

وزارة التعليم العالي والبحث العمي

جامعة عمار ثليجي _ الاغواط

كلية العلوم الإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مصادر الخبر في الصحافة الإلكترونية

(دراسة وصفية تحليلية لصحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

د/رقية لقلوق

إعداد الطالبتين:

جنان هبة الله شمة

فدوى عطلي

السنة الجامعية: 2025/2024.





شكر وعرافان

قال تعالى: ﴿ولئن شكرتم لأزيدنكم﴾

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم والبصيرة.

أما بعد يشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل والعرافان إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة "رقية لقلوق" على تفضلها بالإشراف على هذه المذكرة وكل الجهود التي بذلتها، ولم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها إلى آخر لحظة.



إهداء

الحمد لله رب العالمين

والصلاة والسلام على سيدنا محمد خاتم الأنبياء والمرسلين
وعلى آله وصحبه أجمعين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين
إلى من منحاني الحياة، ومن كانا سندي وعوني في كل خطوة..
إلى من سهرت عيناها لراحتي، واغرورقت فرحاً بنجاحي..
إلى نبض قلبي وضياء دربي... أمي الحبيبة وأبي العزيز
لكما أهدي ثمرة جهدي، وعطر إنجازي، فأنتما سر سعادتي..
إلى إخوتي وأصدقائي الأعزاء، الذين شاركوني لحظات التعب والفرح..
إلى أساتذتي الكرام، الذين غرسوا فيّ حب العلم والمعرفة..
تقديرًا وعرفانًا لكل ما بذلوه من جهدٍ وتوجيه، وما أبدوه من صبرٍ ودعمٍ في مسيرتي العلمية..
إلى كل من علمني حرقًا أو ألهمني فكرةً، أهدي هذا العمل بكل حبٍّ وتقدير..
لكم مني كل الشكر والعرفان.

جنان هبة الله





إهداء

لا يمتطي المجد من لم يركب الخطر
ولا ينال العلا من قدم الحذر
ومن أراد العلا عفواً بلا تعب
قضى ولم يقض من إدراكها وطر
إلى من لا يضاهايهما أحد في الكون..
إلى من أمرنا الله ببرّهما، إلى من بذل الكثير
وقدّما ما لا يمكن أن يردّ..
إليكما تلك الكلمات أُمي وأبي الغاليان
إلى أخي الغالي الذي كان دوماً بجانبني
إلى أستاذتي المحترمة التي أشرفت على هذا العمل ورافقتني بتوجيهاتها ونصائحها الثمينة
على إنجاز هذه المذكرة.

فدوى



ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل مصادر الخبر في الصحافة الإلكترونية، من خلال نموذج تطبيقي يتمثل في صحيفة الخبر الجزائرية، باعتبارها من أبرز الصحف الرقمية في الساحة الإعلامية الوطنية. وقد تم التركيز على تصنيف المصادر المعتمدة في إنتاج الخبر، ومدى توازن الصحيفة بين المصادر التقليدية (كالبيانات الرسمية والمراسلين) والمصادر الحديثة (مثل مواقع التواصل الاجتماعي وشهود العيان) المصادر الداخلية والخارجية.

وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي بأسلوب تحليلي على عينة بلغت 73 خبر للثلاثي الأول لسنة 2025 (جانفي، فيفري، مارس) حيث تم إختيار هذه العينة عن طريق الأسبوع الإصطناعي باستخدام أداة الملاحظة وأداة تحليل المضمون.

أظهرت نتائج التحليل أن الصحيفة تعتمد على التنوع في مصادرها، إلا أن ذلك التنوع يرافقه تفاوت في درجة التحقق والمصدقية، خاصة عند الاعتماد على مصادر غير رسمية.

كما أبرزت الدراسة أهمية وضع سياسات تحريرية واضحة في التعامل مع المصادر، وتوصي بتعزيز التكوين الصحفي في مجال التحقق الرقمي والاعتماد على مصادر موثوقة للحفاظ على مهنية العمل الصحفي في البيئة الرقمية.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الإلكترونية، مصادر الخبر، صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية ، الإعلام الرقمي.

Abstract:

This research aims to study and analyze news sources in electronic journalism, through an applied model represented by the Algerian newspaper Al-Khabar, as it is one of the most prominent digital newspaper's in the national media arena. The focus was on classifying the sources relied upon in producing news, and the extent of the newspaper's balance between traditional sources (such as official statements and correspondants) and modern sources (such as social networking sites and eyewitnesses). Internal and external sources The descriptive approach was relied upon with an analytical method on a sample of 73 news items for the first quarter of 2025 (January, February, and March). This sample was selected through the artificial week using the observation tool and the content analysis tool.

The results of the analysis showed that the newspaper relies on diversity in its sources, but that this diversity is accompanied by a difference in the degree of verification and credibility, especially when relying on unofficial sources. The study also highlighted the importance of establishing clear editorial policies in dealing with sources, and recommends strengthening journalistic training in the field of digital verification and relying on reliable sources to maintain the professionalism of journalistic work in the digital environment.

Keywords: Electronic journalism, news sources, electronic criminal newspaper Al-Khabar. Digital media.

Résumé de l'étude

Cette recherche vise à étudier et analyser les sources de l'information dans la presse électronique, à travers un modèle d'application représenté par le journal El Khabar algérien, considéré comme l'un des principaux journaux numériques sur la scène médiatique nationale. L'accent a été mis sur la classification des sources utilisées dans la production de l'information, ainsi que sur l'équilibre du journal entre les sources traditionnelles (telles que les communiqués officiels et les correspondants) et les sources modernes (comme les réseaux sociaux et les témoins oculaires), ainsi que les sources internes et externes.

La méthode descriptive, appuyée par une approche analytique, a été adoptée sur un échantillon de 73 articles d'actualité publiés durant le premier trimestre de l'année 2025 (janvier, février, mars). Cet échantillon a été sélectionné selon la méthode de la semaine artificielle, en utilisant l'outil d'observation et l'outil d'analyse de contenu.

Les résultats de l'analyse ont montré que le journal recourt à une diversité de sources, mais cette diversité s'accompagne d'un certain déséquilibre en matière de vérification et de crédibilité, notamment lorsqu'il s'appuie sur des sources non officielles.

L'étude a également souligné l'importance de mettre en place des politiques éditoriales claires dans le traitement des sources, et recommande de renforcer la formation journalistique dans le domaine de la vérification numérique et de s'appuyer sur des sources fiables afin de préserver le professionnalisme du travail journalistique dans l'environnement numérique.

Mots-clés : presse électronique, sources de l'information, journal électronique El Khabar algérien, médias numériques.

:

فهرس المحتويات

.....	شكر وعران
.....	إهداء
.....	ملخص الدراسة
.....	فهرس المحتويات
.....	مقدمة
15.....	الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة
15.....	1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:
16.....	1- فرضيات الدراسة:
17.....	3- أهداف الدراسة:
17.....	4- أسباب اختيار الموضوع:
18.....	5- الدراسات السابقة:
21.....	6- تحديد المفاهيم:
26.....	7- نوع ومنهج الدراسة:
28.....	9- مجالات وأدوات الدراسة:
31.....	10- صعوبات الدراسة:
22.....	الفصل الثاني: مصادر الخبر في الصحافة الإلكترونية
22.....	تمهيد
23.....	المبحث الأول: مدخل عام إلى مصادر الخبر

23.....	المطلب الأول: نشأة وتطور مصادر الخبر
24.....	المطلب الثاني: أهمية مصادر الخبر
25.....	المطلب الثالث: أنواع مصادر الخبر التقليدية والحديثة
30.....	المطلب الرابع: تنوع مصادر الخبر
32.....	المبحث الثاني: مدخل عام إلى الصحافة الإلكترونية
32.....	المطلب الأول: نشأة الصحافة الإلكترونية وتطورها
38.....	المطلب الثاني: أنواع الصحافة الإلكترونية
41.....	المطلب الرابع: سمات الصحافة الإلكترونية
45.....	المبحث الثالث: تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر وآفاق تطويرها
45.....	المطلب الأول: الصحافة الإلكترونية في الجزائر
47.....	المطلب الثاني: الصحافة الجزائرية من الصحافة التقليدية إلى الصحافة الرقمية
50.....	المطلب الثالث: تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر
52.....	المطلب الرابع: مستقبل الصحافة الإلكترونية في الجزائر
53.....	خلاصة الفصل
55.....	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي-الدراسة الميدانية والتحليلية-
55.....	تمهيد
56.....	المبحث الأول: عرض البيانات المتعلقة بفئات الشكل والمضمون
56.....	المطلب الأول: عرض فئات الشكل
64.....	المطلب الثاني: عرض فئات المضمون
75.....	المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

75.....	المطلب الأول: تحليل النتائج المتعلقة بفئات الشكل والمضمون.
75.....	عرض وتحليل فئات الشكل
77.....	عرض وتحليل فئات المضمون
78.....	المطلب الثاني: نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
82.....	خلاصة الفصل
84.....	خاتمة:
88.....	قائمة المصادر والمراجع:
I	الملاحق

مقدمة

في ظل الثورة الرقمية الهائلة التي يشهدها العالم اليوم، بات من المسلم به أن الإعلام قد دخل عصرًا جديدًا غير بشكل جذري بنيته ووظائفه وأدواته، حيث لم تعد الممارسات الإعلامية محصورة في القوالب التقليدية الورقية أو البحثية، بل انتقلت بقوة إلى الفضاء الإلكتروني المفتوح، لتشكل ما يعرف اليوم بـ "الصحافة الإلكترونية" أو "الإعلام الرقمي".

هذه الطفرة التكنولوجية فتحت آفاقًا واسعة أمام الصحفيين والمؤسسات الإعلامية لإنتاج محتوى أكثر سرعة وانتشارًا وتفاعلاً، لكنها طرحت في الوقت ذاته جملة من التحديات المهنية والأخلاقية، في مقدمتها مسألة مصادر الخبر.

يُعد مصدر الخبر الصحفي بمثابة العمود الفقري لأي عمل إعلامي، إذ هو الذي يحدد مصداقية المعلومة، ويوجه بناءها التحريري، ويرسم حدود تأثيرها في المتلقي. ففي الإعلام التقليدي، كانت المصادر تُنتقى بعناية من خلال الشبكات الخاصة للمراسلين أو عبر القنوات الرسمية، وتخضع الأخبار الإعلامية للتحقق والمراجعة قبل النشر.

أما في الصحافة الإلكترونية، فإن المشهد قد تغير بشكل كبير، حيث أضحى الخبر يُنتج وينتشر في وقت قياسي، وأصبحت مصادره متعددة، أحيانًا يصعب التحقق منها، خاصة مع انتشار ما يُعرف بـ "صحافة المواطن" والمحتوى المنتج عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

**الفصل الأول:
الإطار المنهجي
والمفاهيمي للدراسة**

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تعتبر الصحافة الإلكترونية أهم ما نتج عن التمازج بين كل من التقنية الرقمية والتكنولوجيا الحديثة وبين المنظومة الاتصالية بكل ما تحمله من ميكانيزمات متنوعة ومتغيرات متعددة، سواء ما ارتبط منها بالوسيلة في حد ذاتها، أو طرفي الاتصال المرسل والمستقبل والعلاقة التي أضحت تحكم كل هذه الأطراف في ظل فضاء رقمي جديد سمح في الوقت ذاته بالحصول ونقل المعلومة في وقت وجيز وانتشارها على نطاق واسع بعد بضع ثوان فقط من نشرها على مستوى مواقعها الإلكترونية، وهو ما فتح المجال للجمهور أو المتلقين بأن يبديوا آراءهم حول ما ينشر من أخبار حول مختلف القضايا والأحداث وكل ما يرتبط بمجرياتنا المختلفة، هذا فضلا عن إمكانية تقديمها لها، كل هذا يحدث ضمن نطاق اتصالي تفاعلي رقمي يربط بين ناشر المعلومة (الصحفيين) ومتلقيها (الجمهور).

وتلعب مصادر الخبر دورًا محوريًا في العمل الصحفي، إذ تشكل الركيزة الأساسية التي يستند إليها الصحفي في إعداد تقاريره وأخباره. وفي ظل تطور الوسائط الرقمية وظهور الصحافة الإلكترونية توسعت طبيعة هذه المصادر وتنوعت، فأصبحت تشمل إلى جانب المصادر التقليدية (مثل وكالات الأنباء والمؤتمرات الصحفية والتصريحات الرسمية)، مصادر رقمية جديدة كمنصات التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإلكترونية الرسمية وغير الرسمية.

وتُعتبر الصحافة الإلكترونية واحدة من أهم وسائل الإعلام الحديثة التي تعتمد على الإنترنت كمصدر أساسي لنشر الأخبار.

ومع ذلك، فإن تعدد المصادر الرقمية يثير تساؤلات حول مصداقية ودقة الأخبار المنشورة وعن مصادر هذه الأخبار وهذا ما سنتطرق له في دراستنا هذه باحثين عن أهم مصادر الأخبار داخل صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية.

في هذا السياق المعقد والمتحول، تبرز إشكالية مركزية تتمثل في التساؤل حول مدى موثوقية ومهنية المصادر التي تعتمد عليها الصحف الإلكترونية، ومدى تأثير البيئة الرقمية في اختيار تلك المصادر وصياغة المحتوى الإخباري انطلاقًا منها وعليه، فإن فهم طبيعة هذه المصادر وتحليلها يُعد أمرًا أساسيًا لفهم طبيعة الصحافة الإلكترونية الحديثة، وإعادة تقييم علاقتها بمبادئ الدقة والموضوعية والمصداقية التي تشكل جوهر العمل الصحفي.

وتأتي أهمية هذا البحث من كون موضوعه يجمع بين ثلاثة جوانب الأول الجانب المنهجي المتعلق بطرح إشكالية الدراسة ماهي أهم مصادر الأخبار المعتمدة لدى صحيفة الخبر الإلكترونية، والثاني الجانب النظري المرتبط بمفهوم المصدر الصحفي ووظائفه وأهميته في بناء الخبر والصحافة الإلكترونية الجزائرية، وأخيرا الجانب التطبيقي المتمثل في تحليل العينة الخبرية المنشورة عبر موقع صحيفة الخبر الإلكترونية، إحدى أبرز المنصات الإعلامية في الجزائر من حيث المتابعة والتأثير وقد تم اختيار هذه الصحيفة نظراً لوزنها المهني ومكانتها في المشهد الإعلامي الجزائري، إضافة إلى تنوع محتواها وتغطيتها الواسعة للأحداث الوطنية والدولية.

وعليه فإن الباحثين في هذه الدراسة تسعيان إلى إبراز أهم مصادر الأخبار الإعلامية التي تتضمنها صحيفة الخبر الإلكترونية في ظل البيئة الرقمية ممثلة في الأخبار الموجودة من خلال معرفة مصادرها التي يتم النشر فيها. بناء على ما سلف ذكره نصل إلى طرح الإشكال التالي:

ماهي أهم مصادر الأخبار المعتمدة لدى صحيفة الخبر الإلكترونية؟

وعليه تتفرع لدينا مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- هل تعتمد صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لأخبارها؟
- هل تلجأ صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية على مصادر أخبار داخلية فقط؟
- هل تعطي صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية أهمية في ترتيب أخبارها ضمن محتواها اليومي؟

1-فرضيات الدراسة:

سعيانا من خلال إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إلى طرح الفرضيات التالية:

➤ **الفرضية الرئيسية:**

أهم مصادر الأخبار المعتمدة لدى صحيفة الخبر الإلكترونية هي وكالات الأنباء.

➤ **الفرضيات الفرعية:**

- تعتمد صحيفة الخبر الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لأخبارها بشكل محدود.
- تلجأ صحيفة الخبر الإلكترونية على مصادر أخبار داخلية وخارجية.
- تعطي صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية أهمية في ترتيب أخبارها ضمن محتواها

2- أهمية الدراسة:

تتحدد أهمية هذه الدراسة في العديد من النقاط لعل أهم ما يمكن إدراجه فيما يلي:

- ✓ حملت التكنولوجيا الحديثة والتقنية الرقمية تغيرات هائلة في ميدان الصحافة وهو ما جعلها تفرز عن الكثير من الإنتاجات المختلفة أهمها الصحافة الإلكترونية كنتاج هام في نقل المضامين الإخبارية والتي تعتبر من بين المجالات التي حظيت باهتمام بالغ من قبل الباحثين الجزائريين لذلك فإن تميز دراستنا وتفردا يظهر في الكشف عن أهم مصادر الأخبار الإعلامية المتضمنة في الصحيفة محل الدراسة.
- تعتبر الدراسة من بين البحوث العلمية الحديثة في السياق الجزائري حيث لاحظنا قلة دراستها والخضوع في حيثياتها بحسب علمنا على الأقل وحسب اطلاعنا إذ وجدنا قلة الدراسات التي قامت بالبحث حول موضوع مصادر الخبر في الصحافة الإلكترونية.

3- أهداف الدراسة:

يسعى الباحثون عادة من خلال مختلف دراساتهم إلى تحقيق جملة من الأهداف المختلفة والتي تتنوع

بتنوع المواضيع وغايات الدراسات المرجوة منها، لذلك يمكن استجلاء أهداف دراستنا كالتالي:

- ✓ تحديد أهم مصادر الأخبار المعتمدة لدى صحيفة الخبر الإلكترونية.
- ✓ معرفة مدى اعتماد صحيفة الخبر الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لأخبارها.
- ✓ معرفة ما إن كانت صحيفة الخبر الإلكترونية تعتمد على مصادر أخبار داخلية فقط.
- ✓ معرفة ما إن كانت صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية تعطي أهمية في ترتيب أخبارها ضمن محتواها اليومي

✓ التعرف على التطورات والتغييرات التي أحدثها استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الإعلامي خاصة فيما يتعلق بطريقة جمع المعلومات وسرعة الحصول عليها، ومهارة الأداء ومواكبة الأحداث والتطور.

✓ الكشف عن أهم مصادر الأخبار التي تعتمد عليها صحيفة الخبر الإلكترونية في الحصول على أخبارها.

✓ التعرف على أهم المصادر التي يلجأ لها الصحفي الجزائري لاستقصاء المعلومات الضرورية لصياغة القوالب الإعلامية والقصص الإخبارية.

4- أسباب اختيار الموضوع:

(1) أسباب ذاتية:

➤ الاهتمام والميول الشخصي للموضوع في الدراسة كونه جديد ويتزامن مع التطورات الرقمية الحالية.

- الرغبة الشخصية بالخوض في هذا الميدان الإعلام بالتحديد الصحافة الإلكترونية.
- تطابق الموضوع مع ميولاتنا الذاتية المتعلقة بالمواضيع الميدانية التي تسعى إلى وصف وتحليل الظواهر من خلال الكشف عن مختلف متغيراتها وربطها مع بعضها.
- اهتمامنا الشخصي في التمايز والتكنولوجيا الحديثة واستخداماتها خاصة في مجال الأخبار الرقمية.
- قصد إثراء المكتبة بدراستنا الجديدة حول الموضوع خاصة أننا في أمس الحاجة لدراستنا في مجال الأخبار الإعلامية والنشر الإلكتروني وما أحدثته هذه تقنية من ظهور وسائل إعلامية حديثة ولعل من أبرزها الصحافة الإلكترونية باعتبارنا ملزمين أكاديميا بإنجاز بحث لنيل شهادة الماستر.

(2) أسباب موضوعية:

- أهمية الصحافة الإلكترونية في العصر الحديث وسرعة نقل الأخبار الإعلامية وتوفير المعلومات في الصحافة.
- مدى تأثير الصحافة الإلكترونية بمصادر الأخبار وإسهام تطوير مجال الإعلام في البلاد (الجزائر).
- الرغبة في معرفة أهم التطورات الرقمية المتعلقة بنشر الأخبار الإعلامية.
- ندرة الدراسات التي تهتم بالتطورات الرقمية في المؤسسات الإعلامية.
- محاولة تدعيم رصيد البحث العلمي في مجال الصحافة الإلكترونية في الجزائر وعلاقتها بمصادر الأخبار.
- التفاعل مع الجمهور وتغطية شاملة ومواكبة التطورات الرقمية.
- مصداقيتها وبنائها الجمهور للوصول إلى المعلومات مع مواكبة الأحداث المتصارعة ودقة الأخبار إضافة إلى توفير المعلومات الموثوقة.
- الصحافة الإلكترونية ومصادر الأخبار تعتبر من المواضيع المهمة التي تتعلق بتطور وسائل الإعلام في العصر الرقمي.

5- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

عنوان الدراسة: مصادر الخبر الصحفي في الصحافة الرقمية وأثرها على الممارسة المهنية

المؤلفان : منير عيادي، نصر الدين مهداوي

الجهة الناشرة: مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 2021

سعت هذه الدراسة إلى تحديد أهم مصادر الخبر الصحفي التي يعتمد عليها الصحفيون في الصحافة الرقمية الجزائرية، مع التركيز على المصادر الإلكترونية وتأثيرها على الممارسة المهنية، واعتمدت على المنهج الوصفي المسحي، واستُخدم استبيان شمل عينة مكونة من 112 صحفياً من الجزائر العاصمة.

أهم النتائج:

✓ لا يزال الصحفيون يعتمدون على المصادر التقليدية مثل وكالات الأنباء والوثائق الرسمية.
✓ هناك تزايد واضح في الاعتماد على المصادر الإلكترونية، وخاصة الصفحات الرسمية الموثقة على شبكات التواصل الاجتماعي كـ فيسبوك وتويتتر.

الدراسة الثانية:

عنوان الدراسة: تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحفيين الجزائريين كمصدر للأخبار

المؤلفات: شئون بثينة، طويطو سلمى، العابد سكيبة

الجهة الناشرة: جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3، سنة 2022

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحفيين الجزائريين باعتبارها مصدراً للأخبار والمعلومات.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وتم جمع البيانات باستخدام استبيان شمل عينة من الصحفيين.

أهم النتائج:

✓ الأغلبية من الصحفيين يعتمدون على الصحافة الإلكترونية كمصدر أساسي للأخبار.
✓ يُفضل الصحفيون المزج بين المصادر الإلكترونية والتقليدية لضمان الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة.

الدراسة الثالثة:

عنوان الدراسة: واقع استخدام مصادر المعلومات من قبل العاملين في مؤسسات الإعلام بالجزائر

المؤلفة: بومعرافي بهجة

الجهة الناشرة: مجلة العلوم الإنسانية، سنة 2015

تناولت الدراسة كيفية استخدام العاملين في مؤسسات الإعلام الجزائرية لمصادر المعلومات، مع التركيز على الصحافة المكتوبة.

اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي.

أهم النتائج:

- ✓ تلعب المؤسسات الإعلامية دورًا محوريًا في جمع وتوزيع المعلومات.
- ✓ تساهم في تطوير المجتمعات ثقافيًا وسياسيًا عبر توظيفها لمصادر معلومات متنوعة.

الدراسة الرابعة:

عنوان الدراسة: استخدام الصحافة المكتوبة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

المؤلفة: خديم خيرة

الجهة الناشرة: مجلة دراسات وأبحاث، سنة 2018

هدفت هذه الدراسة إلى رصد كيفية استخدام الصحافة المكتوبة الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار، من خلال تحليل محتوى صحيفة "الشروق اليومي". استخدمت منهج تحليل المحتوى في تتبع آليات النقل الإخباري.

أهم النتائج:

- ✓ تستخدم الصحف الشبكات الاجتماعية لتغطية الأخبار الإعلامية والفنية.
- ✓ تُركز على قيمة الشهرة، وتوظف قالب الهرم المقلوب في عرض الأخبار.

الدراسة الخامسة:

عنوان الدراسة: القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية - مقارنة بين صحيفتي النهار والشعب الإلكترونية

الباحثة : سامية نجاعي

السنة: 2022

ركزت الدراسة على تحليل القيم الإخبارية المتضمنة في صحيفتي النهار والشعب الإلكترونيتين، وذلك بهدف الكشف عن أبرز القيم التي يعتمد عليها القارئون بالاتصال أثناء تحرير ونشر الأخبار. طرحت الدراسة إشكالية تمحورت حول القيم التحريرية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية. اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحليل عينة من الأخبار باستخدام أداة تحليل المحتوى.

أهم النتائج:

- ✓ يتحلى القارئون بالاتصال بالمسؤولية الاجتماعية عند اختيارهم للأخبار.
- ✓ يتم اعتماد قيم إخبارية تهدف إلى خدمة المجتمع والصالح العام.
- ✓ تُراعى المعايير المهنية في معالجة المحتوى الإخباري الإلكتروني.

6- تحديد المفاهيم:

تكتسي عملية تحديد المفاهيم Les concepts أهمية كبيرة في البحث العلمي لما لها من دور كبير في ربط مختلف أجزاء البحث والتعريف بها وشرحها بشكل أكثر دقة. حيث يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات أمراً ضرورياً لأي بحث أو دراسة. وعليه فإن مفاهيم دراستنا تتحدد فيما يلي:

أ- مصادر الخبر الصحفي:

المصدر لغة:

جاء في لسان العرب عن لفظة المصدر ما يلي: "الصدر: أعلى مقدم كل شيء وأوله، حين أنهم ليقولون: صدر النهار والليل، وصدر الشتاء والصيف وما أشبه ذلك مذكراً، فأما قول الأعشى: وتشرف بالقول الذي قد أدعته. كما شرقت صدر القناة من الله؟ قال ابن سيده: فإن شئت قلت أنت لأنه أراد القناة، وإن شئت قلت إن صدر القناة قناة، وعليه قوله:

مشين كما اخترت رماح، تسفيت أعاليها *** من الرياح المواسم والصدر

فالمصدر حسب ما ورد في المعاني اللغوية هو الأصل الذي يصدر عنه كل شيء وهو صدر الشيء وأعله وجاء في القاموس المحيط ما معناه: "المصدر من صدر: (اسم)، صدر: مصدر صدر مصدر: (اسم) الجمع: مصادر والمصدر: اسم مكان من صدر إلى صدر من صدر وصدر مما يصدر عنه الشيء ومصدر الرزق أسباب العيش وموارده، ومصدر المتاعب مصدر المشاكل سببهما.¹

والمصدر: كتاب كالقاموس أو الموسوعة، يمكن الرجوع إليه للمعلومات الموثقة مصادر الفقه الإسلامي القانون الجنائي البحث والمصادر الأولية هي التي تتضمن المعلومات الأساسية والبيانات المستقاة من التحليلات والإحصاءات عن الموضوع، أما المصادر الثانوية كل ما يتضمن التعليقات والتفسيرات الخاصة بالموضوع.

والمصدر في اللغة هو المعنى الموجود في الفعل والمجرة دون تحديد حدث زمانه. خرج خروجاً حاكم محاكمة والمصدر الميمي: (النحو والصرف المصدر المبدوء تميم زائدة لغير المفاعلة).²

¹ ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، المجلد الرابع، (باب الصاد)، الطبعة الثامنة، دار صادر، بيروت، لبنان، 2014م، ص 499.

² الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب مجد الدين: القاموس المحيط، الطبعة الثامنة، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، 2005م، ص 412.

المصدر اصطلاحاً:

في مجال الصحافة يعد المصدر هو الشخص أو المنشور أو أي تسجيل أو مستند آخر يعطي معلومات في الوقت المناسب وخارج مجال الصحافة، تعرف المصادر في بعض الأحيان بأنها مصادر الأخبار الصحفية.

وتتضمن أمثلة المصادر التسجيلات الرسمية أو المنشورات أو النشرات، والمسؤولين في الحكومة أو قطاع الأعمال والمنظمات أو الشركات والشهود على جريمة أو حوادث أو أحداث أخرى والأشخاص المشاركين أو المتأثرين بحدث أو أخبار أو قضية.

