

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

واقع مصادر المعلومات الإعلامية في وسائل الإعلام الجزائرية في ظل التكنولوجيات

الحديثة للإعلام والاتصال

دراسة ميدانية لعينة من رؤساء تحرير الصحف اليومية الجزائرية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اعلام

تحت إشراف:

البروفيسور أحمد بجاوي

إعداد الطالبة:

نعيمة موكس

السنة الجامعية

2025-2024



قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ﴾ وَإِذَا قِيلَ انشُزُوا فَانْشُزُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

المجادلة: 11

شكر وتقدير

الحمد لله الذي علّمني وفهمني ما لم أكن أعلم، وأشكره أن أتمّ عليّ نعمته ووفّقني لإتمام هذا العمل. له الحمد والثناء كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه. وأصلي وأسلم على المبعوث رحمةً للعالمين، سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، وعلى آله وصحبه وسلم تسليمًا كثيرًا.

وإن من أول ما يقتضيه المقام في مستهلّ هذا العمل، أن أقرّ بالفضل لأهله، وأعترف بالجميل لكل من ساهم في دعمي وتشجيعي. وفي المقام الأول، أتوجّه بجزيل الشكر وعظيم الامتنان للأستاذ البروفيسور أحمد بجاوي، الذي تشرفت بقبوله الإشراف على هذه الأطروحة العلمية. فقد منحني من وقته وجهده، ورافقني بتوجيهاته السديدة ورعايته العلمية، فله مني خالص الشكر ووافر التقدير والامتنان.

إِهْدَاء

إلى من منحاني الحياة، وكانا لي السند والدعم، إلى من غمراني حبًا وتضحية، وكانا
دائمًا مصدر سعادتي وفخري

إلى أبي وأمي، وفاءً لتعبهما وصبرهما وامتنانًا لا توفيه الكلمات

إلى من كان دعمه النبيل سندًا لا يُقدَّر، وإلى من شاركني كل لحظة من هذا المسار
العلمي

إلى زوجي العزيز، بكل الحب والامتنان

إلى قرة عيني، ابنتي الغالية "ميال"، التي استمددت من براءتها وإشراقها إلهامي
وإصراري.

إلى أعز ابن أخت، عبد الرحيم ساحل، ابني الثاني الذي لم أنجبه أنا،
وإلى أبناء أخي، آدم وعلي، النور الذي يضيء دربي

إلى كل عائلتي الحبيبة، إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء،
وخاصة أخواتي: حورية، سهام، حكيمة، فوزية، أنتم أثنى ما أملك في الدنيا، وشكرًا
على كل الدعم

إلى كل من احتضنهم قلبي وإن قصّر لساني عن شكرهم
وإلى كل من علمني حرفًا، وساهم في إنارة طريقي نحو المعرفة والعلم
أهدي هذا العمل عربون وفاء وتقدير.

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل واقع استخدام مصادر المعلومات الإعلامية في الصحف اليومية الجزائرية، في ظل التحولات التي فرضتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة على الممارسات المهنية داخل غرف التحرير.

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي، حيث شملت عينة البحث رؤساء تحرير الصحف اليومية الجزائرية، وتم جمع البيانات بواسطة استمارة استبيان خضعت للتحليل الإحصائي.

خلصت الدراسة إلى أن أغلب الصحفيين يدركون أهمية المصادر الرقمية لما توفره من سرعة في الوصول إلى المعلومات وتنوعها، مع تأكيدهم في الوقت نفسه على استمرار أهمية المصادر التقليدية من حيث الموثوقية. كما كشفت النتائج عن وجود علاقة تكاملية بين النوعين، أسهمت في بلورة نموذج مهني هجين يجمع بين الخبرة الصحفية التقليدية والإمكانات التي تتيحها البيئة الرقمية.

الكلمات المفتاحية: مصادر المعلومات، البيئة الرقمية، مصادر تكنولوجية، تحولات رقمية.

Study Summary:

This study examines the use of media information sources in Algerian daily newspapers amid transformations driven by modern information and communication technologies.

The study adopts a survey methodology, targeting editors-in-chief of Algerian daily newspapers. Data were collected through a questionnaire that was subjected to statistical analysis.

The findings show that journalists value digital sources for their speed and diversity, while maintaining reliance on traditional sources for credibility, resulting in a complementary hybrid professional model.

Keywords: Information sources, digital environment, technological sources, digital transformations

Résumé de l'étude :

Cette étude analyse l'usage des sources d'information dans la presse quotidienne algérienne face aux transformations liées aux technologies de l'information et de la communication, en s'appuyant sur une enquête menée auprès des rédacteurs en chef à l'aide d'un questionnaire analysé statistiquement.

Les résultats indiquent que les journalistes privilégient les sources numériques pour leur rapidité et leur diversité, tout en continuant à s'appuyer sur les sources traditionnelles pour leur crédibilité, ce qui favorise l'émergence d'un modèle professionnel hybride

Mots-clés : sources d'information, environnement numérique, sources technologiques, transformations numériques.

خطة الدراسة

مقدمة

✓ الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. وأسباب اختيارها
5. أهداف الدراسة
6. أهمية الدراسة
7. طبيعة الدراسة
8. منهج الدراسة وأدواته
9. الصدق والثبات
10. مجتمع البحث وعينة الدراسة
11. مجال الدراسة
12. مفاهيم الدراسة
13. الدراسات السابقة

✓ الإطار النظري

الفصل الأول: نظرية انتشار المبتكرات.

المبحث الأول: مفهوم نظرية انتشار المبتكرات ونشأتها.

المبحث الثاني: مراحل تبني الأفكار واتخاذ القرار للنظرية وأهميتها.

المبحث الثالث: مزايا نظرية انتشار المبتكرات والانتقادات الموجهة لها.

المبحث الرابع: علاقة النظرية بموضوع الدراسة.

الفصل الثاني: ماهية التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

المبحث الأول: مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وأهميتها.

المبحث الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخصائصها.

المبحث الثالث: وظائف التكنولوجيات الجديدة في العمل الصحفي.

المبحث الرابع: تأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على العمل الصحفي.

المبحث الخامس: وسائل التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

الفصل الثالث: الإطار المفاهيمي لمصادر المعلومات الصحفية.

المبحث الأول: مفهوم المعلومات الإعلامية.

المبحث الثاني: مفهوم مصادر المعلومات ومدى أهميتها في العمل الصحفي.

المبحث الثالث: خصائص مصادر المعلومات الإعلامية.

المبحث الرابع: تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية.

المبحث الخامس: طبيعة العلاقة بين الصحفي ومصادر المعلومات.

الفصل الرابع: التحول الرقمي في جمع المعلومات الصحفية.

المبحث الأول: التحول الرقمي وأثره على أدوات جمع المعلومات.

المبحث الثاني: مفهوم المصادر الرقمية وأهميتها.

المبحث الثالث: خصائص المصادر الرقمية.

المبحث الرابع: تطور مصادر المعلومات في ظل التطورات التكنولوجية للإعلام والاتصال.

المبحث الخامس: تحديات استخدام المصادر الرقمية في العمل الصحفي.

الفصل الخامس: تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر في ظل التحولات التشريعية التكنولوجية.

المبحث الأول: تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر من الاستقلال الى ما بعد قانون الإعلام لسنة 1990.

المبحث الثاني: انعكاسات القانون العضوي للإعلام 2012 والتطورات التكنولوجية على واقع الصحافة المكتوبة.

المبحث الثالث: التحول الرقمي للصحافة المكتوبة في الجزائر الأشكال والاستراتيجيات

المبحث الرابع: التحولات التنظيمية والاقتصادية للصحافة المكتوبة في الجزائر (2023-2025).

المبحث الخامس: الصعوبات التي تواجه الصحافة المكتوبة الجزائرية في البيئة الرقمية.

✓ الإطار التطبيقي للدراسة: التحليل الكمي والكيفي للبيانات والمعطيات المرتبطة بالدراسة الميدانية لواقع

استخدام مصادر المعلومات في الصحف اليومية الجزائرية في ظل التحول الرقمي.

المحور الأول: مصادر المعلومات التقليدية

1. طباعة استخدام مصادر المعلومات التقليدية في الصحف اليومية الجزائرية.

2. تقييم مصادر المعلومات التقليدية.

المحور الثاني: مصادر المعلومات الرقمية.

