

الإثنين 8 جانفي 2024

الإجابة النموذجية لامتحان فنيات التحرير في الصحافة الإلكترونية

السنة الثالثة المجموعة الأولى الدورة العادية

السؤال الإجباري (10 نقاط)

تبدأ الكتابة الجيدة في الصحافة الإلكترونية باستراتيجية مضمون. ما المقصود بذلك؟ وما هي القواعد الواجب اتباعها في هذا الصدد مع الشرح؟

الإجابة:

شرح المقصود (نقطتان)

لا يمكن أن نصمم ونعد مضمونا جيدا دون رؤية استراتيجية وتسويق فعال للمضمون
Marketing de contenu efficace . وتبدأ استراتيجية المضمون قبل وضع أول كلمة في محرك
البحث وذلك بفضل دراسة القارئ المستهدف وفهمه persona ، والبحث عن الكلمة المفتاحية، ونية
البحث لدى مستخدم الأنترنت internaute ، ودورة الالتزام لدى المشتري cycle d'engagement de
l'acheteur.

القواعد الواجب اتباعها:

1) حدد عوامل التصنيف الذهني rankbrain لقطاع نشاطك: (نقطتان)

ليست كل عوامل التصنيف والترتيب متساوية، لكن اعلم أن تصنيفات محركات البحث (ومنها التصنيف الآلي لـ "غوغل" l'apprentissage automatique de google rankbrain) تحلل سلوك مستخدم الأنترنت وتدرسه حتى يتسنى لها فهم كيفية إعطاء أفضل النتائج لكل طلب. مثلا الروابط تبدو مهمة أكثر في بعض القطاعات مقارنة بقطاعات أخرى، في حين أن جودة المضمون هو المعيار الأول للأهمية بالنسبة لقطاعات معينة وليس لها أهمية في قطاعات غيرها. لذلك اطرح سؤالاً على نفسك ما هو الأهم بالنسبة لجمهورك ولقطاع نشاطك؟

والصنيف الذهني لـ "غوغل" google rankbrain له أهمية كبيرة في رفع نسبة الإحالة وتقويتها l'optimisation du référencement لموقعك الإلكتروني فيصير مرجعا محترما.

(2) حلل ثنائية الكلمة المفتاحية – نيات المستخدم intentions: (نقطتان)

الكلمات المفتاحية هي الطريقة أو الكيفية التي يتصل من خلالها قارئك المستهدف بمحركات البحث، وأيضا كيف تتحدث محركات البحث عن قطاع نشاطك. أما نيات المستخدم فهي ما يريده فعلا وما يبحث عنه عندما يكتب الكلمات المفتاحية في محركات البحث. فالاستجابة لحاجات هذا القارئ وتلبيتها ينبغي أن تكون هدف كتابتك في "الويب".

(3) ادرس من توجه لهم رسائلك personas: (نقطتان)

لا يمكن للصحافي في المواقع الإلكترونية أن يبدأ صياغة مضمون فعال دون أن يعرف لمن يكتب، وماذا يطلب القارئ، وما الذي يحتاج إليه، وما نوع الصعوبات التي تواجهه، وما الذي يجلب اهتمامه أكثر، وكيف يستخدم محركات البحث ويستعملها.

(4) حدد مسار الاشتراء لدى زائرک parcours d'achat de votre visiteur : (نقطتان)

يمكن أن يكون لديك عدة مسارات للاشتراء إذا كان لديك أكثر من جمهور مستهدف واحد. لكن كل النص الذي تكتبه ينبغي أن يخدم أحد هذه المسارات فقط . صف أو صغ أو حدد مسار الاشتراء لكل شخص وقرر لأي منهم يناسب المضمون الموجود، ثم ارفع درجة فعالية ما لديك من نص واكتب مضمونا جديدا لتغطية النقائص. وفي كل الأحوال صغ مضمونا جديدا ذا كفاءة ودقة على طول مسار المشتري، وإذا أردت التأكد من ذلك يمكن الاعتماد على trust pilot.