وفقاً للباحث توميكر (1996) وميكويل (1994)، فإن هناك العديد من العوامل التي تميل إلى تحديد قبول المصادر كمصادر أصلية من قبل المحققين الصحفيين.

ويتوقع من المراسلين الصحفيين تطوير المصادر وزراعتها، خاصة إذا كانت تغطي موضوعاً معيناً بانتظام يعرف باسم السبل الصحفي

وغالباً وليس دائماً، ما يعطي المراسلون الصحفيون مساحة أكبر للمصادر التي تمتلك حدوداً قليلة. على سبيل المثال، يقول الشخص في بعض الأحيان أنه لا يريد التحدث لم ينتقل إلى الحديث، إذا كان هذا الشخص ليس شخصية عامة، فتكون احتمالية استخدام المراسلين الصحفيين لهذه المعلومات أقل.¹

الخبر لغة:

عرف الخبر بأنه ما يحتمل الصدق والكذب لذاته.

وقيل بالخبر ما يصح أن يقال لقائله: إنه صادق فيه أو كاذب، فإن كان غير مطابق للواقع كان قائله كاذباً.

وقال ابن فارس رحمه الله أما أهل اللغة فلا يقولون في الخبر أكثر من أنه إعلام، نقول أخبره، والخبر هو العلم وأهل النظر يقولون بالخبر ما جاز تصديق قائله أو تكذيبه.

الخبر اصطلاحاً:

كما يقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة التي تحصل من خلالها الوكالة أو الصحيفة على الخبر الصحفي.. وهذا المصدر قد يكون شخصاً مثل الشخصيات كبار الشخصيات الرسمية

¹ ينظر الرابط <https://ar.wikipedia.org/wiki> أطلع عليه: 2025/04/25

أو الشعبية الإجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الانباء.¹

الصحافة لغة:

الصحافة في اللغة مصدر مشتق من عمل الصحف، كما أن الصحافة هي فن إنشاء الجرائد والمجلات وكتابتها.

أما الصحفي فهو من يعمل في الصحف بمعنى الوراق، والجورنال" هي نقالاً عن التسمية الغربية للدلالة على الصحف اليومية، ثم ارتأى رشيد الدحداح إطلاق تسمية "صحيفة" إلا أن نظير الدحداح اللغوي اعتمد لقطة "جريدة" بمعنى الصحف المكتوبة.

الصحافة اصطلاحاً:

الصحافة هي مهنة ومجال يهتم بجمع المعلومات والأخبار وتحليلها ونشرها للجمهور عبر وسائل إعلامية متعددة مثل الصحف، الإذاعة، التلفزيون، والمواقع الإلكترونية.

تؤدي الصحافة دوراً مهماً في نقل المعلومات، ومراقبة السلطة، وتكوين الرأي العام، وتنقيف المجتمع، وتقديم الترفيه.

من خصائصها الأساسية: الموضوعية، الدقة، السرعة، الوضوح، والتحليل، وهي ما يميز الصحفي المحترف عن غيره

وتنقسم إلى أنواع متعددة منها: الصحافة الورقية، الصحافة الإذاعية، الصحافة الإلكترونية، الصحافة المتخصصة، والصحافة الاستقصائية.

يقصد مصدر الخبر الصحفي الأداة التي تحصل من خلالها الوكالة أو الصحيفة على الخبر الصحفي..

وهذا المصدر قد يكون شخصاً مثل كبار الشخصيات الرسمية أو الشعبية أو نجوم الحياة الاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر.²

¹ محمد بن إبراهيم الحمد، كتاب مصطلحات في كتب العقائد، دار ابن خزيمة، ط1، ب ت، ص160.

² الجامعة المستنصرية، مصادر الخبر الصحفي، ص1 ينظر الرابط التالي: <https://uomustansiriyah.edu> أطلع عليه بتاريخ 2025/04/26.

مصادر الخبر الصحفي إجرائيا:

مصادر الخبر الصحفي هي كافة المنابع التي يستقي الصحفي الإلكتروني الجزائري يوميا معلوماته سعيا منه للسبق الصحفي، ومصادر الخبر الصحفي التي خصتها دراستنا هي المصادر الإلكترونية بالدرجة الأولى، على غرار مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر واليوتيوب، إضافة إلى المصادر الذاتية والخارجية للصحيفة الإلكترونية الجزائرية بالتحديد صحيفة الخبر الإلكترونية.

ب- مفهوم الصحافة الإلكترونية:

تم التطرق لمفهوم الصحافة فيما سبق والآن نتعرف على مفهوم كلمة الإلكتروني .

لغة:

مصطلح "إلكتروني" في اللغة العربية يُستخدم غالبًا لوصف شيء يتم عبر الإنترنت أو يعتمد على التكنولوجيا الرقمية.

في اللغة، يُعد "إلكتروني" صفة تُنسب إلى "الإلكترون" (وهو الجسيم دون الذري)، لكنها تُستخدم مجازًا لوصف الأشياء التي تتم عبر الوسائط الرقمية أو الأجهزة الإلكترونية.

الإلكتروني اصطلاحا:

يُشير مصطلح إلكتروني إلى كل ما يتم عبر الوسائط الرقمية أو يتم تشغيله ومعالجته باستخدام الأجهزة الإلكترونية، وبشكل خاص الحواسيب وشبكة الإنترنت، وقد ظهر هذا المصطلح في سياق التحول الرقمي العالمي الذي شهدته القطاعات المختلفة، ليعبر عن نقلة نوعية من النمط التقليدي الورقي أو اليدوي إلى نمط حديث يعتمد على التكنولوجيا والسرعة في الأداء والتفاعل مع المستخدمين.¹

هناك عدة تعاريف للصحافة الإلكترونية سنحاول إجمالها في مجموعة من النقاط الأكثر اقترابا منها

إلى الواقع:

1. هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية، تغطي صفحات الجريدة وتشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة.

2. هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت إصدار إلكتروني لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليست لها نسخة ورقية، سواء

¹ الدرناني عبد الملك، مقرونية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية للصحف اليمنية، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32 جامعة صنعاء، د س ن ص ص 128-129

كانت عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلاً دقيقاً للنسخة الورقية أو كانت ملخصاً للمنتشر بها، طالما إنها تصدر بشكل منتظم، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ومن ساعة لأخرى، أو من حين لآخر حسب إمكانيات جهة الصدور.

3. هي تلك الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري، وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة وتحتوي على الأحداث الجارية، ويتم الاطلاع عليها من خلال الأجهزة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت.

4. هي الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت، ويقوم القارئ باستدائها وتصفحها والبحث داخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها منها وطبع ما يرغب في طباعته.

وجذبت الصحف الإلكترونية قراء كثيرين، لا لكونها تقدم خدمات إخبارية ذات نوعية غاية في الحداثة، بل لأنه يمكن الوصول إلى هذه المحتويات بسرعة، كما أنها تقدم بصيغة يمكن من خلالها تأمل الأخبار والحصول على أفكار مستخلصة عنها، فضلا عن الإمكانيات التكنولوجية التي تدخل في هذه المسألة والتي تأخذ موقعا مركزيا ضمن هذه الاعتبارات، لذا فإن ناشري الصحف الإلكترونية يمتلكون قاعدة من المهارات لإنتاج صيغ إخبارية ذات أوعية متعددة جذابة ولديهم قواعد بيانات المحتويات الأخبار بحيث يجدها القراء سهلة البحث، وحتى التقارير الإخبارية ذات النوعية العالمية، سوف لن تكون كافية لصياغة ودعم عملية القراءة إذا وجدت صعوبة في استرجاع تلك المعلومات.¹

ج- صحيفة الخبر الإلكترونية:

صحيفة "الخبر" الإلكترونية هي امتداد رقمي لجريدة "الخبر" اليومية الجزائرية التي تأسست في 1 نوفمبر 1990 على يد الصحفي عثمان سناجي.

تعد صحيفة "الخبر" من أبرز الصحف المستقلة في الجزائر، حيث انطلقت في فترة شهدت تحولات سياسية واجتماعية، وكان تأسيسها تعبيراً عن رغبة الصحفيين في تقديم إعلام مهني وموضوعي.²

تتميز الصحيفة بتغطيتها الشاملة للأحداث المحلية والدولية، مع التركيز على القضايا التي تهم المجتمع الجزائري. كما تسعى إلى تقديم محتوى إخباري متنوع يشمل السياسة والاقتصاد والمجتمع والثقافة منذ تأسيسها، شهدت الصحيفة تطورات ملحوظة، حيث أطلقت قناة "الخبر" التلفزيونية في 2014، إلا أن

¹ عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي الشروق للنشر والتوزيع، ط 1 الأردن، 2006، ص 78

² المرجع نفسه، ص 93.

القناة أعلنت إفلاسها في يونيو 2017، مع استمرار البث حتى إعادة إطلاق الموقع الإلكتروني "الخبر نيوز".

في عام 2016، قامت مجموعة من الصحفيين ببيع الصحيفة إلى رجل الأعمال يسعد ربراب، مما أثار جدلاً واسعاً في الأوساط الإعلامية والسياسية، حيث اعتبرت الحكومة الجزائرية أن الصفقة قد تؤثر على استقلالية الصحافة في البلاد رغم التحديات التي واجهتها، تظل "الخبر" الإلكترونية من أبرز المنابر الإعلامية في الجزائر، حيث تسعى للحفاظ على مصداقيتها وموضوعيتها في تقديم الأخبار والمعلومات.

7- نوع ومنهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية، وهي إحدى المناهج العلمية التي تُستخدم على نطاق واسع في البحث الإعلامي والاجتماعي، نظراً لقدرتها على الجمع بين الرصد الكمي والتحليل الكيفي للظواهر المعقدة والمركبة. ويُعنى هذا النوع من البحوث بوصف الواقع القائم كما هو، دون التدخل في تغييره، مع السعي إلى تحليله تفسيرياً، للكشف عن العلاقات السببية أو الارتباطية بين المتغيرات، وتحديد الاتجاهات السائدة فيه.

ويُعد هذا المنهج ملائماً لدراسة الظواهر الإعلامية الحديثة، خصوصاً تلك التي لم يتم التطرق إليها بشكل كافٍ في الدراسات السابقة، أو التي برزت بفعل التحولات الرقمية والتكنولوجية المتسارعة، وهو ما ينطبق على موضوع هذه الدراسة المتمثل في تحليل القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتحديدًا في صحيفة "الخبر" الإلكترونية. فهذه الظاهرة، من حيث ارتباطها بالممارسة الإعلامية الرقمية، تُعد حديثة نسبياً، وتستلزم أدوات تحليلية دقيقة قادرة على الإحاطة بمستوياتها الشكلية والمضمونية.

إن المنهج الوصفي التحليلي لا يقتصر على تقديم أوصاف سطحية، بل يتجاوز ذلك إلى تحليل عميق للبيانات والوقائع الإعلامية، مع ربطها بسياقاتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، وهو ما يسمح للباحث بتقديم فهم أعمق لبنية المحتوى الإعلامي، واستنباط السمات والأنماط التي تحكمه.

وقد تم اعتماد هذا المنهج في هذه الدراسة لأنه يُمكن من تحقيق هدفين أساسيين:

الوصف الكمي للقيم الإخبارية من خلال الترميز الإحصائي والتكرار العددي للسمات الإعلامية المتكررة ضمن المادة المدروسة، ما يوفر قاعدة رقمية يمكن البناء عليها في التحليل.

التحليل الكيفي للمضامين من خلال تفسير دلالات تلك القيم الإخبارية، وفهم الخلفيات التحريرية التي تتحكم في اختيار الأخبار وصياغتها، وربط ذلك بالسياق العام للخطاب الإعلامي في البيئة الرقمية الجزائرية.

ولتحقيق ذلك، تم توظيف أسلوب تحليل المحتوى (Content Analysis)، بوصفه من أنجع الأدوات المنهجية في دراسة النصوص الإعلامية. ويُعد تحليل المحتوى أداة منهجية تعتمد على التصنيف الموضوعي والمنهجي للمواد الاتصالية، بهدف تحديد أنماطها ودلالاتها وأهدافها الضمنية، كما يسمح بالكشف عن القيم الإخبارية السائدة، والخط التحريري المتبع، واتجاهات المعالجة الصحفية.

وقد مكن هذا الأسلوب من تفكيك البنية الداخلية للمادة الإخبارية المنشورة في صحيفة "الخبر" الإلكترونية، والوقوف على مدى انسجامها مع القيم الصحفية التقليدية مثل: الدقة، الآنية، الأهمية، القرب، الشهرة، الصراع، وغيرها، فضلاً عن استكشاف ما إذا كانت الصحافة الرقمية قد أفرزت أولويات قيمية جديدة تتماشى مع منطلق السرعة والتفاعلية والانتشار.¹

و جاءت هذه الدراسة لتُسهّم في إثراء الحقل المعرفي للإعلام الرقمي من خلال تقديم تحليل علمي ومعمق لمضامين إحدى أبرز المنصات الإعلامية الجزائرية، مستفيدة من دمج المنهج الكمي والكيفي بطريقة تكاملية تُثري النتائج وتُقوي من موثوقيتها العلمية.²

8- عينة ومجتمع الدراسة:

أ- مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع البحث في الدراسات العلمية بأنه عبارة عن مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي. وإن أساس نجاح التعيين يقوم أولاً على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفاً دقيقاً وعليه فمجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج دراسته.

ويفصل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته فيتم

¹ محمد حسنين، هيكل الإعلام وقضايا التغيير الاجتماعي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان 2000، ص 73.

² عبد العزيز خوخة، الصحافة الإلكترونية: ملامح التجربة العربية، دار الشروق، القاهرة، 2012، ص 52.

التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث وعليه مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في مجموع الأخبار التي نشرت عبر صحيفة الخبر الإلكترونية.

ب- عينة الدراسة:

إن انتقاء عينة ممثلة خطوة جد مهمة تأتي بعد تحديد المجتمع الأصلي ووضع الإطار الذي تؤخذ منه العينة حيث أن الصعوبات التي تواجه الباحثين عند دراسة جميع مفردات المجتمع (خاصة إذا كان هذا المجتمع كبيرا) تجعل الباحثين يلجؤون عادة إلى اختيار مجموعة صغيرة (تسمى العينة) يتم اختيارها من المجتمع بطريقة معينة بحيث تكون هذه المجموعة صورة مصغرة للمجتمع بقدر الإمكان ثم يقومون بدراسة هذه العينة بدقة للتعرف على خواصها ومعرفة معالمها مثل الوسط الحسابي والوسيط وغير ذلك من المقاييس الإحصائية وتعرف العينة بأنها "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية" يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر ومفردات ومجتمع الدراسة وبما يخدم، يتناسب ويعمل على تحقيق هدف الدراسة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي. بناء على ما سبق فقد تم الاعتماد في دراستنا الحالية على عينة الأسبوع المصطنع للثلاثي الأول من سنة 2025 والذي يخص الأشهر التالية (جانفي، فيفري، مارس) بداية من 1 جانفي إلى غاية 31 مارس. وبعد تحديدها بدقة للأيام المراد تحليل أخبارها فتحصلنا على العينة التالية:

- بالنسبة لشهر جانفي 1 / 5 / 13 و 21 جانفي 2025.
- أما شهر فيفري فتحصلنا على الأيام 1 / 9 / 17 و 25 فيفري 2025.
- أما عن شهر مارس فتحصلنا على 1 / 9 / 17 و 25 مارس 2025.

9- مجالات وأدوات الدراسة:

أ- مجالات الدراسة:

1- المجال الزمني:

فترة البحث لطور الماستر كانت قد بدأت من سنة 2023 إلى 2025 وهي فترة التكوين الحضوري والتطبيقي.

أما عن الدراسة الحالية فقد انحصرت فترات البحث فيها مع بداية الموسم الجامعي الحالي 2024/2025، حيث قمنا بملاحظة الظاهرة وتجميع البيانات حولها، وكنا قد تطرقنا فيها إلى ثلاثة جوانب، الجانب

المنهجي، الجانب النظري ومن ثم انتقلنا إلى الدراسة الميدانية المتعلقة بتحليل المضمون والذي انحصرت مدته البحث فيه من 1 جانفي 2025 إلى غاية 31 مارس 2025.

2- المجال المكاني:

كون أن الدراسة تتعلق بالأخبار الإلكترونية فالمكان هنا مكان افتراضي والذي يعود إلى الموقع الإلكتروني لصحيفة الخبر حيث تمت دراسة وتحليل عينة من الأخبار المنشورة عبر موقع الصحيفة الإلكتروني.

3- المجال البشري:

كون أن الدراسة تتعلق بمصادر الأخبار الإلكترونية التي تم نشرها على مستوى الفضاء الإلكتروني لصحيفة الخبر الإلكترونية وعليه فإن المجتمع هنا يتمثل في مجموعة من الأخبار التي تم تحليلها -عينة الدراسة- تم تحديدها بطريقة علمية.

ب- أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا على أداة الملاحظة البسيطة والتي نعني بها الانتباه إلى حادثة أو ظاهرة أو أمر ما، أما الملاحظة في مجال البحث العلمي فهي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلية فيها، إنما الملاحظة فهي عبارة عن تسجيل ظاهرة وتحديد المجال الزمني، والمكاني وفقاً لاهداف البحث و الدراسة و تسجيل معلومات التي يلاحظها الآخريين .
أداة تحليل المحتوى (المضمون):

ظهر تحليل مضمون في الولايات المتحدة الأمريكية أوائل القرن العشرين وكان يقتصر في الغالب على مقالات صحفية قرابة أربعين سنة حيث ينسب إلى "برلسون" تقديم أول تعريف بتحليل المضمون سنة 1948 والذي عرفه على أنه : أسلوب بحث الذي يهدف إلى تحليل محتوى الظاهري أو مضمون الصحيح ووصفها وصفا موضوعيا ومنهجيا وكميا بالأرقام".

إن الأداة المناسبة في دراستنا حالية تحدد في أداة تحليل المضمون كون أنه أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهرة أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل أو المضمون وتلبية أدوات جمع البيانات:

أداة الملاحظة:

اعتمدنا في دراستنا على أداة الملاحظة البسيطة والتي نعني بها الانتباه إلى حادثة أو ظاهرة أو أمر ما، أما الملاحظة في مجال البحث العلمي فهي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلية فيها حيث أن تحليل المحتوى يطلق على أسلوب البحث العلمي الذي يعطي المتطلبات التالية:

- تحليل الخصائص اللغوية والدلالية للرموز الاتصالية المستخدمة.
- تحديد تكرارات ظهور هذه الخصائص أو ورودها بدرجة عالية من التدقيق المحكم.
- إمكانية تمييزها بمصطلحات ذات صفة عامة.

الضبط الدقيق المحكم للمصطلحات المستخدمة في إمكانية التعرف على هذه الخصائص الرمزية التي تمت دراستها وعادة ما يكون تحليل المضمون على مستويين كيمي وكمي، فالمستوى الكمي يقوم على إجراءات يتم بموجبها تفكيك النص أو العينة، ترجمة الأفكار والمصطلحات أما المستوى الكمي فيقوم على إجراءات تمكن الباحث من تحليل النصوص الواردة في مختلف المضامين الإعلامية والسياسية.

كما انه تم بناء الاستمارة بعنوان " (مصادر الخبر في صحافة الالكترونية)، دراسة تحليلية لعينة من جريدة الخبر الالكترونية تم تحكيمها من طرف مجموعة من الاساتذة وطلبة قسم الاعلام واتصال محاورها:

- المحور الأول " البيانات الخاصة بالوثيقة
- المحور الثاني "فئات الشكل. (كيف قبل؟)
- المحور الثالث "فئات المضمون (ماذا قبل؟)
- المحور الرابع" الملاحظات العامة .

10- صعوبات الدراسة:

تعد دراسة الصحافة الإلكترونية ومصادر الخبر من الموضوعات البحثية المعقدة، نظراً لما يتسم به هذا المجال من حداثة وتطور متسارع، فضلا عن تداخل العوامل التكنولوجية والاجتماعية والمهنية في تشكيله.

يواجه الباحثون في هذا المجال العديد من التحديات المنهجية والعملية التي تؤثر على دقة النتائج وموثوقيتها.

وفي هذا الإطار يمكن تقسيم هذه الصعوبات إلى صعوبات منهجية وصعوبات تتعلق بمصادر الخبر، وسنركز هنا على الصعوبات المنهجية في دراسة الموضوع.

أ- الصعوبات المنهجية في دراسة الموضوع

يعد مجال الصحافة الإلكترونية حديث النشأة مقارنة بالصحافة التقليدية، التي تراكت حولها نظريات ومناهج بحثية على مدى قرون.

فقد ظهرت الصحافة الإلكترونية مع انتشار الإنترنت وتطور منصات النشر الرقمي في أواخر القرن العشرين، مما يجعلها ظاهرة لم تستقر بعد على مستوى المفاهيم والنماذج الأكاديمية.

من أبرز التحديات التي تواجه الباحثين في هذا المجال هو:

➤ حداثة مجال الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة التقليدية، وغياب تراكم نظري كافٍ.

- تداخل المفاهيم مع مجالات الإعلام الرقمي الأخرى (مثل الإعلام الاجتماعي والصحافة المواطنية).
- غموض المفاهيم والمصطلحات الأساسية، مثل: "مصادر الخبر"، "المحتوى المهني"، "التفاعلية".¹
- صعوبة تحديد الإطار النظري المناسب: هل يُعتمد على نظريات تقليدية أم تُطوّر نماذج جديدة؟
- التغيير السريع في أدوات وتقنيات إنتاج وتوزيع الأخبار، مما يُفقد بعض الدراسات الراهنية.²
- تعدد المنصات وتباين خصائصها التحريرية والتقنية، مما يعقدّ تعميم النتائج.³
- تضارب المرجعيات في تصنيف الخبر الإلكتروني بين كونه نصًا، أو تفاعلًا، أو منتجًا مشتركًا.
- الحاجة إلى دمج مناهج تحليل متعددة (نصي، بصري، تفاعلي)، مما يزيد العبء المنهجي.⁴

الصعوبات التطبيقية والعملية في دراسة الموضوع

- عدم استقرار المحتوى الإخباري الإلكتروني (الحذف، التعديل، التحديث).
- صعوبة توثيق المادة المدروسة بسبب ضعف الأرشفة وغياب نسخ ثابتة.⁵
- شيوع إعادة النشر دون التحقق من المصدر، مما يعرقل التمييز بين الخبر الأصلي والمنسوخ.
- صعوبة تتبع أصل الخبر مع الاعتماد الكبير على "مصادر غير محددة" أو "شهود عيان".
- تضخم دور المستخدمين في إنتاج المحتوى دون معايير مهنية واضحة.
- صعوبة فصل الرأي عن المعلومة داخل المحتوى الإلكتروني.

¹ فرانك ويبستر ، المجتمع وشبكة المعلومات: نقد المعلوماتية، ترجمة سعد الدين ،خرقان سلسلة عالم المعرفة، 2004 . ص 124.

² ستيفن وارد أخلاقيات الإعلام الجديد مواجهة التحديات الأخلاقية في الصحافة الرقمية 2018 Routledge، 68

³ ديكلان ماكولوغلين، مصادر الأخبار: الإنتاج والاستهلاك في الإعلام الحديث، Polity Press، 2008، ص133.

⁴ محمد حسنين هيكل الإعلام وقضايا التغيير الاجتماعي، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000 ص 72.

⁵ عبد العزيز حوجة الصحافة الإلكترونية ملامح التجربة العربية، دار الشروق، 2012 ص 52.

ثالثاً: الصعوبات التقنية والرقمية

تحتيز الخوارزميات (فقااعات التصفية)، ما يؤثر على حيادية العينة وتحليل التفاعل الجماهيري. انتشار الأخبار الزائفة والمضللة، وغياب أدوات تحقق فعّالة بشكل دائم.¹

الحاجة إلى أدوات تقنية متقدمة لتحليل البيانات (مثل تحليل الشبكات، الذكاء الاصطناعي، البرمجة) نقص التكوين في المهارات الرقمية لدى الباحثين في الإعلام والعلوم الاجتماعية.

ضعف البنية التحتية التقنية، وقلة الموارد المالية والبشرية لإجراء دراسات معمقة.²

¹ محمد بن عبد الرحمن الشمري الصحافة الإلكترونية دراسة في المفاهيم والأسس النظرية، دار الفكر العربي، 2015 . ص ص 63-75.

² نقولا خوري، أخلاقيات الإعلام وتحديات التكنولوجيا، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2009 ص 147.

الفصل الثاني :
مصادر الخبر في
الصحافة الإلكترونية

تمهيد

في ظل التحولات العميقة التي يشهدها المجال الإعلامي عالمياً ومحلياً، أصبحت مسألة الخبر ومصادره من القضايا الجوهرية في النقاشات الإعلامية والأكاديمية، خاصة مع الانتقال التدريجي من الصحافة الورقية إلى الصحافة الرقمية.

فقد أدى هذا التحول إلى إعادة تشكيل العلاقة بين الصحفي والمعلومة، وبين المؤسسة الإعلامية والجمهور، إذ لم يعد الخبر حكراً على وسائل الإعلام التقليدية، بل أصبح يُنتج ويتداول عبر منصات متعددة وبأشكال متباينة، تتداخل فيها المهنية بالفاعلية، والمصادر الرسمية بالمصادر الشعبية.

إن فهم طبيعة مصادر الخبر، وأنواعها، وأهميتها، والمعايير التي تحكم موثوقيتها، يُعد أمراً ضرورياً لفهم كيفية إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله، خاصة في ظل بيئة اتصالية مفتوحة تتيح لأي فرد إمكانية المساهمة في صناعة الحدث وتفسيره.

كما أن تطور وسائل الاتصال، وانتشار تقنيات الإعلام الجديد، فرضا على الصحافة المعاصرة - بمختلف أشكالها - أن تتكيف مع متطلبات العصر، من حيث السرعة، والفاعلية، وتعدد الوسائط، مما أثر بشكل مباشر على ديناميات الخبر، ومصادقته، وآليات التحقق منه.

وتعتبر الصحافة الإلكترونية أحد أبرز مظاهر هذا التحول، حيث غيرت ليس فقط طريقة نقل الأخبار، بل أيضاً طبيعة العلاقة بين الإعلام والمتلقي، من علاقة عمودية إلى علاقة أفقية تشاركية، يكون فيها الجمهور جزءاً من عملية إنتاج وتداول الخبر.

هذا التحول لم يخلُ من تحديات، خاصة في السياق الجزائري، الذي لا يزال يسعى إلى تنظيم هذا الفضاء الإعلامي الجديد ومواكبة تطورات المتسارعة، سواء من حيث البنية التحتية، أو الإطار القانوني، أو التكوين المهني للصحفيين.

ومن هذا المنطلق، تبرز الحاجة إلى دراسة معمقة تُعيد النظر في مفاهيم مصادر الخبر في ظل البيئة الرقمية، وتستعرض واقع الصحافة الإلكترونية، وتُشخص التحديات التي تواجهها، في سبيل المساهمة في بناء تصور نظري وميداني متكامل حول آليات العمل الإعلامي في العصر الرقمي، خاصة في المجتمعات السائرة في طريق التحول الإعلامي مثل الجزائر.

المبحث الأول: مدخل عام إلى مصادر الخبر.

المطلب الأول: نشأة وتطور مصادر الخبر

تعد الأخبار حجر الأساس الذي بُنيت عليه الصحافة منذ نشأتها وحتى اليوم، فهي المادة الخام التي تنطلق منها جميع الأجناس الصحفية الأخرى كالتحقيق، والمقال، والعمود، والتعليق، والحديث الصحفي.. وغيرها.