1. طباعة استخدام مصادر المعلومات الرقمية في الصحف اليومية الجزائرية.

2. تقييم مصادر المعلومات الرقمية.

المحور الثالث: علاقة الوسائل الجديدة للإعلام والاتصال بمصادر المعلومات.

الاستنتاجات.

خاتمة.

توصيات

قائمة المراجع.

الملاحق.

مقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولات عميقة في مجال الإعلام والاتصال بفعل التطور المتسارع للتكنولوجيات الرقمية، التي أعادت تشكيل بنية العمل الصحفي وآليات إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله. وقد أفرزت تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والوسائط الرقمية التفاعلية، أنماطاً جديدة في جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها، مما انعكس بشكل مباشر على طبيعة مصادر المعلومات الإعلامية من حيث تنوعها، وسرعة تداولها، ومعايير مصداقيتها.

وفي هذا الصدد، لم تعد مصادر المعلومات الإعلامية مقتصرة على المصادر التقليدية المعروفة، كوكالات الأنباء والمؤسسات الرسمية والمصادر الميدانية، بل اتسعت لتشمل مصادر رقمية حديثة تتسم بالآنية والتفاعلية. وقد فرض هذا الواقع الجديد على القائمين بالاتصال، ولا سيما رؤساء التحرير، أدواراً ومسؤوليات جديدة ومتزايدة فيما يتعلق بانتقاء المصادر، وتقييم موثوقيتها، وضبط معايير استخدامها داخل المؤسسات الإعلامية.

في السياق الجزائري، يأتي هذا التحول الرقمي في إطار سعي الدولة إلى تطوير الإعلام الوطني وتأطيره وتنظيمه، والعمل على إدماجه ضمن المنظومة الرقمية التي فرضتها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال. وقد أسفر هذا المسار عن واقع جديد لمصادر المعلومات الإعلامية، تداخلت فيه المصادر التقليدية مع الرقمية، في ظل تحديات مهنية وتنظيمية وتقنية تفرضها البيئة الإعلامية الرقمية المعاصرة.

وفي الوقت نفسه، واجهت الصحافة المكتوبة الجزائرية تحديات متزايدة، من أبرزها تراجع المقروئية الورقية، واحتدام المنافسة مع المنصات الرقمية، وتغير أنماط استهلاك الجمهور للمعلومة. وقد انعكس ذلك على أساليب إنتاج المحتوى الصحفي ومصادره، حيث اتجهت العديد من المؤسسات الصحفية إلى توظيف المصادر الرقمية، ولا سيما الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، إلى جانب المصادر التقليدية.

وأمام هذه التحولات، برز دور رؤساء التحرير في الصحافة المكتوبة الجزائرية باعتبارهم الفاعلين الرئيسيين في ضبط السياسات التحريرية، وتوجيه اختيار مصادر المعلومات، وتحقيق التوازن بين متطلبات السرعة التي تفرضها البيئة الرقمية، ومعايير المصداقية والدقة المهنية

1. إشكالية الدراسة

تعتبر المعلومة الصحفية بالنسبة للصحفي المادة الأساسية التي يبني بها عمله، وبدونها يفقد المجال الإعلامي لمعناه الحقيقي، ورغم أهمية المعلومة الصحفية، يبقى مصدرها لا يقل أهمية عنها بالنسبة لأي صحفي، كونه العنصر الأساسي الذي تنشأ من خلاله رسالته الاعلامية.

بناء على ما سبق، تعتمد الصحف الجزائرية، على العديد من المصادر الإعلامية لتزويدها بالمواد اللازمة التي تنشرها، وتعد وكالات الأنباء والمراسلون، بالإضافة إلى الشخصيات الرسمية من بين أهم المصادر التي ظلت تعتمد عليها لفترة طويلة، غير أن الملاحظ في السنوات الأخيرة هو تراجع قدرة الصحفيين على الحصول على المعلومة من مصادرها الأصلية، وذلك نتيجة لعدة عوامل، من بينها ما يتعلق بالصحفي ذاته، كضعف شبكة العلاقات المهنية أو محدودية التكوين، أو ما يتعلق بالمصادر نفسها التي تميل إلى التكتّم وعدم تقديم المعلومات بشكل شفاف.

ومع ظهور تقنيات الاعلام والاتصال الجديدة وانتشارها في العقد الأخير من القرن العشرين عرف المشهد الإعلامي تحولا جذريا في معادلة الاتصال التقليدية، فلقد أثرت التطورات السريعة لتكنولوجيات للإعلام والاتصال بشكل مباشر في وسائل الاتصال الجماهيري، وقد ظهر هذا التأثير جليا على مستوى الصحافة باعتبارها شكل من أشكال الاتصال الجماهيري سواء على مستوى النشر أو إنتاج الصحف، كما انعكست أيضا على وسائل الإعلام الثقيلة وعلى رأسها الإذاعة والتلفزيون حيث أضحي استخدام التكنولوجيا الجديدة عنصرا مركزيا في دعم محتوى الصوت والصورة وجودة البث.

كما فرضت تقنيات الاتصال الجديدة واقعا جديدا غير في مفهوم المصدر كما عرفناه في الأدبيات الإعلامية التقليدية، واقعا تجاوز من خلاله المتلقي المؤسسة الإعلامية ووصل مباشرة إلى المصدر. كما أن المصدر نفسه تجاوز المؤسسة الإعلامية ووصل مباشرة إلى المتلقي، هادفة بذلك إلى تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلامية التقليدية، في ظل بحث المستخدم نفسه عن فضاءات أفضل للتعبير والاتصال. وكان في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أشكال وسائل الإعلام الجديدة، والتي باتت ترسم له علاقته بالبيئة المحيطة وتحدد نمط وشكل مشاركته الاجتماعية والسياسية والثقافية، هذه السيرة المتسارعة التي عرفتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال ألفت بضلالها على وسائل الاتصال الجماهيرية التي حولت العلاقة فيما بينها إلى علاقة تفاعلية بفضل الاستخدام

الواسع لهذه الوسائل من طرف الصحفيين ومجتمع الاتصال، إذ أضحت استعمال وسائل الإعلام الاجتماعي واللجوء إلى مواقع الويب، يمثل إحدى الأولويات داخل قاعات التحرير بعد أن كان الاتصال يتم سابقا عبر وسائل تقليدية كالهاتف أو الفاكس أو التلكس، من أجل الحصول على المعلومات والوصول إليها، كما أفضت المبتكرات الجديدة إلى ظهور وسائل توزيع جديدة يعتمد عليها الصحفيون للوصول إلى المعلومة، فأوصلت المؤسسة الإعلامية مباشرة بالمصدر وتجاوزت من خلالها المصادر التقليدية.

وامتدادا لهذه التحولات أصبحت الصحف الجزائرية معنية بهذه السيورة الرقمية التي يشهدها قطاع الإعلام على مستوى العالم، سواء تعلق الأمر بالجانب الهيكلي للمؤسسة الإعلامية، وما يتبعه من امتلاك لهذه الوسائل التقنية الضرورية أو الجانب البشري الذي يخص إتاحة الفرصة للصحفيين لاستيعاب هذه التكنولوجيات والتعامل معها، خاصة وأن الجزائر قد عملت منذ الاستقلال على الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات، وتشتبك في شبكة الانترنت منذ شهر مارس 1994.

وفي هذا الصدد نلاحظ أن الصحف الجزائرية، تأثرت بالتطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أصبح استخدام الأنترنت والبريد الإلكتروني من أبجديات العمل الصحفي، كما ساعدت هذه التطورات الحديثة في تسهيل عملية الوصول الى المعلومة، التي لم تعد حكرا على وكالات الأنباء، الجهات الرسمية والمراسل الصحفي، وكما ساهمت أيضا في إثراء مضامين الصحف الجزائرية، حيث مكنتها من الحصول على مصادر جديدة لم تكن متاحة لها من قبل، فلم تعد الصحف تعتمد على المعلومات التي كانت توفرها المصادر التقليدية فقط، باعتبار أن طرق أبواب العالمية واكتساب قراء جدد خارج الوطن يمر حتما عبر الاستخدام الأمثل لهذه التكنولوجيات، كما أدى ظهور وسائل الاعلام الجديدة وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر سابقا X حاليا، يوتوب، إنستغرام) إلى بروز إشكاليات جديدة كونها ساهمت هي الأخرى في تغيير مضامين الصحف وفتح المجال أمام عنصر التفاعلية.

