الفنية الكتابية للخبر الصحفي وبات مفهوم الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني الاخباري موضوعاً للجدل ، الامر الذي حفز الباحث لاختيار الموضوع بغية تحديد اطره الناجمة وقد صاغ الباحث مشكلة بحثه بالتساؤل الرئيسي وهو ما مؤشرات بناء الدلالة الاخبارية في المواقع الالكترونية ، وانبثقت من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية :

1. ما مضامين الدلالة الاخبارية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني ؟
2. كيفية صناعة الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني ؟
3. ما هي قوالب تحرير الخبر الصحفي ؟
4. ما الاشكال الفنية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني ؟

ثانياً : أهداف البحث : يهدف البحث الى معرفة المفاهيم الحديثة الجديد التي باتت معتمدة في كتابة الخبر الصحفي في المواقع الالكترونية التي تبناها الجيل الجديد من الصحفيين، الذين بحثوا على وفق الاساليب والمعايير المتقدمة وقد اوجز الباحث اهداف البحث بالاتي :

1. معرفة مضامين الدلالة الاخبارية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني .
2. الكشف عن صناعة الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني .
3. دراسة قوالب تحرير الخبر الصحفي .
4. الوقوف على الاشكال الفنية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني .

ثالثاً : أهمية البحث : انطلاقاً من ندرة الدراسات العلمية عن موضوع الدلالة الاخبارية في المواقع الالكترونية في وكالة (واع) الاخبارية فإن أهمية البحث تكمن في التقصي عن تطور الدلالة الاخبارية في المواقع الالكترونية ومعرفة انواعها وخصائصها عبر مراحل متعددة ومتنوعة ودراستها من خلال خلاصة التجربة في مجال تطور الدلالة الاخبارية في المواقع الالكترونية، فضلاً عن تحليل الدلالة الاخبارية في المواقع الالكترونية محل الدراسة.

1- أهمية البحث للمؤسسة الاعلامية : أن الاخبار اليوم تمثل جانباً مهماً في عالم الإعلام في عالمنا المعاصر، وتبقى على الدوام هي السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم ذلك الكم الهائل منها الذي تتجاذبه وسائل الاعلام بمختلف أشكالها. أن الخبر يمثل عنصراً أساسياً في المؤسسة الاعلامية ، سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة او قنوات التلفزيون المختلفة وحتى شبكات البث الفضائي. إن صناعة الأخبار واساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطوراً كبيراً في سنوات الأخيرة من القرن الماضي، وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوالبه والشكل الذي يصل به إلى المتلقي .

2- الأهمية العلمية : إن للمواقع الالكترونية الاخبارية الأثر الكبير في التعلم وساعدة هذه المواقع الاخبارية على رسم السياسات المستقبلية والخطط في العلم وإن المستقبل يُعد اليوم من العلوم المهمة، لما يوفره من رؤية شاملة تضع في حسابها معطيات التاريخ وتجارب ناجحة وحقائق علمية، وتبين آليات تغيير الحاضر للوصول إلى مستقبل وساهمت المواقع الإلكترونية الاخبارية بتوسيع نطاق إمكانية تحقيق العديد من الأمور، وأتاحت ملايين الفرص والأفكار للأفراد كما غيّرت أنماط حياة الناس في جميع أنحاء العالم،

حيث أصبح بإمكان الناس الاتصال والتفاعل مع بعضهم البعض من خلال هواتفهم وأجهزة الكمبيوتر المحمولة أينما كانوا، مما غير في نهج الأعمال التجارية وعملياتها، بالإضافة إلى تطوير عملية التعليم.

رابعاً : منهجية البحث : لكي يصبح البحث علمياً يلزمُ على الباحث أن يكون ملتزماً بخطوات المنهج العلمي وطرائقه في البحث حتى يصل الى نتائج أكثر وضوحاً ودقة وهذا الأسلوب يساعد على توحيد الجهود وكذلك اختصار الوقت، ويكون العمل في نطاق البحث المطلوب. (مبارك، 1992، صفحة 19) ومن هنا اعتمد الباحث على الدراسة الوصفية باستخدام أسلوب تحليل المضمون بعد ان وجد انه يتناسب مع الاهداف التي يسعى للبحث للوصول اليها أداة تحليل المضمون بوصفها أداة لجمع الاخبار السياسية وتحليلها في الموقع الإلكتروني الاخباري للتوصل إلى الوصف الكمي والمحتوى للرسالة الإعلامية عبر وكالة (واع) في الموقع الإلكتروني الاخباري على وفق الاتي :

1. اختيار وحدات التحليل : "ينقسم مضمون المادة الإعلامية عبر وكالة (واع) في الموقع الإلكتروني الاخباري على وفق الاتي :

خصائص أو سمات أو أوزان مشتركة بناءً على معايير التصنيف، والتي يتم وضعها مسبقاً على وفق متطلبات الدراسة وأهدافها" (الحמיד، 2004، صفحة 132) ، والمحتوى في إطار عملية التحليل "وهي عبارة عن مجموعة من الوحدات اللغوية يختارها المصدر (الكاتب ، المرسل) بعناية بالغة للتعبير عن الأفكار والمعاني، يستهدف من ذلك توصيلها إلى الجمهور بواسطة تتبع نموذج بناء المحتوى ، و الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عنها، وتوصيلها إلى الجمهور المستهدف بواسطة الموضوع المتكامل أو مفردات النشر والإذاعة ، مثل المقالات والأحاديث والكارتون وغيرها". (الحמיד، 2009، صفحة 135) وهنا يذهب الباحثون والخبراء إلى أن هناك أربع وحدات رئيسية في تحليل المضمون، وهي: (حسين، 2006، صفحة 260)

1- وحدة الكلمة.

2- وحدة الموضوع أو الفكرة.

3- وحدة الشخصية.

4- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية.

وقام الباحث باختيار وحدة الموضوع أو الفكرة، إذ تُعدّ هذه الوحدة أكثر وحدات تحليل المحتوى شيوعاً ، لان اعتماد هذه الوحدة يفيد في عملية تحديد أكثر الفئات استعمال في الكشف عما يبحث عنه المحتوى ، وتم اختيار وحدة الكلمة لمعرفة الأطراف المسؤولة عن الأزمّة، وتم اعتماد معيار التكرار وسيلة للعد والإحصاء.

2. فئات التحليل : "تعد عملية تحديد فئات تحليل المضمون وإعداده أهم خطوة يجب أن يوليها الباحث اهتماماً كبيراً، نظراً لما كشفت عنه بعض الدراسات التي أجريت في مجال تحليل المضمون من أن الإعداد الجيد والواضح لفئات التحليل يؤدي إلى التوصل إلى نتائج عملية وبحثية مثمرة، وفي الوقت نفسه فشلت دراسات تحليلية أخرى في التوصل إلى نتائج ذات دلالة نظراً لعدم التدقيق في إعداد فئات التحليل ووحداته منذ البداية". ويمكن تقسيم فئات التحليل إلى نوعين رئيسيين هما : (حسين، 2006، صفحة 260)

1- فئة الموضوع "ماذا قيل"؟

2-

؟

خامساً : مجتمع البحث وعيّنته : يمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر الذي يستهدفه الباحث في دراسته ومن ثم يقوم على تعميم نتائج الدراسة على جميع مفرداته". (الحמיד، 2017، صفحة 130) وقد عمل الباحث على أن يكون مجتمع البحث في هذه الدراسة هو وكالة (واع) الاخبارية لمدة ثلاثة اشهر وأعتمد الباحث على اسلوب الحصر الشامل خلال المدة احتساباً من (2021/10/1 ولغاية 2021/12/31) ، وكان عدد الاخبار خلال هذه المدة هي (200) خبراً سياسياً في الموقع الإلكتروني وأختار الموقع الإلكتروني لوكالة (واع) الاخبارية نظراً للحسابات الآتية:

1- وكالة اخبارية منتظمة الصدور.

2- حققت هذه الوكالة (واع) الاخبارية في المواقع الالكترونية نسب قراءة كبيرة بالمقارنة مع سائر الوكالات الاخبارية الاخرى في المدة الزمنية نفسها .

3- هذه الوكالة من الوكالات الحكومية الرسمية في العراق .

سادساً : مجالات البحث : انّ تحديد مجالات البحث يعد خطوه اخرى مهمة ومكمله في عملية البحث على وفق خطوات منسقة ومتكاملة: ويتخذ هذا البحث ثلاث مجالات رئيسية ، وهي على النحو الآتي :

1- المجال الزمني : وتم تحديد مدة البحث بمدة زمنية تمتد من (2021 /10/1) ولغاية (2021/12/31) وهي الحدود الزمنية للبحث وقد أختار

الباحث هذه المدة لأسباب عديدة منها: أنها احدث مدة يمكن دراستها، وقد احتوت هذه المدة على مقالات صحفية كثيرة يمكن دراستها واخضاعها للبحث والتحليل .

2- المجال المكاني: المواقع الإلكترونية لوكالة (واع) الاخبارية.

3- المجال الموضوعي : من الخبر الصحفي السياسي في موقع وكالة (واع) الاخبارية واتجاهاتها.