وعلى الرغم من شيوع الاعتقاد بأن نشأة الصحافة ارتبطت بظهور الطباعة، إلا أن جذور تداول الأخبار ترجع إلى طبيعة الإنسان الاجتماعية واحتياجه الفطري إلى المعرفة ونقل الأحداث، حيث كانت المجتمعات البدائية تعتمد النقش على الصخور، والأبواق، والمنادين، والرواة، والرسول كوسائل لتداول الأخبار المتعلقة بالصيد، والحرب، والدين، والطقوس الاجتماعية.

ومع مرور الوقت، تطورت أساليب نقل الأخبار من الوسائل الصوتية الشفوية إلى الكتابة الخطية، حيث ظهرت الأخبار في شكل خطابات دورية وكتب صغيرة، ثم انتقلت إلى مرحلة الطباعة بعد اختراع المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر، وإن تأخر توظيف هذه الأداة في الصحافة حتى أواخر القرن السادس عشر ومطلع السابع عشر.

ومنذ ذلك الحين، شهدت الصحافة تحولات متلاحقة، خصوصاً بعد أن أصبحت الأخبار وسيلة إنذار وتنبيه للمجتمعات، وأداة في يد الحكومات والشعوب لمواكبة المتغيرات.¹

في السياق العربي، مثلاً، نجد أن الصحافة المصرية في عهد "بونابرت" و"محمد علي باشا" كانت تُركز على الأخبار العسكرية والإدارية، لكنها سرعان ما تحولت بفعل المتغيرات السياسية، كظروف الاحتلال البريطاني، إلى صحافة رأي، تُمثل رؤى الزعماء السياسيين وتدافع عن توجهاتهم.

ثم عادت في النصف الأول من القرن العشرين لتُعيد الاعتبار للخبر، خاصة مع ازدياد وعي الجمهور ورغبته في المتابعة المباشرة للوقائع.

أما في أوروبا، وخاصة إنجلترا، فقد ظلت الصحافة الخبرية مهيمنة لفترة طويلة، إلى أن بدأت صحافة الرأي تظهر تدريجياً مدفوعة بتطور الطباعة، وتقديم الحياة السياسية، وتوسع الممارسة الديمقراطية.

¹ محمد بن سعود بن خالد مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع: التجربة السعودية ندوة الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل، المنتدى الإعلامي الأول، الرياض، 2003، ص 08.

ومن العوامل المؤثرة في هذا التحول أيضاً فرض الضرائب على الأخبار دون المقالات، مما دفع بعض الصحف إلى إصدار أعداد خالية من الأخبار كنوع من التحايل الضريبي.

وفي التحول التاريخي الأحدث، فرضت تقنيات الاتصال الحديثة واقعاً جديداً في مجال مصادر الأخبار. فقد ظهرت شبكة الإنترنت في البداية كمشروع عسكري في ستينيات القرن العشرين، إلا أنها سرعان ما تطورت لتصبح واحدة من أهم وسائل الاتصال والمعلومات، متجاوزة في تأثيرها جميع التوقعات. فقد ألغت الإنترنت الوسيط التقليدي، وأوصلت المتلقي مباشرة إلى المصدر، أو جعلت من المصدر ذاته وسيطاً فاعلاً يتواصل مع الجمهور دون المرور بالمؤسسة الإعلامية.

كما أثرت الإنترنت في الصحافة بطرق جوهرية، خصوصاً في نقل المعلومات بسرعة، وخفض تكلفة التوزيع، وتجاوز الحواجز الزمانية والمكانية.

وبالتالي أفرزت أشكالاً جديدة من مصادر الأخبار كالمواقع الإلكترونية للصحف التقليدية، وخدمات الأخبار المخصصة، والصحف الإلكترونية التي لا تصدر ورقياً، وإذاعات الإنترنت، والمنتديات الحوارية، والمجموعات البريدية. هذه الوسائل سمحت للأفراد والمؤسسات بنشر المعلومات والآراء بحرية، وبات كل مستخدم محتملاً أن يكون مصدرًا للخبر أو موزعاً له.

وبذلك، لم يعد الخبر حكراً على المؤسسات الإعلامية الكبرى، بل أصبح مشاعاً يُنتج ويستهلكه الجميع، مما جعل من بيئة الإعلام المعاصر بيئة تفاعلية أكثر ديمقراطية، وفق ما أشار إليه "بيل غيتس". لقد أدى هذا التطور إلى إعادة تشكيل العلاقة بين الوسيلة، والمصدر، والجمهور، وهي علاقة لم تنفك تتطور في ضوء التغيرات التقنية والاجتماعية المستمرة.¹

المطلب الثاني: أهمية مصادر الخبر

لا تكمن أهمية مصادر الخبر فقط في كونها السبيل الوحيد في الحصول على المعلومات، بل تتعدى ذلك إلى أبعاد تتصل بجوهر العمل الإعلامي وأخلاقياته ووظيفته المجتمعية، ويمكن تحديد أبرز مظاهر أهمية المصادر فيما يلي:

﴿ ترسيخ المصداقية: المصدر الدقيق والواضح يجعل الخبر أكثر قابلية للتصديق لدى الجمهور. بل إن قوة أي مؤسسة إعلامية في السوق ترتبط بقدرتها على الإشارة إلى مصادر موثوقة والاعتماد عليها باستمرار.﴾

¹قينا عبد الله العامدي، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض 14 10 ماي 2012، ص 16.

﴿ ضمان الموضوعية والتوازن: بالاستناد إلى مصادر متنوعة تمثل مختلف الأطراف، يستطيع الصحفي أن يعرض القضايا من زوايا متعددة، مما يسهم في تقديم مادة متوازنة تحترم تعددية الآراء.

﴿ دعم التحقق المهني: تعدد المصادر يسمح للصحفي بإجراء عملية تحقق متقاطع Cross Verification، بحيث يقارن المعلومات الواردة من مصادر مختلفة ويثبت من صحتها قبل النشر.

﴿ تعزيز السبق الصحفي: في بيئة إعلامية تتسم بالتنافس الشديد، تلعب شبكة المصادر الواسعة دورًا في تمكين الصحفي من الوصول إلى المعلومات الجديدة والحصريّة قبل الآخرين، مما يكسبه ومؤسسته الإعلامية تميزًا تنافسيًا.

﴿ إغناء المحتوى التحليلي: بعض المصادر تقدم ليس فقط الأخبار الخام، بل تحليلات متعمقة وشهادات ذات قيمة تفسيرية تساعد على إنتاج مواد صحفية ذات بعد تحليلي معمق، وليس مجرد تقارير خبرية سطحية.

تؤكد هذه الأبعاد أن التعامل مع المصادر لا يجب أن يكون عملية عشوائية أو سطحية، بل ينبغي أن يتم وفق قواعد مهنية دقيقة تراعي المصداقية، التنوع، والتوازن.

المطلب الثالث: أنواع مصادر الخبر التقليدية والحديثة

مصادر الخبر هي من الأسس الجوهرية في العمل الإعلامي، إذ يعتمد الصحفيون والإعلاميون على تعددها وتنوعها لضمان الدقة والمصداقية في تغطية الأحداث.

فالمصدر الجيد ليس مجرد ناقل للمعلومة، بل هو عنصر يساهم في بناء سردية الخبر وتعزيز ثقة الجمهور به.

ومع تطور الوسائل التكنولوجية والإعلامية، أصبح من الضروري تصنيف مصادر الخبر إلى تقليدية وحديثة، مع التمييز بين ما هو داخلي منها وما هو خارجي. ويساهم هذا التصنيف في فهم طبيعة كل مصدر ومزاياه وتحدياته.

أولاً: المصادر التقليدية

تشير المصادر التقليدية إلى تلك القنوات التي اعتمد عليها الصحفيون قبل الثورة الرقمية، والتي تتسم غالبًا بأنها مباشرة، موثوقة إلى حد كبير، وتخضع لضوابط مهنية أو رسمية.

1-المصادر التقليدية الداخلية

تتمثل المصادر التقليدية الداخلية في كل ما يصدر من داخل الدولة أو المؤسسة الإعلامية أو المجتمع المحلي.

ومن أبرز هذه المصادر الوثائق الرسمية التي تُعدّ مرجعًا أساسيًا للمعلومات الدقيقة، مثل البلاغات الصادرة عن الوزارات، أو التقارير الدورية للهيئات الحكومية.

كما إن المقابلات الصحفية مع المسؤولين المحليين وشهود العيان مصادر داخلية موثوقة تتيح للصحفي الاطلاع المباشر على حيثيات الأحداث. وتُشكل المؤتمرات والندوات الصحفية التي تنظمها المؤسسات الرسمية أو المدنية أيضًا مصدرًا هامًا لإثراء المادة الإخبارية.

كما يلعب الأرشيف الوطني دورًا محوريًا كمصدر داخلي يوفر بيانات تاريخية موثوقة تدعم تغطية الأخبار بالتحليل والسياق.¹

2-المصادر التقليدية الخارجية

أما المصادر التقليدية الخارجية، فتتعلق بالمعلومات القادمة من خارج الحدود الوطنية، مثل الأخبار التي توردها وكالات الأنباء العالمية الكبرى كرويترز والأسوشيتد برس ووكالة الأنباء الفرنسية.

كما تعتبر مراسلات الصحفيين المنتدبين بالخارج وتقارير السفارات والقنصليات أيضًا من المصادر التقليدية الخارجية، بالإضافة إلى المؤتمرات الدولية والمنظمات العالمية التي تصدر تقارير دورية في مختلف المجالات.²

تضفي المصادر التقليدية الخارجية على التغطية الإعلامية بُعدًا دوليًا، لكنها تتطلب من الصحفي التحلي بالحيطة في التعامل معها لضمان ملاءمتها للمحتوى المحلي ودقتها الفعلية.

ثانيا: المصادر الحديثة

مع بروز العصر الرقمي، تغير المشهد الإعلامي جذريًا، حيث ظهرت مصادر حديثة تعتمد على الوسائط الإلكترونية والتفاعلية، مما وفر تدفقًا سريعًا ومستمرًا للمعلومات، وأتاح للصحفيين أدوات جديدة في جمع الأخبار ونشرها.

¹ أحمد محمد القضاة، الإعلام ومصادر الأخبار: دراسة تحليلية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 148.

² منصور علي عبد الفتاح، أساسيات جمع الأخبار وتحريرها، دار الفكر العربي، القاهرة، 2014، ص 89.

1-المصادر الحديثة الداخلية

المصادر الحديثة الداخلية هي تلك المصادر التي تتبع من البيئة الرقمية المحلية، مثل المواقع الرسمية للمؤسسات الحكومية التي أصبحت توفر تحديثات فورية حول الأحداث والسياسات. كما أصبحت منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمسؤولين المحليين مصدرًا مهمًا للأخبار العاجلة، حيث يلجأ العديد منهم إلى نشر بيانات أو تصريحات مباشرة عبر منصات مثل تويتر وفيسبوك. وتؤدي كذلك المجموعات المحلية على المنصات الإلكترونية دورًا بارزًا في تداول المعلومات والأحداث اليومية، سواء أكانت هذه المجموعات تابعة لمؤسسات أو مبادرات مدنية. ولم تعد القنوات الإخبارية تقتصر على البث التقليدي، بل تحولت إلى قنوات رقمية تبث عبر الإنترنت، مما يتيح تغطية الأحداث لحظة بلحظة وبصيغ تفاعلية متنوعة¹.

2-المصادر الحديثة الخارجية

أما المصادر الحديثة الخارجية فتتمثل في المنصات الرقمية العالمية التي تنشر الأخبار والتقارير الفورية، مثل BBC Arabic و CNN والجزيرة نت. كما أصبح الناشطون والمراسلون المواطنون الذين يبثون مقاطع فيديو أو تغريدات مباشرة من مواقع الأحداث مصدرًا لا غنى عنه لتتبع التطورات الدولية. وتوفر كذلك المنديات الرقمية والمراكز البحثية على الإنترنت معلومات وتحليلات معمقة حول القضايا العالمية.² وقد ساهم تطور الذكاء الاصطناعي في توفير أدوات تحليلية جديدة، قادرة على رصد اتجاهات الأخبار والتنبؤ بها عبر تحليل ضخم للبيانات الرقمية.

➤ نموذج توضيحي لتكامل المصادر التقليدية والحديثة

لأجل توضيح كيفية استخدام المصادر التقليدية والحديثة، الداخلية والخارجية مجتمعة، نفترض وقوع زلزال في مدينة محلية، في هذه الحالة يعتمد الصحفي على مصدر تقليدي داخلي كتصريح رسمي من الحماية المدنية يوضح عدد الضحايا والخسائر. حيث يمكنه تعزيز التغطية عبر مصدر تقليدي خارجي يتمثل في تقرير صادر عن وكالة أنباء دولية أرسلت مراسلها إلى المنطقة المنكوبة.

¹ عاشور عزت. الإعلام الجديد: دراسة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، عالم الكتب، القاهرة، 2015، ص- ص 96-100.

² حماد، صفوت، الإعلام الرقمي: مفاهيم وتطبيقات، دار اليازوري العلمية، عمان، 2013، ص- ص 144-150.

من ناحية أخرى، تُعتبر مقاطع الفيديو المباشرة التي ينشرها المواطنون عبر فيسبوك أو تيك توك مصدرًا حديثًا داخليًا يضيف مشاهد حية للأضرار، بينما توفر تغريدات وسائل الإعلام العالمية وتقارير المنظمات الزلزالية الدولية مثل USGS مصدرًا حديثًا خارجيًا يثري الخبر بمعلومات علمية دقيقة.

يتيح هذا الدمج بين المصادر التقليدية والحديثة، الداخلية والخارجية، بناء تغطية متكاملة ومتوازنة للحدث، ما يرفع من جودة المعلومة ومصداقيتها.¹

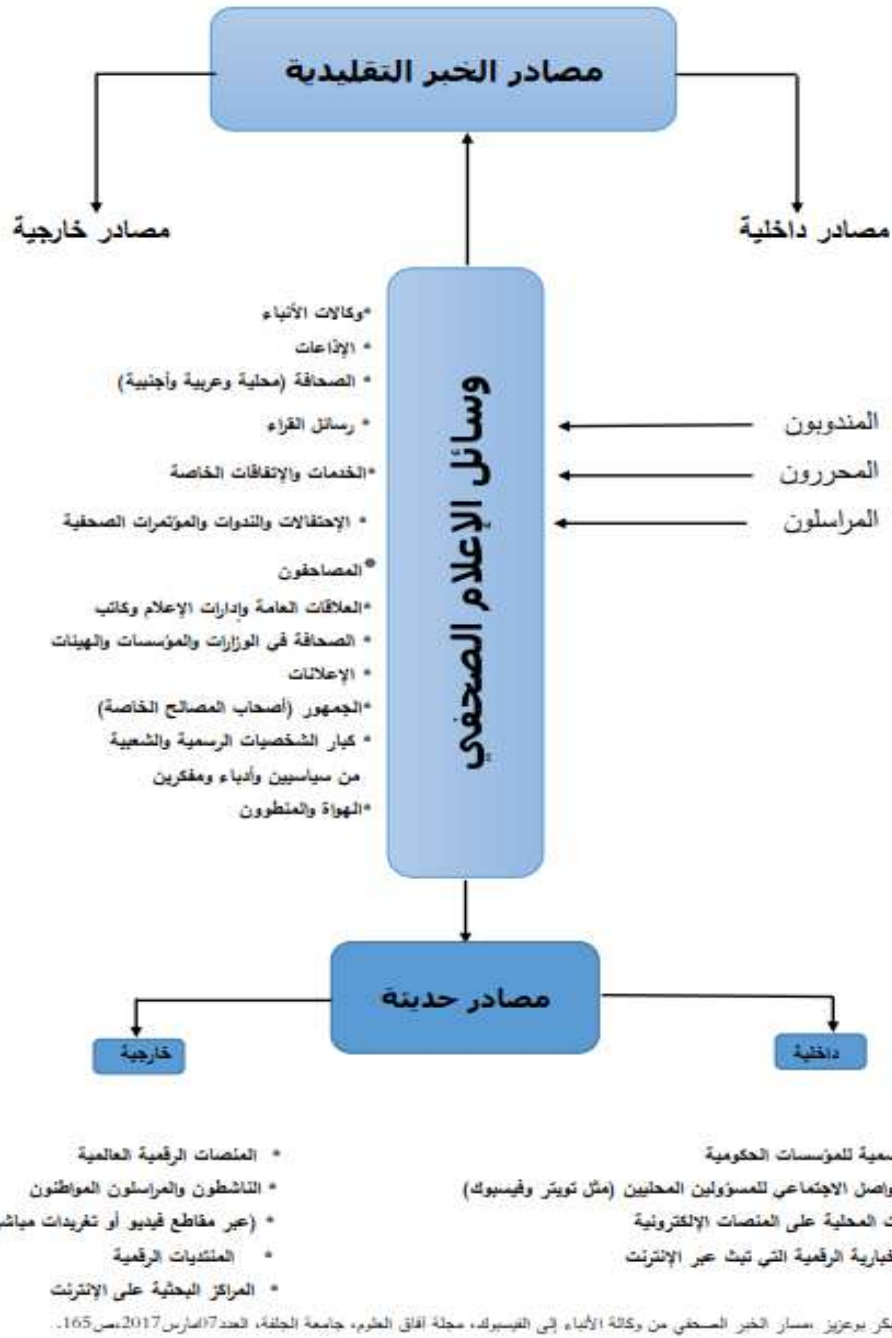
إنّ فهم طبيعة مصادر الخبر، وتوظيفها بشكل مدروس، يعد من أهم دعائم الممارسة الصحفية المسؤولة. وبينما يظل المصدر التقليدي حاملًا لروح الدقة والموثوقية، جاءت المصادر الحديثة لتضيف السرعة والانتشار الواسع.

غير أن تحديات التحقق من صحة المعلومات ظلت قائمة، مما يجعل من الضروري على الصحفيين التمسك بمعايير التثبت والموضوعية.

ولعل التوازن الذكي بين الاعتماد على المصادر التقليدية والحديثة، الداخلية والخارجية، هو السبيل الأمثل للوصول إلى صحافة واعية، دقيقة، ومهنية تواكب تطورات العصر وتلبي احتياجات المتلقي الباحث عن الحقيقة.

والمخطط التالي يوضح مصادر الخبر التقليدية والإلكترونية الحديثة:

¹ Kovach, Bill, & Rosenstiel, Tom, The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect, (3rd ed), Three Rivers Press, 2014, p163.



مخطط رقم (01): يوضح مصادر الخبر التقليدية والإلكترونية الحديثة

المصدر: بوبكر بوعزيز ، مسار الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلى الفيسبوك، مجلة آفاق العلوم ،

جامعة الجلفة، العدد 07 مارس 2017، ص 165.

المطلب الرابع: أهمية تنوع المصادر في تعزيز جودة الخبر الصحفي

تعتبر المصادر ركيزة أساسية في العمل الإعلامي، إذ تمثل المنبع الأول الذي يزود الصحفي بالمعلومات والوقائع اللازمة لصياغة مادته الإخبارية.

ويُعد تنوع المصادر مطلبًا حيويًا، ليس فقط لضمان الحصول على معلومات غنية وشاملة، بل أيضًا لتفادي الوقوع في التحيز أو التعتيم الإخباري. ويتجلى تنوع المصادر في عدة أبعاد:

﴿ **من حيث الطبيعة:** تنقسم إلى مصادر بشرية تشمل الشهود، المسؤولين، المتخصصين، وأصحاب المصلحة المباشرة، وإلى مصادر مادية كالتقارير الرسمية، الوثائق، المراسلات، الصور، والفيديوهات.

﴿ **من حيث النطاق الجغرافي:** هناك مصادر محلية ترتبط بالبيئة الجغرافية القريبة للحدث، ومصادر دولية توفر تغطيات خارجية عبر وكالات أنباء عالمية أو شبكات مراسلين.

﴿ **من حيث الوسائط المستخدمة:** تشمل المصادر التقليدية مثل الصحافة الورقية والإذاعة والتلفزيون، والمصادر الحديثة كالمواقع الإخبارية الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

﴿ **من حيث الطابع الزمني:** بعض المصادر آنية تزود الصحفي بالمعلومة لحظة وقوعها، بينما توفر مصادر أخرى معلومات تحليلية أو وثائقية بأثر رجعي.

هذا التنوع يوسع من قاعدة المعلومات المتاحة أمام الصحفي، ويمنحه قدرة أفضل على بناء خطاب إعلامي يعتمد على التقاطع بين معطيات متعددة مما يعزز من مصداقية وأهمية المادة الإعلامية المنتجة.¹

➤ أمثلة توضيحية لأهمية تنوع المصادر

يتضح الدور الحاسم للمصادر في العمل الإخباري من خلال الأمثلة التالية:

← **في حالة الكوارث الطبيعية:** يمكن للصحفي أن يستقي معلوماته من الناجين المباشرين (مصادر بشرية أولية)، تقارير الدفاع المدني أو الشرطة (مصادر رسمية)، صور الأقمار الصناعية (مصادر مادية حديثة)، و منشورات المواطنين على مواقع التواصل الاجتماعي (مصادر حديثة غير رسمية).²

هذا التنوع يكفل تغطية الحدث من مختلف الزوايا، ويمنح القارئ صورة أوفى عن الكارثة.

← **في تغطية الأزمات السياسية:** تعتمد المؤسسات الإعلامية على تصريحات الساسة الرسميين (مصادر رسمية داخلية)، تحليلات خبراء القانون والسياسة (مصادر خارجية مستقلة)، تقارير المنظمات

Castells, Manuel. (2009). Communication Power. Oxford University Press.p75. ¹

Kovach, Bill, & Rosenstiel, opp cit, p 125. ²

الدولية (مصادر خارجية رسمية)، بالإضافة إلى تحليلات الصحافة الأجنبية الكبرى (مصادر حديثة خارجية).

من خلال هذه النماذج، يتبين أن الاعتماد على مصدر واحد يُفقر الخبر ويعرضه للانحياز أو النقصان، بينما التنوع المدروس للمصادر يمنح الخبر قوة وشمولية ومصداقية أكبر.¹

المطلب الخامس: المعايير الواجب توفرها في مصادر الخبر

لكي يؤدي المصدر وظيفته بكفاءة ويخدم جودة المضمون الإعلامي، يجب أن تتوفر فيه جملة من المعايير الأساسية، وأبرزها:

﴿ **المصداقية:** من الضروري التأكد من أن المصدر معروف بموثوقيته، وأن تاريخه المهني أو المؤسسي لا يشوبه التضليل أو التحريف المتعمد.

﴿ **التخصص والدراية:** يجب أن يمتلك المصدر معرفة حقيقية وموضوعية بمجال الحدث أو الموضوع قيد التغطية.

﴿ **الاستقلالية:** المصادر المستقلة التي لا تخضع لجهات ضغط سياسي أو اقتصادي تقدم عادةً معطيات أكثر حيادًا.

﴿ **الوضوح والدقة:** يُفضل الاعتماد على مصادر تقدم معلومات دقيقة قابلة للتحقق وليست مجرد آراء مبهمة أو تقديرات شخصية.

﴿ **الزمنية أو الحداثة:** كلما كانت المعلومات حديثة ومواكبة للحدث الآني، زادت قيمتها الإخبارية وجدارتها بالاعتماد.

هذه المعايير لا تحمي فقط الصحفي من الوقوع في الأخطاء المهنية، بل تحفظ أيضًا حقوق الجمهور في تلقي معلومات دقيقة وموثوقة.

¹ أحمد محمد القضاة، مرجع سبق ذكره، ص 118.

المبحث الثاني: مدخل عام إلى الصحافة الإلكترونية.

المطلب الأول: نشأة الصحافة الإلكترونية وتطورها.

في بداية ثمانينيات القرن الماضي، عرفت الصحافة محاولات لإرسال الصحف بطريقة "الفيديوتكس" (Videotex)، وذلك باستخدام خطوط الهاتف ليتم استقبالها على شاشات التلفزيون أو شاشات الكمبيوتر، مقابل اشتراك شهري.

لكن انخفاض وضوح الصورة وبطء الاستعراض جعل عملية القراءة صعبة، حيث كان استقبال الصحيفة الورقية أرخص من استقبالها بهذه الطريقة.

بدأت بعض الشركات خلال ثمانينيات القرن الماضي، مثل "كمبيوسيرف" (CompuServe)، في تقديم طبعات إلكترونية من الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية في إطار تجريبي، لكن هذه المحاولات باءت بالفشل نظراً لتكلفتها المرتفعة.¹

ويعود تاريخ بداية الصحافة الإلكترونية إلى عام 1976 حيث جاءت هذه التجربة نتيجة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية و"إندبندنت بروكاستنغ أوثوريتي IBA" ضمن خدمة "تلتكس 2".

وقد ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عام 1979، حيث عُرفت بمؤسسة "بريتيش تلفون أوثوريتي"، ومع إتاحة هذه الخدمة للجمهور في العام نفسه، فقد قدمت ما يلي: نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل، حجز تذاكر الطيران، ومعلومات أخرى، بواسطة خاصية تشبه شاشات التلفزيون.²

وقد اقتصرت هذه الخدمة على 65 ألف فرد أغلبهم يعملون كوكلاء لشركات السياحة، بسبب الكلفة المرتفعة وغيرها من العوامل الأخرى، ونتيجة لذلك فقد انخفض معدل استخدام الخدمة ليصل عدد المشتركين إلى 30 ألف مشترك فقط، مما أدى إلى إيقاف المشروع سنة 1993.

أما "سيفاكس" (Ceefax) فقد ظهرت خلال السبعينيات، وعلى النقيض من "بريستل"، فقد استمرت الخدمة وحافظت على بقائها وازدهارها، حيث قامت هيئة الإذاعة البريطانية BBC بتطوير هذه الخدمة بعد جهد بحثي لكي تتبع برامجها للصم.

ومن أهم أسباب استمرار هذه الخدمة هو انخفاض أسعار أجهزة الكمبيوتر والتطور في تكنولوجيا الذاكرة الأساسية للحاسبات، وغيرها من أوجه التقدم الأخرى في نقل البيانات.

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2007، ص 72.

² عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري عمان، 2014، ص 09.