وبناء على هذه المتغيرات فإن الصحفي الجزائري أصبح هو الآخر مطالب بولوج عالم وسائل الاعلام الجديدة والتفاعل معه، باعتباره العنصر الفاعل والمحوري في منظومة الاتصال الجماهيري، وتتجلى هذه الضرورة بشكل خاص في كيفية استخدامه لمصادر المعلومات الإعلامية الحديثة أثناء إعداد مادته الصحفية، مستفيدا من الإمكانيات الواسعة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، خاصة الانترنت والهاتف المحمول. كما ينتظر من الصحفي أن ينخرط في تبادل الآراء والأفكار، سواء من خلال المشاركة في المنتديات والمؤتمرات الرقمية، أو عبر

التفاعل المباشر مع القراء والمهتمين، مما يرسخ ديناميكية جديدة في العلاقة بين الصحفي والجمهور، قائمة على التشاركية والتواصل اللحظي.

هكذا يمكن القول إن حاجة المؤسسة الإعلامية إلى مصادر المعلومة هي مرحلة أساسية لإنجاز رسالتها الإعلامية، ومن هنا جاءت دراستنا الميدانية هذه لتسلط الضوء على أنواع المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها الصحافة المكتوبة في الجزائر لتلبية احتياجاتها الإعلامية اليوم في ظل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال، من خلال رصد واقعها والتعرف على آليات عملها، وهذا ما يدفعنا للتساؤل التالي:

إلى أي مدى يمكن الحديث عن مصادر المعلومات الاعلامية في الصحافة المكتوبة الجزائرية في ظل التطورات التكنولوجية الجديدة للإعلام والاتصال؟

2. تساؤلات الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة التي نستهدف من خلالها الكشف عن مصادر الإعلامية التي تعتمد عليها الصحافة المكتوبة في الجزائر فقد عمدنا إلى استعمال التساؤلات والإجابة عليها عن طريق هذه الدراسة الاستكشافية نعرضها كالآتي:

- كيف تحصل الصحافة المكتوبة في الجزائر على معلوماتها؟
- كيف أثرت التطورات التكنولوجية الجديدة للإعلام والاتصال على الصحافة المكتوبة في الجزائر؟
- ماهي الوسائل التكنولوجية الجديدة التي يستفيد منها الصحفي الجزائري في جمعه للمعلومات؟
- هل تحولت مصادر المعلومات الحديثة الى مصادر بديلة عن مصادر المعلومات التقليدية؟
- هل يمكن الاعتماد كلياً على المصادر الرقمية في جمع المعلومات؟

3. فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** أثرت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في طبيعة وأشكال مصادر المعلومات التي تعتمد عليها الصحف الجزائرية اليومية في انجاز عمله عملها الصحفي.
- **الفرضية الثانية:** تعتمد الصحف الجزائرية اليومية بدرجة متزايدة على المصادر الرقمية (الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي) كمصادر رئيسية للمعلومات.
- **الفرضية الثالثة:** تشهد غرف تحرير الصحف الجزائرية اليومية بروز علاقة تكاملية وتنافسية بين المصادر الرقمية (مواقع الإنترنت، الشبكات الاجتماعية) والمصادر التقليدية (وكالات الأنباء، التصريحات الرسمية) في جمع المعلومات وتغطية الأخبار.

4. أسباب اختيار الموضوع:

- تختلف الأسباب والدوافع، التي تدفع بالباحثين إلى اختيار المواضيع التي يقومون بدراستها وقد كانت لدى مجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية التي جعلتني أختار هذا الموضوع:
- أ- الأسباب الموضوعية:

- أهمية المصادر في العملية الإعلامية حيث تعد مصادر المعلومات حجر الأساس في العمل الصحفي، إذ تشكل المادة الخام التي تبنى عليها المضامين الإعلامية، وتحدد إلى حد كبير مصداقية ودقة المحتوى الصحفي، مما يبرز أهمية دراسة طبيعة هذه المصادر وتطورها.
- التحولات التكنولوجية المتسارعة التي شهدتها قطاع الإعلام والتي أحدثت تحولات جذرية بفعل تكنولوجيا الاتصال، خاصة في ظل انتشار الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة، ما أثر على أنماط الحصول على المعلومة وأساليب التحقق منها. وهو ما يفرض إعادة النظر في وظائف الصحفي ومهاراته، وكذا في طبيعة المصادر المستخدم ولذلك سأحاول أن أدرس هذه التطورات من زاوية إعلامية.
- محاولة التعرف على نوع العلاقة وطبيعة الدور الذي يمكن أن تلعبه مصادر المعلومات الإعلامية الحديثة في تنمية الرسالة الإعلامية للصحافة المكتوبة في الجزائر.

- التعرف على طبيعة المادة الإعلامية الصحفية المحلية شكلا ومضمونا مما يساعد على معرفة إذا كان النشاط الإعلامي المقتبس من وسائل الإعلام الجديدة عبر المؤسسات الصحفية الجزائرية كوسيلة للاتصال الجماهيري يخدم المصلحة العامة للمجتمع أو لا، بمعنى معرفة استخدام الصحف الجزائرية للإعلام الاجتماعي الجديد كمصدر ووسيلة إعلامية بجوانبه السلبية والإيجابية.

- القفزات السريعة التي عرفت مختلف الوسائط الالكترونية خاصة منها الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بعد أن أدخل عليها أحدث تقنيات نقل المعلومات وهو ما خول لها أن تنضم إلى قائمة مصادر المعلومات لتشكل بذلك نوعا منفصلا عن تلك المصادر التي تعود الإعلامي أن يعتمد عليها لبناء قصته الإخبارية.

ب - الأسباب الذاتية:

- الميل والرغبة في التوسع أكثر في دراسة تكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال لما لها من أهمية بالغة في إمداد الصحفي بالمعلومات.

- الرغبة في التعرف عن قرب الى ما توصلت إليه الصحافة الجزائرية من استثمار في التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

- محاولة التعرف على أهمية الانترنت بالنسبة لرؤساء تحرير الصحف اليومية.

- ارتباط الباحث بموضوع وبالعالم الانترنت والاحساس الدائم بالمشكلة سيما عند تصفحها.

- الدافع الشخصي والمعرفي الذي ينبع اختيار الموضوع أيضاً من رغبة الباحث في المساهمة في تطوير الفهم العلمي حول التحولات التي تعرفها الممارسة الصحفية في الجزائر، من خلال الربط بين البعد النظري والتطبيقي، ومن خلال المساهمة في سد فجوة معرفية في هذا المجال الحيوي.

5. أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على واقع مصادر المعلومات في الصحافة المكتوبة في الجزائر في ظل تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال من خلال رصد واقع ممارساتها، ويمكن تقسيم هذا الهدف الرئيسي لمجموعة من الأهداف الفرعية التي تساعد في تحقيق الهدف الرئيسي وهي على النحو التالي:

- استكشاف أنواع المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها الصحفيون في الجزائر لتجميع المعلومات وصياغة المواد الصحفية.
- معرفة التغييرات التي طرأت على العمل الإعلامي الجزائري إثر تبنيه لبعض التقنيات الحديثة خاصة فيما يتعلق بطريقة جمع المادة الإعلامية.
- تقييم مستوى التكيف والاندماج الذي حققته الصحافة المكتوبة الجزائرية مع البيئة الرقمية ومتطلباتها التقنية والمهنية.
- تسليط الضوء على مسار تطور مصادر المعلومات في المشهد الإعلامي الجزائري، من خلال رصد الانتقال من النماذج التقليدية إلى الاستخدام المكثف للمصادر الرقمية الجديدة.
- العمل على وضع تغطية شاملة للتطورات المتلاحقة لمصادر المعلومات المختلفة.

6. أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية هذه الدراسة في الكشف عن المصادر التي تعتمد عليها الصحافة المكتوبة في الجزائر للحصول على المعلومة، في ظل ما يشهده العصر الراهن من تدفق معلوماتي غير مسبوق، نتيجة الثورة الرقمية ومجتمع المعلومات الذي أفرزته تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.
- ومن هذا المنطلق يمكن تلخيص أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:
- تحديد أهمية مصادر المعلومات الحديثة مثل الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي... الخ في العمل الإعلامي وإبراز المزايا التي توفرها هذه المصادر من تقليص لحيز الزمان والمكان في حصول الصحفي على المعلومات.
 - إبراز الاهتمام المتزايد بتقنيات تكنولوجيا الاعلام والاتصال خاصة في المجال الصحفي، حيث أصبح امتلاك هذه الوسائل معيار أساسيا يقاس من خلاله مدى تطور وسائل الإعلام أو تخلفها.
 - توضيح أثر الثورة على مهنة الصحافة، حيث أفرزت واقعًا جديدًا يتمثل في دخول الجمهور على خط الإنتاج الإعلامي، لدرجة أصبح فيها بإمكان الصحفي ممارسة عمله من مكتبه، مستفيدًا من المنصات الرقمية لإجراء المقابلات، ومتابعة المستجدات من المواقع الإخبارية العالمية دون الحاجة إلى التنقل الميداني المستمر.
 - تقديم المسح الشامل لأنواع مصادر المعلومات الإعلامية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة في الجزائر في ظل التعدد والتنوع الذي فرضته البيئة الرقمية.

- إبراز مدى مواكبة المؤسسات الصحفية الجزائرية للتطورات الحديثة الحاصلة في مجال المعلومات ومصادرها وقياس مستوى تفاعلها مع التحولات الرقمية المتسارعة.
- تحليل الإضافات النوعية التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي بصفتها إعلام جديد ومدى تأثيرها في بنية جمع المعلومات وصياغة المضامين الإخبارية.

7. طبيعة الدراسة:

تدخل هذه الدراسة في إطار الدراسات الإعلامية الاستكشافية، والتي تهدف إلى الوصول إلى نتائج كشفية، تساعد على فهم الإشكالية المطروحة، وذلك من خلال تحليل أبرز المتغيرات المحيطة بالدراسة. ويعالج هذا البحث واقع وطبيعة مصادر المعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في الجزائر، في ظل التوتر القائم بين التقليد والحداثة. بمعنى آخر نهدف إلى التعرف على الكيفية التي تعتمد عليها الصحافة المكتوبة في الجزائر على مصادرها الإخبارية في ظل لا مركزية المعلومات وانتشارها الواسع بين الجمهور.

ويعرف الدكتور سمير محمد حسين الدراسات الاستكشافية بأنها "البحوث التي يهدف من خلالها الباحث إلى الحصول على نتائج كشفية لاكتشاف ظاهرة معينة، وذلك بتحديد نوع المشكلة قبل دراستها أو المجموعة المعنية بالفروض حول مشكلة محددة بغرض اختبارها".¹

8. منهج الدراسة وأدواته:

1- منهج الدراسة

نظرا لطبيعة الدراسة وأهدافها، تمّ اعتماد المنهج المسحي بوصفه واحد من أهم المناهج المستخدمة في البحوث الوصفية والاستكشافية، لما يتيح من إمكانيات علمية في تحليل الظواهر الاجتماعية والإعلامية في سياقها الواقعي. ويقوم هذا المنهج على "جمع البيانات والمعطيات الميدانية المتعلقة بالظاهرة محل الدراسة، انطلاقا من تحديد المجالين المكاني والبشري والفئة المستهدفة، بما يسمح بوصف خصائصها الأساسية والكشف

¹ - سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 217.

عن اتجاهاتها العامة وتفسير العوامل المؤثرة فيها".¹ كما يساهم المنهج المسحي في توفير قاعدة بيانات دقيقة تساعد على فهم أبعاد الظاهرة المدروسة فهما علميا موضوعيا، والوقوف على طبيعة العلاقات القائمة بين متغيراتها.

ويعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية بـ la Méthode d'enquête أي منهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي لجميع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود.²

ووفقا لما سبق، فإن المنهج المسحي يعد المنهج الأنسب لدراستنا، إذ يمكننا من تقديم مسح شامل حول كل مصادر الأخبار والمواد الإعلامية التي تستقي منها الصحافة الجزائرية أخبارها باختلاف أنواعها مع تسليط الضوء عن الأساليب التي يتبعها الصحفي في تعامله معا في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال الإعلام والاتصال.

2- أدوات الدراسة:

نظرا لطبيعة الموضوع قيد الدراسة فقد قمنا باستخدام أداتين رئيسيتين لجمع البيانات وتحليلها وهما الاستمارة والمقابلة.

أ- **الملاحظة:** تستعمل الملاحظة في حالات معينة، خاصة في الدراسات التي تتناول الظواهر السلوكية أو التي تتطلب المعاينة المباشرة والحصول على المعطيات في سياقها الطبيعي. وتعرف الملاحظة على أنها "تقنية مباشرة للتقصي العلمي، تسمح بملاحظة مجموعة ما بصفة مباشرة وذلك بهدف أخذ معلومات كيفية من أجل فهم المواقف والسلوكيات".³ كما تعرف بأنها "عملية تسجيل للأفعال الممكن إدراكها في سياقها الطبيعي".⁴

¹ - عصام حسن أحمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح: **البحث العلمي أسسه ومناهجه**، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 151.

² - أحمد بن مرسل: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط 10، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 286.

³ - مورييس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2008، ص 184.

⁴ - Benot Gauthier : **Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données**, 5^e édition, presses de l'université du Québec, Canada, 2009, p316.

تم توظيف أداة الملاحظة في دراستنا لرصد الممارسات المهنية المتعلقة باختيار مصادر المعلومات وتوظيفها، ودور رئيس التحرير في توجيه العمل التحريري، خاصة في ظل الاعتماد المتزايد على المصادر الرقمية.

ب- استمارة الاستبيان:

اعتمدت هذه الدراسة على أداة الاستبيان وذلك لكونها الأداة الأنسب لبحثنا هذا، إذ تعد وسيلة فعالة لجمع الحقائق والمعلومات من أفراد العينة من خلال استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة توجه الى المجتمع المراد دراسته وذلك قصد الإجابة على تساؤلات الباحث.¹

تعرف الاستمارة على أنها مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد، قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقاربات رقمية، أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة. تعرف الاستمارة على أنها أداة لجمع البيانات تتكون من مجموعة من الأسئلة المترابطة والمرتبة حول موضوع محدد، تصاغ وفق أهداف البحث، وتوجه إلى أفراد العينة المستهدفة، سواء عن طريق البريد أو بالتسليم المباشر.² تهدف هذه الأداة إلى الحصول على معطيات بحثية تقدم في شكل بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي، أو معلومات كيفية تعبر عن آراء واتجاهات ومواقف المبحوثين إزاء قضية أو ظاهرة معينة، بما يتيح للباحث إجراء مقاربات تحليلية دقيقة تخدم أهداف الدراسة.³ بينما يعرفها روميل وبالييني rumell et balline "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب".⁴

1 - أحمد حلمي جمعة، وآخرون: أساسيات البحث العلمي في العلوم الاقتصادية والمالية والإدارية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، د.ط، عمان، 1999، ص 174.

2 - عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 67.

3 - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 221.

4 - علي معمر عبد المؤمن: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية "الأساسيات والتقنيات والأساليب"، منشورات جامعة 7 أكتوبر، الإدارة العامة للمكتبات، مصر، 2008، ص 204.

استخدمت الطالبة هذا الأسلوب للوصول الى حقائق جديدة حول الموضوع أو تأكيد معلومات سابقة متعارف عليها في الأدبيات، وعليه فقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالقسم الميداني لدراستنا.

وفي هذا السياق قمنا بتوزيع 150 استمارة على أفراد العينة المدروسة، وتمكننا من استرجاع 71 استمارة صالحة للتحليل، مع استبعاد (08) استمارات لعدم الإجابة على أسئلة التخصص من قبل المبحوثين، أما 71 استمارة أخرى لم يتم استرجاعها أصلا لضيعها في المؤسسات الصحفية محل الدراسة وقد كانت هذه من أبرز الصعوبات التي واجهتنا أثناء توزيع واسترجاع الاستمارة.

تتضمن استمارة بحثنا أربعة محاور رئيسية، قسم كل محور الى قسمين، يحتويان مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة التي ستكون الإجابة عنها تتوافق مع التساؤلات المطروحة في الدراسة التي تهدف الى التعرف على أنواع المصادر التي تعتمد عليها الصحافة المكتوبة الجزائرية وتقييم استخدام هذه المصادر في ظل التحولات المتسارعة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال وقد جاءت المحاور موسومة كالآتي:

المحور الأول الخصائص الديمغرافية تشمل أسئلة تتعلق ببيانات المبحوثين مثل السن، المستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبرة في المجال الصحفي.