سابعاً : الدراسات السابقة : ان للدراسات السابقة اهمية في البحث العلمي فهي تساعد في عدة امور يأتي في مقدمتها انها تكشف عن اوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسات الجديدة ، وقد عرف حميد جاعد محسن الدراسات السابقة :

1- البحث أحمد سكران العامري ، 1985: تناول هذا البحث موضوع وكالة الأنباء العراقية وأثرها في الحركة الإعلامية في العراق في تلك الحقبة، وأهتمّ البحث بإبراز الدور الإعلامي والصحفي الإيجابي فقط الذي اضطلعت به (واع) في تطوير الصحافة والراديو والتلفزيون في العراق من ثلاثة اتجاهات : الأول أن الوكالة تمكنت بنفسها من الوصول إلى المستويات الفنية والتنظيمية المتقدمة حتى أصبحت بالنسبة للوسائل الإعلامية العراقية الأخرى مصدراً للخبرات المتقدمة، والاتجاه الثاني إن الوكالة قامت بتأمين حاجات الصحف والراديو والتلفزيون من الأخبار السريعة والقصيرة وعن مختلف النشاطات المحلية والعربية والدولية، أما الاتجاه الثالث، فإن الوكالة أخذت على عاتقها دور مركز للتعليم الصحفي والذي يقوم بإعداد وتأهيلهم الملاكات الصحفية. (العامري، 1985)

2- البحث علي أكرم علي (1988): عالجت هذه الرسالة موضوع (واع) والتحكم في تدفق الأخبار والمعلومات في تلك المدة وذلك بوساطة البحث وتحليل النظام الإعلامي الدولي الجديد وتدفق الأخبار والمعلومات انطلاقاً من بدايات هذا النظام، ومشكلة التفاوت التكنولوجي وموقع وكالات الأنباء في النظام الإعلامي الجديد ، وصولاً إلى موضوع (واع) والتحكم في تدفق الأخبار والمعلومات ، سواء أكانت أخبار الوكالات الدولية أو وكالات البلدان الأخرى، وذلك من تحليل الجداول الاحصائية لمعرفة طبيعة هذا التحكم ومعالجته. (علي، 1988) ثامناً: التشابه والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات الأخرى : ركزة هذه الدراسة على معرفة المفاهيم الحديثة الجديد التي باتت معتمدة في مؤشرات بناء الدلالة الاخبارية في المواقع الإلكترونية في كتابة الخبر الصحفي في هذه المواقع التي تنبأها الجيل الجديد من الصحفيين، الذين بحثوا على وفق الاساليب والمعايير المتقدمة. أما في الدراسات السابقة حيث ركزة الباحث (أحمد سكران العامري) على موضوع وكالة الأنباء العراقية وأثرها في الحركة الإعلامية في العراق في تلك الحقبة، وأهتمّ البحث أيضاً على إبراز الدور الإعلامي والصحفي الإيجابي فقط الذي اضطلعت به (واع) في تطوير الصحافة والراديو والتلفزيون في العراق، وتهدف دراسة الباحث (علي أكرم علي) على الموضوعات الاخبارية في (واع) والتحكم في تدفق الأخبار والمعلومات في تلك المدة وذلك بوساطة البحث وتحليل النظام الإعلامي الدولي الجديد وتدفق الأخبار والمعلومات انطلاقاً من بدايات هذا النظام.

الفصل الثاني : (الإطار النظري للبحث) :

أولاً : الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني: أصبح اليوم الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني ليس مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى باهتمام المتلقي بل أصبحت اليوم صناعة الخبر مميزة لها سماتها الخاصة ، وأنّ التطور الاخباري قد وصل الى صياغة الاخبار وقوالبها ولغتها وكذلك اساليبها وطرائق إيصالها الى الجمهور المتخصص أو العام (جواد، 2001، صفحة 11) ، وأصبح الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني اليوم هو من أهم اشكال التحرير الصحفي الى حد أن الصحافة المعاصرة تسميه (صحافة الخبر) والشكل هذا لم يكن يمثل هذه الاهمية الفريدة في صحافة المرحلة الاولى اذ كان للمقال بمختلف انواعه اهمية خاصة لا تقل عن أهمية الخبر ، وأنّ لهذا التطور الأثر الكبير في اللغة التي كانت يكتب بها الموقع الإلكتروني الاخبارية وقد أصبحت كل الاشكال الصحفية السابقة تكتب بلغة أقرب ما تكون الى لغة الخبر بعد ان كان لها اسلوبها المتميز (العزیز، 1998، الصفحات 35-36) . وأنّ عناصر الخبر في الموقع الإلكتروني كثيرة ومتعددة ومرنة تختلف من مجتمع الى اخر ومن موقع الى موقع الكتروني اخرى داخل المجتمع الواحد على ضوء السياسة التي تتبناها المواقع، وان الخبر ظهر مع بداية الحياة الاجتماعية للإنسان وكانت بدايات الخبر على ثلاث مراحل المرحلة الاولى هي رحلة الخبر المسموع التي بدأت منذ العصور القديمة حين عرف المجتمع عملية تبادل الاخبار بوساطة نفخ البوق معلنا حالة الحرب او السلم، وكذلك عرفت العصور القديمة بـ "المنادين " الذين كانوا يجوبون الاسواق والاماكن العامة ليبلغوا المواطنين بأوامر الحكومة وبياناتها والمرحلة الثانية كانت تعرف بالخبر المخطوط وكانت بالنقش على الحجارة والرسم على جدران المقابر، والمعابد والقصور، وبعدها تأتي مرحلة الكتابة على الجلود والاوراق، وتتمثل المرحلة الثالثة بالخبر المطبوع فنستطيع القول بأنها ارتبطت باكتشاف المطابع والتي تم اكتشافها في القرن الخامس على يد العالم " يوحنا جوتنبرج (سعيد، 2005، الصفحات 52-53) إن الحجر الاساس في الصحافة والموقع الإلكتروني الاخباري بشكل عام يعد الخبر الصحفي ، وهو المادة الأولى لكل ما تتناوله المواقع الإلكترونية ، وأنّ الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني يشبع الحاجة الى المعرفة وحب الاستطلاع والغريزي لدى الفرد او الجماعة للتعرف على الأخبار المختلفة ومنها الأخبار السياسية ، وكذلك على أحوال الآخرين والعمل على جمع المعلومات المفيدة عن الطبيعة والانسان والحيوان، ويعتبر الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني هو المعرفة ذاتها وهو الجوهر الحقيقي في الاخبار (مذكور، 2002، صفحة 25).

والحقيقة أنّ مفهوم الخبر ما زال في أيامنا موضعاً للنقاش في مراجعنا العربية ، بل موضعاً للغموض ففي حين استقر المصطلح الغربي على مفهوم جامع للخبر يشتمل على كلّ اجناس المادة الصحفية ذات الطابع الموضوعي التقريري بما في ذلك التقارير الاخبارية والحدث الصحفي والتحقيقات وغير ذلك ، في حين استقر المفهوم الغربي على هذا المفهوم الشامل نجد معظم المؤلفين العرب يناقشون الخبر على أنه جنس واحد فحسب من الاجناس الكتابية الصحفية مقارنة بجناس اخر مثل التقرير والحديث وغير ذلك (حداد، 2002، صفحة 169).

ثانياً : كيفية صناعة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : إن الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني يتلقاه المحرر من عدة مصادر يتولى مسؤولية متابعتها سواء كانت في الادارة أو الهيئة أو المؤسسة وفي اي كيان محدد اخر وهنا يخرج الخبر في شكل تصريح أو اعلان عن حدث معين يهم قطاعاً مهماً بين الناس سواء أكان يختص بالخدمات أو المعاشات أو التأمين الصحي إن كان يخص التعليم ، وهنا قد يأتي الخبر من طريق مندوب صحفي متخصص في الجهة التي يتحمل تغطية انشطتها المختلفة أو من خلال عمل المراسل اذا كان مصدر الخبر من المحافظات أو من خلال وكالات الانباء والمراسلين خارج الحدود اذا كان خبيراً خارجياً والخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني ربما يشارك في صناعته جهد المندوب الصحفي أو المراسل في الاقليم عن طريق الاشتراك مع المصدر في الحوار الذي يتناول قضية معينة أو مجال ما يشغل الراي العام الداخلي فينتج عنه خبر من المهم أن يتعرف عليه الناس وإن الخبر يمكن أن نقوم بصناعته وبثه من رئاسة الجمهورية أو رئاسة مجلس الوزراء ويعلن في بيان رسمي أو يلقيه المتحدث الرسمي لهاتين الجهتين وعند القيام بصناعة الخبر الصحفي يحدد الإطار الخاص به من حيث المعلومات الوارد اليه وعلى اساسها يكون تصنيفه عند رئيس تحرير الصحيفة وهنا يكون خبراً عاجلاً أو مثيراً أو يحمل أخبار الغد وكذلك المستقبل هذا يخضع لطبيعة ونوعية الخبر الصحفي سواء أكان جماهيرياً أو يخدم فقط فئة أو فئات تكون معينة من الجمهور وعلى سبيل المثال في الصحف الكبرى يقدم الخبر الصحفي على عدة اشكال مصنوعة منها الخبر القادم من الجهات

التي بها مندوبون أو مراسلون أو قد يكون من مهارة الاتصال في المصادر وعمق العلاقة معهم فيصبح هنالك الانفراد الاخباري بمعنى تقديم خبر خاص تنفرد به الصحيفة دون غيرها لتحقيق سبقاً صحفياً نتيجة لقوة المحرر الصحفي أو الثقة المتبادلة بين جميع الاطراف والتي تعمل على تحقيق هذا الانفراد للجريدة أو المجلة أو الراديو أو التلفزيون (العزيز، 2016، صفحة 9) أن القيام بجمع البيانات المطلوبة وتحديد طبيعة الخبر المنوي كتابة التقرير الصحفي عنه سواء كان عن حادثة أو القضايا الراهنة التي تشغل الساحة الإخبارية أو تحقيقات في قضايا معينة لأبد من أتباع الخطوات التالية .