أجب عن أحد السؤالين التاليين :

السؤال الاختياري الأول : للعناوين أهمية قصوى في الصحافة الإلكترونية لذلك هي تقتضي معالجة خاصة. اشرح ذلك واذكر أربعة شروط مما ينبغي أن يراعى في العناوين.(10 نقاط)

الإجابة :

الشرح (نقطتان)

إن للعناوين أهمية قصوى في الكتابة الصحفية الإلكترونية لذلك لها معالجة خاصة. فبالإضافة إلى الوضوح والدقة والكلمات المفتاحية المتضمنة في العنوان، ينبغي أن نفهم أنه بمنزلة بطاقة التعريف لذلك ينبغي أن يكون قصيرا ولا تتعدى كلماته ست (6) كلمات (العدد الأمثل بين 5 و6 كلمات) لأن كثرة الكلمات قد تصعب على محركات البحث تفكيك رموزه والتعرف عليه واعتماده. فطول العنوان كفيل بأن يجعل مضمونه غير قابل للقراءة وغير وظيفي لدى القارئ. أما العنوان المصاغ قصيرا فيعاد نقله أحيانا بصورة آلية عبر محركات البحث ومختلف المواقع. أي يصير هو في حد ذاته رابطا قابلا للكبس lien cliquable في صفحة نتائج محركات البحث ما دام يمثل التواصل الأول premier contact لرواد الأنترنت مع صفحة الموقع.

يراعى في العناوين ما يلي (نقطتان عن كل عنصر من العناصر الأربعة الواجب ذكرها):

1 - أن تكون على يمين النص وليس في وسط النص (بالنسبة للغة العربية طبعا) لأن ذلك يتبع مسار العين.

2 - يفضل وضع عنوان فرعي بعد كل فقرتين أو ثلاث للترويج عن النص.

3 - لا يزيد عدد الكلمات في العنوان التمهيدي (العنوان المعلق) عن 5 كلمات ولا يقل عن 3 كلمات.

ويراعى في العنوان التمهيدي أن يكتب في المواضيع في مستوى صفحة العرض (أي عند عرض

الموضوع المحرر كاملا) ولا يوضع على الصفحة الرئيسية للموقع أو الصفحة الرئيسية الداخلية (صفحة الاستقبال).

4 - ينبغي إعادة صياغة العنوان الرئيس للخبر أو الموضوع في حالة وضعه على الصفحة الرئيسية بعد حذف العنوان التمهيدي .

5 - يفضل أن يكون عدد الكلمات في العنوان الثانوي (ليس التمهيدي فالتمهيدي يكون قبل العنوان الرئيس والثانوي يكون بعده) في حدود 3 كلمات، على أن يوضع العنوان الثانوي عند بداية فقرة جديدة.

6 - يفضل أن يكون العنوان الثانوي بعد الفقرة الثانية وليس قبلها، حتى لا يلتقي بالصورة أو بالتعليق عليها، وحتى لا يكون قريبا من العنوان الرئيس للموضوع.

7 - يراعى عدم الإسراف في العناوين الثانوية. ويفضل استخدام عنوان واحد بعد كل 300 كلمة في المواضيع (أي النصوص الطويلة نسبيا ومنها التقارير) وبعد كل 250 كلمة في الأخبار .

السؤال الاختياري الثاني : يقتضي فن الإيجاز (أو التكتيف أو الاقتصاد) في الكتابة الصحفية الإلكترونية مجموعة قواعد، اذكرها مع الشرح. (10 نقاط)

الإجابة :

الشرح: (نقطتان)

تسمى هذه العملية فن التكتيف أو قاعدة الإيجاز . أغلب المحررين الجيدين يحذفون الكثير من الكلمات، بمعنى كتابة مضمون خام في البداية ثم يخضعه لمراجعة تقتضي الاستغناء عن كل كلمة أو جملة أو فقرة لا تضيف أي قيمة للمضمون.

ولا نقصد بالإيجاز أن يكون النص قصيرا بالضرورة ، فالتكتيف أو الإيجاز في التحرير الإلكتروني يحيل إلى معنى أو مبدأ الاقتصاد في الوسائل والكلمات والتأثيرات. فأن تكون مقتصدا فهذا معناه الكتابة بقدر *avec mesure* وتجنب ما لا يفيد. إنها كتابة مضغوطة ومدمجة.

القواعد:

- 1 - بناء الجملة يكون قاطعا *une syntaxe incisive* : أي جمل قصيرة وعبارات موجزة وأسلوب مباشر... إلخ (نقطتان)
 - 2 - لغة واضحة : أي كلمات متعارف عليها ومألوفة *universels et familiers* وتعابير متحكم فيها، خالية من مصطلحات صعبة، وجمل واضحة ومفهومة. (نقطتان)
 - 3 - خطاب مجسد: أي أسلوب واقعي براغماتي بججج مقنعة واستخدام محدود للكلمات الطائشة *mots parasites* مثل بعض الأوصاف. (نقطتان)
 - 4 - موضوع واضح ومحدد: أي أن يكون المضمون ذا نوعية والخطاب ذا قيمة مضافة والرسائل دالة ودقيقة ووجيهة وصريحة . (نقطتان)
-
-