المحور الثاني: مصادر المعلومات التقليدية

1. القسم الأول: طبيعة استخدام مصادر المعلومات التقليدية في الصحف اليومية الجزائرية.
2. القسم الثاني: تقييم المبحوثين لمدى فعالية مصادر المعلومات التقليدية ومدى الاعتماد عليها.

المحور الثالث: مصادر المعلومات الرقمية.

1. طبيعة استخدام مصادر المعلومات الرقمية في الصحف اليومية الجزائرية.
 2. تقييم المبحوثين لمدى موثوقية وجودة مصادر المعلومات الرقمية.
- المحور الرابع:** علاقة الوسائل الجديدة للإعلام والاتصال بمصادر المعلومات.
- نركز في هذا المحور على مدى تأثير الوسائط الرقمية الحديثة على ممارسات عمل جمع المعلومات الصحفية.

لقد حرصنا في طرح الأسئلة على التسلسل المنطقي لمضامينها حتى لا تتداخل المواضيع فيما بينها، كما قمنا بترجمة الاستمارة للغة الفرنسية لتسهيل عملية الإجابة عن الأسئلة لدى رؤساء تحرير العاملين في الصحف الناطقة بالفرنسية، تفاديا لأي صعوبات لغوية قد تعيق فهم مضمون الأسئلة.

لقد تم تحليل البيانات المستخلصة من الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي **SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)**، بالاعتماد على الأساليب الإحصائية الوصفية المناسبة لطبيعة الدراسة، وذلك بهدف تبسيط عرض النتائج وفهمها.

وقد تم تقديم نتائج التحليل في شكل:

- جداول إحصائية توضح التكرارات والنسب المئوية،
- بالإضافة إلى رسوم بيانية توضيحية تساهم في إبراز اتجاهات إجابات أفراد العينة بطريقة مباشرة وواضحة.

يساعد هذا النوع من التحليل على تقديم صورة كمية دقيقة حول محاور الدراسة، ويعتبر مناسباً للبحوث ذات الطابع الوصفي والاستكشافي، التي تركز على جمع البيانات من الميدان ووصف الظواهر المدروسة كما هي.

2. المقابلة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة المقابلة الصحفية بالنظر إلى الطابع الميداني الذي تتميز به هذه الدراسة، حيث يكون الباحث مجبرا على الاقتراب المباشر من الميدان الإعلامي وبالضبط واستقصاء آراء المعنيين بالظاهرة المدروسة. وقد استخدمت المقابلة كأداة داعمة للاستبيان، من أجل تعميق الفهم والتحقق من بعض المعطيات النوعية التي لا يمكن توضيحها أو الكشف عنها بدقة من خلال الأسئلة المغلقة في الاستبيان.

تعرف المقابلة على أنها إحدى الأدوات الرئيسية في جمع البيانات في دراسات الأفراد والجماعات الإنسانية، حيث تقوم على تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف اتصالي منظم بين الباحث والمبحوث، يسعى الباحث فيها الوصول إلى نتائج مرتبطة بموضوع الدراسة بعد تحديد جوانبه المختلفة، بما يسمح بفهم أعمق

للمظاهرة المدروسة والكشف عن دلالاتها وسياقاتها المتنوعة¹. كما تعرف المقابلة أيضا على أنها "عبارة عن حوار يتم بين الباحث والمبحوث في مكان متفق عليه مسبقا، يقوم الباحث من خلاله بتوجيه أسئلة محددة (مقننة) أو غير محددة (مفتوحة) حول محاور البحث كلها أو بعض منها². بهدف فهم معنى الموضوعات الرئيسية في عالم حياة الأفراد المبحوثين، فهي تتعامل مع الكلمات وليس الأرقام³.

وقد أجريت المقابلة مع رئيس تحرير جريدة الخبر جلال بوعاتي، وذلك بهدف:

- استقصاء آرائهم حول مدى إدماج تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة داخل مؤسساتهم.
- التعرف على كيفية تفاعل الصحفيين مع هذه التكنولوجيات في ممارسة عملهم اليومي.
- الوقوف على أهم التطورات التي طرأت في مجال استخدام مصادر المعلومات داخل الصحافة المكتوبة الجزائرية، ومدى تأثير البيئة الرقمية على هذه الممارسات والتي استخدمت في الإطار النظري.

أتاحت هذه المقابلة فرصة لفهم أعمق للواقع المهني للمؤسسات الصحفية، كما دعمت نتائج الاستبيان من خلال ما قدمه رئيس التحرير من معطيات ميدانية وخبرات عملية. وقد تم توثيق المقابلة وتفريغها بدقة، لتستخدم كمرجع نوعي داعم لتحليل النتائج خاصة في الإطار النظري في فيما يخص التحول الرقمي في جمع المعلومات الصحفية.

9. الصدق والثبات:

تعتبر خاصيتا الصدق والثبات من الخصائص الأساسية التي ينبغي توفرها في أدوات القياس، وذلك لضمان دقة النتائج ومصادقية البيانات المستخلصة من الدراسة الميدانية. إذ يرتبط إذ يرتبط الصدق بمدى قدرة أداة القياس على قياس الظاهرة المدروسة قياسًا دقيقًا يعكس أبعادها الحقيقية، في حين يُعنى الثبات بدرجة اتساق النتائج واستقرارها عند إعادة تطبيق الأداة في الظروف نفسها.

1 - محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط5، دار الشروق، جدة، د.ت، ص 290.

2 - نادية عيشور، وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية "دليل الطالب في انجاز بحث سوسيولوجي"، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017، ص 293.

3 - شتينر كفال: إجراء المقابلات، ترجمة عبد اللطيف محمد خليفة، ط2، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2018، ص 47.

1- اختبار الصدق (Validity):

المقصود بصدق الأداة هو أن تؤدي وتقيس أسئلة الاستمارة ما وضعت لقياسه فعلا، حيث تعتبر صياغة الأسئلة بشكل واضح وجيد ودقيق ركنا أساسيا لصحيفة الدراسة.¹ ولإثبات صدق محتوى الاستبيان تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين من ذوي الاختصاص في علوم الاعلام والاتصال لإقرار مدى صلاحيتها ومدى مطابقتها لفروض واهداف الدراسة، وأيضا مدى مطابقة أسئلتها للشروط العلمية في صياغة أسئلة الاستمارة، وقد سجلت كل الملاحظات وعدلت الاستمارة لتكون في شكلها النهائي.

وقد أخذت الباحثة بعين الاعتبار جميع الملاحظات والتوجيهات التي تم تسجيلها من قبل المحكمين، لتقوم بتعديل الاستمارة وفقاً لها من بين المقترحات حذف بعض الأسئلة لتفادي طول الاستمارة، وبعد اجراء التعديلات التي أقرها المحكمون، تم اختبار الاستبيان على عينة تجريبية قوامها 05 مفردات للتأكد من وضوح الأسئلة واجراء التعديلات المناسبة حتى وصلت إلى صيغتها النهائية المعتمدة.

وقد تم تحكيم الاستمارة من قبل الأساتذة الآتية أسماؤهم:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	المؤسسة الجامعية
بجاوي أحمد	بروفيسور	جامعة الجزائر 3
ايكوفان شفيق	بروفيسور	مولود معمري، تيزي وزو
بوصابة عبد النور	بروفيسور	مولود معمري، تيزي وزو
محمد بوحوالي	أستاذ محاضر درجة أ	المدرسة العليا للصحافة، الجزائر

2- اختبار ثبات التحليل (Reliability):

يقصد بالثبات إمكانية الوصول الى النتائج نفسها عند إعادة تطبيق المقياس المستعمل على المادة نفسها في المواقف والظروف نفسها. ويعد الثبات عنصرا أساسيا لضمان موثوقية البيانات التي يتم جمعها، إذ يعبر عن مدى الاتساق الداخلي لأداة البحث، أي مدى تماسك إجابات المبحوثين وتجانسها عبر بنود الاستمارة.²

1 - زهير عبد اللطيف عابد: بحوث إعلامية، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 13.

2 - زهير عبد اللطيف عابد: مرجع سابق، ص 14

وفي هذا السياق تم قياس ثبات أداة الاستبيان باستخدام معامل "ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)" الذي يعتبر من أكثر الأساليب الإحصائية استخداماً في البحوث الاجتماعية والإعلامية حيث يوفر مؤشراً رقمياً يعكس مدى موثوقية الأداة البحثية.