- 1- أن يكون في مكان الحدث المتعلق بالخبر حتى يتسنى للكاتب الصحفي أخذ صورة أوضح عما سيكتب عنه.
- 2- العمل على إجراء المقابلات ويعتمد اختيار الأشخاص الذين سنجري معهم المقابلة على طبيعة الحدث (الخبر) وكلما كانت المقابلات بشكل أكثر فإن من شأن ذلك إثراء الخبر أكثر.
- 3- القيام بتفريغ البيانات والمعلومات التي تم تحصيلها على الورق بعد العودة من إجراء المقابلات وحصر ما هو مهم منها.
- 4- القيام ببحث وتقصي عن مدى صحة البيانات التي جمعها مع التأكيد على جانب التدقيق اللغوي لما تمت كتابته. وكذلك هنالك أمور لا بد من الاهتمام بها عند كتاب الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني وهي :-
- 1- كتابة العنوان وهنا يتعين أن تتوفر فيه الدقة والسهولة في فهم مقتضاه مع العمل على استعمال كلمات مفتاحية مأخوذة من قصة الخبر فضالاً عن اعتماد الأفعال القصيرة والنشطة.
- 2- العمل على كتابة ما يمكن وصفه بالجملة التعريفية للكاتب والتي تأتي في سطرين قصيرين أسفل العنوان مباشرة وكذلك في أسفل منها يكتب اسم المكان الذي تم التزود منه بالأخبار بعد ترك ما مقدار سطر أسفل الجملة التعريفية.
- 3- القيام بكتابة الفقرة التعريفية للخبر ، التي تتضمن أهم ما يحتويه الخبر الصحفي.
- 4- العمل على كتابة ما يُعرف بجسم المقال أو الخبر والذي يتضمن الحقائق والوقائع بتفصيلاتها الدقيقة المأخوذة من المقابلات التي أجراها الصحفي باستعمال أسلوب المُخاطب للمجهول (الأسلوب الحياضي).
- 5- العمل على تضمين الاقتباسات التي أُخذت في المقابلات للتأكيد على البيانات المُرفقة ضمن الخبر مع تضمين أصحاب تلك الاقتباسات بعد كل منها.
- 6- لا بد من إدراج أي تداخلات وتعليقات خاصة بالخبر.

الاخذ بنظر الحسيان استعمال أسلوب الكتابة الصحفية الأكثر جدية بالاستعانة عن الأسلوب اللغوي الوصفي والتركيز في الحقائق فقط وبشكل موجز. (وتوت، 2004، صفحة 133)

ثالثاً : أنواع الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : تتوقف أنواع الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني على المعيار الذي يتم التقسيم على أساسه ، وعلى أساس ذلك يمكن ان يقسم الخبر الصحفي الى عدة أنواع ومنها ما يأتي :-

- 1- أنواع الخبر حسب التقسيم الجغرافي : إن معيار هذا التقسيم هو مكان حدوث الخبر أو موطنه وفي الوقت نفسه هو موطن صدور الجريدة ومقرها ، ويقسم الى نوعين هما :-
 - أ- الأخبار الداخلية أو المحلية : وهي الأخبار التي تحدث وتقع في داخل المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة أو الدولة نفسها التي تصدر بها الصحيفة .
 - ب- الأخبار الخارجية : وهي الأخبار التي تقع وتحدث خارج المجتمع الذي تصدر فيه الجريدة سواء كان هذا المجتمع عربياً أو اجنبياً أو عالمياً.

2- أنواع الخبر حسب التقسيم الموضوعي: ويكون هنا موضوع الخبر هو معيار التقسيم فهناك الأخبار المختلفة ومنها السياسية والاقتصادية الرياضية ، الفنية وكذلك الأخبار الأدبية والثقافية حسب تنوع الوقائع المختلفة التي يعرضها الخبر.

- 3- أنواع الخبر حسب التقسيم الزمني: ويحدث هذا التقسيم على أساس الوقت الذي وقعت فيه الأحداث ، إذ يقسم على :
 - 1- أخبار متوقعة : "وهي تلك الاخبار التي يعلم المندوب بوقوعها مقدماً من حيث مكان حدوثها وموعده وكذلك هنالك نوع اخر وهي أخبار غير متوقعة : وهي الأخبار التي لا يعلم المخبر الصحفي عنها شيئاً ولا يتوقع حدوثها (ابراهيم، 1998، الصفحات 20-22) . ومن أهم العوامل التي ساعدت على أنتشار الخبر الصحفي المطبوع في مطلع القرن الثامن عشر هي :-

- 1- ظهور المطابع وانتشارها بشكل كبير في المدن الأوروبية وقيام أصحابها بإصدار النشرات الإخبارية المطبوعة .
- 2- حدوث التطور الكبير والمتسارع في الطباعة بعد ظهور آلة الطباعة الضخمة (روتا تيف) والتي مكنت الصحف اليومية من طبع ما يقارب نحو سبعين الف نسخة في اليوم ، واختراع آلة الكتابة السطرية اللينوتين.
- 3- أنتشار واسع للنشرات الإخبارية المطبوعة نتيجة شغف الشعوب الى معرفة أخبار بعض الأحداث المهمة وتطوراتها في ذلك الوقت، مثل أخبار الاكتشافات البحرية والحرب (نصر، 2009، صفحة 24) وعند كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني يتعين على أي شخص الذي يعمل في مجال الصحافة أن يقوم بالخطوات الآتية حتى يتمكن من كتابة الخبر الصحفي وهي :-

رابعاً : عناصر الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني: إن عناصر الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني هي عبارة عن مجموعة من الخصائص التي يتميز بها الخبر والتي لكن حصرها تاريخياً من ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف والأخبار التي تذييعها محطات الراديو والتلفزيون وكذلك الفضائيات ولا يوجد اتفاق محدد واحد على تسميتها بشكل قطعي فهي في تطور مستمر تختلف باختلاف التوجهات السياسية والاجتماعية والسياسية وكذلك المعتقدات بمعنى أنها قد تكون مختلفة من تعريف اشتراكي الى تعريف ليبرالي الى تعريف الدول المتقدمة عن تعريف الدول النامية وعن تعريف أتباع مدرسة المسؤولية الاجتماعية (ابراهيم، 2019، صفحة 66) ، ويوجد في كثير من الكتب المنهجية التي تدرس في المعاهد والجامعات في العالم عناصر متباينة، فقد ذكر الألماني كاسبر ستيلر في عام 1695 العناصر التالية (الجد والطرفة، قرب المكان، التأثير ، الأهمية ، السلبية) وتتجلى هذه العناصر في طريقة عرض الأخبار في مواقع العالم الثالث إذ يتم إبراز الأخبار الايجابية وإنشاء المشاريع والمصانع وحملات التطعيم ضد الأوبئة ومحو الأمية ونشاطات زعماء هذه الدول كما يتم حجب

أخبار العنف والجريمة والفساد والفضائح والسياسات الخاطئة ، ومن الناحية العملية توجد عناصر أساسية تدخل في تشكيل الخبر وتتكامل داخل هيكله العام بشكل متجانس تعطي خبراً وهي:

1- ان يكون الخبر حقيقياً اي وقع فعلاً : ان تكون المعلومات والوقائع والأسماء والأمكنة والتواريخ والأشخاص أو المؤسسات التي يتناولها الخبر دقيقة بأقصى ما يمكن وان اي خلل في إيراد الواقعة الإخبارية من حيث دقتها يزلزل الخبر أساساً وينسف الثقة لدى الشخص المتلقي بالجهة التي أوردت الخبر.

2- أن يكون مثيراً أو يهم أكبر عدد ممكن من الناس : إن الخبر لا يعطي الوقائع أو الحقائق جامدة أو بلغه روتينية بل انه يهتم بالملاحم المشوقة بخصوص الوقائع التي ينطوي عليها.. ولكي تهتم الأخبار أكبر عدد ممكن من الناس يفترض أن تعبر بالدرجة الأولى عن مصالحهم أو أفكارهم أو عواطفهم وعليه يجب أن تكون الأخبار واقعية تتضمن حقائق ملموسة صلبة قاطعة لكي تكسب اهتمام الناس.

3- ان تكون لغته سهلة لكنها متينة البناء : وتعد هذه الميزة ضرورية للأخبار بما يجعلها قريبة إلى مدارك الناس وعقولهم وعلى العموم فان الصحفيين يكتبون بلغه يفهمها خريج الدراسة المتوسطة تقريباً.

4- الجودة أو الحدائثة : عنصر الجودة أساسي للغاية في الأخبار فالأخبار تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة وتمثل الجدة في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقي (قارئ، مستمع، مشاهد) ، وفي هذا تنافس بين الصحافة في الداخل أو مع الصحافة العربية والأجنبية يكون عنصر الجودة ذا أهمية قصوى لكسب التنافس فالشخص المتلقي يهمل طبعا الصحيفة أو الإذاعة التي تقدم له أخبارا وارده ومعروفه (وتوت، 2004، صفحة 349)

خامساً : خصائص الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : يعد الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني عملية لها عناصرها وتفاعلاتها وأن الخبر الصحفي ليس حدثاً أو إعلاناً عن حدث أو واقعة بسيطة وعليه فان سمة التغيير في الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني تعد أصلية فمن ناحية هو متغير في طبيعته ومن ناحية أخرى أنه يبدأ بموقف معين ليصل عبر سلسلة من الأسباب والنتائج الى موقف متغير تماماً وهناك خصائص مختلفة للخبر ومنها :-

1- الخبر الصحفي وهو معرفة تضيف الى مدركات الفرد ، وهذه المعرفة تعد بالنسبة الى الفرد المتلقي كشفاً لمواطن السمو ، وما يجري من أحداث خارج نطاق عالم الفرد المدرك .