أما "التلكس"، فقد كان تبنيه بطيئاً في البداية، حيث لم تصل هذه الخدمة إلى ما نسبته 30 % من المنازل البريطانية بحلول ديسمبر 1981.¹

وفي الثمانينيات زادت نسبة نموه وانتشاره، والتي بلغت 17 % سنة 1987، لتزداد نشرات التلكس وتصل إلى الجمهور العريض، فحوالي 60 % من المنازل البريطانية تمتلك على الأقل تلفزيوناً يستقبل هذه الخدمة، التي تُستخدم يومياً من قبل 9.4 مليون فرد وأسبوعياً من قبل 19.2 مليون فرد في بريطانيا. وفي الوقت ذاته، بدأت شركة "تايت رايدر" الأمريكية في تجريب نظام إلكتروني آخر باسم "فيوترون"، وتم اختياره في ميامي عام 1981، غير أنه لم يُكتب لهذه المبادرة النجاح، فالتلفزيون الكابلي الرخيص، والذي أصبح متاحاً بشكل كبير في ذلك الوقت، عمل على الحد من مبيعات شاشات "فيوترون"، وبالرغم من استمرار الشركة في تقديم هذه الخدمة سنوات عديدة، فقد تم إيقافها بشكل نهائي سنة 1986 بعد تعرضها لخسائر كبيرة.²

استطاع الفرنسيون أن يحققوا نجاحاً ملحوظاً من خلال نظام "مينيتيل" للمعلومات الإلكترونية ودليل الهاتف عام 1981، ويرجع سبب ذلك النجاح إلى سببين رئيسيين هما:

1. توزيع الشاشات مجاناً من قبل الحكومة الاشتراكية التي كانت موجودة آنذاك لنجاح نظام "مينيتيل" (Minitel) في فرنسا يعود إلى:

2. اعتماد نموذج اقتصادي يعتمد على مشاركة أرباح الاتصالات بين الدولة والمزودين، حيث كان المستخدمون يدفعون مقابل استخدام الخدمة عبر فواتير الهاتف، وكانت العائدات تُوزع بين شركة الاتصالات (France Télécom آنذاك) ومقدمي المحتوى الرقمي، مما شجع الشركات والمستخدمين على تطوير وتبني النظام. استطاعت الخدمة أن تقدم للناس ما يريدونه ويحتاجونه، وهو نظام الاستعلام الهاتفي، والذي صُمم ليحل محل النظام غير الفعال المستخدم في ذلك الوقت، مما دفع بالملايين للاشتراك في هذه الخدمة عبر البلاد. وقد تمكن نظام "مينيتيل"، النموذج الأول للجريدة الورقية التي يمكن الوصول إليها بشكل إلكتروني، من الانتشار عندما استخدمت صحيفة "ليبيراسيون" هذه الوسيلة لنشر نتائج منافسات دورة لوس أنجلوس للألعاب الأولمبية الصيفية عام 1984، وذلك قبل أن تظهر الطبعة الورقية الأولى من الصحيفة في شوارع باريس.³

¹ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، ط 1، 2005، ص 220

² المرجع نفسه، ص - ص 23 - 25.

³ نجاح العلي، الصحافة الإلكترونية: النشأة والمفهوم، زيارة الرابط بتاريخ: 2025/05/05، على الساعة 15:46.

الرابط: <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=166990>

تم التركيز بعد ذلك على إمكانية الوصول إلى الأخبار على الخط المباشر من قبل صناعة المعلومات، من خلال شركة " World Reporter "، والتي يُطلق عليها الآن "FT Profile" عام 1985، من خلال صحيفة "الجارديان" البريطانية، التي أطلقت حملة تستهدف رؤية النص الكامل على شاشة الكمبيوتر لكل صفحات الجريدة. وقد شاركت معظم الصحف النصفية البريطانية وعدد من الصحف الإقليمية في الخدمة بحلول عام 1997¹، لتظهر كذلك صحيفة "فايننشال تايمز" على الخط المباشر ضمن هذه الخدمة، قبل طرحها في منافذ التوزيع.

مع بداية التسعينيات، تطورت تقنيات النشر الإلكتروني، إضافة إلى حاجة المستفيدين إلى الخدمات الإلكترونية.

وقد ارتبط نجاح "التلكتست" باعتمادها على جهاز التلفزيون، أما نجاح الصحيفة الإلكترونية في انطلاقتها الثانية فارتبط بتوفر جهاز الحاسب الآلي وتطوره.

نشير أيضاً إلى أن البدايات الأولى للصحافة الإلكترونية كانت مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة، وبالتحديد فقد انطلقت من منتديات الحوار، التي تميزت بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها، حيث يمكن للفرد أن يقوم بتحميل هذه البرامج المجانية ورفعها إلى موقعه في أقل من ساعة، ليبدأ الموقع بعد ذلك في جذب عدد كبير من الزوار.

وقد نجحت هذه المنتديات في جذب واستقطاب المتصفحين الذين يضعون فيها آراء وأفكاراً حرة غير خاضعة للرقابة، مثلما يحدث في المواقع الكبرى.²

وبرغم عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ ظهور أول صحيفة إلكترونية، يمكن القول إن صحيفة "هيلسنبورغ داجبلاد" السويدية هي أول صحيفة إلكترونية في العالم تُنشر إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990.

في عام 1992، أنشأت "شيكاغو أونلاين" أول صحيفة إلكترونية بالكامل على شبكة "أمريكا أونلاين". وبحسب "كاواموتو"، فإن موقع الصحافة الإلكترونية الأول على الإنترنت انطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا، وهو موقع "Palo Alto"، وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994، هو "ألتو بالو ويكلي"، لتصبح الصحيفة الأولى التي تُنشر بانتظام على الشبكة.³

¹ عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2012، ص 53.

² رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 113.

³ عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، ط 1، 2006، ص 94.

وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة، خاصة مع توفير خدمة الإنترنت مجانًا في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم.

وخلال السنوات ما بين 1994 و 1995 و 1996، ارتفع عدد الصحف الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 368 صحيفة في منتصف عام 1996. يمكن القول إن انتشار الصحف على الإنترنت بدأ في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة سنة 1994.¹

فقد ساهم الإنترنت في هذين البلدين إلى فسخ مجالًا واسعًا لبروز المواقع الإلكترونية للصحف. تُعتبر "الواشنطن بوست" أول صحيفة أمريكية مضامينها عبارة عن نشرة تعدّها الصحيفة، يُعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث، مع مراجع وثائقية وإعلانات مبيوة. وقد أُطلق على هذا المشروع "الخبر الورقي"، وكان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية التي تخلّت للمرة الأولى عن الورق والحبر والنظام التقليدي للتحليل والقراءة، لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكاناته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود.

في عام 1997، تمكنت صحيفتا "لوموند" و"ليبيراسيون" من الصدور دون أن تتم عملية الطباعة الورقية، بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية.² فقد صدرت الصحيفتان على موقعيهما على الإنترنت لأول مرة، وتصرفت إدارة التحرير بشكل طبيعي، كما أشارت المحطات الإذاعية إلى ما نشرته الصحيفتان كما تفعل يوميًا، حتى إن الصحفيين أحسوا بشيء جديد، وهو اختلاف العلاقة مع القارئ لأول مرة.

كما كان لمركز أبحاث "ماري كوري" أثر بالغ في تطوير بعض الجرائد الإلكترونية مع البدايات الأولى لهذا النوع، حيث أتاح المركز صحيفة "سان جوزيه ماري كوري نيوز" (San Jose Mercury News) على الخط المباشر عام 1993، لتكون في مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الويب، والتي أتاحت خدمات إضافية مثل أرشيف الأخبار، ولوحة النشرة الإلكترونية للقراء للاتصال بالمحررين، وخدمات أخرى لم تكن معروفة من قبل.³

¹ عبد الفتاح كنعان، مرجع سبق ذكره، ص 14.

² شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 27.

³ محمد العقاب، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة، الجزائر، ط 1، 2007، ص 102.

كما أن صحيفة "إلكترونيك تلغراف"، التي تُعد نسخة إلكترونية من صحيفة "ديلي تلغراف"، كانت من الصحف الإلكترونية الأولى في بريطانيا، والتي ظهرت سنة 1994، وتلتها صحيفة "التايمز" في سبتمبر من نفس العام، حيث تضمنت أول ندوة نقاش تفاعلي.¹

في السياق ذاته، كانت الصحف الإلكترونية سبّاقة إلى مرحلة "الكل الرقمي"، حيث سارعت العديد من الصحف والمجلات إلى حجز مكان لها على شبكة الإنترنت، وذلك بالتعاون مع الشبكات التجارية مثل "أمريكا أونلاين" و"بروديجي".

في عام 1995، وفي شهر أبريل، أسّس الممثلون الثمانية الرئيسيون للصحف الأمريكية جمعية الصحف الإلكترونية تُسمّى "News Century Network"، تهدف إلى مساعدة الصحف الصغرى على إنشاء طبعة على الخط. ويتعلق الأمر بالمجموعات الصحفية التالية: Ridde, Times Mirror, Tribune, Advance Publications, Washington Post, Knight.²

أما في فرنسا، فمنذ عام 1994 بدأت تظهر أول صحيفة إلكترونية مئة بالمئة لا تملك أصلاً طبعة ورقية، وهي جريدة "La Vague Interactive"، التي كانت توزع على الأقراص المضغوطة وتصدر أربع مرات في السنة، ثم تُنشر على الإنترنت.

في جوان 1995، ظهرت أول جريدة فرنسية على الخط، وهي "Cyber Sphere" وقد تسارعت أغلبية الصحف الكبرى المعروفة بفرنسا لإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، مكملة للطبعة الورقية، منها: Les Échos، Libération، La Croix، Le Figaro، Le Monde

وهكذا فقد ازداد عدد الصحف المنشورة على الإنترنت منذ عام 1996 إلى يومنا هذا بشكل متسارع ومذهل.

تجدر الإشارة هنا إلى أن الصحافة الإلكترونية بشكلها الحالي مرت خلال مراحل تطورها بثلاث موجات:

- **الموجة الأولى:** كانت كبريات الصحف التي تُنشر على شبكة الإنترنت تملك مواقع مطابقة للنسخة الورقية، حيث تم الاستعانة بملفات PDF لنشر محتوى الصحيفة الورقية، وهي نوعية الملفات نفسها المستخدمة في عمل التجهيزات الفنية في الطباعة.

ويتم تحميلها من قبل المتلقي لقراءتها، وتميزت الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة بكون فريق العمل مكوناً من مجموعة من الفنيين المختصين.³

¹ Yannik Estienne, le journaliste après internet, l'Har Mattan, Paris 2007, p 60.

² Yannik Estienne, le journaliste après internet, p 63

³ محمد سلامة الصحافة الإلكترونية، السلطة الخامسة، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد: 197، جانفي 2010، ص ص 82-83.

أما عن الصحافة الإلكترونية العربية فإن ظهورها جاء مع دخول الإنترنت إلى العالم العربي، حيث توسّع الوجود العربي في الشبكة من جانب الأفراد والمؤسسات، فأنشأت الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية مواقع لها تعبّر عن اهتماماتها.

إذ تتواجد الصحف العربية على الإنترنت كنسخ إلكترونية للصحف المطبوعة اليومية أو الأسبوعية في أغلب الأحيان، ويتم تحديث معظمها يوميًا أو بشكل دوري. أما بالنسبة للصحف الأسبوعية، فيُعزى الفضل في ظهورها إلى الإنترنت، دون أن تكون لها نسخ ورقية.

كان أول ظهور للصحافة العربية على شبكة الإنترنت في سبتمبر عام 1995، حيث صدرت أول نسخة إلكترونية لصحيفة "الشرق الأوسط" وكانت على شكل صور. ثم ظهرت صحيفة "النهار" اللبنانية في جوان 1996، والثالثة هي "الحياة" التي صدرت في 1 جوان من العام نفسه، تلتها "السفير" اللبنانية، وجريدة "الأيام" البحرينية في أواخر عام 1996.

ظهرت صحيفة "الجمهورية" في فبراير 1997 كأول صحيفة مصرية على الإنترنت، ثم تلتها "الأهرام" عام 1998، فصحيفة "الأخبار" عام 2000. وبهذا ازداد عدد الصحف العربية على الشبكة، حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة دورية عربية مع حلول عام 2000، وهو عدد تضاعف لاحقًا.

تجدر الإشارة إلى أن ظهور الصحافة العربية الخالصة على الإنترنت، والتي لا تملك مقابلاً ورقياً، كان متأخرًا نوعًا ما، حيث تُعد صحيفة "الجريدة" أول صحيفة إلكترونية عربية خالصة، صدرت في جانفي 2000، تلتها جريدة "إيلاف" اللبنانية التي انطلقت في ماي 2001 من لندن.

وأوضحت الدراسات التي رصدت تطور الصحافة على الإنترنت بأن ذهنية النشر الورقي لا تزال سائدة في الصحافة الإلكترونية العربية، وأن أغلبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة، بل هي نسخ إلكترونية كربونية للصحف التي صدرت في الصباح.

مرت الصحافة الإلكترونية العربية بمراحل تطورت من خلالها إلى الشكل الفني والمهني الذي هي عليه الآن، وهذه المراحل هي:

1. مرحلة النشر من خلال الأقراص المدمجة:

كانت أولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة، وقد بدأت الصحف التالية:

- ﴿ صحيفة "الحياة" في 17 أكتوبر 1995، حيث أصدرت أول قرص مدمج لأشهر السنة الأولى من نفس العام، وأطلق عليه اسم "أرشيف الحياة الإلكترونية".
- ﴿ "السفير" و"النهار" اللبناينيان في يوليو عام 1997.
- ﴿ صحيفة "الأهرام" المصرية في فبراير عام 1998.

﴿ صحيفة "الشرق الأوسط" في 14 مايو 1998.

2. مرحلة إصدار النسخة الإلكترونية:

تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الإنترنت إلى نهاية التسعينات، رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الإنترنت وضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدماتها عالمياً عام 1990. ويقول عبد الأمير الفيصل إن الصحافة المكتوبة هي الأكثر استفادة من بين وسائل الإعلام العربية من خدمات الإنترنت، إذ مكنتها هذه الشبكة من تخطي المواقع السياسية، وأيضاً من الالتفاف على قوانين الإعلام التي غالباً ما تكون زجرية ومقيدة للحريات في غالبية الأقطار العربية¹.

3. مرحلة إصدار الصحيفة الإلكترونية:

يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة إلكترونية على الإنترنت بشكل مباشر، وهاتين المحاولتين كما ذكر عماد بشير في جانفي 2000، هما:

﴿ انطلاق صحيفة Eljareeda.com من أبو ظبي.

﴿ ثم في عام 2001، صحيفة elaph.com إيلاف.

هاتان الصحيفتان كانتا إلكترونيتين بالكامل دون نسخة ورقية، وإن وجدت نشرات إخبارية (newsletters) تحمل أخبارًا عن لبنان من وكالات الأنباء، ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية. كما أنشأت صحيفة "الشرق الأوسط" الورقية موقعًا لها في 9 ديسمبر 1995، ثم تلتها صحيفة "الحياة" في 1 جوان 1996، ثم "السمير" في نهاية العام نفسه².

المطلب الثاني: أنواع الصحافة الإلكترونية

قسم الباحثون والمختصون الصحافة الإلكترونية إلى عدة أنواع وتصنيفات، انطلاقاً من معايير متباينة نعرضها كما يلي:

1- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه:

- المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية:

¹ عبد الأمير الفيصل، مرجع سبق ذكره، ص 12.

² عماد بشير، "الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي"، دراسة مقدمة في ندوة مجلة العربي بعنوان: الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، الكويت، 21-22 أبريل 2001، منشورة في: كتاب العربي، العدد (55)، يناير 2004، ص.

يطلق العديد من الباحثين مصطلح "الصحافة على الخط" أو "الصحف الإلكترونية المكلمة" على هذا النوع، ويعود سبب تسميتها إلى ارتباط الصحيفة الورقية بالإنترنت في نشاطها، حيث يتم نشر الصحيفة الورقية إلكترونياً، أي وضع مضمونها على شبكة الويب بإصدار منتظم، وتكون على شكلين:¹

﴿ صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملاً كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.

﴿ صحف إلكترونية تقدم بعضاً من المضمون الورقي فقط.

ولا يعمل في هذه المواقع صحفيون، إنما مبرمجون ينقلون ما في الصحف المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني. وهناك مواقع تفاعلية لفضائيات مثل قناة الجزيرة و"بي بي سي".

2- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار التقنية المستخدمة في الموقع أو أنماط نقل النص على شبكة الإنترنت:

أ) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (Graphics Interchange Format)، والتي تتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت، وهي تقنية غير جيدة، قد لا تمكن القارئ من الاستفادة من الميزات التفاعلية لمواقع الويب.²

ب) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول (PDF - Portable Document Format)، وبواسطتها يتم نقل النصوص والصور ومختلف المواد الإعلامية من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة كما هي موجودة على النسخة الورقية، وتعتبر كل من صحيفة "السياسة اللبنانية" و"الشروق المصرية" من أبرز الصحف التي تستخدم هذه التقنية.

ج) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق (Hypertext - HTML Markup Format)، وهي التي تستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة، والمتمثلة في تقنية "الملمتيميديا"، وإمكانية توفر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص.

د) صحف إلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنص المحمول للاستفادة من مزايا النظامين، حيث يوفر النص الفائق الميزات التفاعلية وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة، في حين ينقل النص المحمول صوراً حرفية من صفحة الجريدة، تماشياً مع رغبة بعض القراء الذين يفضلون رؤية صحيفتهم كما اعتادوا عليها، مثل صحيفتي "المستقبل" و"النهار" اللبنايتين.

¹ عبدة الصبطي، العالم الجديد والمجتمع، دار الكتب المصرية، مصر، 2018، ص- ص 68- 69.

² أشرف فهمي خوجة، الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011، ص 139.

3- أنواع الصحف الإلكترونية تبعاً للاستقلالية أو التبعية:

قسم الباحث "صالح زيد العنزي" الصحف الإلكترونية تبعاً لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية، حيث أطلق عليها "المواقع الإعلامية التكميلية"، وصنفها إلى:¹

- **النشر الصحفي الموازي:** يكون فيه النشر الإلكتروني موازياً للنشر المطبوع، أي أن الصحيفة الإلكترونية هي نسخة عن الصحيفة المطبوعة، باستثناء بعض المواد الإعلامية.
- **النشر الصحفي الجزئي:** حيث تنشر الصحيفة المطبوعة أجزاء من موادها إلكترونياً، ونجد بعض الناشرين يقومون بهذا العمل للترويج لأعمالهم الصحفية.
- **النشر الإلكتروني الخالص:** هذا النوع تكون المادة المنشورة إلكترونياً ليس لها أصل مطبوع، مثل قيام المكتبات بنشر البحوث والدراسات إلكترونياً عن طريق النهايات الطرفية، باستخدام الخط المباشر وأجهزة حاسوبية تعمل على الشبكة العالمية للمعلومات، ويطلع عليها القراء إلكترونياً، أي أن الحصول على المعلومات لا يتم إلا بالطريقة الإلكترونية المحضة.

في حين يقسم بعض الباحثين الصحافة الإلكترونية على النحو الآتي:

- ❖ **النوع الأول:** وهي الصحف التي تكون معروفة من خلال أسمائها وتاريخها، وتظهر في الشبكة على شكل خدمة مفصلة على طبعها الورقية أو شبيهة بها.
- ❖ **النوع الثاني:** وهو النوع الذي يكون عادة مولوداً من رحم الإنترنت، ويعبر عن مجموعة من الخدمات الإخبارية التي تجمع خصائص مختلفة للوسائط الإعلامية، بالإضافة إلى خصائص شبكة الإنترنت، وتقدم تغطية كاملة لأحداث اليوم والأخبار العاجلة والتقارير المعمقة لموضوعات مختلفة بالوسائط المتعددة.
- ❖ **النوع الثالث:** وهو ما تمثله مجلات الإنترنت، خاصة المعروفة منها بإصدار طبعات إلكترونية تحمل عادة مادة المجلة الأسبوعية مضافاً إليها تجديدات يومية واستطلاعات رأي تفاعلية متجددة بصفة مستمرة، ولا تتقيد بدورية الصدور الأسبوعية.
- ❖ **النوع الرابع:** ويمكن إجماله في بعض الإذاعات الخاصة المعروفة، التي تقدم خدمات إخبارية نصية، بالإضافة إلى صور وأشكال إيضاحية وخدمات صوتية، فضلاً عن تقديم تقارير مكتوبة ومواد صوتية وساحة حوار تفاعلية.
- ❖ **النوع الخامس:** وهو النموذج الذي تمثله وكالات الأنباء على الشبكة، ولها نماذج وطرق مختلفة في تقديم خدماتها، وبلغات ووسائط متعددة.²

¹ غالب عوض النوايسة، الأنترنت والنشر الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2012، ص 196.

² علي الفلاحي حسين، الإعلام التقليدي والإعلام الجديدة، غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 236

المطلب الثالث: خدمات الصحافة الإلكترونية:

- خدمة البحث: توفر الصحف الإلكترونية خدمة البحث للحصول على المحتويات سواء داخل الصحيفة أو داخل شبكة الويب، وغالبًا ما توفر هذه الخدمة لفترات زمنية محددة (مثل ثلاثة أشهر أو أكثر أو أقل)، وتُظهر عناوين وجزءًا بسيطًا من الموضوعات، بينما توفر التفاصيل الكاملة مقابل مبلغ مالي.
- خدمة البحث في الأرشيف: وتختلف هذه الخدمة عن الصحافة الورقية.
- خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس: تتيح للقراء مطالعة نسخ الصحف الورقية إلكترونيًا.
- خدمة الاشتراك: تمكن المستخدمين من الاشتراك في الصحيفة للحصول على المعلومات، ويكون الدفع عادة من خلال بطاقات الائتمان¹.
- خدمة البريد الإلكتروني: تختلف من صحيفة إلى أخرى، وتتيح للقراء إرسال رسائل إلى المحررين.
- خدمة مجموعات الحوار: تنقسم إلى مجموعات تتعلق بالموضوعات المنشورة في العدد الأخير، وأخرى تتعلق بالأعداد السابقة، وتوزع حسب أقسام الصحيفة.
- خدمة خريطة الموقع: تقدم المحتويات الإعلامية بطريقة مبسطة وسهلة الاستخدام، خصوصًا في الصحف ذات المضامين الضخمة.
- خدمة الإرساء على الأخبار الحديثة: تعرض أهم العناوين لأهم الأخبار دون الدخول في التفاصيل.
- خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحًا: تفتح المجال أمام الجمهور لطرح الأسئلة حول طرق تقديم المحتوى والمشكلات التي تواجههم.
- خدمة الإعلانات المبوبة: تشمل إعلانات السيارات، الوظائف الشاغرة، التسوق، وغيرها.
- خدمة الرابط مع المواقع الأخرى: تتيح للقراء تصفح مجموعة من المواقع ذات الصلة أو باتفاقيات شراكة مع الصحيفة، ويجري تبادل الاقتراحات حولها².

المطلب الرابع: سمات الصحافة الإلكترونية.

حدد الباحثون والمختصون في مجال الصحافة الإلكترونية عددًا من السمات التي تميز هذا النوع من الصحافة عن الوسائل التقليدية، مثل الترابطية النصية، والوسائط المتعددة "Multimedia"، والتفاعلية

¹ فيصل علي فرحان، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، (د ب)، 2005، ص 124.

² المرجع نفسه، ص ص 85-86.

"Interactivity"، وتُعد هذه السمات القاسم المشترك الذي يتفق عليه أغلب الباحثين. وتتمثل أهم سمات الصحافة الإلكترونية فيما يلي:

- **الترابطية النصية (الوصلات التشعبية):** يُعتبر النص الفائق "Hypertext" من أبرز السمات التي أضافتها الشبكة العنكبوتية العالمية، وتقوم فكرته على ربط نصوص مختلفة من مصادر ومواقع متعددة في مساحة مكانية واحدة، ويتم ذلك من خلال برامج خاصة بالحاسوب. ويُعد "Vannevar Bush" أول من وصف هذه السمة، في حين أطلق عليها "Ted Nelson" اسم Hypertext¹.

توفر الوصلات التشعبية نصوصًا متصلة بالموضوع داخل الموقع نفسه، ويتيح نظام النشر الإلكتروني للقارئ إمكانية الاطلاع على خلفيات الموضوعات أو موضوعات ذات صلة، من خلال استخدام "Hypertext" و"Hypermedia"، اللذين يتيحان قدرات عالية من المرونة والتنوع. ويشير الباحث "Paul" إلى أن هذه السمة لم تُستثمر بكامل طاقتها من قبل الصحف الإلكترونية، لأسباب منها خشية القائمين على هذه الصحف من فقدان القارئ عند انتقاله إلى مواقع خارجية، وقد لا يعود إلى الموقع الأصلي، إضافة إلى أن عملية الربط تتطلب وقتًا وجهدًا.

- **التفاعلية "Interactivity":** تُعد التفاعلية السمة الأساسية التي تميز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة الورقية، والإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي، حيث تفتح المجال للحوار وتبادل الآراء حول مختلف القضايا، من خلال الاتصال المباشر أو غير المباشر مع المحررين والمصممين².

أ- **الاتصال التفاعلي المباشر:** مثل مشاركة القراء في غرف الحوار "Chating"، وخدمة المرسل "Messenger" التي تحقق الاتصال بين مسؤولي الصحيفة ومحرريها ومراسليها.

ب- **الاتصال التفاعلي غير المباشر:** كالبريد الإلكتروني، والاستفتاءات، والمننديات الحوارية، والقوائم البريدية، حيث يُمكن للقارئ إرسال تعليقاته وملاحظاته.

- **التمكين والقدرة على التحكم في ظروف التعرض:** في الصحافة الورقية لا يملك الجمهور خيارًا سوى قراءة ما يُقدّم، بينما تُمكن الصحافة الإلكترونية الجمهور من التحكم في العملية الاتصالية، فيختار بين الصوت، والصورة، والنص، والمحتوى الصحفي. تتاح للقارئ القصص المنشورة وروابط لمعلومات إضافية وخدمات متعددة للاختيار من بينها.

¹ جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، كلية العلوم التطبيقية، سلطنة عمان، 2009، ص 396.

² المرجع نفسه، ص 397.

- السرعة والفورية والتحديث المستمر: ما يميز الصحافة الإلكترونية هو سرعة انتشار المعلومات، والوصول إلى جمهور واسع بأقل التكاليف وفي أسرع وقت، إضافة إلى إمكانية التحديث المستمر والفوري للمحتوى فور وقوع الأحداث، وهو ما يُعد من أهم سمات الصحافة الإلكترونية، إذ بدونها تفقد الصحيفة فعاليتها.
- تعدد الوسائط: تتمكن الصحافة الإلكترونية من تقديم الصوت والصورة والنص المكتوب في وقت واحد وبشكل منسجم، نظرًا لاعتمادها على المحتوى الرقمي. ويُشكل التحدي الأصعب امتلاك الصحفي المهارات اللازمة للتعامل مع الوسائط السمعية والبصرية والمكتوبة، وتكوين مادة إعلامية متكاملة تخدم الجمهور¹.
- الشخصية (الشخصية): تتيح هذه السمة لكل زائر تحديد الشكل الذي يريد أن يظهر به الموقع، مما يمنحه القدرة على التركيز على مواد معينة وحجب أخرى، وفق اختياراته الشخصية. كما توفر هذه السمة خدمات للقائم بالاتصال والمتلقي معًا، مثل التفاعل المباشر، وخيارات التصفح، والأرشفة، والبحث².
- الحدود المفتوحة: من أبرز سمات الصحافة الإلكترونية قدرتها على النشر عبر الإنترنت على نطاق عالمي، متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية، وبكلفة منخفضة. وتعمل العديد من المؤسسات الإعلامية على إصدار نسخ إلكترونية لرسائلها الإعلامية لتوسيع الانتشار. كما أن مساحات التخزين الكبيرة على الخوادم، وخصائص الإنترنت مثل النص الفائق والروابط النشطة، تسمح بإنشاء نسيج معلوماتي متنوع ولا نهائي.
- العمق المعرفي: يشير إلى القدر المعرفي الإضافي في المواد الصحفية، من خلال ربط الأحداث بقضايا ذات صلة وتقديم خلفيات موسعة. يُتاح هذا العمق عبر أيقونات إلكترونية وخدمات معرفية إضافية تُقدّمها الصحيفة، وتمكّن القارئ من العودة إلى الأرشفة بسهولة.
- الفورية والآنية "Immediacy": تُعرف الصحافة الإلكترونية بالصحافة الفورية، لقدرتها على تقديم الأخبار فور وقوعها، على عكس الصحافة التقليدية التي تتأخر بسبب مراحل الطبع والتوزيع³. كما تسمح الإنترنت بتحديث الموضوعات وإضافة معلومات جديدة بشكل متزامن وسريع، وهو ما يُعرف بالفورية والمرونة، خصوصًا في التعامل مع الأخبار العاجلة.
- الأرشفة الإلكتروني: توفر المواقع الإلكترونية قواعد بيانات ضخمة، تمكّن المستخدم من العودة إلى المقالات السابقة بسرعة ودقة. يُقدّم الأرشفة الإلكتروني خدمات لا تتوفر في الأرشفة الورقي، مثل سهولة

¹ صابعي فاطمة، تأثير تقنيات النشر الإلكتروني على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية، مجلة العلوم

الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10 عدد 01، سنة 2020، ص 152

² بريطي مراد فوزي التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، ط 1 دار أسامة للنشر عمان 2015، ص 116

³ ناجي حسن عباس، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2016، ص

الاستخدام، وتعدد الوسائط (صور، صوت، فيديو، نصوص)، إضافة إلى خاصية "الطبقات المتراسة" التي تُظهر تطور الخبر عبر الزمن تحت يد القارئ¹.