وقد بلغ معامل الثبات كما هو موضح في الجدول أدناه درجة **0.848**، وهي قيمة مرتفعة تعكس درجة عالية من الاتساق الداخلي، مما يدل على أن الاستمارة المستخدمة تتمتع بدرجة معتبرة من الموثوقية تصلح للاستخدام في البحث الميداني.

الجدول رقم (01): خاص بتحليل ثبات الأسئلة (Cronbach's Alpha)

Statistiques de fiabilité	
Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach
71	0.848

جدول رقم (01) (Cronbach's Alpha) خاص بتحليل ثبات أسئلة الاستمارة

10. مجتمع البحث وعينة الدراسة

1- مجتمع البحث:

يختلف معنى مجتمع البحث عن معنى عينة الدراسة، إذ يشير معنى مجتمع الدراسة إلى جميع عناصر ومفردات المشكلة، كما يشير مجتمع الدراسة إلى المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة.¹

كما يعرف مجتمع الدراسة بأنه 'المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى

¹ - محمد عبد الجبار خندقجي، نواف عبد الجبار خندقجي: مناهج البحث العلمي "منظور تربوي معاصر"، ط 1، عالم الكتب الحديث، بيروت، 2012، ص 124.

دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته"¹. ويعرفه سعيد سبعون على أنه " مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي"².

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في رؤساء التحرير العاملين في الصحف اليومية الجزائرية المكتوبة، سواء تلك الناطقة باللغة العربية أو الفرنسية، العمومية منها والخاصة. وقد تم اختيار هذه الفئة استنادا إلى موقعها المحوري في الهرم التحريري للمؤسسة الإعلامية، حيث يتولى رئيس التحرير الإشراف المباشر على السياسة التحريرية، وضبط المحتوى، ومراقبة جودة الأخبار ومصادرها.

كما يكتسي مجتمع دراستنا هذا أهمية خاصة نظرا لما يمتلكه من معرفة دقيقة حول طبيعة مصادر المعلومات المعتمدة، وآليات استخدامها داخل المؤسسة الصحفية الجزائرية، سواء كانت مصادر تقليدية أو رقمية كون أن رؤساء التحرير من خلال خبرتهم المهنية وموقعهم القيادي، يمثلون مرجعية موثوقة لتقييم مدى تكيف الصحف الجزائرية مع التحولات المتسارعة التي تعرفها بيئة الإعلام في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

ويعد اختيار هذا المجتمع مدفوعا بمعايير علمية ومهنية دقيقة، كونه الأقرب إلى عملية اتخاذ القرار داخل قاعات التحرير، والأكثر إلماما بالإشكاليات المرتبطة بالمصادر الإعلامية من حيث التحقق، الموثوقية، التنوع، وسرعة الوصول. ومن ثم، فإن الاستناد إلى هذا المجتمع يساهم في ضمان موضوعية النتائج ودقتها، ويعزز من مصداقية الدراسة في مقارنة واقع الاعتماد على مصادر المعلومات داخل الصحافة المكتوبة الجزائرية، في ظل التوتر القائم بين الاعتماد التقليدي والانفتاح الرقمي.

ونظرا لكبر مجتمع البحث وذلك لكثرة الصحف الجزائرية، فإنه يتعذر علينا المسح الشامل لمفردات هذا المجتمع لذا فضلنا استعمال العينة للإجابة على الإشكالية وتحقيق الأهداف المرجوة.

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 130.

² - سعيد سبعون: الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2017، ص 133.

2- عينة الدراسة

هي اختيار مجموعة من الأشخاص من مجتمع البحث وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها، والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون ممثلة له.¹ كما تعرف العينة أيضا بأنها " أعداد مناسبة من مجتمع البحث الأصلي Population research، يختارهم الباحث بطريقة معينة".²

ونظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى الكشف عن طبيعة مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الصحفي الجزائري في جمع مادته الإعلامية في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، فقد تم اعتماد **العينة القصدية (Purposive Sample)** باعتبارها الأنسب لهذا النوع من البحوث التي تستوجب اختيار أفراد يمتلكون خصائص محددة تتوافق مع أهداف الدراسة.

وتعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة مثل العينة العرضية، أو العينة العمدية أو العينة النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثلها تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يوجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.³

وعليه، فقد عمدنا في انجاز هذه الدراسة إلى اختيار رؤساء التحرير العاملين في الصحف اليومية الجزائرية المكتوبة كمفردات للعينة، نظرا لدورهم المحوري والرئيسي في الإشراف على العملية التحريرية داخل المؤسسات الإعلامية، ولمعرفتهم العميقة بمصادر المعلومات المعتمدة في إنتاج المادة الصحفية، سواء كانت تقليدية أو رقمية.

ووفقا لما سبق، فقد تم توزيع 150 استمارة الاستبيان على رؤساء التحرير ضمن مجموعة من الصحف اليومية تم انتقاؤها بناءً على تمثيلها لمختلف التوجهات الإعلامية واللغوية (الصحف الناطقة بالعربية والفرنسية، العمومية والخاصة)، وتم التركيز في التوزيع الجغرافي لهذه الاستمارات على المؤسسات الصحفية المتواجدة بدار

1 - محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي، ط 2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص 63.

2 - سيف الإسلام سعد عمر: الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، دار الفكر، دمشق، 2009، ص 111.

3 - أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 197.

الاطار المنهجي للدراسة

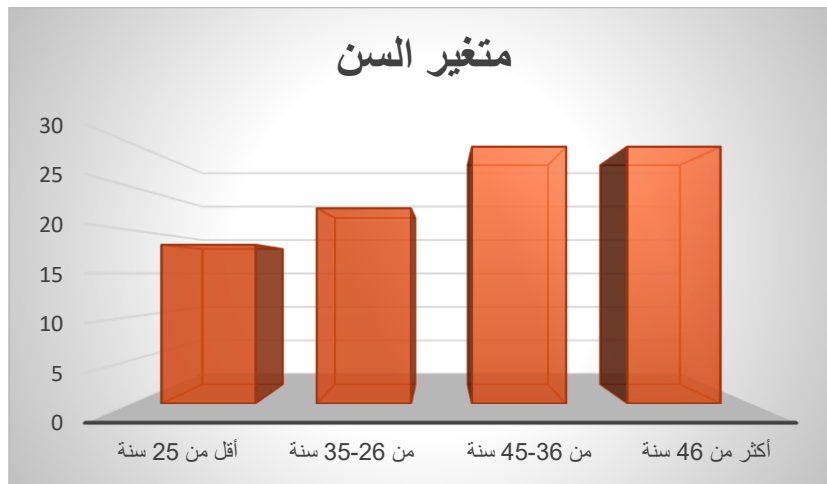
الصحافة الطاهر جاووت بالقبة، إلى جانب الصحف اليومية الأخرى التي يقع مقرها في أول ماي، بالجزائر العاصمة، نظرًا لتركز الجزء الأكبر من الصحف الوطنية في هذه المنطقة، مما ساهم في تسهيل عملية الوصول إلى المبحوثين المستهدفين وضمان تمثيل نوعي للعينة ضمن السياق الإعلامي الوطني وقد استرجعنا 79 استمارة، استبعدنا منها 08 استمارات غير صحيحة بسبب عدم الإجابة على بعض الأسئلة التخصصية، وعدم استرجاع باقي المفردات (71 استمارة أخرى) مما جعل 71 استمارة صالحة للدراسة والتحليل .