2- إن الخبر الصحفي يحمل معرفة ينبغي أن تكون حقيقية وليست شكلية ، أساسية وليست فرعية ، ترتبط بحجم الحياة في المجتمع وتعلق به .

3- يهتم بما يجري من أحداث في المجالات السياسية والاقتصادية وكذلك الاجتماعية .

4- نسبية الخبر الصحفي ، متفاوتة فإذا كان الخبر هو المعرفة ، فإن المعرفة تعد بطبيعتها نسبية تتفاوت من موضوع الى آخر ومن شخص الى آخر ومن جماعة الى آخر ، وكذلك تتفاوت من صحيفة الى أخرى طبقاً للإمكانات ، والقدرات الذاتية المتاحة لكل صحيفة للقدرة في الوصول الى المعارف الحقيقية في القضايا المطروحة.

5- الخبر الصحفي وسمته الجمعية التي يحملها ، فإذا كان الخبر الصحفي يرتبط بالأمر الجوهري في المجتمع فان ذلك يعني أن ليس كل معلومة تعني فرداً معيناً تتعلق بمسائل من قبيل فلان زار فلان أو سافر فلان الساعة الرابعة مساءً الى غيرها من الأخبار الحياتية التي يتناقلها الأفراد (عبد، الصفحات 25-26-27).

سادساً : مكونات الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني: الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني يتكون من عدة أجزاء أساسية وهي (نصر، 2009، صفحة 22):-

1- المقدمة : هي المدخل الذي يحاول الصحفي بوساطة جذب انتباه القارئ لقراءة الخبر ثم دفعه لقراءة جسم الخبر ، وإن المقدمة هي فقرة مركزة أو عدد قليل من الفقرات التي يمكن أن تقدم تلخيصاً لأهم جوانب الحدث بحيث لا تشتت فكر القارئ لوجود معلومات كثيرة و ان تكون متناسبة مع حجم الخبر ومع مضمونه وهناك أنواع للمقدمة هي :-

أ- مقدمة ملخصة يقدم فيها الصحفي أهم المعلومات التي حصل عليها من جوانب الحدث المختلفة و هي اسهل الانواع .

ب- مقدمة مقتبسة من أحد التصريحات أو الأقوال التي تضمنها الخبر .

ت- مقدمة التساؤلات إذ يطرح الصحفي تساؤلات بشكل حجم الخبر إجابات عليها تستعمل في حالة وجود إجابات على تساؤلات مطروحة .

ث- مقدمة الحوار وهي الاستفادة من التعارض في أقوال المصادر في خلق جو درامي يجذب انتباه القارئ لقراءة الحدث .

ج- مقدمة وصفية تقدم وصفاً للمكان أو الظروف المحيطة التي وقع فيها الحدث .

2- المتن أو جسم الخبر: وهو يتكون من عدد من الفقرات طبقاً لطول الخبر مكانة تكون مرتبه طبقاً لأهميتها .

3- الخاتمة : ليست كل الأخبار بحاجة إلى خاتمة فالأخبار الطويلة المركبة التي تتضمن كثيراً من الحقائق تحتاج إلى هذه الخاتمة و يمكن أن تقدم على أحد الأشكال الآتية :

أ- خاتمة تلخيصية : وهي عبارة عن خاتمة تلخص للقارئ أهم الحقائق التي تضمنها الخبر وأهميتها وتكمن أهميتها في أنها تذكر القارئ بأهم الحقائق التي ذكرت في الخبر .

ب- خاتمة تفسيرية : و هي التي يقدم لها الصحفي تفسيراً للحدث أو لأهم حقائقه .

ت- خاتمة الخلفية : و هي التي تشير إلى جذور الحدث و تعطي معلومات يمكن أن تفيد القارئ في فهم الحدث . (نصر، 2009، صفحة 22)

سابعاً: قوالب تحرير الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : إن للخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني ألية صيغة أو قالب من قوالبه، عنواناً يعرف به وكذلك يدل عليه كتابة العنوان في الخبر الصحفي بحاجة إلى مهارة ويمكن الحصول على هذه المهارة من خلال الممارسة وكذلك طول التجربة غير أن كتابة العنوان يجب أن تتوفر شروط ومنها المطابقة التامة بين عنوان الخبر وموضوع الخبر، فكثير من الصحف تضع عنواناً جذاباً ومثيراً لكن لا توجد له علاقة بالخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني ، وكذلك الإثارة بشرط ألا تعتمد على التهويل الكاذب والخداع الكبير وكذلك القصر، فيجب أن يكون العنوان قصيراً بقدر الإمكان وأن يكون قويّ الدلالة على فحوى الخبر.

- 1- قالب التسلسل الزمني : يعدُّ هذا القالب من أقدم الأشكال الصحفية التي اعتمدها الصحافة في تغطية الأحداث بالشكل الذي وقعت فيه وقد عملت على استعارة هذا القالب من المجالات حيث المقالات فيها تنتم بالطابع السردى الذي يمكن كاتب الخبر البارح من حكاية قصة خبرية جيدة، وحين يكتب تقرير أو خبر في هذا الشكل فإن عناصر الخبر تظهر بنفس التسلسل الذي حدث فيه فالترتيب أو التتابع يعني هنا وضع الأشياء في مكانها منذ البداية حتى النهاية الذي يعمل على تدوين وقائع اجتماع مجلس الأمن مثلاً يستعمل هذا الأسلوب في تدوين الوقائع إن الخبر الذي يصاغ ضمن قالب التسلسل الزمني يكون على الشكل استهلال موجز. انتقال جيد إلى السرد أو الترتيب. (وتوت، 2004، الصفحات 346-347)
 - 2- الهرم المعتدل: هو قالب فني يعتمد على خاصية السرد حسب التسلسل الزمني لوقائع الحدث، بعيداً عن أهميتها ويعدُّ هذا القالب أقرب في عرضه إلى الأسلوب القصصي ويطلق عليه البعض بالقصة الإخبارية ويستعمل قالب الهرم المعتدل في عرض بعض الأحداث الفرعية لحدث من مثل عرض قصة اعتقال شخص ما وسط احتجاجات شعبية ، فالحدث الرئيسي هنا الاحتجاجات بينما قصة الاعتقال تعد حدثاً فرعياً والغرض من عرضها هو بيان كيفية تعامل الجهاز الأمني مع المحتجين بوساطة العرض القصصي لمن تم اعتقاله.
 - 3- الهرم المقلوب: وهذا القالب يكون عكس "الهرم المعتدل" لا يعيد محرر الخبر في "الهرم المقلوب" إنتاج الحدث حسب ترتيب الحدث وإنما يتدخل هذا القالب فنياً في كيفية صياغته وذلك بالاعتماد على ترتيب وقائع الحدث حسب الأهمية فيبدأ بالعناصر المهمة (التي تشكل جزءاً مهماً من مقدمة الخبر) ثم ينتقل في جسم الخبر تدريجياً وبصورة تنازلية من حيث الأهمية لا من حيث ترتيب وقائع الحدث وينتشر قالب الهرم المقلوب الخبيري بكثرة لما يليه من شغف القارئ في معرفة تفاصيل الحدث بأسرع وقت ممكن.
 - 4- الهرم المقلوب المتدرج: يربط بعض الأكاديميين هذا القالب بالصحف الرسمية والنشرات الناطقة باسم الهيئات والتنظيمات والمؤسسات حيث أن قالب الهرم المقلوب المتدرج يرتبط في الغالب بالتصريحات والبلاغات والخطب وكذلك البيانات أو بمعنى أدق كل ما يتعلق بفعل الكلام وهذا القالب يكون مزيجاً بين القالبين السابقين الهرم المعتدل والهرم المقلوب إذ يأخذ التسلسل الزمني من الهرم المعتدل وأهمية الحدث من الهرم المقلوب.
 - 5- القالب التشويقي: يعدُّ هذا القالب نقياً من قالب الهرم المقلوب فإن أهم عنصر في الخبر يأتي في نهايته وليس في البداية ويتم الاحتفاظ بهذا العنصر بينما يشتمل العرض على التمهيد له دون عرضه ويستخدم هذا القالب في الغالب ضمن العرض القصصي المبني على التشويق والإثارة، لا على السرد التراتبي.
 - 6- القالب التجميعي: يعتمد هذا القالب على المحرر لجمع عدة مواضيع وأخبار وأحداث في موضوع واحد يقدم له بمقدمة قصيرة فيما يأخذ جسم الخبر شكل فقرات متساوية تغطي كل منها حدثاً أو خبراً منفصلاً.
 - 7- بيضة الإوزة: يعدُّ هذا القالب أحد القوالب القصصية الكلاسيكية والذي يظهر فيه المشهد الأهم ثم تبدأ الأحداث في الكشف والوضوح وصولاً لمغزى الخبر في نهايته ويحتم هذا القالب على الكاتب وضع المعلومات المهمة في قصته وخلفيات للأحداث التي يتناولها وإيضاحات متفاوتة تجعل من الموضوع وحدة سردية ذات نهاية مشوقة وبداية جذابة أما عرض التفاصيل فيمكن أن يبدأ في أي نقطة ضمن جسم الخبر التي يراها المحرر مناسبة (2014).
- ثامناً : الأشكال الفنية للخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : يتكون الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني من اشكال وأجزاء متعددة ومرنه تختلف من مجتمع إلى آخر وكذلك تختلف من موقع إلى آخرى داخل المجتمع الواحد على اساس السياسة التحريرية لكل موقع ومن هذه الاشكال والأجزاء هي:- (سعيد، 2005، صفحة 52).