¹ يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، دار الفجر العراق، دار النفائس، الأردن، ط 1، 2014، ص 134.

المبحث الثالث: تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر وآفاق تطويرها

المطلب الأول: الصحافة الإلكترونية في الجزائر

عرفت الجزائر ظاهرة الأنترنت كغيرها من البلدان النامية في التسعينات، ولم تنتشر إلا في أواخر التسعينات، وأصبحت ملفتة مع بداية الألفية الثالثة. وبفضل هذه التكنولوجيا، أصبح بإمكاننا التحدث عن صحافة تشكل امتدادًا للصحافة المكتوبة.

ولا ننسى أن الدافع الأساسي لظهور هذه الصحافة هو التحرر من الرقابة والضغط السياسية التي كانت تُفرض على الصحف المكتوبة¹.

كان لدستور عام 1989 الفضل الكبير في إرساء عهد التعددية الحزبية والإعلامية في الجزائر، حيث استقادت الصحافة من هذا الدستور ليكون بذلك ميلاد عهد جديد للصحف الخاصة منذ بداية 1990، وهو ما دعمه صدور قانون الإعلام في نفس السنة.

وهكذا تنوعت الخارطة الإعلامية في الجزائر بين صحف خاصة، وأخرى حزبية، وأخرى عمومية، باللغتين العربية والفرنسية.

وقد تربعت الصحافة الناطقة بالفرنسية على عرش الإعلام في الجزائر، في ظل غياب المنافسة مع التلفزيون والإذاعة اللذين بقيا حكرًا على الدولة².
عرفت الجزائر في هذا السياق ظاهرة الأنترنت عام 1993، عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، بواسطة خط هاتفي متخصص.

وتم هذا الارتباط في إطار اتفاقية تعاون مع اليونيسكو، حيث أقامت الجزائر الربط الكامل مباشرة من إيطاليا عبر البحر، ضمن مشروع إفريقي يُعرف بشبكة الإعلام الإفريقي، وكانت الجزائر النقطة المحورية في هذه الشبكة.

في ديسمبر 1997، وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص آخر. وبعدها، لم يعد الدخول إلى الشبكة محصورًا فقط على المؤسسات الحكومية، بل أصبح للخواص الحق فيولوج الشبكة³.

¹ محمد شطاح، الأنترنت ومستقبل الصحافة الرقمية في الجزائر، ورقة بحث مقدمة لمؤتمر صحافة الأنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، الشارقة، 2005، ص 3.

² محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، كنوز 2 الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط 1، 2011، ص 61.

³ محمد الفاتح حمدي، واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية، مجلة التراث، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 17، 2015، ص 9

ومع تزايد الإقبال على الأنترنت، بدأ الخواص يتوجهون نحو هذه السوق الواعدة، فتحصلت العديد من الشركات على اعتماد تقديم خدمات الأنترنت، وظهرت 18 شركة مقدمة لهذه الخدمات، وفي مقدمتها شركة الأنظمة المعلوماتية العامة. GECOS

وبموجب اتفاقية أبرمت بينها وبين هيئة أوربانات Europnet، تحقق الربط عن طريق الأقمار الصناعية، لتبلغ طاقة تدفق الربط 2 ميغابايت/ثا.

وفي نهاية أكتوبر 1998، وبموجب اتفاقية أبرمها مركز البحث في الإعلام العلمي CERIST مع هيئة NET SAT الأمريكية، تم ربط هذا المركز عبر واشنطن بواسطة القمر الصناعي MAA بقدرة تتراوح بين 1 إلى 2 ميغابايت/ثا، مع برمجة مشروع يهدف إلى إقامة ربط للاتصال عبر الألياف البصرية وخط آخر عبر الأقمار الصناعية، لتفادي أي موقف اضطراري مستقبلي للشبكة¹.

تعد صحيفة **ALGERIA INTERFACE** أول جريدة إلكترونية جزائرية عبر شبكة الأنترنت. أسسها الإعلامي نور الدين خلاصي، الصحفي السابق بجريدة La Nation. كانت في الأصل خطة لإصدار جريدة مستقلة سنة 1996 تقدم تقارير وأخبارًا حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بمشاركة وكالة التنمية السويدية SIDA، لكن تم التخلي لاحقًا عن الفكرة، وتحول المشروع إلى إنشاء جريدة على شبكة الأنترنت².

واختارت الجريدة النشر باللغتين الفرنسية والإنجليزية أما استخدام شبكة الأنترنت من طرف الصحافة المكتوبة الجزائرية، فقد كان متأخرًا بعض الشيء مقارنة بالدول العربية الأخرى. وكانت أولى الصحف التي ظهرت على الشبكة هي جريدة الوطن الصادرة باللغة الفرنسية، التي لجأت إلى إصدار نسخة إلكترونية لطبعتها الورقية في نوفمبر 1997، لتكون أول صحيفة جزائرية تدخل عالم الأنترنت.

¹ عمار رايح، الأشكال التفاعلية في مواقع الصحافة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2016، ص 305.

² رمزي جاب الله، الصحافة الإلكترونية وأثرها على مقروئية الصحافة الورقية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة باتنة، العدد 09، 2012، ص 18.

وقد حمل موقعها الإلكتروني نفس مضمون النسخة الورقية، وقامت مؤسسة GEWS بتصميم هذا الموقع باستخدام تقنيتي HTML و PDF. بعدها ظهرت يومية LIBERTE في جانفي 1998، تلتها جريدة اليوم في نفس السنة، ثم جريدة الخبر التي أنشأت موقعاً لها على الأنترنت في أفريل 1998¹.

المطلب الثاني: الصحافة الجزائرية من الصحافة التقليدية إلى الصحافة الرقمية:

إن دراسة مسار تطور الصحافة في الجزائر لا يمكن أن تكتمل دون التطرق إلى السياقات التاريخية والسياسية والاقتصادية والثقافية التي أثرت في مسار هذه المهنة.

فمنذ استقلال البلاد سنة 1962، عرفت الصحافة الجزائرية عدة تحولات مرّت عبر خمس مراحل رئيسية، لتبلغ لاحقاً مرحلة التحول الرقمي، وتنتقل إلى فضاء الصحافة الإلكترونية.

أولاً: الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال (1962 – 1965)

تميزت هذه الفترة ببداية متواضعة للصحافة الوطنية، في ظل غياب الإطار القانوني المنظم للمهنة، وقصور في الكفاءة الإعلامية نتيجة الموروث الاستعماري الذي خُف نسبة أمية تفوق 80%، وانعدام التجربة المهنية لدى أغلب الفاعلين.

وقد تم في هذه المرحلة تأمين الصحف الفرنسية التي كانت تصدر من المدن الكبرى، على غرار Oran Républicain و Alger Républicain، واستبدالها بيوميات جزائرية مثل Le Peuple والشعب². وكان الهدف الأساسي من هذا التأمين هو حماية الصحافة الوطنية من هيمنة الصحف الفرنسية ذات الإمكانيات التقنية والمالية الكبيرة، وكذلك فرض الرقابة السياسية المركزية على الإعلام.

ثانياً: مرحلة التنظيم وتكريس الإعلام كخدمة عمومية (1965 – 1978)

شهدت هذه المرحلة أول تنظيم قانوني للإعلام من خلال لوائح وقوانين كرسّت تبعية الصحافة للحكومة، وأوكلت لها أداء وظيفة الخدمة العمومية، في ظل النظام الاشتراكي الذي ساد آنذاك. كما تم خلالها تعريب بعض الصحف، وصدور قانون الإعلام الذي أطر العلاقة بين الدولة والوسائل الإعلامية. غير أن هذه الفترة عرفت تركيز الاهتمام على الوسائل السمعية البصرية، في مقابل تهميش الصحافة المكتوبة، ما أثر على تنوعها ومستواها المهني³.

¹ محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دار الهدى للنشر، 2006، الجزائر، ص 125.

² نصر الدين لعياضي، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب إرهاصات التغيير، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2016، ص 177.

³ فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص ص 104 - 105.

ثالثاً: بداية الانفتاح النسبي وإعادة التأطير القانوني (1979 – 1989)

برزت خلال هذه الفترة بعض بوادر الانفتاح على المستوى الإعلامي، تجلّت في صدور قانون الإعلام لسنة 1982، الذي اعتبر الإعلام قطاعاً من قطاعات السيادة الوطنية، يخضع لتوجيهات حزب جبهة التحرير الوطني، ويعمل ضمن الخيارات الاشتراكية.

وقد سعت الدولة من خلال هذا القانون إلى احتواء الممارسة الإعلامية ضمن إطار رسمي يضمن السيطرة على الصحف، ويمنع الملكية الخاصة، رغم السماح بظهور بعض المجالات الدينية والأسبوعية الثقافية التي حاولت التعبير عن تيارات فكرية متنوعة.¹

وقد كان لحراك أكتوبر 1988 أثر بالغ في الدفع نحو إصلاحات عميقة في المجال السياسي، انعكست بدورها على البيئة الإعلامية.

رابعاً: الانفجار الإعلامي وتكريس التعددية (1989 – 1991)

شكّلت هذه الفترة منعرجاً حاسماً في تاريخ الإعلام الجزائري، حيث أفضى دستور 1989 إلى تكريس حرية الصحافة والتعددية الحزبية، ما مهّد لصدور قانون الإعلام لعام 1990.

وقد عرفت البلاد آنذاك طفرة غير مسبوقه في عدد الصحف، حيث تجاوزت 140 عنواناً بين صحف عمومية وحزبية وخاصة.²

غير أن هذه الحرية الجديدة واجهت صعوبات هيكلية واقتصادية، تمثلت في ضعف التمويل، وارتفاع تكاليف الطباعة والتوزيع، فضلاً عن غياب الدعم الكافي للصحف الناشئة، لا سيما في المناطق الداخلية.

خامساً: الأزمة السياسية والرقابة الصارمة (1992 – نهاية التسعينيات)

مع بداية الأزمة الأمنية التي عرفتها البلاد منذ 1992، دخلت الصحافة الجزائرية مرحلة حرجة اتسمت بالرقابة، والتضييق، والتهديد، والاعتقال، بل وحتى اغتيال عدد من الصحفيين.

كما فرضت الدولة قيوداً على تداول المعلومات، لا سيما تلك المرتبطة بالوضع الأمني، وتفاقت الضغوط الاقتصادية من خلال التوزيع غير العادل للإعلانات وارتفاع تكاليف الطباعة.

في ظل هذه المعطيات، بدأت تظهر بوادر الانتقال إلى الصحافة الإلكترونية، كملاذ بديل يتجاوز الحواجز البيروقراطية والمادية التي تعيق الصحافة الورقية.³

أما عن التحول إلى الصحافة الإلكترونية في الجزائر من الورقي إلى الرقمي فقد كان كما يلي:

¹ محمد حمدان، مدخل إلى تاريخ الصحافة في تونس، منشورات معهد الصحافة وعلوم الأخبار، 1994، ص 93.

² محمد حمدان، المرجع نفسه، ص 101.

³ Taibi Fatima Zohra, la publicité virtuelle en Algérie: enjeux, usages et effets, thèse de doctorat, université de Paris VIII, 2011, p 95.

أولاً: بروز الصحافة الإلكترونية في ظل تحديات الصحافة الورقية

أدى انسداد الأفق المهني للصحافة المكتوبة في الجزائر، لا سيما خلال التسعينيات، إلى دفع عدد من الصحفيين والمؤسسات إلى استكشاف الفضاء الإلكتروني كبديل أكثر حرية ومرونة. وقد بدأ هذا التحول بشكل متواضع مع ظهور أولى التجارب الرقمية منتصف التسعينيات، لكنها ظلت محدودة بسبب ضعف البنية التحتية للإنترنت وانخفاض معدل الولوج الرقمي.

ثانياً: ظهور شركات إعلامية إلكترونية "Pure Players" (منذ 2000)

شهدت الجزائر بداية من سنة 2000 توسعاً في استخدام الإنترنت، نتيجة تحرير قطاع البريد والمواصلات، وارتفاع عدد مزودي خدمة الإنترنت، إلى جانب الانتشار السريع لمقاهي الإنترنت.¹ ومع دخول خدمة الجيل الثالث (G3) نهاية سنة 2013، ارتفع عدد المستخدمين بشكل كبير، حيث بلغ أكثر من 11 مليون مستخدم سنة 2016، حسب إحصائيات سلطة الضبط للبريد والمواصلات. في هذا السياق، ظهرت شركات إعلامية رقمية تُعرف بـ Pure Players، وهي مؤسسات إعلامية تعمل حصرياً في الفضاء الرقمي، وتوفر محتوى إعلامياً إلكترونياً مستقلاً عن الصحافة الورقية، معتمدة على المرونة والسرعة في النشر، وتجاوز الحواجز التقليدية مثل التراخيص والطباعة والتوزيع.

ثالثاً: الإطار القانوني للصحافة الإلكترونية

ظلت الصحافة الإلكترونية في الجزائر لفترة طويلة دون إطار قانوني ينظمها، ومع المطالب المتزايدة من الوسط الإعلامي، تم إدراج الصحافة الإلكترونية لأول مرة ضمن القانون العضوي للإعلام رقم 12-05 الصادر في 12 جانفي 2012، من خلال المواد (67، 68، 71، 73، 115)، ما شكّل خطوة أولى نحو تقنين النشاط الإعلامي الرقمي.

وقد فرض التطور التكنولوجي، والاحتياج الرقمي للمجال الإعلامي، ضرورة تحديث الأطر القانونية بما يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي.²

مرّت الصحافة الجزائرية بتحوّلات عميقة عبر العقود، من صحافة حزبية موجهة إلى تجربة ديمقراطية قصيرة، فمرحلة أزمت عنيقة ثم انفتاح على الفضاء الرقمي.

وقد أتاح التحول إلى الصحافة الإلكترونية إمكانيات جديدة للتعبير والنشر السريع، رغم استمرار التحديات المرتبطة بالتنظيم، والدعم، والتكوين.

¹ خيرة خديم، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر، قراءة في القانون العضوي للإعلام 12/05، جامعة أحمد بن بلة وهران 1، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد 18، 2018، ص 85

² القانون العضوي للإعلام رقم 12/05، المادة 67.

ولا تزال هذه المرحلة تتطلب مواكبة تشريعية وتكنولوجية تضمن مهنية الإعلام الرقمي وتحافظ على حريته واستقلالته¹.

المطلب الثالث: تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر

رغم مرور أكثر من عقد على بداية تجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن هذه الأخيرة لا تزال في مراحلها الأولى، ولم ترقَ بعد إلى مستوى النضج أو الاحترافية المعهودة في الدول المتقدمة. فرغم محاولات بعض الصحف الورقية الانخراط في النشر الرقمي، إلا أن هذا التحول ظل محدوداً وغير منظم، ويعود ذلك إلى جملة من الصعوبات والعوائق البنيوية والتقنية والمهنية التي شكلت حواجز حقيقية أمام تطور هذا النمط الإعلامي الجديد.

من أبرز التحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية الجزائرية هو:

_ عدم تبلور وعي شامل بطبيعة هذا النوع من الإعلام، سواء على مستوى القائمين عليه أو على مستوى الجمهور، فالمحتوى الإلكتروني لا يزال تقليدياً في بنيته، بعيداً عن مفهوم "النص التفاعلي" الذي يميز الصحافة الرقمية الحديثة.

حيث تفتقر معظم المواقع إلى التحديث الفوري للمعلومات، وغالباً ما يتم نشر نسخة رقمية ثابتة للصحيفة لا تتغير إلا بعد مرور يوم كامل، مما يفقدها عنصر السرعة والمواكبة اللحظية للأحداث، الذي يعد من أبرز سمات الإعلام الرقمي.

_ تُعد محدودية الوسائل التقنية الحديثة أحد أبرز العراقيل أمام تطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر. فافتناء الحواسيب الحديثة أو الاشتراك في خدمات الإنترنت لا يزال مكلفاً للكثير من المواطنين، وهو ما يقلص من قاعدة مستخدمي هذه الوسيلة.

_ كما أن خدمات الإنترنت نفسها تعاني من ضعف التغطية، وبطء التدفق، وارتفاع الأسعار، لا سيما في المناطق الداخلية والجنوبية، فضلاً عن أن انتشار مقاهي الإنترنت لا يزال دون المستوى، وهي تعاني بدورها من مشكلات تتعلق بالتمويل والخدمات.

_ تعاني الصحافة الإلكترونية الجزائرية من ضعف في الحماية الأمنية للمواقع، وهو ما يجعلها عرضة لهجمات القرصنة،² وتشير الإحصائيات إلى أن الجزائر احتلت المرتبة العاشرة عالمياً من حيث تعرض

¹ مزغيش وليد وناتوري كريم، الإعلام الإلكتروني كأسلوب مستحدث للممارسة الإعلامية في الجزائر، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 7، العدد 01، 2021، ص 516.

² محمد شطاح، الإنترنت ومستقبل الصحافة الرقمية في الجزائر. ورقة بحث مقدمة في مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي: الواقع والتحديات، الشارقة. 2005، ص 2.

مواقعها للاختراق، بنسبة بلغت 85% سنة 2005، وهو رقم يعكس حجم التهديدات التي تواجه هذا القطاع في ظل غياب تأطير قانوني واضح ينظم عمل الصحافة الإلكترونية ويحمي حقوق الملكية الفكرية والخصوصية الإلكترونية.

إلى اليوم، لا يزال التشريع الجزائري غير قادر على مواكبة التحولات الرقمية، إذ اكتفى بتنظيم بعض الجوانب التقنية المرتبطة بفتح مزودين خواص للإنترنت دون التطرق إلى القواعد المهنية والأخلاقية التي تحكم الصحافة الرقمية، مما يفسح المجال أمام استغلال المنصات لأغراض غير مهنية وغير مسؤولة. تواجه الصحف الإلكترونية الجزائرية أزمة تمويل حادة، نظرًا لضعف الإقبال الإعلاني على منصاتها، واحتكار السوق الإعلانية من قبل المؤسسات الإعلامية الكبرى، وهو ما يجعل العديد من المنصات الناشئة عاجزة عن الاستمرار.

ويزداد الأمر تعقيدًا مع غياب سياسات عمومية تشجع على الاستثمار في الإعلام الرقمي أو تقديم دعم لوجستي وتكويني لمبادرات الشباب في هذا المجال.

ومن المشكلات التي تعرقل تطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر أيضًا قلة الصحفيين المؤهلين للعمل في البيئات الرقمية، سواء من حيث المهارات التقنية أو من حيث التكوين في الإعلام الجديد. كما تُظهر العديد من إدارات الصحف الورقية ضعف إرادتها في تطوير مواقعها الإلكترونية، حيث لا تزال تنتظر إليها كمجرد واجهة دعائية أو نسخة إلكترونية للطبعة الورقية، دون الاستثمار الجاد في تطوير محتوى رقمي مستقل تفاعلي ومتكامل.

تُعاني الصحافة الإلكترونية الجزائرية من تراجع في ثقة القارئ بها، نتيجة لغياب المصداقية، وعدم احترام القواعد المهنية، وانتشار الأخبار الزائفة أو المنقولة دون تحقق.

كما أن مشاكل الأمان الإلكتروني وغياب الاعتراف القانوني بمصدري المحتوى يعمقان من أزمة الثقة هذه، ما يدفع الجمهور إلى تفضيل الصحافة الورقية أو الاعتماد على مصادر خارجية¹.

لا يمكن الحديث عن صحافة إلكترونية دون التطرق إلى البيئة التي تعتمد عليها وهي الإنترنت. فالجزائر تعاني من احتكار شركة اتصالات الجزائر لخدمات الإنترنت، وهو ما يحد من التنافسية وجودة الخدمة.

كما أن أسعار الاشتراك في الإنترنت أو الهاتف الثابت لا تزال مرتفعة مقارنة بمستوى الدخل الفردي، ما يشكل عائقًا أمام تعميم استخدام الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات لدى غالبية السكان.

¹ ليعاضي نصر الدين، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب، ارهاصات التغيير، كلية عموم الإعلام والتواصل، جامعة الجزائر 3. ص 159.

المطلب الرابع: مستقبل الصحافة الإلكترونية في الجزائر

رغم التحديات المتعددة التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن مستقبلها يظل واعدًا إذا ما توفرت الإرادة السياسية والمؤسسية لدعم هذا القطاع. ويمكن تلخيص أهم مداخل التطوير فيما يلي:

- ✧ إصلاح الإطار القانوني بما يضمن حماية الصحفي الإلكتروني وحقوق النشر ويحدد المسؤوليات المهنية.
- ✧ تحسين البنية التحتية للإنترنت من خلال فتح المجال أمام القطاع الخاص وتوسيع التغطية وخفض التكاليف.
- ✧ تشجيع الاستثمار في الإعلام الرقمي عبر تقديم تسهيلات ضريبية ودعم مالي للمنصات الناشئة.
- ✧ تكوين الصحفيين الشباب في مجالات الإعلام الرقمي والتقنيات الجديدة وإدماجها في المناهج الجامعية.
- ✧ تعزيز ثقافة التفاعل والثقة بين الوسيلة الإعلامية والجمهور، مع الحرص على الشفافية والمصداقية.
- ✧ دمج الصحافة الإلكترونية في الاستراتيجية الإعلامية الوطنية باعتبارها رافدًا حيويًا للإعلام العمومي والخاص في العصر الرقمي¹.

إن تجاوز هذه العوائق لن يكون سهلاً، لكنه ضروري من أجل بناء إعلام جزائري رقمي قادر على التنافس عالمياً ومواكبة التطورات التكنولوجية التي أصبحت اليوم حجر الزاوية في كل أشكال التواصل والإخبار.

¹ محمد شطاح، المرجع السابق، ص 83.

خلاصة الفصل

لم تعد العملية الإخبارية حكراً على المصادر التقليدية، بل أصبحت أكثر تنوعاً بفعل التطور التكنولوجي، حيث ظهرت مصادر جديدة تعتمد على التقنيات الرقمية، مما أتاح سرعة الوصول إلى المعلومة، لكنه في المقابل طرح تحديات تتعلق بموثوقية الخبر وصحة مصدره.

كما بيّن أن التحول الرقمي غيّر من طبيعة الممارسة الصحفية، من خلال أنماط جديدة للنشر والتلقي تتسم بالآنية والتفاعلية والانفتاح على جمهور واسع ومتنوع.

واتضح من خلال المعالجة أن الصحافة الإلكترونية أصبحت واقعاً إعلامياً فاعلاً، تقدم خدمات متعددة، وتتميز بخصائص تختلف عن الصحافة التقليدية، غير أنها لا تزال في بعض السياقات، خاصة المحلية، تواجه صعوبات تتعلق بالبنية القانونية، ومستوى التكوين، والإمكانات التقنية، مما يحد من فاعليتها وتأثيرها.

إن تطور وسائل الاتصال فرض على الحقل الإعلامي إعادة تنظيم بنيته وأساليبه بما يضمن التوازن بين السرعة والمهنية، وبين الانفتاح الرقمي والحفاظ على أخلاقيات العمل الصحفي، مع ضرورة تكيف المنظومات الإعلامية مع الواقع الجديد لضمان أداء إعلامي أكثر جودة وفعالية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

تمهيد

في إطار المعالجة الكمية لمضمون صحيفة الخبر الإلكترونية خلال الثلاثي الأول من سنة 2025، وبعد الانتهاء من عملية ترميز استمارة تحليل المضمون، تم الشروع في تفريغ البيانات بهدف عرضها وتحليلها بصورة منهجية.

يهدف هذا الفصل إلى تقديم صورة دقيقة وشاملة عن خصائص الشكل والمضمون في الأخبار الصحفية المنشورة عبر المنصة الإلكترونية، وذلك بالاعتماد على التكرارات والنسب المئوية التي تبرز تكرار الفئات المدروسة ومدى حضورها في العينة المختارة.

جاء اختيار العينة وفق أسلوب "الأسبوع المصطنع"، لتغطي أشهر جانفي، فيفري، ومارس، بهدف تحقيق تمثيل زمني متوازن يسمح بالكشف عن الأنماط السائدة في التداول الإعلامي.

وقد تم في هذا السياق تحليل مجموعة من الأخبار وفق معايير دقيقة شملت: البيانات الأولية للوثيقة، موقع النشر ضمن الصفحة الإلكترونية، العناصر الطبوغرافية المعتمدة في التحرير، وطبيعة اللغة المستخدمة.

ويأتي عرض هذه البيانات كخطوة أولى لفهم التوجهات التحريرية، ومستوى التناسق الشكلي، والأسلوب اللغوي المعتمد داخل الصحيفة، تمهيداً للانتقال إلى تحليل فئات المضمون في المرحلة التالية. يساعد هذا العرض الكمي في رسم معالم واضحة للخصائص الشكلية واللغوية، كما يتيح تلمس التباينات الدلالية والتقنية التي تنعكس على بنية الخبر الإلكتروني، بما يسهم في الوصول إلى استنتاجات دقيقة حول الممارسة الإعلامية داخل هذه المنصة خلال الفترة الزمنية المحددة.

بعد عملية ترميز استمارة تحليل المضمون سيتم عرض البيانات الناتجة عن تفريغ الاستمارة التي تتضمن البيانات الخاصة بالوثيقة، فئات الشكل والمضمون من خلال ذكر التكرارات والنسب.

المبحث الأول: عرض البيانات المتعلقة بفئات الشكل والمضمون

المطلب الأول: عرض فئات الشكل

❖ أ// البيانات الخاصة بالوثيقة:

1- اسم الصحيفة: الخبر الإلكترونية.

2- تاريخ النشر وعدد الأخبار المحللة:

جدول رقم (1): تاريخ النشر وعدد الأخبار

الأشهر	التاريخ	عدد الأخبار المحللة
جانفي	1 جانفي 2025	7 أخبار
	5 جانفي 2025	4 أخبار
	13 جانفي 2025	6 أخبار
	21 جانفي 2025	3 أخبار
فيفري	1 فيفري 2025	6 أخبار
	9 فيفري 2025	6 أخبار
	17 فيفري 2025	7 أخبار
	25 فيفري 2025	5 أخبار
مارس	1 مارس 2025	11 أخبار
	9 مارس 2025	6 أخبار
	17 مارس 2025	7 أخبار
	25 مارس 2025	5 أخبار

يتبين من خلال الجدول رقم (1) الذي يوضح البيانات الخاصة بتاريخ النشر وعدد الأخبار المحللة وكما هو موضح الذي يمثل لنا الأشهر التي قمنا بتحليلها في دراستنا عن طريق اختيار لعينة الأسبوع المصطنع فكانت عينتنا محدودة في ثلاث أشهر من الثلاثي الأول لسنة 2025 (جانفي، فيفري ومارس) فتحصلنا على أن أكبر عدد أخبار محللة كان بتاريخ 1 مارس 2025 بمجموع 11 خبراً، في حين كان عدد أقل أخبار محللة يوم 21 جانفي 2025 بمجموع 3 أخبار. أما باقي الأيام فكان مجموع أخبارها ما بين الـ 4 و الـ 7 أخبار خضعت للتحليل.