- 1- الخبر القائم على سرد الاحداث
 - 2- الخبر القائم على سرد التصريحات
 - 3- الخبر القائم على سرد المعلومات
- وأن الاشكال الفنية للخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني هي المواد التي تقدم تقارير حالية عن أحداث تهم مجموعة كبيرة من الجمهور وللخبر الصحفي أشكال متعددة ومنها :-

- 1- الأخبار القصيرة السريعة : وهي عبارة عن تقارير انية سريعة عن الأحداث المفاجئة تحتوي على العناصر الأساسية للحدث في التركيز ولا تقدم الاجابة الكاملة والشفافية عن كل الجوانب ، وهذه الاخبار عادة ما تنشرها الصحف في صدر صفحاتها الاولى بوصفها نوعاً من ابرز أنماطها المستمرة لتطورات الاخبار الراهنة .
- 2- القصص الاخبارية : وهي عبارة عن تقارير انية سريعة عن الاحداث المهمة وهي تحتوي على التفاصيل وكذلك الجوانب التي يلخصها خبراء الصحافة في الاجابة عن الاسئلة الستة هي (متى ، ماذا ، كيف ، لماذا ، وأين ، من) ولا تترك اي جانب للخبر.
- 3- "خبر قائم على سرد تصريحات : هو الخبر الذي يسرد التصريحات التي يحصل عليها المندوب الصحفي من مصدر مؤول ، أو من الشخصية التي يدور حولها الحدث بحيث تشكل أقوال المصدر مادة الخبر ومصدر مهم .
- 4- "خبر قائم على سرد معلومات : الخبر الذي يقوم على سرد البيانات والمعلومات والحقائق التي تدور حول موضوع معين (سعيد، 2005، صفحة 140).

تاسعاً : القيمة الخبرية للخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : إن القيمة الخبرية للخبر الصحفي في المواقع الإلكترونية الاخبارية هي مجموعة من العناصر او المعايير التي يقوم على اساسها الخبر الصحفي ، وتتدخل في تحديد اولويات نشر الخبر الصحفي وترتيبه على المواقع الالكترونية ، فكل خبر ينشر في صحيفة يتضمن عنصراً أو مجموعة من العناصر أو حكمة كانت وراء اختيار هذا النشر على صفحات الموقع الإلكتروني دون غيره من الاخبار الاخرى التي تكون منافسة في نفس المجال لهذا الموضوع ، يكون العنصر او العناصر او الحكمة هي التي تطلق عليها القيمة الخبرية وان عملية دراسة القيمة الخبرية تعد مدخل مهما لا لفهم عملية اختيار الاخبار ونشرها فقط بل

للتعرف على عالم السياسة التحريرية بكل موقع وفعالية الاخبار المنشورة وقوتها التأثيرية (النبى، 1989، صفحة 165)، وهناك عدة معايير وخصائص، تؤدي أثرأ في تقويم الاخبار والحكم عليها ويمكن تحديدها فيما يلي (عوض، 1994، صفحة 10) :-

- 1- الحدثة، الحالية، والفورية: تهدف الى أن يكون الخبر طازجا وجديداً وحديثاً ومجارياً للأحداث فالخبر مادة سريعة التلف، وإذا لم تتكون كل هذه الصفات في الخبر يصبح الخبر اعتيادياً ولا يحمل بمعناه وظيفة الخبر أو النبأ، وأحدث الأخبار واخرها أكثرها جذباً للانتباه ولقفاً للأنظار، ولهذا تهتم وسائل الإعلام بموضوعات الساعة والمجريات.
- 2- الموضوعية: إن الخبر أساس تصرفات إنسان ويقضى كل ذلك نقل والخبر نقلاً صحيحاً ودقيقاً خالصاً وإنّ، عملاً بقول الحكمة التي تقول، أعط معلومة سليمة، أعطك تصرفاً سليماً، وهذا من الصفات هامة واللازمة للأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام خاصة وأنّ للخبر قدسيته ولا يقبل أياً من التحرير أو التبديل أو التزييف.
- 3- الدلالة والاهمية الإعلامية: وهذه من المعايير المهمة التي يجب توافرها في الخبر وكذلك هنالك خصائص اخرى تتوافر في الخبر، ومنها التوقيت والضخامة أو الصراع والشهرة والقرب، وكلها تؤكد أهمية الخبر ودلالته، وبديهي أنّ الحادث ذو القيمة الاعلامية، هو الحادث الذي يؤثر في الراي العام، فالأهمية والدلالة اساسان للانتقاء من الكم الهائل من الموضوعات المختلفة في هذا المجال.
- 4- القرب: أنّ يكون الخبر قريباً من جهة المكان، فالجمهور يهتم بالأحداث التي تقع قريباً منه، والقرب قد يكون نفسه فما يحدث الآن لأبنائنا في الخارج يكون قريباً الى نفوسنا ولذا يؤكد النشر أو البث مهما بعدت المسافة.
- 5- الشهرة: هي إثارة اهتمام الناس بوساطة شهرة الاشخاص والأماكن.

عاشراً: الدلالة الاخبارية للخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني: إنّ علم الدلالة مرتبط بعلم البلاغة التقليدية في الثقافة الغربية القديمة والجانب

الدلالي لم يصبح كياناً مستقلاً دلالة بعد أن قام العالم اللغوي الفرنسي (ميشل بريل) بنشر مقاله عام 1897 م، وكان ضمن طيات هذا قضايا دلالية وقد كشف مقال بريل للغويين عن ميلاد علم جديد يعرف باسم (علم الدلالة) (مجاهد، 1985، صفحة 12)، وهنا ظهر تأثير الدلالة للكلمة والصورة في الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني تعد من المحاور المهمة وتعد كونها فناً وعلماً قائماً بحد ذاته الكلمة مرتبطة بالصورة وهي تقدم ادق التفاصيل وكذلك تساعد على بناء الكلمة، والصورة ليس مجردة من المعاني؛ لان الفضاء المصور يتكلم ويحاكي الواقع البصري للمكان ويصور الاشخاص والاشياء والصورة تعتبر ادق ادوات الوصف وأكثرها تحديداً كما أنها تستلهم شكلها من الكلمات فتعيد تصوير التاريخ بروية متعددة (الرفاعي، 2008، صفحة 62) ومن المعلوم أن الصورة ادخلت الانسان في عالم من المراسلات الرمزية وكذلك الرموز كما عدته نقيضاً للشيطان ووجه التناقض يكمن ان الشيطان يفرق بعكس الرمز الذي يوحد وكذلك أن الصورة تمتلك هذه الوظيفة العلائقية إذ إنها تعمل على وضع علاقة بين اشياء لا علاقة بينها أو اشياء متعارضة إذ إن الكلام المنطوق في حاجة ماسة للكلام الصامت وهو كلام الصورة بهدف الاحاطة الواسعة باطار الطقوس المأتمني (عالمي، 2004، صفحة 35) الالوان لها دلالاتها في الخبر التلفزيوني إذ تتميز بتأثيرها النفسي وقد تتباين سلبيتها وإيجابيتها حسب طبيعة الانسان وتكوينه وكذلك مستوى ثقافة الانسان وسنه وهنالك اعتبارات اساسية يجب مراعاتها في كتابة الخبر الصحفي يكون مصاحباً للصورة:-

- 1- عدم اقحام كثير من التفاصيل حتى لا يتشتت المشاهد بين ما يشاهد وبين ما يسمعه أو يشاهده على التلفزيون من نقل للخبر.
- 2- العمل على أن يكون تدفق الخبر مصاحباً للصورة لحظة بلحظة؛ لان المشاهد يرى الخبر ويسمع في الوقت نفسه.
- 3- العمل على جعل المشاهد يعيش القصة حكاية ما وقع من احداث مع الصورة إذ يقول اللغويون ان لغة الخبر الاعلامي المرئي لها صلة بتقسيم النشاط اللغوي الى منطوق ومكتوب لان اللغة المنطوقة تعد لغة المشاهدة (الهيبي، 1997، صفحة 30).

احد عشر: الاستهلال الخبري في الموقع الإلكتروني: "هو عبارة عن صياغة موجزة تكثف او تلخص فحوى خبر صحفي في الموقع الإلكتروني، وتقدم باختصار ذروته أو نتيجته أو أهم حقائقه الاساسية، وتكون متنوعة بحسب معطيات الاحداث ومقتضيات التحرير الإخباري، وتتمثل تلك الصياغة في مقطع تمهيدي يستقر ما بين عنوان الخبر الصحفي ومنتته المنطوي على التفاصيل ويتألف من فقرة أو أكثر تضم الواحدة منها جملة أو جملاً عدة وفي الاغلب تبدأ جملته الاستهلالية الأولى بفعل". وأن الاستهلال الاخباري في الموقع الإلكتروني يأتي في بداية الأخبار مباشرة بعد عناوينها وعلى الرغم من انها ترمي الى الافصاح عن الحقائق الجوهرية للأخبار والامسك باهتمام القراء والمتابعين لكنها قد تختلف بعض الشيء في المواقع الالكترونية عنها في الموقع "لان الخبر في الموقع الإلكتروني موجه الى حاسة البصر بينما الخبر الصحفي موجه الى حاسة النظر اما بالنسبة للتلفزيون فتعمل الحاستان معاً". (فهمي، 1982، صفحة 19) والاستهلال يتألف من جملة واحدة او عدد من الجمل تكون قصيرة مترابطة ومنظمة في فقرة او أكثر والتي تعطي جوهر الخبر وتكون كذلك مدخلا تمهيدياً الى سائر اجزائه يمكن الاستدلال من هذا على محتوى الخبر في عجاله، والاستهلالات المتميزة في الأغلب تكون موجزة، وهي تحاول جمع كل ادوات الاستفهام في الفقرتين الأولى والثانية. (عباس، 1998، الصفحات 194-195) وتكمن اهمية الاستهلال الخبري في الموقع الإلكتروني (خزعل، 2003، صفحة 151):

- 1- يقود الاستهلال الخبري في الموقع الإلكتروني المستمع الى قلب القصة الاخبارية تفادياً لإرباكه اذا ما غمر بوابل كثيف من الحقائق.
- 2- أن الاستهلال الخبري في المواقع الإلكترونية يسهل إضافة ما يطرأ من تغييرات على مضمون الأخبار في اللحظات الاخيرة.
- 3- يعمل الاستهلال الخبري في الموقع الإلكتروني على تحقيق حالة من الاشباع الجزئي او شبه الكامل لدى القراء عند قراءتهم له (القادر، 2002، صفحة 130).

4- الاستهلال الخبري في الموقع الإلكتروني يعمل على توفر مادة معلوماتية ترضي حب الاستطلاع.

5- الاستهلال الخبري في الموقع الإلكتروني يبرز عناصر الخبر بطريقة مشوقة تبعث على اهتمام القدر القراء.

اثنا عشر: مصادر الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني: إن مصادر الاخبار الصحفية في الموقع الإلكتروني يقصد بها الاشارة الى الاداة التي تحصل بوساطتها الصحيفة أو الوكالة أو الموقع على الخبر الصحفي، ويمكن أن يكون هذا المصدر شخصاً مثل كبار الشخصيات الرسمية أو الشعبية وكذلك الاجتماعية ويمكن أن يكون من كبار الشخصيات الاجنبية التي تزو البلاد وغير ذلك من المصادر الحية ويمكن أن يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الانباء والاداعات المحلية والاجنبية والصحف المحلية والاجنبية، وكذلك الاعلانات والنشرات

الرسمية والشعبية والمؤسسات العامة والمواقع الإلكترونية . (وتوت، 2004، صفحة 354) أن مصادر الاخبار تختلف وتتنوع حسب طبيعة كل موقع وتخصصها ولونها السياسي حسب سياسة التحرير وهي:-

1- المندوب والمراسل الصحفي : ان المراسل والمندوب الصحفي هما من اهم مصادر الاخبار التي تعمل على تميز وكالة أنباء أو صحيفة بما يحقق لها النجاح والسبق الصحفي ويوقف على جهودهما وقدرتيهما على العمل ما يحققه في هذا المجال ، وأن تميز وكالة أنباء ما عن وكالة أخرى على جهود وثقافة وذكاء ومكانية مندوبيها ومحرريها وكذلك بالنسبة للصحف فأية صحيفة تتميز عن الأخرى حيث فيها نفس المادة الصحفية ونفس المعلومات لكن التميز يكون عن الأخر بطريقة عمل المندوبين والمحررين وصياغتهم للخبر والأخبار بشكل عام .

2- وكالات الأنباء الإقليمية والعالمية : وكالات الأنباء تعمل بوساطتها شبكة كبيرة من المراسلين والمندوبين المنتشرين في جميع انحاء العالم وهي بذلك توفر كمية كبيرة من الاخبار الإقليمية والعالمية وتستطيع اية صحيفة للحصول عليها بوسائلها الذاتية لأنه لا توجد صحيفة في العالم مهما بلغت قوة مكانتها وتستطيع أن تعطي جميع مناطق العالم بالمراسلين ومن أشهر وكالات الأنباء العالمية اليوناييد ووكالة الصحافة الفرنسية ورويترز. (البديع، صفحة 32)

ثلاثة عشر : اسئلة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : الخبر الصحفي يجب أن يكون مستكماً جميع الشروط الفنية حتى تتمكن الوسيلة الاعلامية من نشره وتداوله بحيث يجب الخبر الصحفي أسئلة المتلقي على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية وكذلك انتماءاتهم وتوجد هنالك ثلاثة أسئلة يجب أن تعطى إجاباتها ، وهنا يكون الخبر الصحفي بعد ذلك مستكماً جميع الشروط (من، ماذا، متى ، اين ، لماذا ، كيف) وتكون على الشكل التالي :

- 1- من : تتضمن الإجابة عن اسم الشخصية أو الشخصيات التي يتناولها الخبر الصحفي .
- 2- ماذا : تجيب عن الذي حدث .
- 3- متى : تحدد الوقت الذي تم فيه الحدث (المداول الزمني) .
- 4- أين : التعريف بالمكان الذي وقع فيه الحدث (المداول المكاني) .
- 5- لماذا : توضح السبب حول الذي حصل .
- 6- كيف : تعطي التفاصيل الأخيرة أو ملايسات ما حدث .
- 7- ماذا: السؤال السابع الذي تدور حوله الصحافة التفسيرية ويتعلق بالأحداث التي لا تموت بموتها بل يكون لها تداعيات كثيرة وتشكل بحد ذاتها بداية تسلسلية لأحداث كبيرة (رشيد، 2020، صفحة 4).

الفصل الثالث : مؤشرات بناء الدلالة الخبرية في وكالة (واع) الاخبارية :
اولا : الدراسة التحليلية :

- 1- أنواع الخبر الصحفي حسب التقسيم الجغرافي في الموقع الإلكتروني : يتضح ان الاخبار الدولية قد حلت بالمرتبة الاولى من بين أنواع الخبر الصحفي حسب التقسيم الجغرافي في الموقع الإلكتروني بتكرار (100) وبنسبة مئوية (50%)، اما الاخبار الوطنية فقد حلت بالمرتبة الثانية بتكرار (40) وبنسبة مئوية (20%) ، على حين جاءت الاخبار الإقليمية متأخرة التعريف بالمرتبة الثالثة بتكرار (40) وبنسبة مئوية (20%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول (1) يبين أنواع الخبر الصحفي حسب التقسيم الجغرافي في الموقع الإلكتروني

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	الاخبار الدولية	100	50%	الاولى
2-	الاخبار الوطنية	60	30%	الثانية
3-	الاخبار الإقليمية	40	20%	الثالثة
	المجموع	200	100%	

- 2- أنواع الألفاظ العامة المستعملة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : يتضح ان كلمات يقضيها المعنى الصحفي قد حلت بالمرتبة الاولى من بين الألفاظ العامة المستعملة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني بتكرار (140) وبنسبة مئوية (70%) ، في حين جاءت كلمات محلية متأخرة التعريف بالمرتبة الثانية بتكرار (60) وبنسبة مئوية (30%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (2) يبين أنواع الألفاظ المستعملة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	كلمات يقضيها المعنى الصحفي	140	70%	الاولى
2-	كلمات محلية متأخرة	60	30%	الثانية
	المجموع	200	100%	

- 3- أنواع الألفاظ المتداولة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : يتضح ان الألفاظ الشائعة قد حلت بالمرتبة الاولى من بين الألفاظ المتداولة المستعملة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني بتكرار (123) وبنسبة مئوية (61.5%) على حين جاءت الألفاظ غير الشائعة متأخرة التعريف بالمرتبة الثالثة بتكرار (77) وبنسبة مئوية (38.5%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (3) يبين أنواع الألفاظ المتداولة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني

المرتبـة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	61.5%	123	الألفاظ الشائعة	-1
الثانية	38.5%	77	الألفاظ غير الشائعة	-2
	100%	200	المجموع	

4- أنواع المعنى المعتمدة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : يتضح ان المعنى النفسي قد حلَّ بالمرتبـة الاولى من بين أنواع المعنى المستعملة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني بتكرار (90) وبنسبة مئوية (45%)، اما المعنى الإيحائي فقد حل بالمرتبـة الثانية بتكرار (80) وبنسبة مئوية (40%) ، في حين جاء المعنى الاسلوبي متأخرة التعريف بالمرتبـة الثالثة بتكرار (30) وبنسبة مئوية (15%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (4) يبين أنواع المعنى المستعملة في كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني

المرتبـة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	45%	90	المعنى النفسي	-1
الثانية	40%	80	المعنى الإيحائي	-2
الثالثة	15%	30	المعنى الاسلوبي	-3
	100%	200	المجموع	

5- أنواع الخبر الصحفي حسب الاطار الزمني في الموقع الإلكتروني : يتضح ان الاخبار المتوقعة قد حلت بالمرتبـة الاولى من بين أنواع الخبر الصحفي حسب الاطار الزمني في الموقع الإلكتروني بتكرار (140) وبنسبة مئوية (70%)، اما الاخبار غير المتوقعة فقد حلت بالمرتبـة الثانية بتكرار (60) وبنسبة مئوية (30%) ، وبحسب ما مبين في الجدول ادناه

جدول رقم (5) يبين أنواع الخبر الصحفي حسب الاطار الزمني في الموقع الإلكتروني

المرتبـة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	70%	140	الاخبار المتوقعة	-1
الثانية	30%	60	الاخبار الغير متوقعة	-2
	100%	200	المجموع	