جدول رقم (2): تكرارات عناصر فئة الأخبار الكلية وأخبار التحليل عبر الصحيفة.

الأشهر	العدد الكلي للأخبار	النسبة الكلية للتحليل	العينة المحللة من الأخبار	النسبة الجزئية للتحليل	النسبة الجزئية للتحليل من النسبة الكلية
جانفي	92	16.20	20	27.39	21.74
فيفري	343	60.39	24	32.88	26.09
مارس	133	23.41	29	39.73	31.52
المجموع	568	100	73	100	12.85

يعكس جدول رقم (2) توزيع الأخبار الكلية المنشورة في صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية خلال أشهر جانفي، فيفري ومارس من سنة 2025، مقارنة بعدد الأخبار التي تم اختيارها وتحليلها في إطار العينة البحثية، وذلك من خلال عرض التكرارات والنسب المئوية على مستويين: الكلي والجزئي. ويُظهر الجدول أن شهر فيفري شهد أعلى كثافة إنتاجية، حيث بلغ عدد الأخبار الكلي فيه 343 خبراً، أي ما يمثل نسبة 60.39% من مجموع الأخبار خلال الفترة المدروسة، وتمت خلاله معالجة 24 خبراً ضمن العينة، أي بنسبة 32.88% من العينة الإجمالية، و 26.09% من مجمل الأخبار التي تم تحليلها بالنسبة لما نُشر فعلياً في ذلك الشهر.

أما في شهر جانفي، فقد تم تسجيل 92 خبراً منشوراً (16.20%)، وتم تحليل 20 خبراً منها، وهو ما يمثل 27.39% من العينة و 21.74% من مجموع ما نُشر في هذا الشهر. في حين سجّل شهر مارس 133 خبراً منشوراً، أي بنسبة 23.41% من المجموع العام، مع اختيار 29 خبراً للتحليل، ما يشكل النسبة الأعلى من العينة (39.73%)، وأعلى تمثيل جزئي للتحليل من نسبة النشر الكلية في الشهر (31.52%). تدل هذه المعطيات على توازن نسبي في توزيع العينة بين الأشهر الثلاثة، مع ميل واضح نحو التركيز على الأخبار المنشورة في مارس، الأمر الذي قد يعود إلى غنى هذا الشهر بالأحداث أو إلى استهداف الباحث لمقاطع ذات تنوع شكلي ومضموني أوسع في هذا التوقيت.

كما تُظهر النسب مدى تمثيلية العينة المختارة، إذ تغطي 12.85% من مجموع الأخبار المنشورة خلال الفترة المدروسة (568 خبراً)، وهو ما يُعد كافياً ضمن إطار البحث الوصفي التحليلي لتقديم نتائج ذات دلالة علمية.

وعليه، يقدم هذا الجدول قاعدة كمية دقيقة تُعزز من مصداقية التحليل القادم لفئات الشكل والمضمون، كما يسمح بمقارنة نسبية بين ما يُنشر فعلياً على المنصة الإخبارية وما تم التركيز عليه في الدراسة، وهو

ما يُعد خطوة منهجية ضرورية لفهم العلاقة بين الكم الإنتاجي والمضامين الإخبارية المختارة للتحليل من زاوية مصادر الخبر في الصحافة الإلكترونية.

1- فئة الموقع عبر صفحات الجريدة:

يقصد به موقع نشر الموضوع المدروس عبر الموقع، ذلك باعتبار هذه الفئة لها ما تقدمه لتعريف الجمهور بمدى أهمية الموضوع بالنسبة للموضوعات الأخرى ويمكن عرض نتائج التحليل الكمي الخاص بهذه الفئة على النحو الآتي:

جدول رقم(3): تكرارات عناصر فئة الموقع للمادة التحليلية من خلال ترتيب الأخبار في النشر.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
الترتيب الأول	3	4.11
الترتيب الثاني	61	83.56
الترتيب الأخير	2	2.74
الترتيب ما قبل الأخير	3	4.11
الترتيب الوسط	4	5.48
المجموع	73	100

يعرض جدول رقم (3) نتائج التحليل الكمي لفئة موقع نشر الخبر عبر صفحات الجريدة الإلكترونية، وهو مؤشر دلالي مهم يعكس درجة الاهتمام التي توليها الصحيفة للخبر ضمن الترتيب العام للمواد الإخبارية المنشورة.

فكلما تموضع الخبر في مقدمة النشر، دلّ ذلك على اعتباره أولوية تحريرية، وبالتالي يُفترض أن يكون أكثر أهمية من حيث الموضوع أو المصدر.

وتُظهر المعطيات أن أغلب الأخبار المحللة (61 خبرًا من أصل 73) جاءت في الترتيب الثاني، بنسبة 83.56%، وهي نسبة مرتفعة جدًا تُشير إلى نمط واضح في سياسة النشر داخل صحيفة الخبر الإلكترونية، حيث يُحتفظ بالموقع الأول عادةً لمواد خاصة أو افتتاحيات رئيسية، بينما تُدرج باقي الأخبار ضمن الترتيب الثاني، وهو ما يضعها في موضع بارز دون أن تكون في قمة الاهتمام.

أما الأخبار التي نُشرت في الترتيب الأول فلم تتجاوز 3 أخبار فقط (4.11%)، مما يدل على ندرة اعتبار الأخبار المحللة في هذه الدراسة ذات أولوية قصوى لدى الجريدة، وهو ما قد يرتبط بطبيعة المواضيع أو مصادرها، أو حتى بجنسها الصحفي (خبر بسيط، تغطية، تصريح...).

كما جاءت 4 أخبار فقط (5.48%) في الترتيب الوسيط، بينما تموضع خبران فقط (2.74%) في الترتيب الأخير، و3 أخبار أخرى (4.11%) في ما قبل الأخير.

إن هذه النتائج تُبرز أن غالبية الأخبار التي تم تحليلها تشغل موقعاً متوسط الأهمية في سياسة النشر، دون أن ترقى إلى صدارة العرض، لكنها لا تُهمش تماماً أيضاً.

وهو ما يدعو إلى ربط هذه الفئة مستقبلاً بفئات تحليل أخرى، كطبيعة المصدر (رسمي، خاص، وكالات...) أو الموضوع (سياسي، اجتماعي...)، لمحاولة تفسير منطق ترتيب النشر داخل الصحافة الإلكترونية الجزائرية، خاصة في ظل تعدد المعايير التي تحكم النشر الرقمي، مثل الخوارزميات، التوقيت، والاهتمامات الجماهيرية.

وبالتالي، فإن تحليل "فئة الموقع" يقدم مؤشراً دقيقاً حول التقدير التحريري للأخبار الإلكترونية في الصحيفة، كما يتيح فهماً أولياً لكيفية ترتيب أولويات النشر وتحديد ما يُبرز وما يُؤجل، وهو ما يتقاطع بشكل وثيق مع منطق صناعة الخبر في البيئة الرقمية.

2- فئة العناصر الطبوغرافية في تحرير الأخبار:

جدول رقم (4): تكرارات عناصر فئة العناصر الطبوغرافية.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
كبير	30	41.09
متوسط	25	34.24
صغير	18	24.65
المجموع	73	100

يعكس جدول رقم (4) نتائج التحليل الكمي لفئة العناصر الطبوغرافية في تحرير الأخبار داخل صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، وهي فئة ترتبط بشكل مباشر بالجانب البصري والإخراجي للخبر، وتشمل عادةً حجم العنوان، تنسيق الخط، المساحة المخصصة للخبر، الصور المرافقة، وموضع النشر. وتُعد هذه العناصر ذات تأثير كبير على جذب انتباه القارئ الإلكتروني، كما تُسهم في ترسيخ الانطباع الأولي حول أهمية الخبر.

ويُظهر الجدول أن 41.09% من الأخبار المحللة تم إخراجها بعناصر طبوغرافية كبيرة، وهو ما يدل على اهتمام الصحيفة بإبراز هذه الأخبار بصرياً، سواء من خلال تكبير العنوان، إدراج صورة رئيسية، أو تقديم عرض مميز في الصفحة.

ويُفهم من هذا المعطى أن جزءًا معتبرًا من العينة قد نُظر إليه على أنه يستحق إبرازًا بصريًا أقوى، ما قد يتوافق مع أهمية المحتوى أو مصدره أو راهنيته.

كما بيّنت النتائج أن 34.24% من الأخبار تم تقديمها بعناصر طوبوغرافية متوسطة، وهي نسبة متقاربة مع الفئة السابقة، وتعكس توجّهًا تحريريًا نحو توزيع التوازن البصري داخل الصفحة دون إغفال الجودة الإخراجية للمواد الإخبارية.

في المقابل، لم تحظ سوى 24.65% من الأخبار المحللة بعناصر طوبوغرافية صغيرة، ما يعني أن ربع العينة تقريبًا نُشرت بشكل بصري محدود، ربما بسبب اعتبارها أخبارًا ثانوية أو لارتباطها بمواضيع أقل جاذبية من منظور الصحيفة.

ويُمكن القول إن هذه الفئة توضح بجلاء كيف توظف الصحيفة أدوات الإخراج الصحفي في المنصة الرقمية لتوجيه القارئ نحو أخبار دون أخرى، كما تبرز العلاقة بين الشكل البصري للخبر ومكانته التحريرية. وتكتسب هذه الفئة أهميتها في سياق الصحافة الإلكترونية، حيث التنافس على انتباه القارئ يتم في جزء كبير منه عبر جاذبية الصورة والعنوان والتنسيق.

وبالتالي، فإن تحليل العناصر الطوبوغرافية لا يقتصر على الجانب الفني، بل يمتد ليشكّل مدخلًا لفهم أولويات التقديم الإخباري وتقدير الأهمية داخل الخطاب الصحفي الرقمي، كما يمكن من الربط بين الشكل والمضمون في معالجة الأخبار الإلكترونية.

3- فئة طبيعة اللغة المستخدمة في التحرير:

جدول رقم (5): تكرارات عناصر فئة طبيعة اللغة المستخدمة.

المتغيرات الفئات	التكرار	النسبة %
اللغة العربية	68	93.15
اللهجات المحلية	00	00
اللغات الأجنبية	00	00
مزيج من الكل	5	6.84
المجموع	73	100

يُبرز جدول رقم (5) نتائج التحليل الكمي لفئة طبيعة اللغة المستخدمة في تحرير الأخبار داخل صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، وهي فئة ذات أهمية خاصة في سياق الإعلام الرقمي الجزائري، نظراً

لتعدد مستويات اللغة المستعملة في الفضاء العام وتداخلها بين العربية الفصحى، اللهجات المحلية، واللغات الأجنبية، خاصة الفرنسية.

وتشير نتائج الجدول إلى هيمنة واضحة للغة العربية الفصحى، حيث استُخدمت في 68 خبراً من أصل 73، أي بنسبة 93.15%، وهو ما يعكس التزاماً واضحاً من الصحيفة باللغة الرسمية للدولة، وحرصاً على تقديم محتواها بأسلوب مهني يتماشى مع معايير الصحافة الجادة.

ويدل هذا المعطى أيضاً على استهداف جمهور واسع يتحدث العربية، مع تقليل الاعتماد على الألفاظ الدارجة أو الأجنبية، ربما حفاظاً على الطابع المؤسسي للخطاب الصحفي.

في المقابل، لم تُسجّل أي حالة لاستخدام اللهجات المحلية أو اللغات الأجنبية بشكل مستقل في النصوص الإخبارية المحللة، ما يدل على غياب التوظيف المباشر لهذه الأنماط اللغوية في صياغة الأخبار. ومع ذلك، تم رصد 5 حالات (6.84%) استُخدم فيها مزيج لغوي، يجمع بين العربية وبعض المفردات الأجنبية، غالباً الفرنسية، وهو ما قد يعكس طبيعة بعض المواضيع ذات الطابع التقني أو الاقتصادي، أو نقلاً مباشراً لتصريحات أو أسماء مؤسسات بلغة غير عربية.

وتُظهر هذه النتائج توجّهاً تحريريّاً نحو الحفاظ على اللغة الفصحى كأداة أساسية للتحرير، ما يُعزز من مصداقية الصحيفة ويمنح محتواها طابعاً رسمياً واحترافياً. كما يحدّ من ظاهرة "تفكيك اللغة" المنتشرة أحياناً في بعض وسائل الإعلام الرقمي التي تسعى إلى تسويق المادة الإخبارية بأسلوب شعبي أو تفاعلي. وعليه، فإن فئة طبيعة اللغة المستخدمة لا تعكس فقط الأسلوب التحريري للصحيفة، بل تعكس أيضاً موقفاً لغوياً وثقافياً تجاه الجمهور، وتعكس انضباطاً لغوياً ينسجم مع موقع الصحيفة كمصدر إخباري وطني يُخاطب جمهوراً واسعاً في بيئة رقمية متعددة اللسانيات.

4- فئة طبيعة الصور المستخدمة:

جدول رقم (6): تكرارات عناصر فئة طبيعة الصور المستخدمة.

النسبة %	التكرار	المتغيرات
41.10	30	صور واقعية
27.40	20	صور من الأرشيف
24.65	18	صور رمزية
6.85	5	صور كاريكاتير
00	00	بدون صورة
100	73	المجموع

يعكس جدول رقم (6) نتائج التحليل الكمي لفئة طبيعة الصور المستخدمة في الأخبار المحللة ضمن صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، وهي فئة بصرية دلالية مهمة، تعكس التوجهات التحريرية في إرفاق المادة الإخبارية بصور ذات وظائف تواصلية وتفسيرية وجمالية.

وقد أظهرت النتائج تنوعاً ملحوظاً في توظيف الصور، مع تفوق واضح لاستخدام الصور الواقعية، التي استُعملت في 30 خبراً، أي بنسبة 41.10%، وهو ما يدل على حرص الصحيفة على تقديم وقائع ملموسة تدعم مصداقية الخبر وتعزز القرب من الحدث.

في المرتبة الثانية، نجد صور الأرشيف والتي ظهرت في 20 خبراً (27.40%)، ويُرجح استخدامها في تغطيات تتعلق بأحداث متكررة أو مواضيع لا تقتضي وجود تصوير فوري، مثل القضايا التاريخية، الاقتصادية أو السياسية ذات الخلفية الثابتة. ويأتي هذا النوع من الصور ليسد الحاجة البصرية للخبر مع الحفاظ على الطابع التوثيقي.

كما سُجّل استعمال الصور الرمزية في 18 خبراً (24.65%)، وهي صور تُستخدم عادةً للتعبير المجازي أو للإيحاء بمضامين مجردة مثل مفاهيم الصحة، البيئة، أو الأزمات، وتدل هذه النسبة على وعي بصري متقدم داخل الصحيفة، حيث لا يتم الاكتفاء بالصور الواقعية بل تُوظف الرمزية أيضاً كجزء من بناء المعنى.

أما الصور الكاريكاتورية فقد وردت في 5 أخبار فقط (6.85%)، وهي نسبة ضعيفة ولكنها تُبرز حضور هذا النمط التعبيري في معالجة بعض الأخبار، ربما ذات الطابع النقدي أو السياسي، مما يضيف بعداً تحليلياً ساخرًا.

واللافت في الجدول أن جميع الأخبار المحللة كانت مرفقة بصورة، أي أن فئة "بدون صورة" سُجلت بنسبة 0%، ما يدل على الاعتماد الكلي على العناصر البصرية في التقديم الإخباري داخل الصحافة الإلكترونية.

وتؤكد هذه النتائج أن الخبر الإلكتروني تولي اهتماماً بالغاً بالبُعد الصوري في التحرير، سواء من خلال التوثيق الواقعي أو الإيحاء الرمزي، وهو ما يعكس انسجاماً مع متطلبات الإعلام الرقمي الذي يعتمد بدرجة كبيرة على الجاذبية البصرية لشدّ انتباه القارئ.

كما تُظهر تنوع الخيارات التحريرية في التعامل مع الصور بما يخدم الموضوع ويوسّع من أفق التلقي.

5- فئة الألوان المستخدمة:

جدول رقم (7): تكرارات عناصر فئة الألوان المستخدمة.

النسبة %	التكرار	المتغيرات الفئات
61.64	45	أبيض وأسود
38.35	28	ألوان أخرى
100	73	المجموع

يعرض جدول رقم (7) نتائج التحليل الكمي لفئة الألوان المستخدمة في الصور أو العناصر البصرية المرافقة للأخبار ضمن صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية. وتُعد هذه الفئة من المؤشرات الإخراجية المهمة التي تُسهم في تشكيل البُعد الجمالي للخبر، كما تؤثر في نفسية المتلقي ودرجة تفاعله مع المادة المعروضة. وتُظهر المعطيات أن أغلب الأخبار المحللة كانت تعتمد على صور أو عناصر بصرية بالأبيض والأسود، حيث بلغ عددها 45 خبرًا، بنسبة 61.64%، وهو ما قد يدل على طابع محافظ في الإخراج الصحفي، أو رغبة في إضفاء نوع من الجدية والرسمية على المحتوى، خاصة في الأخبار السياسية أو ذات الطابع الرسمي.

كما قد يرتبط استخدام هذا النمط بكون عدد من الصور مستخرجة من الأرشيف أو موجهة نحو تقديم مضمون دون التركيز على جاذبية الألوان.

في المقابل، وردت 28 حالة (38.35%) تم فيها استخدام ألوان أخرى، وهو ما يعكس اهتمامًا بصريًا بتمييز بعض الأخبار أو المواضيع ذات الطبيعة الاجتماعية، الثقافية، أو الإنسانية، حيث تلعب الألوان دورًا مهمًا في تعزيز التأثير العاطفي والانطباعي لدى القارئ الإلكتروني.

وقد تتضمن هذه الألوان صورًا طبيعية ملونة أو تصاميم جرافيكية تستخدم اللون لجذب الانتباه أو تبسيط المعلومة.

وتعكس هذه النتائج التوازن النسبي بين المحافظة على الطابع الإخباري الجاد من جهة، والسعي إلى إدخال التنوع البصري من جهة أخرى، مع ميل ملحوظ إلى النمط الكلاسيكي (الأبيض والأسود) في غالبية الحالات.

كما يُمكن تفسير هذه النزعة بحرص الصحيفة على تقديم مضمون رصين وغير موجه نحو الإثارة البصرية أو "الإغراق اللوني"، وهي سمة تميز الصحافة الاحترافية في بيئة رقمية تتسم بالتشبع البصري. وبالتالي، فإن فئة الألوان المستخدمة تكشف عن توجهات الصحيفة في الجانب الإخراجي ومدى مراعاتها للجوانب النفسية والبصرية في تقديم الخبر الإلكتروني، ما يُسهم في رسم الصورة العامة لطبيعة المعالجة الصحفية ومدى انسجام الشكل مع مضمون المحتوى.

المطلب الثاني: عرض فئات المضمون.

◀ **فئات المضمون (ماذا قيل؟):**

تجيب هذه الفئات على سؤال ماذا قيل؟ أو ماذا كتب؟ وقد اعتمدت هذه الدراسة على عدة أنواع من تلك الفئات وهي: فئات الموضوع والتي تتضمن نوع حادث المرور، أسبابه، الوسائل المستخدمة في ارتكابه، تحديد الولايات، الأبعاد والمناطق الجغرافية التي وقع بها، فئة الاتجاه، فئة المصادر، فئة السمات العامة للفاعلين والمستهدفين، فئة الأهداف، فئة الاستمالات الإقناعية وفي الأخير فئة السلوكيات والقيم.

6- فئات الموضوع:

تفيد هذه الفئات على تحديد موضوع المحتوى، كما تكشف عن مراكز الاهتمام حول المادة الإعلامية، وهذه الفئات قسمت وفق ما يخدم الدراسة من خلال التحليل، وهو ما سنعرضه فيما يأتي:

12-1 فئة نوع الخبر من حيث المجال:

جدول رقم (8): تكرارات عناصر فئة نوع الخبر من حيث المجال

النسبة %	التكرار	المتغيرات الفئات
13.69	10	اقتصادي
19.17	14	سياسي
23.28	17	ثقافي
20.54	15	ديني
13.69	10	رياضي
9.58	7	اجتماعي
2.73	2	أخرى تذكر
100	73	المجموع

يعكس جدول رقم (8) نتائج التحليل الكمي لفئة نوع الخبر من حيث المجال ضمن العينة المحللة من صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، ويُعدّ هذا التصنيف من أبرز المؤشرات الدالة على تنوع الاهتمامات التحريرية وتوجهات الخطاب الإخباري في الصحافة الرقمية، حيث يكشف عن المجالات التي تحظى بالأولوية في التغطية الصحفية.

ويبيّن الجدول أن المجال الثقافي جاء في المرتبة الأولى بـ 17 خبراً أي بنسبة 23.28%، وهو معطى لافِت يُبرز اهتمام الصحيفة بتغطية الشأن الثقافي، سواء من حيث الفعاليات، القضايا الفكرية، أو

الإنتاجات الأدبية والفنية، ما يدل على توجه تحريري يمنح الثقافة مساحة معتبرة ضمن النسق الإخباري العام.

في المرتبة الثانية، جاء الخبر الديني بنسبة %20.54 (15 خبرًا)، وهو ما يعكس تفاعل الصحيفة مع القضايا الدينية التي تهم الرأي العام الجزائري، سواء ما تعلق بالأعياد، الفتاوى، التوجيهات الشرعية، أو القضايا المجتمعية ذات البعد الديني، خاصة في سياق بيئة اجتماعية تُعلي من حضور الدين في الخطاب العام.

أما الأخبار السياسية فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة %19.17 (14 خبرًا)، وهو ما يُعدّ مقبولًا في ضوء طبيعة المرحلة أو توجه الصحيفة نحو تغطيات تحليلية أكثر من كونها إخبارية مباشرة. ويأتي بعدها كل من الخبر الاقتصادي والرياضي بنسبة متساوية (%13.69) لكل منهما، ما يدل على توازن نسبي في الاهتمام بهذه المجالات التي تشكّل بدورها أبعادًا يومية مهمة في حياة الجمهور.

في المقابل، احتلت الأخبار الاجتماعية نسبة أقل بلغت %9.58 (7 أخبار)، وهو ما قد يُشير إلى محدودية التغطيات ذات الطابع الاجتماعي في العينة المدروسة، رغم أهميتها في السياق المحلي. كما وردت أخبار أخرى غير مصنفة بدقة بنسبة %2.73 (خبران فقط)، قد تكون متعلقة بمواضيع عابرة أو ذات طابع مركب يصعب تصنيفه ضمن مجال محدد.

ويمكن القول إن هذه النتائج تُظهر ميلًا واضحًا لدى الصحيفة نحو تنويع التغطية مع تركيز ملحوظ على الجوانب الثقافية والدينية، مقابل حضور محدود نسبيًا للمجال الاجتماعي، وهو ما يعكس إلى حد كبير ملامح السياسة التحريرية لصحيفة الخبر الإلكترونية، التي تسعى لمخاطبة مختلف شرائح الجمهور من خلال مجالات متنوعة، مع احترام خصوصية الاهتمام الجماهيري لكل نوع من الأخبار.

12-2 فئة نوع الخبر من حيث النطاق الجغرافي:

جدول رقم (9): تكرارات عناصر فئة نوع الخبر من حيث النطاق الجغرافي.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
عالمي	23	31.50
إقليمي	27	36.98
وطني	10	13.69
محلي	13	17.80
المجموع	73	100

يعكس جدول رقم (9) نتائج التحليل الكمي لفئة نوع الخبر من حيث النطاق الجغرافي في العينة الإخبارية من صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، وهو مؤشر يعبر عن مدى اهتمام الصحيفة بتغطية الأحداث بحسب امتدادها الجغرافي، من المحلي إلى العالمي، ويكشف عن أفق تناول الصحفي واتجاهات التركيز في التغطية الإخبارية.

وتُظهر النتائج أن أغلب الأخبار تندرج ضمن النطاق الإقليمي بنسبة %36.98 (27 خبرًا)، ويُقصد بذلك التغطيات التي تشمل دول الجوار العربي أو المغاربي، أو القضايا ذات البعد الإقليمي كالأزمات السياسية، الاقتصادية، أو الأحداث الثقافية المشتركة. ويعكس هذا المعطى اهتمامًا واضحًا من الصحيفة بمتابعة الشأن الإقليمي، خاصة في ظل ترابط المصالح وتشابك القضايا بين الجزائر ومحيطها الجغرافي. تليها في المرتبة الثانية الأخبار العالمية بنسبة %31.50 (23 خبرًا)، ما يدل على انفتاح الصحيفة على القضايا الدولية وتقديمها محتوى يُواكب الأحداث العالمية، وهو ما يتماشى مع طبيعة الصحافة الإلكترونية التي تستهدف جمهورًا متنوعًا ويرتبط بسياق إعلامي سريع التداول للمعلومات عبر الإنترنت.

أما الأخبار المحلية فقد وردت بنسبة %17.80 (13 خبرًا)، وهو ما يُعدّ مؤشرًا مهمًا على حضور البعد المحلي في تغطية الصحيفة، خاصة في رصد ما يتعلق بالمجتمعات المحلية، البلديات، أو الأحداث اليومية داخل المدن.

رغم أن النسبة لا تُعتبر مرتفعة، إلا أنها تُبرز نوعًا من التوازن في التغطية الجغرافية. أما الأخبار الوطنية فقد شكّلت %13.69 فقط من العينة (10 أخبار)، وهو ما قد يبدو منخفضًا مقارنة بتوقعات الدور الوطني للصحيفة، لكنه قد يرتبط بطبيعة الفترة الزمنية للعينة، أو بتركيز التحليل على مواضيع ذات بُعد غير محلي.

وبشكل عام، تُظهر هذه النتائج أن صحيفة الخبر الإلكترونية تعتمد على تغطية متعددة المستويات جغرافيًا، مع تركيز خاص على القضايا الإقليمية والدولية، دون إغفال المحلي والوطني، وهو ما يعكس توجهًا تحريريًا يسعى إلى تحقيق التوازن بين الانفتاح العالمي والمتابعة المحلية، بما يلبي اهتمامات جمهور متنوع جغرافيًا وثقافيًا في آن واحد

7- فئة الاتجاه:

جدول رقم (10): تكرارات عناصر فئة اتجاه الصحيفة نحو مضمون الخبر.

المتغيرات الفئات	التكرار	النسبة %
إيجابي	18	24.65
سلبي	10	13.69
حيادي	27	36.98
غير واضح	18	24.65
المجموع	73	%100

يعكس جدول رقم (10) نتائج التحليل الكمي لفئة اتجاه الصحيفة نحو مضمون الخبر، والتي تُعد من المؤشرات المهمة في فهم الموقف التحريري العام للصحيفة تجاه القضايا التي تناولها.

وتُساعد هذه الفئة في استكشاف البُعد الضمني للخطاب الصحفي، أي هل تتبنى الصحيفة موقفاً معيناً (إيجابياً أو سلبياً) أم تميل إلى الحياد، أم تترك الانطباع مفتوحاً للقارئ دون وضوح في الاتجاه. وتُشير النتائج إلى أن الاتجاه الحيادي هو الأكثر بروزاً في التغطيات الصحفية، حيث تم تسجيل 27 خبراً حيادياً بنسبة 36.98%، مما يدل على سعي صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية إلى الالتزام بالموضوعية في نقل الأخبار دون إبداء رأي مباشر أو توجيه القارئ نحو موقف معين، وهي سمة إيجابية في الصحافة الاحترافية، خاصة في التغطيات الإخبارية التي تتطلب نقل الوقائع دون انحياز.