6- قوالب تحرير الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : يتضح ان القالب التشويقي قد حل بالمرتبـة الاولى من بين قوالب تحرير الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني بتكرار (40) وبنسبة مئوية (20%)، اما قالب بيضة الازرة والهرم المعتدل فقد حل بالمرتبـة الثانية بتكرار (35) وبنسبة مئوية (17.5%) في حين جاء القالب التجميعي بالمرتبـة الثالثة بتكرار (30) وبنسبة مئوية (15%) ، إذ جاء التسلسل الزمني بالمرتبـة الرابعة بتكرار (22) وبنسبة مئوية (11%) ، في حين حل مناظراً قالب الهرم المقلوب المتدرج بتكرار (18) وبنسبة مئوية (9%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (6) يبين قوالب تحرير الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني

المرتبـة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	20%	40	القالب التشويقي	-1
الثانية	17.5	35	الهرم المعتدل	-2
	17.5	35	قالب بيضة الازرة	-3
الثالثة	15%	30	القالب التجميعي	-4
الرابعة	11%	22	التسلسل الزمني	-5
الخامسة	10%	20	الهرم المقلوب	-6
السادسة	9%	18	الهرم المقلوب المتدرج	-7
	100%	200	المجموع	

7- كيفية كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني : يتضح ان جمع البيانات المطلوبة قد حلت بالمرتبـة الاولى من بين كيفية كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني بتكرار (130) وبنسبة مئوية (65%)، اما تفريغ البيانات والمعلومات على الموقع الإلكتروني فقد حل بالمرتبـة الثانية بتكرار (40) وبنسبة مئوية (20%) في حين جاءت الكتابة في مكان الحدث متأخرة التعريف بالمرتبـة الثالثة بتكرار (30) وبنسبة مئوية (15%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (7) يبين كيفية كتابة الخبر الصحفي في الموقع الإلكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	65%	130	جمع البيانات المطلوبة	-1
الثانية	20%	40	تفريغ البيانات والمعلومات على الموقع الالكتروني	-2
الثالثة	15%	30	الكتابة في مكان الحدث	-3
	100%	200	المجموع	

8- خصائص الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني : يتضح ان الخبر الصحفي معرفة تضيف الى مدركات الفرد قد حلت بالمرتبة الاولى من بين خصائص الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني بتكرار (130) وبنسبة مئوية (65%)، اما الخبر الصحفي فيحمل معرفة تكون حقيقية فقد حل بالمرتبة الثانية بتكرار (50) وبنسبة مئوية (25%) ، في حين جاءت يهتم بما يجري من احداث في المجالات الانية متأخرة التعريف بالمرتبة الثالثة بتكرار (20) وبنسبة مئوية (10%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (8) يبين خصائص الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	65%	130	الخبر الصحفي معرفة تضيف الى مدركات الفرد	-1
الثانية	25%	50	الخبر الصحفي يحمل معرفة تكون حقيقية	-2
الثالثة	10%	20	يهتم بما يجري من احداث في المجالات الانية	-3
	100%	200	المجموع	

9- مكونات الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني : يتضح ان شامل قد حلت بالمرتبة الاولى من بين مكونات الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني بتكرار (120) وبنسبة مئوية (60%)، اما ايجاز فقد حلت بالمرتبة الثانية بتكرار (50) وبنسبة مئوية (25%) ، في حين جاء متوسط متأخرة التعريف بالمرتبة الثالثة بتكرار (30) وبنسبة مئوية (15%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (9) يبين مكونات الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	60%	120	شامل	-1
الثانية	25%	50	ايجاز	-2
الثالثة	15%	30	متوسط	-3
	100%	200	المجموع	

10- الاشكال الفنية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني : يتضح ان الخبر القائم على سرد المعلومات قد حلت بالمرتبة الاولى من بين الاشكال الفنية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني بتكرار (137) وبنسبة مئوية (68.5%)، اما الخبر القائم على سرد التصريحات فقد حل بالمرتبة الثانية بتكرار (32) وبنسبة مئوية (16%) ، في حين جاء الخبر القائم على سرد الاحداث متأخرة بالمرتبة الثالثة بتكرار (31) وبنسبة مئوية (15.5%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (10) يبين الاشكال الفنية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	68.5%	137	الخبر القائم على سرد المعلومات	-1
الثانية	16%	32	الخبر القائم على سرد التصريحات	-2
الثالثة	15.5%	31	الخبر القائم على سرد الاحداث	-3
	100%	200	المجموع	

11- القيمة الخبرية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني : يتضح ان الشهرة قد حلت بالمرتبة الاولى من بين القيمة الخبرية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني بتكرار (40) وبنسبة مئوية (20%)، اما الحداثة فقد حلت بالمرتبة الثانية بتكرار (32) وبنسبة مئوية (16%) ، في حين جاءت الدلالة والاهمية بالمرتبة الثالثة بتكرار (25) وبنسبة مئوية (12.5%) ، وجاءت القرب والجدة والحداثة بالمرتبة الرابعة بتكرار (20) وبنسبة مئوية (10%) في حين جاءت الفورية متأخرة بالمرتبة الخامسة بتكرار (18) وبنسبة مئوية (9%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (11) يبين القيمة الخبرية للخبر الصحفي في الموقع الالكتروني

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
الاولى	20%	40	الشهرة	-1
الثانية	16%	32	الحداثة	-2
الثالثة	12.5%	25	الدلالة	-3
	12.5%	25	الاهمية	-4
الرابعة	10%	20	الجدة والحداثة	-5

6-	الموضوعية	20	10%
7-	القرب	20	10%
8-	الفورية	18	9%
	المجموع	200	100%

12- اسئلة الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني : يتضح ان كيف قد حلت بالمرتبة الاولى من بين اسئلة الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني بتكرار (60) وبنسبة مئوية (30%)، اما اين فقد حلت بالمرتبة الثانية بتكرار (50) وبنسبة مئوية (25%) ، في حين جاءت من بالمرتبة الثالثة بتكرار (36) وبنسبة مئوية (18%) ، وجاءت متى بالمرتبة الرابعة بتكرار (34) وبنسبة مئوية (17%) في حين جاءت ماذا متأخرة بالمرتبة الخامسة بتكرار (20) وبنسبة مئوية (10%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه

جدول رقم (12) يبين اسئلة الخبر الصحفي في الموقع الالكتروني

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	كيف	60	30%	الاولى
2-	اين	50	25%	الثانية
3-	من	36	18%	الثالثة
4-	متى	34	17%	الرابعة
5-	ماذا	20	10%	الخامسة
	المجموع	200	100%	

13- الاعتبارات الاساسية في كتابة الخبر الصحفي (الدلالة الاخبارية) في الموقع الالكتروني : يتضح ان الحكاية مع ما وقع من احداث قد حلت بالمرتبة الاولى من بين الاعتبارات الاساسية في كتابة الخبر الصحفي (الدلالة الاخبارية) في الموقع الالكتروني بتكرار (150) وبنسبة مئوية (75%)، اما تدفق الخبر مصاحباً للصورة فقد حل بالمرتبة الثانية بتكرار (30) وبنسبة مئوية (15%) ، في حين جاءت عدم اقحام الكثير من التفاصيل متأخرة التعريف بالمرتبة الثالثة بتكرار (20) وبنسبة مئوية (10%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (13) يبين الاعتبارات الاساسية في كتابة الخبر (الدلالة الاخبارية) في الموقع الالكتروني

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	الحكاية مع ما وقع من احداث	150	75%	الاولى
2-	تدفق الخبر مصاحباً للصورة	30	15%	الثانية
3-	عدم اقحام الكثير من التفاصيل	20	10%	الثالثة
	المجموع	200	100%	

14- أهمية الاستهلال الاخباري (الخبر الصحفي) في الموقع الالكتروني : يتضح ان القصة الاخبارية تقود الى تفاديا الاربك قد حل بالمرتبة الاولى من بين أهمية الاستهلال الاخباري (الخبر الصحفي) في الموقع الالكتروني بتكرار (120) وبنسبة مئوية (60%)، اما الاشباع الجزئي أو شبه الكامل لدى القراء فقد حل بالمرتبة الثانية بتكرار (75) وبنسبة مئوية (37.5%) ، في حين جاء يتسهل إضافة ما يطرأ من تغييرات متأخرة التعريف بالمرتبة الثالثة بتكرار (5) وبنسبة مئوية (2.5%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (14) يبين أهمية الاستهلال الاخباري (الخبر الصحفي) في الموقع الالكتروني

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	القصة الاخبارية تقود الى تفاديا الاربك	120	60%	الاولى
2-	الاشباع الجزئي او شبه الكامل لدى القراء	75	37.5%	الثانية
3-	يتسهل إضافة ما يطرأ من تغييرات	5	2.5%	الثالثة
	المجموع	200	100%	

15- مضمون الدلالة الاخبارية (الخبر الصحفي) في الموقع الالكتروني: يتضح ان الافعال المعتمدة والصورة قد حلت بالمرتبة الاولى من بين مضمون الدلالة الاخبارية(الخبر الصحفي) في الموقع الالكتروني بتكرار (60) وبنسبة مئوية (30%)، اما الكلمة فقد حلت بالمرتبة الثانية بتكرار (45) وبنسبة مئوية (22.5%) ، في حين جاء السياق متأخرة التعريف بالمرتبة الثالثة بتكرار (35) وبنسبة مئوية (17.5%) وحسب ما مبين في الجدول ادناه .