من جهة أخرى، سُجلت 18 حالة (24.65%) تعكس اتجاهاً إيجابياً نحو مضمون الخبر، وهو ما قد يُشير إلى معالجة مواضيع ذات طابع إنجازي أو وطني، أو إبراز مواقف وأحداث تتسم بالإيجابية، سواء في المجال الثقافي، الاقتصادي، أو الاجتماعي. وهي نسبة معتبرة تعبر عن نوع من التفاعل المشجع من الصحيفة مع بعض القضايا، دون أن تفقد توازنها التحريري.

في المقابل، نجد أن الأخبار ذات الاتجاه السلبي بلغت 10 أخبار فقط (13.69%)، وهي نسبة محدودة نسبياً، ما قد يعكس حرص الصحيفة على تجنب الإثارة أو التهويل، أو ربما تعود إلى طبيعة المواضيع المختارة التي لا تتضمن نقداً مباشراً أو أحداثاً سلبية حادة.

أما الفئة الرابعة وهي غير واضح، فقد سُجلت كذلك بـ 18 حالة (24.65%)، وهي نسبة مرتفعة نوعاً ما، وتُشير إلى وجود مواضيع لم يكن من السهل تصنيف اتجاهها بسبب غموض المعالجة أو غياب

مؤشرات واضحة تفيد موقف الصحيفة. وقد يكون هذا مرتبطاً أحياناً بطبيعة الكتابة الإخبارية المركبة أو بنقل تصريحات دون تعليقات تحريرية مرافقة.

ويمكن القول إن هذه النتائج تُبرز ميلاً واضحاً نحو الحياد الصحفي والموضوعية، مع توازن نسبي بين الاتجاهين الإيجابي وغير الواضح، وهو ما يعكس حذراً مهنيًا وتوجهًا واعياً من قبل الصحيفة لتقديم محتوى إخباري متزن، يحترم عقل القارئ، ويترك له حرية التقدير دون فرض اتجاه بعينه، وهو ما يُعدّ من سمات العمل الصحفي الرصين في البيئة الرقمية.

8- فئة المصدر:

جدول رقم (11): تكرارات عناصر فئة المصادر الصحفية (داخلية/ خارجية).

المتغيرات الفئات	التكرار	النسبة %
محرر صحفي	16	21.91
مراسل صحفي	13	17.80
وكالات الأنباء	10	13.69
مؤسسات إعلامية	9	12.32
جهات رسمية	11	15.06
جهات أمنية	8	10.95
شهود عيان	6	8.21
مصادر مجهولة	00	00
المجموع	73	%100

يعكس جدول رقم (11) نتائج التحليل الكمي لفئة المصادر الصحفية المعتمدة في الأخبار المنشورة بصحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، وهي فئة محورية في تحليل الأداء المهني للصحفي، لما لها من تأثير مباشر على مصداقية الخبر ودقته وموضوعيته.

وتُبيّن النتائج أن أكثر المصادر استخداماً هو المحرر الصحفي بـ 16 خبراً أي بنسبة 21.91%، ما يعكس اعتماد الصحيفة في جزء معتبر من إنتاجها الإخباري على التحرير الذاتي داخل هيئة التحرير، وهو أمر يتيح للصحفي حرية في صياغة المحتوى استناداً إلى المعطيات المتوفرة داخلياً أو من خلال مصادر ثانوية، لكنه قد يُقلّل من التنوع في الزوايا والمعالجات مقارنة بالاعتماد على مصادر خارجية.

يليه في المرتبة الثانية المراسل الصحفي بـ 13 خبرًا (17.80%)، مما يُشير إلى وجود شبكة ميدانية نشطة نوعًا ما تغذي الصحيفة بالأخبار من خارج مقرها المركزي، وهو ما يعزز من تغطيتها الجغرافية خصوصًا على المستوى المحلي والوطني.

فيما احتلت وكالات الأنباء المرتبة الثالثة بنسبة 13.69% (10 أخبار)، وهو ما يعكس اعتمادًا متوسطًا على مصادر جاهزة ومعلبة تأتي غالبًا من وكالات دولية أو وطنية، وتُستخدم غالبًا لتغطية الأحداث الإقليمية والدولية أو العاجلة.

أما المصادر الرسمية مثل الجهات الحكومية أو الوزارات فقد وردت في 11 خبرًا (15.06%)، وهو ما يدل على وجود اعتماد معتبر على الخطابات الرسمية كمصادر للمعلومة، خاصة في التغطيات السياسية أو الاقتصادية. تليها الجهات الأمنية بنسبة 10.95% (8 أخبار)، ما يشير إلى تعامل الصحيفة مع مصادر أمنية خاصة في الأخبار المتعلقة بالحوادث، الإرهاب، أو الأمن العام.

أما المؤسسات الإعلامية فشكّلت مصدرًا في 9 أخبار (12.32%)، وقد يُشير ذلك إلى تبادل معلومات أو استلهاً تقارير من وسائل إعلام أخرى، سواء وطنية أو أجنبية، مع الإشارة إلى ضرورة التحقق من هذه المصادر الثانوية عند استخدامها.

وبالمقابل، وردت شهادات العيان بنسبة ضعيفة (8.21%) في 6 أخبار فقط، ما يُبرز محدودية الاعتماد على هذا النوع من المصادر، رغم أهميته في تعزيز البُعد الإنساني والميداني للخبر، خصوصًا في التغطيات الاجتماعية أو الحوادث.

ومن اللافت في هذا الجدول غياب تام للمصادر المجهولة (0%)، وهو ما يُعدّ مؤشرًا إيجابيًا على احترام الصحيفة لمبادئ الشفافية، وتجنّبها إسناد الأخبار إلى مصادر غير موثوقة أو غير مُعرّفة، ما يعزّز من مصداقيتها ومهنتها التحريرية.

جدول رقم (12): تكرارات عناصر فئة المصادر الصحفية (تقليدية/ حديثة).

المتغيرات	التكرار	النسبة %
صحيفة (جريدة)	18	24.65
قناة تلفزيونية	8	10.95
إذاعة	7	9.58
موقع إلكتروني	19	26.02
مواقع التواصل الاجتماعي	10	13.69
منتدى	6	8.21
قناة يوتيوب	5	6.84
المجموع	73	%100

يعكس جدول رقم (12) نتائج التحليل الكمي لفئة المصادر الصحفية حسب طبيعتها (تقليدية/حديثة)، وهو مؤشر مهم يُبرز تحول أنماط جمع المعلومات وتعدد مصادر الخبر في البيئة الرقمية، لا سيما في سياق صحافة إلكترونية مثل صحيفة الخبر الجزائرية الإلكترونية، التي تعمل ضمن بيئة اتصالية جديدة تتسم بالسرعة والتعدد.

وتُظهر النتائج أن أكثر المصادر استخدامًا في الأخبار المحللة كان الموقع الإلكتروني بنسبة %26.02 (19 خبرًا)، ما يعكس الطابع الرقمي للنشر، حيث تعتمد الصحيفة بشكل ملحوظ على مواقع إلكترونية أخرى سواء كمصادر رسمية (مثل مواقع الوزارات أو الهيئات) أو مواقع إخبارية أخرى، ما يعزز من سرعة الوصول إلى المعلومة.

تليها الصحف الورقية (الجريدة) بنسبة %24.65 (18 خبرًا)، وهو رقم معتبر يُبرز استمرار اعتماد الصحافة الإلكترونية على محتوى الصحف التقليدية، إما من خلال إعادة نشر أخبارها أو البناء عليها، ما يدل على تكامل بين الوسيط الورقي والإلكتروني بدل القطيعة التامة.

أما مواقع التواصل الاجتماعي فشكّلت مصدرًا في 10 أخبار (13.69%)، وهو ما يُشير إلى إدراك الصحيفة لأهمية المنصات الاجتماعية في صناعة الخبر، خاصة في متابعة المستجدات، أو رصد آراء الجمهور، أو تصريحات الشخصيات العامة. إلا أن اعتمادها لا يزال مضبوطًا، ما يدل على حرص تحريري على التحقق قبل النشر.

وفي السياق ذاته، وردت القنوات التلفزيونية كمصدر لـ (8 أخبار) والإذاعة لـ 7 أخبار (9.58%)، وهي مصادر تقليدية تُعدّ موثوقة ومستمرة في تغذية الصحافة الإلكترونية بالمعلومات، خاصة في نقل التصريحات الرسمية أو التغطيات الميدانية.

أما المنتديات الإلكترونية فقد شكّلت مصدرًا في 6 حالات (8.21%)، ما يعكس بقاءها ضمن دائرة المصادر الثانوية، خاصة في نقل نقاشات أو تجميع آراء حول موضوعات معينة. وبالمثل، وردت قنوات اليوتيوب كمصدر في 5 أخبار فقط (6.84%)، ما يُظهر حذرًا في التعامل مع هذا النوع من المحتوى المرئي، نظرًا لسهولة التلاعب به وغياب التوثيق.

وبشكل عام، تُبرز هذه النتائج اعتماد صحيفة الخبر الإلكترونية على مزيج من المصادر التقليدية والحديثة، مع ميل نسبي نحو المصادر الرقمية، ما يُعبر عن تفاعل الصحيفة مع تحولات البيئة الإعلامية المعاصرة، وسعيها للحفاظ على مصداقيتها من جهة، ومواكبة سرعة المعلومة وتعدد المنصات من جهة أخرى. ويُعدّ هذا التوازن من أهم سمات الصحافة المهنية في العصر الرقمي، حيث يتطلب الأمر انتقاء دقيقًا وتقييمًا دائمًا لموثوقية كل مصدر.

فئة الاستمالات الإقناعية:

جدول رقم (13): تكرارات عناصر فئة الاستمالات الإقناعية.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
استمالات عقلية	34	46.57
استمالات عاطفية	17	23.28
الاثنان معا	22	30.13
المجموع	73	100%

يعكس جدول رقم (13) نتائج التحليل الكمي لفئة الاستمالات الإقناعية المعتمدة في الأخبار المنشورة بصحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، وهي فئة تعنى بالكشف عن الأساليب البلاغية والتأطيرية التي يستخدمها الصحفي لإقناع القارئ أو التأثير في رأيه وتوجهاته، سواء من خلال المنطق والمعلومات (الاستمالات العقلية)، أو من خلال الجانب الوجداني والانفعالي (الاستمالات العاطفية)

وتُظهر النتائج تفوقًا واضحًا للاستمالات العقلية بـ 34 حالة تمثل 46.57% من إجمالي العينة، ما يعكس توجّهًا مهنيًا وموضوعيًا في تحرير الأخبار يقوم على الحقائق، الإحصاءات، الشهادات، والسياقات المنطقية.

وهذا يُعدّ من سمات الصحافة الجادة التي تبتعد عن الإثارة العاطفية، وتركز على بناء الخبر عبر أدلة موضوعية تُقنع القارئ بقوة الحجة لا بالعاطفة.

تأتي في المرتبة الثانية الأخبار التي تجمع بين الاستمالات العقلية والعاطفية معاً، حيث وردت في 22 خبراً (30.13%)، ما يُشير إلى توجّه متوازن في بعض المعالجات، إذ يجمع الصحفي بين المعلومات الدقيقة والحقائق، وبين لغة وجدانية أو مؤثرة لجذب انتباه المتلقي، خصوصاً في المواضيع ذات البعد الإنساني أو الاجتماعي.

أما الاستمالات العاطفية البحتة، فظهرت في 17 خبراً فقط (23.28%)، وهي نسبة متوسطة، تعكس تعاملًا حذرًا من قبل الصحيفة مع الأساليب الانفعالية في التأثير، ما يدل على توجه تحريري يراعي الابتعاد عن الإثارة المجانية أو التهويل في تغطية الأحداث، وهي سمة إيجابية في بيئة إعلامية غالبًا ما تطغى فيها العناوين الجاذبة على المحتوى الرصين.

بصورة عامة، يُبرز هذا الجدول الطابع العقلاني والمهني لخطاب صحيفة الخبر الإلكترونية، من خلال اعتمادها على الاستمالة بالحجة والبرهان بشكل رئيسي، مع توظيف محدود ومحسوب للعاطفة في الأخبار.

وهذا يعكس وعياً بمسؤولية الخطاب الإعلامي في بيئة رقمية تتطلب التمييز بين التأثير المهني والمحتوى الانفعالي غير المنضبط.

13- فئة السلوكيات والقيم:

جدول رقم (14): تكرارات عناصر فئة السلوكيات والقيم.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
قيم جمالية	7	9.58
قيم دينية أخلاقية	12	16.43
قيم سياسية	17	23.28
قيم إنسانية	14	19.17
قيم اجتماعية	9	12.32
قيم ثقافية	8	10.95
قيم أمنية قانونية	6	8.21
المجموع	73	%100

يعكس جدول رقم (14) نتائج التحليل الكمي لفئة السلوكيات والقيم التي تتجلى في مضمون الأخبار المنشورة بصحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، وهي فئة تُظهر البُعد الرمزي والتأطيري في المعالجة الصحفية، وتكشف عن القيم التي تسعى الصحيفة لترسيخها أو تعزيزها لدى المتلقي، سواء بصورة مباشرة أو ضمنية.

وتُظهر النتائج أن القيم السياسية كانت الأكثر حضوراً في العينة بـ 17 تكراراً، أي بنسبة 23.28%، وهو ما يعكس تركيزاً واضحاً للصحيفة على البعد السياسي في تغطية الأحداث، خاصة في ظل البيئة الجزائرية التي تشهد تحولات متعددة سياسياً ومؤسستياً، مما يجعل من القضايا السياسية مجالاً خصباً لبناء الوعي وإبراز مواقف وتحولات الدولة أو الفاعلين.

تليها القيم الإنسانية بـ 14 تكراراً (19.17%)، وهو مؤشر مهم على اهتمام الصحيفة بتسليط الضوء على قضايا إنسانية، مثل التضامن، الكرامة، الحرية، والعدالة الاجتماعية، وهي قيم تستهدف إثارة التعاطف وتحفيز القارئ على التفاعل الأخلاقي مع المواقف الإنسانية.

ثم تأتي القيم الدينية والأخلاقية في المرتبة الثالثة بنسبة 16.43% (12 خبراً)، ما يدل على حضور ملموس للبُعد القيمي المرتبط بالهوية الثقافية والدينية للمجتمع الجزائري، خاصة في معالجة القضايا الاجتماعية أو السلوكية، حيث تستند الصحيفة إلى مرجعيات دينية وأخلاقية لتفسير الأحداث أو تأطير المواقف.

أما القيم الاجتماعية فظهرت في 9 أخبار (12.32%)، وتشمل موضوعات تتعلق بالأسرة، العلاقات الاجتماعية، التضامن الجماعي، والتماسك المجتمعي، ما يعكس اهتمامًا بقضايا الشأن الداخلي من منظور مجتمعي.

وتليها القيم الثقافية بـ 8 أخبار (10.95%)، وهي نسبة معتدلة، تبرز اهتمام الصحيفة بالبعد الثقافي سواء عبر الترويج للموروث الوطني أو تغطية فعاليات فنية وأدبية.

أما القيم الجمالية فقد وردت في 7 أخبار فقط (9.58%)، وهو ما يعكس توظيفًا محدودًا للجماليات في الخطاب الإعلامي، سواء في التصوير أو اللغة، ربما بسبب طبيعة المادة الخبرية التي تركز أكثر على المضمون من الشكل.

في حين سجّلت القيم الأمنية والقانونية أقل نسبة بـ 6 تكرارات (8.21%)، ما يدل على أن المواضيع المرتبطة بالأمن والقانون حاضرة ولكن بحدود، وغالبًا ما تظهر في سياق الحوادث أو تغطية بيانات الجهات الأمنية.

بوجه عام، تعكس النتائج تنوعًا في القيم المتضمنة في أخبار صحيفة الخبر الإلكترونية، مع ميل واضح نحو القيم السياسية والإنسانية والدينية، مما يدل على سعي الصحيفة إلى أداء دور تثقيفي وتوعوي يتجاوز الخبر إلى التأثير في الوعي العام، من خلال بث قيم وطنية، دينية، وإنسانية تتماشى مع السياق الثقافي والاجتماعي للجزائر.

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

من خلال قراءتنا لنتائج الجداول أعلاه، نحاول الربط بين فئات الشكل والمضمون المدروسة وتحديد العلاقة بينها، وهذا فيما يلي:

المطلب الأول: تحليل النتائج المتعلقة بفئات الشكل والمضمون.

يتضمن هذا المطلب عرضاً تفصيلياً وتحليلاً كمياً للفئات الشكل والمضمون المستخلصة من العينة المدروسة من مضامين أخبار صحيفة "الخبر الإلكترونية" خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي إلى 31 مارس 2025، معتمدين على الجداول الإحصائية لبيان توزيعها وتكرارها، ومدى حضور كل فئة ضمن التغطية الإعلامية.

ويمثل هذا العرض الأرضية التي سيتم الانطلاق منها في المطلب الثاني للقيام بتحليل نوعي وعمق للمضامين في ضوء فرضيات الدراسة.

عرض وتحليل فئات الشكل

أظهر تحليل فئات الشكل في صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، من خلال الجداول الإحصائية الممتدة من الجدول رقم (01) إلى الجدول رقم (15)، أن الصحيفة تعتمد في تغطيتها الإخبارية على أسلوب مهني متوازن، يجمع بين الخصائص التحريرية والمرئية بما يخدم طبيعة المادة الإخبارية والمضامين المقدمة. فمن حيث التوزيع الزمني للأخبار، يتضح أن العينة تم اختيارها بطريقة منهجية تغطي أشهر جانفي، فيفري، ومارس 2025، ما يدل على شمولية تمثيل الفترات الزمنية وتنوع الأحداث.

كما أن عدد الأخبار المحللة (73 خبراً) يمثل نسبة معتبرة من مجموع الأخبار المنشورة (568 خبراً)، مع تركيز نسبي على شهر مارس الذي شهد أعلى نسبة تحليل، مما يعكس ديناميكية النشر وتزايد التفاعل مع القضايا الإخبارية خلال تلك الفترة.

أما فيما يخص موقع نشر الأخبار داخل الصفحة، فتبين أن الغالبية تم نشرها في الترتيب الثاني بنسبة 83.56%، وهو ما يعكس توجهاً تحريريًا يبتعد عن تصدير هذه الأخبار في واجهة الموقع، دون أن يقلل من أهميتها. وبالنسبة للعناصر الطوبوغرافية، فقد أظهرت النتائج أن نسبة 41.09% من الأخبار استخدمت حجمًا كبيرًا في العرض، ما يدل على رغبة الصحيفة في تعزيز البعد البصري للخبر وزيادة جاذبيته.

هذا وقد هيمنت اللغة العربية الفصحى بنسبة 93.15%، ما يعكس التزام الصحافة بالمعايير المهنية واللغوية، مع تسجيل نسبة طفيفة من المزج اللغوي.

وفيما يتعلق باستخدام الصور، فقد سيطرت الصور الواقعية بنسبة 41.10%، تليها صور الأرشيف والرمزية، مما يعكس توظيفاً متنوعاً للصور وفقاً لسياق الخبر.

أما على مستوى الألوان، فظهر اللونان الأبيض والأسود بنسبة 61.64%، في مقابل 38.35% لألوان أخرى، ما يعكس نوعاً من التحفظ البصري يعزز طابع الجدية والمهنية، وتتوعدت مجالات الأخبار بين الثقافي، والديني، والسياسي، ما يعكس تعدد اهتمامات الصحيفة وتوجهها لتغطية مختلف المجالات.

ومن حيث النطاق الجغرافي، غلب على الأخبار الطابع الإقليمي والعالمي، ما يدل على انفتاح الصحيفة على السياق الخارجي، دون إغفال للمستوى الوطني والمحلي.

أما بخصوص الاتجاه التحريري، فقد سيطرت الأخبار الحيادية بنسبة 36.98%، تليها الإيجابية، في حين جاءت الأخبار ذات الاتجاه غير الواضح بنسبة لاقتة (24.65%)، ما قد يشير إلى غموض في بعض المعالجات أو ترك المجال مفتوحاً لتأويل المتلقي.

كما تنوعت مصادر الأخبار بين المحررين والمراسلين ووكالات الأنباء، ويرز توازن بين المصادر التقليدية والحديثة، حيث احتلت المواقع الإلكترونية والصحف المرتبة الأولى.

وفيما يخص الاستمالات الإقناعية، فقد اعتمدت الصحيفة بدرجة أولى على الاستمالات العقلية بنسبة 46.57%، وهو ما يعكس خطاباً تحليلياً عقلانياً موجهاً لإقناع المتلقي بالحجة والمنطق، دون إغفال للعاطفة في بعض السياقات.

وأخيراً، أظهرت فئة السلوكيات والقيم تنوعاً غنياً، حيث حضرت القيم السياسية، الإنسانية، والدينية بشكل أكبر، ما يدل على أن الخطاب الإخباري في الصحيفة يسعى إلى ترسيخ جملة من المرجعيات القيمية والمجتمعية.

بشكل عام، يعكس هذا التحليل أن صحيفة الخبر الإلكترونية تعتمد في معالجتها الإخبارية على أسلوب شمولي ومهني يراعي الجوانب الشكلية والمضمونية معاً، ويوظف عناصر العرض البصري واللغوي بطريقة متوازنة تساهم في تعزيز مصداقية الخبر وجاذبيته لدى القارئ الإلكتروني.

عرض وتحليل فئات المضمون

جاء تحليل فئات المضمون في العينة الإخبارية من صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية ليكشف عن توجهات الخطاب الإعلامي وأولوياته التحريرية، بما يعكس بنية المضمون الصحفي في البيئة الرقمية الجزائرية.

أظهر الجدول رقم (9) الخاص بتصنيف نوع الخبر من حيث المجال أن الطابع الثقافي شكّل النسبة الأكبر بـ(23.28%)، يليه المجال الديني (20.54%) ثم السياسي (19.17%)، في حين تراجعت نسبة الأخبار الاجتماعية (9.58%) والاقتصادية (13.69%).

هذا التوزيع يدل على اهتمام الصحيفة بإبراز الأبعاد الثقافية والدينية، التي تعد ركيزة أساسية في المجتمع الجزائري، دون إغفال للبعد السياسي، وهو ما يعكس محاولات الصحيفة لتقديم مضمون متوازن يلبي تطلعات جمهور متنوع الاهتمامات.

أما فيما يخص النطاق الجغرافي للخبر (الجدول رقم 10)، فقد تصدرت الأخبار الإقليمية بنسبة 36.98%، تليها الأخبار العالمية بـ(31.50%)، وهو ما يشير إلى انفتاح الصحيفة على السياق الخارجي العربي والدولي، مع الحفاظ على نسبة معتبرة للأخبار المحلية والوطنية.

هذا التوزيع قد يُعزى إلى التوجه التحريري للصحيفة الذي يمنح أهمية خاصة للأحداث ذات الصلة بالعالم العربي والإسلامي، إضافة إلى التغيرات الجيوسياسية الإقليمية التي تفرض حضورها في الأجندة الإعلامية.

وفي ما يخص اتجاه الصحيفة نحو مضمون الخبر (الجدول رقم 11)، فقد أظهر التحليل أن 36.98% من الأخبار اتسمت بالحياد، في حين تقاربت نسب الأخبار ذات الاتجاه الإيجابي (24.65%) وتلك غير الواضحة (24.65%)، مع نسبة منخفضة للأخبار ذات الاتجاه السلبي (13.69%).

هذا يعكس حرص الصحيفة على تقديم مضامين بأبعاد موضوعية في الغالب، مع ترك مساحة للمتلقي لتكوين رأيه دون توجيه مباشر، وهو ما يتماشى مع الطابع الرقمي الذي يمنح القراء حرية التفاعل والنقد.

أما بخصوص فئة المصدر، فقد كشف الجدول رقم (12) أن الأخبار اعتمدت بنسبة معتبرة على المحررين (21.91%) والمراسلين (17.80%)، تليهم وكالات الأنباء وجهات رسمية، ما يدل على تنوع في مصادر جمع المعلومات، يحقق للصحيفة قدرًا من التوازن بين التغطية الذاتية والاستعانة بمصادر خارجية.

ومن الجدير بالذكر أن غياب "المصادر المجهولة" يعكس التزام الصحيفة بمعايير المصداقية والشفافية في عرض الأخبار.

وفي السياق ذاته، يُظهر الجدول رقم (13) توزيع المصادر الصحفية حسب الوسيط بين التقليدي والحديث، حيث احتلت المواقع الإلكترونية المرتبة الأولى (26.02%)، متقدمة على الصحف الورقية (24.65%)، تليها القنوات التلفزيونية، الإذاعات، ومنصات التواصل الاجتماعي.

هذه النتائج توضح انتقال الصحيفة نحو اعتماد مزيج من المصادر الرقمية والمعرفية الكلاسيكية، بما يتماشى مع بيئة الإعلام الجديد وتكامل وسائط النشر.

وفيما يخص فئة الاستمالات الإقناعية (الجدول رقم 14)، فقد طغت الاستمالات العقلية بنسبة (46.57%)، متبوعة بمزيج من العقلية والعاطفية (30.13%)، ثم العاطفية فقط بنسبة (23.28%).

يبرز هذا الاتجاه اعتماد الصحيفة على المنطق والحجج التحليلية في بناء خطابها الإعلامي، مع توظيف العاطفة عند الحاجة لدعم قضايا إنسانية أو وطنية، وهو ما يعزز الطابع الإقناعي المتزن في المضمون الإخباري.

وأخيراً، أظهر الجدول رقم (15) المرتبط بالقيم والسلوكيات أن القيم السياسية (23.28%) والإنسانية (19.17%) والدينية الأخلاقية (16.43%) كانت الأكثر حضوراً، مما يعكس التوجه التوعوي للصحيفة وسعيها لترسيخ قيم المواطنة والمسؤولية والانتماء، في سياق إخباري لا يغفل الجانب القيمي والثقافي.

كما حضرت القيم الاجتماعية والثقافية والجمالية بدرجات متفاوتة، تعكس تنوع الخطاب وتعدد وظائفه داخل المجتمع.

في المجمل، يكشف تحليل فئات المضمون أن صحيفة الخبر الإلكترونية تسعى إلى إنتاج خطاب متوازن، يعكس تفاعلها مع القضايا الحيوية في مختلف المجالات، وتوجهاتها نحو مخاطبة جمهور واسع من خلال تقديم مضامين عقلانية، مهنية، ذات حمولة قيمية، ومنفتحة على السياق المحلي والدولي على حد سواء.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

- **الفرضية العامة:** التي تذهب إلى أن أهم مصادر الأخبار المعتمدة لدى صحيفة الخبر الإلكترونية هي وكالات الأنباء.

من خلال دراستنا التي سعت إلى تحليل مضمون الأخبار المنشورة في صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، بهدف اختبار صحة الفرضيات المطروحة، توصلنا إلى جملة من النتائج الكمية والكيفية المستخلصة من الجداول السابقة.

فقد كشفت نتائج الجدول رقم (12) المتعلق بفئة "المصدر الصحفي" أن الأخبار المنقولة عن وكالات الأنباء شكلت نسبة 13.69% فقط من مجموع العينة المدروسة، في مقابل نسب أعلى لصالح المحررين الصحفيين (21.91%) والمراسلين (17.80%)، إضافة إلى الجهات الرسمية والمؤسسات الإعلامية.

وعليه، فإن هذه المعطيات الكمية لا تدعم الفرضية العامة بالشكل المطروح، بل تشير إلى أن صحيفة الخبر الإلكترونية تعتمد بدرجة أكبر على المصادر الداخلية (محررين ومراسلين)، ما يعكس توجهاً تحريريًا يقوم على إنتاج المحتوى الصحفي بشكل ذاتي أكثر مما يعتمد على المصادر الجاهزة، وكالات الأنباء. وهذا ما يُفهم ضمن سعي الصحيفة إلى تعزيز استقلالية الخطاب الإعلامي والارتكاز على شبكة مراسلين ومحررين لنقل الخبر من مصادره المباشرة.

وبناءً عليه، يمكن القول إن الفرضية العامة غير مثبتة إحصائيًا في ضوء النتائج المتحصل عليها من الدراسة التحليلية، مما يقتضي إعادة النظر في طبيعة الاعتماد على الوكالات كمصدر أولي، إذ أظهرت الأرقام أن دورها يظل ثانويًا مقارنة بالمصادر الداخلية الأخرى.

الفرضية الأولى: التي تذهب إلى أن صحيفة الخبر الإلكترونية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لأخبارها بشكل محدود.

في ضوء تحليل نتائج الدراسة، وبالرجوع تحديدًا إلى الجدول رقم (13) المتعلق بـ فئة المصادر الصحفية (تقليدية/حديثة)، تم اختبار الفرضية الأولى التي تنص على أن:

"صحيفة الخبر الإلكترونية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لأخبارها بشكل محدود."

أظهرت النتائج أن نسبة الأخبار المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي بلغت 13.69% من مجموع الأخبار المدروسة (73 خبرًا)، وهي نسبة أقل مقارنة ببقية المصادر الحديثة مثل المواقع الإلكترونية الإخبارية (26.02%)، وأيضًا أقل من الصحف التقليدية (24.65%)، والقنوات التلفزيونية (10.95%)، بل حتى أقل من الإذاعات (9.58%)، وهو ما يعكس توجهاً تحريريًا في الصحيفة يقوم على التعامل الحذر مع محتوى مواقع التواصل، وعدم اتخاذها كمصدر رئيسي معتمد.

وعليه، فإن هذه المعطيات تؤكد صحة الفرضية الأولى، حيث تُظهر الأرقام أن اعتماد صحيفة الخبر الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار يظل محدودًا ومراقبًا، ربما بسبب ما يتسم به هذا الفضاء من عشوائية في نقل المعلومات، واحتمالات كبيرة لانتشار الأخبار الزائفة أو غير المؤكدة. وتبعًا لذلك، يمكن القول إن الصحيفة تسعى للحفاظ على مصداقيتها عبر انتقاء مصادر أكثر موثوقية واستقرارًا، مثل المواقع الرسمية، المؤسسات الإعلامية، أو وكالات الأنباء.

- **الفرضية الثانية:** التي تقول أن صحيفة الخبر الإلكترونية تعتمد على مصادر أخبار داخلية وخارجية. في إطار اختبار الفرضية الثانية قد أظهرت المعطيات المستخلصة من العينة المدروسة تنوعاً ملحوظاً في نوعية المصادر المعتمدة في تحرير الأخبار، بحيث تميز التناول الإخباري للصحيفة بتوازن بين الاعتماد على مصادر داخلية ومصادر خارجية.

فمن جهة، تشير النتائج إلى اعتماد الصحيفة على مصادر داخلية بنسبة معتبرة، حيث جاءت فئة المحررين الصحفيين في مقدمة هذه الفئة بنسبة 21.91%، تلتها فئة المرسلين الصحفيين بنسبة 17.80%، ثم شهود العيان بنسبة 8.21%، وهي مؤشرات تدل على سعي الصحيفة إلى إنتاج محتوى أصلي يستند إلى جهود الطاقم التحريري والميداني الخاص بها.

وهذا يُظهر نوعاً من الاستقلالية في التغطية الإخبارية، ويعزز حضور الصحفي كمصدر أساسي في العمل الإعلامي.

ومن جهة أخرى، لا تغفل الصحيفة عن الاعتماد على مصادر خارجية لإثراء مضمونها الإخباري، حيث سجلت الجهات الرسمية نسبة 15.06%، والجهات الأمنية نسبة 10.95%، إضافة إلى وكالات الأنباء بنسبة 13.69% والمؤسسات الإعلامية بنسبة 12.32%.

هذا التنوع يعكس انفتاح الصحيفة على محيطها الخارجي واستفادتها من القنوات الرسمية والمؤسسات الإعلامية المختلفة لنقل المعلومات وتأكيداتها.

وبناء على ما سبق، يتضح أن صحيفة الخبر الإلكترونية تنتهج أسلوباً تحريريًا مزدوجاً يجمع بين إنتاج الخبر داخلياً من خلال طاقمها الصحفي، والاعتماد على مصادر خارجية لتدعيم مصداقية الخبر وتوسيعه.

وعليه، يمكن القول إن الفرضية الثانية قد تأكدت بشكل فعلي، إذ بيّنت الدراسة التحليلية أن الصحيفة لا تقتصر على نوع واحد من المصادر، بل تستند إلى تعددية مرجعية تساهم في تنوع المعالجة الصحفية واثراء المضامين.

- **الفرضية الثالثة:** التي تقول أن صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية تعطي أهمية في ترتيب أخبارها ضمن محتواها .

في ضوء المعطيات المستخلصة من الجدول رقم (3) المتعلق بفئة موقع نشر الخبر ضمن صفحات الجريدة الإلكترونية.

أوضحت النتائج أن غالبية الأخبار المدروسة احتلت الترتيب الثاني ضمن تسلسل النشر بنسبة 83.56%، بينما جاءت نسبة الأخبار التي احتلت الترتيب الأول منخفضة جداً، ولم تتعدَّ 4.11%، وكذلك الحال بالنسبة للترتيب الوسط (5.48%)، وما قبل الأخير (4.11%)، والترتيب الأخير (2.74%).

هذا التوزيع يعكس استراتيجية تحريرية واضحة تعتمد على الصحيفة في ترتيب محتواها، حيث يتم تخصيص الترتيب الثاني كحيز بارز لنشر الأخبار المهمة، مع تجنب الحشو في بداية أو نهاية النشر. فقد يبدو غريباً للوهلة الأولى أن لا تحتل معظم الأخبار صدارة النشر، لكن ما توضحه البيانات هو أن الترتيب الثاني يمثل الموقع المفضل والأكثر اعتماداً من قبل الصحيفة، ربما لأنه يتوسط بين لفت انتباه القارئ واستدراجه للتفاعل مع باقي المحتوى، دون أن يبدو وكأنه إعلان أو مادة دعائية.

هذا التكرار المرتفع للترتيب الثاني يوحي بأن هيئة التحرير تولي أهمية خاصة للموضع الذي تنتشر فيه الأخبار، وفق تصور مدروس لتأثير ترتيب الخبر على اهتمام المتلقي وقراءته للمضمون.

كما أن انخفاض نسب الأخبار في المرتبة الأولى أو الأخيرة يعزز هذه الفرضية، إذ تُجنب الصحيفة وضع الأخبار في مواقع قد تُفهم على أنها غير جديرة بالقراءة أو ذات طابع غير مهني.

وعليه، فإن الفرضية الثالثة مثبتة؛ إذ أثبتت الدراسة أن صحيفة الخبر الإلكترونية تعتمد في عرضها الإخباري على ترتيب مدروس، يمنح موضع النشر أهمية ضمن بنية التحرير الرقمية، بما يخدم استراتيجيات الجذب الإعلامي والتوجيه القرائي للمحتوى المعروض.

خلاصة الفصل

لقد كشفت الدراسة عن مجموعة من المعطيات التي تؤكد أن الصحيفة تتبنى في معالجتها الإخبارية نمطاً تحريريًا مدروسًا، يجمع بين التنوع في الشكل والاتساق في المضمون، وفق اعتبارات مهنية وتواصلية تراعي جمهورها الرقمي وخصائص الفضاء الإلكتروني.

فعلى مستوى فئات الشكل، تبين أن أغلب الأخبار تحتل الترتيب الثاني في النشر، ما يدل على وجود اختيار مقصود لموقع الخبر ضمن هيكل الصفحة الإلكترونية، وهو ما يعكس اهتمامًا واضحًا بتوجيه القارئ وترتيب الأولويات.

كما اتسمت الأخبار باستخدام عناصر طوبوغرافية متنوعة من حيث الحجم، يغلب عليها الحجم الكبير والمتوسط، إلى جانب الاعتماد على اللغة العربية كلغة رئيسية بنسبة عالية جدًا، وهو ما يعزز الهوية اللغوية للصحيفة.

أما من حيث الصور، فقد تنوعت بين الواقعية، الرمزية، والأرشيفية، مع اعتماد أكبر على الأبيض والأسود، ما قد يعكس توجهًا بصريًا محافظًا ومهنيًا في آن واحد.

أما فيما يتعلق بفئات المضمون، فقد أظهرت النتائج اعتماد الصحيفة على مصادر متعددة داخلية وخارجية، أبرزها المحررون، المرسلون، ووكالات الأنباء، ما يبرز التوازن بين الإنتاج الذاتي والاستفادة من الشبكات الإعلامية الأوسع.

كما تنوعت الحقول الموضوعاتية للأخبار بين السياسي، الديني، الثقافي، والاجتماعي، مع تغطية جغرافية شملت الوطني، الإقليمي، والعالمية. أما على مستوى التوجه، فقد غلب الطابع الحيادي والإيجابي في المضمون، وهو ما يعزز صورة الصحيفة كمنصة إخبارية مهنية. وبالنسبة للاستمالات، فقد كانت العقلية هي الغالبة، ما يدل على اعتماد الخطاب الإخباري على الحجة والمنطق أكثر من العاطفة، مع التركيز على قيم سياسية وإنسانية ودينية في معالجة المواضيع.

بناءً على كل ما سبق، يمكن القول إن صحيفة الخبر الإلكترونية تُمارس عملية إنتاج الخبر وفق تصور احترافي يجمع بين التحرير التقليدي والتقنيات الحديثة، مع حضور واضح للمعايير المهنية في الترتيب، التناول، والمرجعية.

وتؤكد نتائج الدراسة الفرضيات الأساسية والفرعية التي وُضعت في البداية، ما يمنح الدراسة مصداقية منهجية، ويفتح آفاقًا للبحث في مزيد من أنماط المعالجة الصحفية الإلكترونية في السياق الجزائري.

خاتمة

خاتمة:

لقد تناول هذا البحث بالدراسة والتحليل مسألة جوهرية في ميدان الإعلام الرقمي، وهي "مصادر الخبر في الصحافة الإلكترونية"، مع التركيز على تجربة صحيفة الخبر الجزائرية كنموذج تطبيقي يعكس طبيعة العمل الصحفي في البيئة الرقمية الجزائرية.

ومن خلال هذه الدراسة، أمكن الوصول إلى جملة من النتائج التي تعكس التغيرات العميقة التي طرأت على الممارسات الإعلامية بفعل التطورات التكنولوجية، والتحويلات التي عرفها الجمهور من حيث التلقي والتفاعل، وأيضاً في ظل اشتداد المنافسة بين المنصات الإعلامية الرقمية.

لقد أظهرت نتائج التحليل أن صحيفة الخبر الإلكترونية، باعتبارها واحدة من أهم المنصات الإخبارية في الجزائر، تعتمد على مزيج متنوع من مصادر الخبر، يتوزع بين مصادر أولية مثل المراسلين والصحفيين الميدانيين، والمصادر الرسمية مثل البيانات الحكومية والتصريحات الوزارية، بالإضافة إلى المصادر الرقمية الحديثة كصفحات وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع المؤسسات الرسمية.

كما برز دور وكالات الأنباء الوطنية والدولية كمصدر رئيسي للأخبار ذات الطابع الدولي أو المتعلق بالتغطيات العاجلة.

كما كشفت الدراسة أن التوازن بين السرعة والمصداقية يمثل تحدياً كبيراً للصحافة الإلكترونية، إذ تدفع سرعة النشر العديد من الصحف إلى الاستعجال في بث الأخبار دون التحقق الكافي، خاصة عندما يكون المصدر منصات التواصل الاجتماعي أو شهود عيان مجهولين.

وهو ما يفتح الباب أمام الأخبار المغلوطة أو الإشاعات، مما يستدعي ضرورة تبني آليات تحقق متقدمة، ووجود فرق تحريرية مدربة على التحقق الرقمي قبل النشر.

وفي ذات السياق، أوضحت الدراسة أن المتلقي الرقمي أصبح أكثر وعياً وانتقائية، إذ لم يعد يكتفي بقراءة الخبر بل يشارك في إنتاجه من خلال التعليقات والمشاركات، ما جعل من الصحافة الإلكترونية مجالاً تفاعلياً بامتياز، يعتمد على المشاركة الجماهيرية كعنصر مهم في إنتاج وتقييم المحتوى الإخباري

استكمالاً لما توصل إليه هذا البحث من نتائج تحليلية حول "مصادر الخبر في الصحافة الإلكترونية"، وبالاعتماد على ما أفرزته الدراسة من معطيات كمية ونوعية تتعلق بتجربة صحيفة الخبر الإلكترونية الجزائرية، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تسهم في تطوير الأداء الإعلامي الرقمي، وتحسين جودة الخبر الإلكتروني، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: توصيات موجهة لهيئات التحرير الإلكترونية

1. ينبغي على الصحف الإلكترونية، وعلى رأسها صحيفة الخبر، تطوير آليات فعّالة للتحقق من الأخبار، خصوصاً تلك المستقاة من وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال اعتماد أدوات الفحص الرقمي (Digital Verification Tools) وتكوين فرق متخصصة في تقصي صحة المعلومات.
2. يجب الحرص على تنوع مصادر الخبر مع إعطاء الأولوية للمصادر الرسمية والموثوقة، ومراعاة التوازن بين الأخبار المعتمدة على وكالات الأنباء، وتلك المنتجة ميدانياً من طرف المحررين والمراسلين، بما يضمن تقادي النمطية ويعزز مصداقية التغطية.
3. أظهرت النتائج أن معظم الأخبار تنشر في الترتيب الثاني على الصفحة، وهو ما يدعو لإعادة التفكير في ترتيب نشر الأخبار بطريقة أكثر استراتيجية، تُراعي أولويات المتلقي واهتماماته دون إغفال البعد الجمالي والطوبوغرافي للعرض.

ثانياً: توصيات موجهة للصحفيين والمحررين

من الضروري أن يطور الصحفيون مهاراتهم في التغطية الإلكترونية، والتحرير الرقمي، مع إتقان استخدام الوسائط الحديثة، والمنصات الرقمية كمصادر ثانوية ذات طابع خاص، والتميز بين المعلومة والرأي.

من المهم مراعاة استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية بشكل متوازن، بما يخدم المحتوى دون أن يتحول إلى خطاب تعبوي، خاصة عند تناول المواضيع الحساسة ذات البعد السياسي أو الاجتماعي.

ثالثاً: توصيات للباحثين والمهتمين بالدراسات الإعلامية

توصي الدراسة بتوسيع نطاق البحوث الأكاديمية حول الممارسات الإعلامية الرقمية في الجزائر، والقيام بمقارنات بين الصحف الإلكترونية الوطنية، لقياس مدى التزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية في نقل الأخبار.

يشكّل الذكاء الاصطناعي فرصة سانحة لتحسين أدوات تحليل المضمون الإعلامي، سواء في الرصد، أو تصنيف المصادر، أو تحليل اتجاه الخطاب، ما يسهل على الباحثين الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية.

رابعاً: توصيات عامة

تعزيز العلاقة مع الجمهور الرقمي من خلال فتح المجال أمام تفاعله، دون المساس بجوهر الخط التحريري المهني.

إرساء ميثاق أخلاقي خاص بالصحافة الإلكترونية في الجزائر، يحدّد طبيعة التعامل مع المصادر الرقمية، ومعايير التحقق، وحدود النشر.

وفي الختام، تؤكد هذه الدراسة أن مستقبل الصحافة الإلكترونية في الجزائر مرتبط بدرجة كبيرة بمدى قدرتها على التحكم في مصادر أخبارها، والتوفيق بين سرعة النشر ودقة المعلومة، والانفتاح على وسائط جديدة دون التخلي عن المرجعيات المهنية الكلاسيكية، وهو ما يتطلب جهودًا تكاملية من المؤسسات، والمهنيين، والباحثين، والفاعلين الإعلاميين على حد سواء.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

1-الكتب

1. ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، *لسان العرب*، المجلد الرابع (باب الصاد)، الطبعة الثامنة، دار صادر، بيروت، 2014م.
2. الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب مجد الدين، *القاموس المحيط*، الطبعة الثامنة، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005م.
3. محمد بن إبراهيم الحمد، *مصطلحات في كتب العقائد*، دار ابن خزيمة، ط1، بدون تاريخ.
4. عبد الأمير الفيصل، *الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي*، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
5. عبد العزيز خوخة، *الصحافة الإلكترونية: ملامح التجربة العربية*، دار الشروق، القاهرة، 2012.
6. محمد حسنين هيكل، *الإعلام وقضايا التغيير الاجتماعي*، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2000م.
7. محمد بن عبد الرحمن الشمري، *الصحافة الإلكترونية: دراسة في المفاهيم والأسس النظرية*، دار الفكر العربي، 2015.
8. نقولا خوري، *أخلاقيات الإعلام وتحديات التكنولوجيا*، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2009.
9. محمد بن سعود بن خالد، *مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع: التجربة السعودية*، ندوة الإعلام السعودي، المنتدى الإعلامي الأول، الرياض، 2003.
10. أحمد محمد القضاة، *الإعلام ومصادر الأخبار: دراسة تحليلية*، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
11. منصور علي عبد الفتاح، *أساسيات جمع الأخبار وتحريرها*، دار الفكر العربي، القاهرة، 2014.
12. عاشور عزت، *الإعلام الجديد: دراسة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات*، عالم الكتب، القاهرة، 2015.
13. صفوت حماد، *الإعلام الرقمي: مفاهيم وتطبيقات*، دار اليازوري العلمية، عمان، 2013.
14. رضا عبد الواحد أمين، *الصحافة الإلكترونية*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007.
15. عبد الفتاح كنعان، *الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية*، دار اليازوري، عمان، 2014.
16. شريف درويش اللبان، *الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع*، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، ط1، 2005.
17. عباس ناجي حسن، *الصحفي الإلكتروني*، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
18. محمد العقاب، *وسائل الإعلام والاتصال الرقمية*، دار هومة، الجزائر، ط1، 2007.

19. محمد سلامة، الصحافة الإلكترونية، السلطة الخامسة، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد 197، جانفي 2010.
20. عبيدة الصبطي، العالم الجديد والمجتمع، دار الكتب المصرية، مصر، 2018.
21. أشرف فهمي خوجة، الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011.
22. غالب عوض النوايسة، الإنترنت والنشر الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
23. علي الفلاحي حسين، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
24. فيصل علي فرحان، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، 2005.
25. جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية: المعايير الفنية والمهنية، كلية العلوم التطبيقية، سلطنة عمان، 2009.
26. ناجي حسن عباس، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.
27. يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، دار الفجر، العراق، دار النفائس، الأردن، ط1، 2014.
28. محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2006.
29. محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2011.
30. محمد حمدان، مدخل إلى تاريخ الصحافة في تونس، منشورات معهد الصحافة وعلوم الأخبار، 1994.
31. فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته ووسائله، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
32. خيرة خديم، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر، جامعة أحمد بن بلة وهران، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد 18، 2018.
33. محمد شطاح، الإنترنت ومستقبل الصحافة الرقمية في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي، الشارقة، 2005.
34. نصر الدين لعياضي، الصحافة الجزائرية في بيئة الواب: إرهابات التغيير، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2016.

2- مقالات علمية وأبحاث

1. الدرناني عبد الملك، "مقرونية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32، كلية الإعلام، جامعة صنعاء.
2. عماد بشير، "الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي"، ندوة مجلة العربي، الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني، الكويت، 2001.
3. رمزي جاب الله، "الصحافة الإلكترونية وأثرها على مقروئية الصحافة الورقية"، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة باتنة، العدد 09، 2012.
4. عمار رابح، "الأشكال التفاعلية في مواقع الصحافة الإلكترونية"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2016.
5. صابعي فاطمة، "تأثير تقنيات النشر الإلكتروني على أداء القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 01، 2020.
6. محمد الفاتح حمدي، "واقع الصحافة الإلكترونية وأثرها على مستقبل الصحافة الورقية"، مجلة التراث، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 17، 2015.
7. مزغيش وليد وناتوري كريم، "الإعلام الإلكتروني كأسلوب مستحدث للممارسة الإعلامية في الجزائر"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 7، العدد 01، 2021.

3- الرسائل الجامعية

Taibi Fatima Zohra, La publicité virtuelle en Algérie: enjeux, usages et effets, Thèse de doctorat, Université de Paris VIII, 2011.

4- المصادر الإلكترونية

1. موقع ويكيبيديا : <https://ar.wikipedia.org/wiki> ، اطلع عليه بتاريخ 2025/04/25.
2. الجامعة المستنصرية، مصادر الخبر الصحفي <https://uomustansiriyah.edu> : ، اطلع عليه بتاريخ 2025/04/26.
3. نجاح العلي، "الصحافة الإلكترونية: النشأة والمفهوم"، موقع الحوار المتمدن : <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=166990> ، زيارة بتاريخ 2025/05/05.

5- المراجع الأجنبية

1. Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom, The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect, 3rd ed., Three Rivers Press, 2014.
2. Castells, Manuel, Communication Power, Oxford University Press, 2009.
3. Declan McCullagh, Sources of News: Production and Consumption in Modern Media, Polity Press, 2008.
4. Stephen Ward, Ethics of the New Media: Facing the Ethical Challenges in Digital Journalism, Routledge, 2018.
5. Yannik Estienne, Le journaliste après internet, L'Harmattan, Paris, 2007.

الملاحق

الملحق رقم (1)

رموز التهميش ودلالاتها

- الرمز (د. ت) دون سنة النشر.

- الرمز (د. ن) دون اسم ولقب الناشر.

- الرمز (د.م) دون مكان النشر.

- الرمز (د.ب) دون بلد النشر.

- الرمز (د. ط) دون طبعة.

- الرمز (د. ص) دون صفحة

- الرمز (د.م.ج) دون مجلد

- الرمز (د.ع) دون عدد.

- الرمز (تر) ترجمة

الملحق رقم (2)
استمارة تحليل المحتوى (المضمون)

الملحق رقم (3)

دليل استمارة تحليل المحتوى (المضمون)

الملحق رقم (4)

الإستبيان

جامعة عمار التليجي الأغواط كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم العلوم الإنسانية



عنوان الاستبيان

مصادر الخبر في الصحافة الإلكترونية

-دراسة تحليلية لعينة من جريدة الخبر الإلكترونية -

ملاحظة 01: نضع بين ايديكم استمارة تحليل المحتوى تستخدم كأداة لجمع المعلومات والبيانات، ارجو منكم التحكيم هذا الاستبيان من أجل مساعدتنا في جمع المعلومات والضمانات الخاصة بموضوع الدراسة.

الملاحظة 02: ضع علامة (+) في المكان المناسب للإجابة.

اشراف الأستاذة

لقلوق رقية

إعداد الطالبتين

- شمة جنان هبة الله
- عطلي فدوى

2025-2024

السمع الكيفية والكليات الجرد العالي من المحاضرات – قبالة الأولى خيرة علوم الاتصال والإعلام

المحور الأول البيانات الخاصة بالوثيقة.

1
اسم الجريدة

4 3 2
تاريخ الصدور

المحور الثاني فئات الشكل (كيف قيل؟)

5
المساحة الكلية للتحليل

6
المساحة الخاصة بالتحليل.

توزيع موضوعات التعلم موقع المادة الصحفية هو الصفحات

11 10 9 8 7
فئة موقع المادة التحليلية عبر ترتيب النشر

14 13 12
فئة العناصر الطبوغرافية

18 17 16 15
فئة طباعة اللغة المستخدمة في التحرير.

23 22 21 20 19
فئة طباعة الصور الصحفية المستخدمة

25 24
فئة الألوان المستخدمة.

30 29 28 27 26
فئة عدد الأخبار في اليوم الواحد

دليل الاستثمار

المحور الأول البيانات الخاصة بالوثيقة

يشير المربع رقم 1 إلى اسم الجريدة (الخبر الإلكترونية)

يشير المربع رقم 2،4 إلى (اليوم، الشهر، السنة) التي صدر فيها العدد

يشير المربع رقم 5 إلى المساحة الكلية للتحليل

يشير المربع رقم 6 إلى المساحة الخاصة للتحليل

المحور الثاني فئات الشكل (كيف قبل؟)

يشير المربع رقم 7-11 إلى فئة الموقع للمادة التحليلية عبر ترتيب النشر

11	10	9	8	7
الترتيب الوسط	الترتيب ما قبل الأخير	الترتيب الأخير	الترتيب الثاني	الترتيب الأول

يشير المربع رقم 12-14 إلى فئة العناصر الطبوغرافية

14	13	12
كبير	متوسط	كبير

يشير المربع رقم 15-18 إلى فئة طبيعة اللغة المستخدمة في التحرير

18	17	16	15
مزيج من الكل	اللغات الأجنبية	اللهجات المحلية	اللغة العربية

يشير المربع رقم 19-23 إلى فئة طبيعة الصور الصحفية المستخدمة

23	22	21	20	19
بدون صور	صور كازيكاتير	صور رمزية	صور من الأرشيف	صور واقعية

يشير المربع رقم 24-25 إلى فئة الألوان المستخدمة

25	24
الوان اخرى	أبيض وأسود

يشير المربع رقم 26-30 إلى فئة عدد الأخبار في اليوم الواحد

30	29	28	27	26
اكثر من 20	خبر 16،20	خبر 11،15	خبر 7،10	خبر 1،6

المحور الثالث فئات المضمون (ماذا قبل؟)

يشير المربع رقم 31-37 إلى فئة نوع الخبر من حيث المجال

37	36	35	34	33	32	31
اخرى تذكر	اجتماعي	رياضي	ديني	ثقافي	سياسي	اقتصادي

يشير المربع رقم 38-41 إلى فئة نوع الخبر من حيث النطاق الجغرافي

41	40	39	38
محلي	وطني	اقليمي	عالمي

يشير المربع رقم 42-45 إلى فئة اتجاه الصحيفة نحو مضمون الخبر

45	44	43	42
غير واضح	حيادي	سلبي	إيجابي

يشير المربع رقم 46-53 إلى فئة المصادر الصحفية (داخلية /خارجية)

53	52	51	50	49	48	47	46
مصادر مجهولة	شهود عيان	جهات امنية	جهات رسمية	مؤسسات اعلامية	وكالات الأنباء	مراسل صحفي	محرر صحفي

يشير المربع رقم 54-60 إلى فئة المصادر الصحفية (تقليدية/حديثة)

60	59	58	57	56	55	54
قناة يوتيوب	منتدى	مواقع التواصل الاجتماعي	موقع إلكتروني	إذاعة	قناة تلفزيونية	صحيفة "جريدة"

يشير المربع رقم 61-63 إلى فئة الاستمالات الإقناعية

63	62	61
الاثتان معا	استمالات عاطفية	استمالات عقلية

يشير المربع رقم 64-70

70	69	68	67	66	65	64
قيم أمنية قانونية	قيم ثقافية	قيم اجتماعية	قيم انسانية	قيم سياسية	قيم دينية اخلاقية	قيم جمالية