جدول رقم (15) يبين مضمون الدلالة الاخبارية (الخبر الصحفي) في الموقع الالكتروني

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1-	الافعال المستخدمة	60	30%	الاولى
2-	الصورة	60	30%	الاولى
3-	الكلمة	45	22.5%	الثانية

الرابعة	%17.5	35	السياق	-4
	%100	200	المجموع	

ثانياً: أبرز نتائج الدراسة :

كشفت نتائج الدراسة ما يتعلق بالدلالة الاخبارية الحصول الافعال المستخدمة والصورة على المرتبة الاولى .
كشفت نتائج البحث أن صناعة الخبر الصحفي على وفق جمع البيانات المطلوبة.
توصلت الدراسة الى أن صياغة الاخبار الصحفية في الموقع الالكتروني على وفق قالب التشويقي.
بينت نتائج البحث أن الاشكال الفنية للخبر الصحفي للموقع الالكتروني حصول الخبر القائم على سرد المعلومات في المرتبة الاولى.

ثالثاً: استنتاجات الباحث :

استنتج الباحث ان هنالك اهتمام بشكل كبير وواسع بشكل المواقع الالكترونية الاخبارية بعيدا عن التنوع بالمضمون الاخباري .
استنتج الباحث كثرة توظيف فن الخبر الصحفي مقارنة بالفنون الصحفية الاخرى .
استنتج الباحث ان مؤشرات بناء الدلالة الخبرية في وكالة (واع) الاخبارية اتسمت بالتنوع والحدائثة والتغيير في جميع الفنون الصحفية .
غياب استطلاعات الرأي العام بشكل منتظم في الموقع الالكتروني .

رابعاً : التوصيات :

يوصي الباحث بضرورة الاعتماد على استطلاعات الرأي بشكل دوري للكشف عن المستويات الاخبار المعتمدة في المواقع الالكترونية الاخبارية .

يوصي الباحث أن تكون سياسة الاخبار في المواقع الالكترونية قادرةً على مواكبة المتغيرات السريعة للمجتمع من الناحية السياسية والثقافية والاقتصادية.

يوصي الباحث القائمين على ادارة المواقع الالكترونية الاخبارية في تحقيق التوازن بين مهمتي التسلية والترفيه.

يوصي الباحث بضرورة استخدام الاساليب الحديثة المعتمدة في كتابة الخبر الصحفي في المواقع الالكترونية .

المصادر والمراجع :

اسماعيل ابراهيم. (1998). فن التحرير الصحفي بين النظري والتطبيق. القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع .

أحمد سكران غضيب العامري. (1985). وكالة الانباء العراقية ودورها في الحركة الإعلامية في العراق.

دحام علي حسين. (2005). المصادر الاجتماعية للجمهور العراقي.

رامي عطا صديق مجدي عبد العزيز. (2016). كراسات صحفية التحرير الصحفي.

رباب صلاح السيد ابراهيم. (2019). الخبر الصحفي وفنونه.

ستانلي جونسون وجوليان هاريس، ، ترجمة وديع فلسطين، تقديم محمد زكي عبد القادر، (2002). استقاء الانباء فن صحافة الخبر. القاهرة: دار المعارف ط7 .

- سعاد عالمي. (2004). مفهوم الصورة عند ريجيس دويري. بيروت : افريقيا الشرق.
- سمير محمد حسين. (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتاب .
- سناء عبد الرحمن حسين نصر. (2009). التحرير الصحفي في عصر معلومات الخبر الصحفي . الامارات : دار الكتاب الجامعي .
- شبعان حسن حمادة. (2005). اتجاهات السياسة الإخبارية.
- صالح شاكور وتوت. (2004). عناصر اساسية من عناصر العملية الاعلامية.
- طالب الرفاعي. (السنة الثامن ، يناير ، 2008). كلمة التحرير . الكويت : جريدة الوطن الكويتية.
- عبد الجواد سعيد. (2005). فن الخبر الصحفي . القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع .
- عبد الستار جواد. (2001). فن كتابة الاخبار . عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع .
- عبد الفتاح عبد النبي. (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي . القاهرة : العربي للنشر والتوزيع
- عبد الكريم مجاهد. (1985). الدلالة اللغوية عند العرب. الاردن: دار الضياء .
- عبد النبي خزعل. (2003). فن تحرير الاخبار في الاذاعات الدولية بين التوظيف ، والموضوعية. عمان : الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع.
- علي أكرم علي. (1988). وكالة الانباء العراقية والتحكم في تدفق الاخبار والمعلومات. بغداد.
- قيس عبد الحميد. (2007). تطور الاستهلال الخبري في الجرائد اليومية العراقية . بغداد : رسالة ماجستير كلية الاعلام جامعة بغداد .
- ليونارد. راي تيل ورون تيلور، ترجمة حمدي عباس. (1998). مدخل الى علم الصحافة، جولة في قاعة التحرير. القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- محمد الصاوي محمد مبارك. (1992). البحث العلمي: اسسه وطريقة كتابته . القاهرة: المكتبة الاكاديمية.
- محمد حسن عبد العزيز. (1998). لغة الصحافة المعاصرة . القاهرة : دار المعارف .
- محمد عبد البديع. (بلا تاريخ). فن التحرير الصحفي في عصر المعلومات.
- محمد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة : عالم الكتب .
- محمد عبد الحميد. (2009). تحليل المحتوى في بحوث الأعلام . بيروت : دار ومكتبة الهلال
- محمد عوض. (1994). الخبر في وسائل الاعلام. القاهرة : دار الفكر العربي.
- محمود فهمي. (1982). الفن الاذاعي والتلفزيوني. القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية.
- مرعى مذكور. (2002). الصحافة الاخبارية. القاهرة : دار الشروق .
- نبيل حداد. (2002). في الكتاب الصحفية السمات-المهارات- الاشكال-القضايا. عمان : دار الكندي .
- نهلة ابو رشيد. (2020). كتابة وتحرير الاخبار . سوريا : منشورات الجامعة الافتراضية السورية .
- هادي الهيتي. (1997). اللغة في عملية الاتصال الجماهيري. بغداد : دار السامر .

References:

- Ismail Ibrahim. (1998). The Art of editorial between theory and practice. Cairo: Dar Al-Fajr for publishing and distribution.
- Ahmed Sakran Ghadeeb Al-Amri. (1985). The Iraqi news agency and its role in the media movement in Iraq.
- Daham Ali Hussein. (2005). Social resources for the Iraqi public.
- Ramy Atta, Sidiyiq majdi Abdel Aziz. (2016). Press brochures editorial.
- Rabab Salah El-Sayed Ibrahim. (2019). The Press and its arts.
- Stanley Johnson and Julian Harris, translated by Wadih Filastin, presented by Muhammad Zaki Abdel Qader. (2002). Extracting news, the art of news journalism. Cairo: Dar Al-Maaref, 7th edition.
- Souad Alami. (2004). The concept of the image according to Regis Dourie. Beirut: Eastern Africa.
- Samir Muhammad Hussain. (2006). Studies in scientific research methods, media research. Cairo: The book of the world.
- Sana Abdel Rahman Hussein Nasr. (2009). Editorial in the age of information press. Emirates: University Book House.
- Shabaan Hassan Hamadeh. (2005). News politics trends.
- Saleh Shaker Watut. (2004). Basic elements of the media process.
- Al-Rifai Talib. (The eighth year, January, 2008). Editing word. Kuwait: Al-Watan Kuwaiti newspaper.
- Abdel-Gawad Saeed. (2005). The art of press. Cairo: Dar Al-Fajr for publishing and distribution.
- Abdul Sattar Jawad. (2001). The art of writing news. Amman: Majdalawi House for Publishing and Distribution.
- Abdel Fattah Abdel Nabi. (1989). Sociology of press. Cairo: Al-Arabi for publishing and distribution.
- Abdul Karim Mujahid. (1985). Semantics of Arabs. Jordan: Dar Al- Dheyaa.
- Abdul Nabi Khazal. (2003). The art of press international broadcasters between employment, and subjectivity. Amman: The International Scientific House for Publishing and Distribution, and the House of Culture for Publishing and Distribution.
- Ali Akram Ali. (1988). Iraqi News Agency and control the flow of news and information. Baghdad.
- Qais Abdel Hamid. (2007). The development of news initiation in the Iraqi daily newspapers. Baghdad: Master's Thesis, College of Mass media Communication, University of Baghdad.
- Leonard. Ray Tell and Ron Taylor, translated by Hamdi Abbas. (1998). Introduction to the science of journalism, a tour of the editorial hall. Cairo: International House for Publishing and Distribution.

- Mohamed El-Sawy Mohamed Mubarak. (1992). Scientific research: its foundations and method of writing. Cairo: Academic Library.
- Mohamed Hassan Abdel Aziz. (1998). The language of contemporary journalism. Cairo: House of Knowledge.
- Mohamed Abdel Badie. (No date). The art of editorial in the information age.
- Mohamed Abdel Hamid. (2004). Scientific research in media studies. Cairo: The world of books.
- Mohamed Abdel Hamid. (2009). Content analysis in media research. Beirut: Al-Hilal House and Library
- Mohamed Awad. (1994). The news in the media. Cairo: Dar Alfikr Arabi.
- Mahmoud Fahmy. (1982). Radio and television art. Cairo: Anglo-Egyptian Library.
- Marai Madkour. (2002). News press. Cairo: Dar Al-Shorouk.
- Nabil Haddad. (2002). In the journalistic book features - skills - forms - issues. Amman: Dar Al Kindi.
- Nahla Abu Rashid. (2020). Writing and editing news. Syria: Publications of the Syrian Virtual University.
- Hadi Al-Hiti. (1997). Language in the process of mass media. Baghdad: Dar Al Samer.