ويعد هذا الإجراء المنهجي متوافقا مع طبيعة الدراسة الوصفية الاستكشافية، التي تتطلب استهداف فئة إعلامية محددة قادرة على تقديم بيانات نوعية تساعد في تشخيص واقع استخدام المصادر المعلوماتية في الصحافة المكتوبة الجزائرية في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

جاء توزيع العينة حسب الخصائص الديمغرافية كالآتي:

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

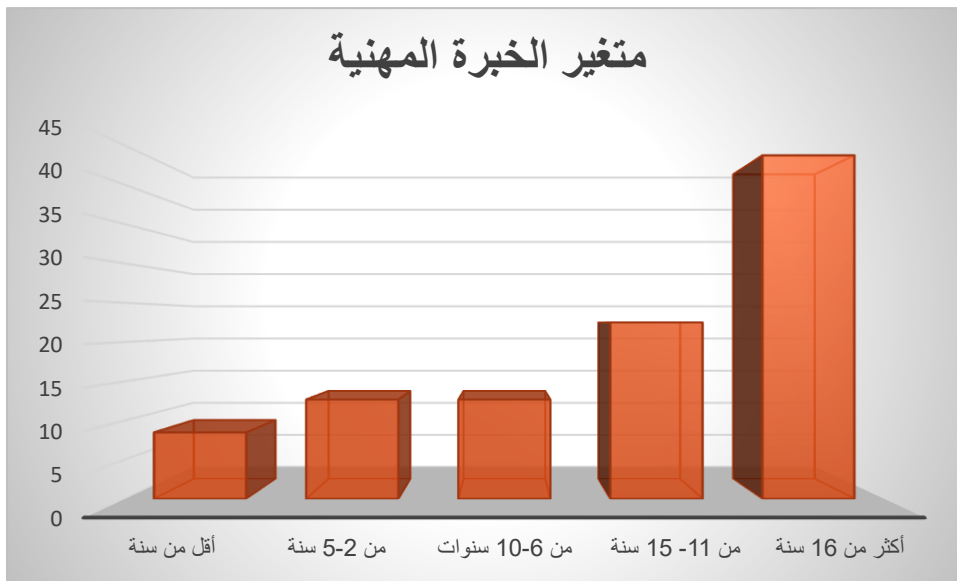
السن	التكرار	النسبة %
أقل من 25 سنة	13	18.3
من 26-35 سنة	16	22.5
من 36-45 سنة	21	29.6
أكثر من 46 سنة	21	29.6
المجموع	71	100



من خلال الجدول والرسم البياني أعلاه لتوزيع أفراد العينة المبحوثة حسب متغير السن، نلاحظ أن الفئات العمرية 36-45 سنة وأكثر من 46 سنة، تستحوذان على النسبة الأكبر من عينة رؤساء التحرير المبحوثين وذلك بنسبة متساوية قدرها 29.6% لكل منهما، تليها الفئة العمرية 26-35 سنة بنسبة 22.5%، في حين مثلت الفئة العمرية أقل من 25 سنة أقل تواجدا من إجمالي أفراد العينة المبحوثة بنسبة قدرها 18.3%. ومنه نستنتج هيمنة الفئات العمرية الكبيرة على العينة المختارة للدراسة.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	6	8.5
من 2-5 سنة	9	12.7
من 6-10 سنوات	9	12.7
من 11-15 سنة	16	22.5
أكثر من 16 سنة	31	43.7
المجموع	71	100

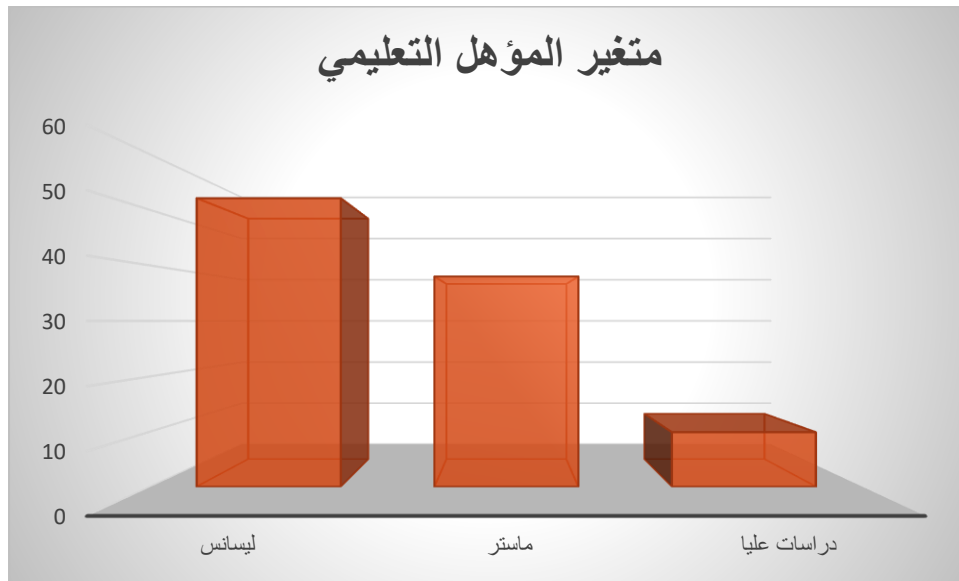


الاطار المنهجي للدراسة

يتضح من خلال الجدول والرسم البياني الذي بين أيدينا توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة سجلت لفئة أكثر من 16 سنة من الخبرة بنسبة قدرها 43.7 %، تليها فئة من 11 الى 15 سنة بنسبة 22.5 % كما سجلت الفئتان من 2 الى 5 سنوات ومن 6 الى 10 سنوات نسبة متساوية قدرت 12.7 % لكل منهما، في حين جاءت فئة أقل من سنة في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها 8.5 %. تشير هذه النتائج إلى أن أغلبية أفراد العينة يمتلكون خبرة مهنية طويلة، وهو ما يعكس هيمنة الفئات العمرية الكبيرة حسب نتائج الجدول السابق (29.6 %) ما يبرز بوضوح أهمية الخبرة والتجربة المهنية في المجال الإعلامي، خاصة فيما يخص المناصب العليا مثل رؤساء التحرير، أين تتطلب هذه المواقع مهارات متراكمة ومعرفة معمقة بآليات العمل الصحفي.

الجدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة %
ليسانس	37	52.1
ماستر	27	38
دراسات عليا	7	9.9
المجموع	71	100



يوضح الجدول والرسم البياني أعلاه لتوزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي لأفراد العينة المبحوثة، نجد أن من يحملون شهادة ليسانس جاءوا في المرتبة الأولى بما نسبته 52.1%، تليها من يحملون شهادة الماستر في المرتبة الثانية بنسبة قدرها 38%، وجاء حملة شهادة درجات عليا في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها 9.9%. يفسر لنا هذا التوزيع ارتفاع مستوى التأهيل الجامعي لدى أفراد عينة الدراسة، وهو دليل على أهمية المؤهلات العلمية في المجال الإعلامي، خاصة في تولي المناصب القيادية مثل رئيس التحرير. إذ يتطلب هذا المنصب مهارات بحثية ومعرفية متقدمة تساهم في اتخاذ قرارات تحريرية مستنيرة تعزز جودة المحتوى الإعلامي.

11. مجال الدراسة:

أ- المجال المكاني: يتمثل في أفراد العينة المتمثلة في مجموعة من رؤساء التحرير العاملين في الصحافة المكتوبة الموجودة بالجزائر العاصمة، باعتبار أن مقر هذه المؤسسات موجود في العاصمة ويحدد المجال المكاني كالآتي:

✓ دار الصحافة طاهر جاعوت، 02 شارع فريد زويش، القبة، الجزائر العاصمة.

✓ دار الصحافة، 01 نهج بشير عطار، أول ماي، الجزائر العاصمة.

ب- المجال الزمني: شرعنا في العمل الميداني مباشرة بعد الانتهاء من ضبط الجانب النظري للدراسة، وهو ما استغرق قرابة سنة كاملة بداية من جانفي 2023 إلى ديسمبر 2023، خصصت لجمع وتحليل المواد العلمية المتعلقة بالإطار النظري، وتحرير فصوله وفقا للمقتضيات العلمية والمنهجية.

أما الدراسة الميدانية، فقد انطلقت في سبتمبر 2024، بعد الانتهاء من إعداد استمارة الاستبيان، وتحكيمها من طرف مجموعة من الأساتذة المختصين، وقياس درجة ثباتها باستخدام معامل "ألفا كرونباخ". وقد استغرقت عملية توزيع الاستمارات واسترجاعها مدة 15 يوما من 15 إلى 30 فيفري 2024، تم من خلالها الاتصال برؤساء التحرير في عدد من الصحف اليومية الجزائرية، وتوزيع الاستمارات عليهم واسترجاعها بعد تعبئتها.

عقب ذلك، تم الشروع في عملية تفريغ البيانات وتحليلها، بالتوازي مع تكيف الأدوات المنهجية والإجراءات التطبيقية، وهي المرحلة التي استغرقت حوالي سبعة (07) أشهر، من جوان 2024 إلى غاية جانفي 2025، تم خلالها تنظيم المعطيات الميدانية، وتحويلها إلى جداول تحليلية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، تمهيدا لاستخلاص النتائج وربطها بإشكالية البحث وفرضياته.

12. مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم من بين أهم المراحل التي يتوقف عندها الباحث، بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة، كما أنها تمكن من حصر الدراسة. ومن بين المفاهيم التي تتضمنها الدراسة نذكر:

1. مفهوم الواقع:

لغة: جاء في قاموس المحيط وقع يقع بفتحها، ولوها: سقط، ووقع القول عليهم وحب، ووقع الحق: ثبت ووقع ربيع بالأرض حصل، وقال "سالم الهمزاني" إن مفهوم الواقع قد جاء في معاجم اللغة العربية بمعنى الحاصل والكائن والقائم وعلى الاستقبال لواقع الحاصل، لكائن جمعه وقع، وقائع، وقوع، أما في القرآن الكريم فقد ورد لفظ "واقع" بمعنى قائم، وكائن، ومتحقق، وثابت أو حاصل لا محالة كقول الله تعالى "وان عذاب ربك لواقع".¹

وقد ورد في المعجم الفلسفي أن "الواقع هو: ما هو كائن فعلاً، في مقابل الممكن أو المتخيل أو المفترض"، وهو بذلك يُمثل ما يُدرك بالحواس ويثبت بالبرهان، دون افتراضات أو إسقاطات مسبقة.²

اصطلاحاً: يقصد بـ "الواقع" في الاصطلاح، ذلك النسق أو الوضع القائم فعلياً في زمن معين، والذي يتضمن مجموعة من الحقائق الملموسة أو القابلة للرصد والتحقق، سواء تعلّق الأمر بالبنية الاجتماعية، أو السياسية، أو الإعلامية، أو الاقتصادية، كما تدركها الحواس أو تقاس بأدوات علمية.

وفي مجال الإعلام والاتصال، يُشير "الواقع" إلى الحالة الفعلية التي توجد عليها المؤسسات الإعلامية، أو الممارسات الصحفية، أو اتجاهات الجمهور، بعيداً عن التصورات النظرية أو الأهداف المأمولة. ويُستخدم المصطلح غالباً في الدراسات الوصفية أو التحليلية عند الحديث عن "واقع الإعلام"، أو "واقع الصحافة"، أي توصيف دقيق لما عليه الأمور في الزمن الراهن.³

¹ - الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب: قاموس المحيط، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، ط 8، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005، ص. 956.

² - مجمع اللغة العربية: المعجم الفلسفي، ط 1، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1983، ص. 478.

³ - مجمع اللغة العربية: مرجع سابق، ص 481.

التعريف الاجرائي: يقصد بـ "الواقع" في هذا البحث، الحالة الفعلية الذب ألت عليها الصحافة المكتوبة في الجزائر من حيث بنيتها التنظيمية، وأساليب عملها المهني، وأنماط استخدام الصحفيين للمصادر المعلوماتية، ومستوى تأقلمها مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وذلك كما يدركها ويمارسها رؤساء تحرير الصحف اليومية في سياقهم المهني اليومي.

كما يقصد بمفهوم الواقع في هذه الدراسة على أنه مجمل المعطيات الكمية والنوعية التي تجسد الحالة الراهنة للصحافة المكتوبة في الجزائر، كما تم رصدها وتحليلها من خلال أدوات البحث المعتمدة، لاسيما استمارة الاستبيان الموجهة إلى رؤساء تحرير الصحف اليومية، بهدف الكشف عن طبيعة الممارسات المهنية، وأنماط استخدام المصادر المعلوماتية، ومستوى التكيف مع متغيرات البيئة الرقمية.

2. مصادر المعلومات الاعلامية:

تعريف المصادر لغة: أي وثيقة تمد المستفيدين من المكتبة أو من خدمات المعلومات، بالمعلومات المطلوبة، أي وثيقة تهيئ المعلومات المستنسخة من وثيقة أخرى.¹

هو كل كتاب يبحث في علم من العلوم على وجه الشمول والتعمق بحيث يصبح أصلا لا يمكن للباحث في ذلك العلم الاستغناء عنه، مثل الجامع الصحيح البخاري أو صحيح المسلم وعلى ذلك يطلق المصدر على الآثار التي تضم نصوصا أدبية أو نثر لكاتب أو مجموعة دون تعليق أو تفسير أو تمهيد.

اصطلاحا: يعد المصدر أحد أهم عناصر العملية الاتصالية التي حظيت باهتمام واسع من قبل الباحثين. فالمصدر يعتبر أول عنصر من عناصر العملية الاتصالية المكونة من ثلاثة عناصر أساسية: مصدر، رسالة، مستقبل. وتبدوا أهمية المصدر من كونه العنصر الذي تنشأ من خلاله العملية الاتصالية. ويختلف المصدر كعنصر من عناصر العملية الاتصالية طبقا لمستوى العملية الاتصالية. فالمصدر في الاتصال بين اثنين هو الفرد، وفي الاتصال الجماهيري هو المؤسسة الإعلامية. وفي عصر تقنيات الاتصال الحديثة أصبحت الألة أو الجهاز

¹ - احمد محمد الشامي، حسب الله سيد: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، دار المريخ، الرياض، 1988، ص 1048.

هي المصدر ونشهد الان مع تقنيات الاتصال التفاعلية أن المتلقي نفسه أصبح المصدر. ويفرق الباحثين في الاتصال الإعلامي عادة بين المصدر والمؤسسة الإعلامية.¹

وتعرف مصادر المعلومات على انها كل الوسائل والقنوات التي يمكن نقل المعلومات من خلالها إلى المستقبل، وهي جميع المواد التي تشتمل على معلومات يمكن الاستفادة منها لأي غرض من الأغراض.²

التعريف الإجرائي: المصادر التي نقصدها في هذه الدراسة هي الجهات أو الوسائل التي يعتمد عليها الصحفيون للحصول على الحقائق أو البيانات أو الاخبار اللازمة لإنتاج المحتوى الاعلامي بشقيها التقليدي والمتمثلة في المراسل الصحفي، وكالات الانباء والجهات الرسمية، والمؤتمرات الصحفية وغيرها، والحديثة أو (الالكترونية كما يسميها البعض) التي أفرزتها الميديا الجديدة والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، مواقع الويب، صحافة الموبايل، أدوات OSINT وغيرها باعتبارها مصدرا جديدا للمعلومات.

3. الصحافة المكتوبة:

معنى الصحافة لغة: في قاموس أكسفورد تستخدم كلمة صحافة بمعنى: "برس Press" وهي شيء مرتبط بالطباعة، ونشر الأخبار والمعلومات، وتعني أيضا "جورنال Journal" ويقصد بها الصحيفة، و"جورناليزم Journalisme" بمعنى الصحافة، و"جورناليست Journaliste" بمعنى الصحفي، ومنه فكل كلمة الصحافة تشمل الصحيفة والصحفي في الوقت نفسه.³

تعريف الصحافة حسب اليونسكو يشير الى "كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة أو غير محددة ولها عنوان واحد وينتظم جميع أعدادها ويشارك في تحريرها العديد من الكتاب " ويقصد بها أن تصدر على مالا نهاية.⁴

¹ - الأمير محمد بن سعود بن خالد: مصادر المعلومات بين التقليد والواقعية التجربة السعودية، ندوة الاعلام السعودي، تاريخ الاطلاع (2019/12/05)، متاح، على الرابط <https://www.startimes.com/?t=20509788>

² - حاتم محمد جرجيس وبريع قاسم: مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري، د.ط، مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، مصر، 1998، ص 09.

³ - إبراهيم عبد الله المسلمي: نشأة وسائل الاعلام وتطورها، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005، ص 134.

⁴ - محمد فريد محمود عزت: مدخل الى الصحافة، د.د.ن، القاهرة، 1993، ص 50.

اصطلاحاً: يعد نجيب حداد منشئ صحيفة "لسان العرب" أول من استعمل لفظة الصحافة بمعنى صناعة الصحف والكتابة فيها، ومنها أخذت كلمة صحافي الصحافة بكسر الصاد من صحيفة.

ويؤكد باتريك إيفينو بأن الصحافة المكتوبة هي أول وسائل الإعلام الجماهيرية من ناحية الوجود، ليست وسيلة إخبار فقط وإنما تعتبر كذلك وسيلة ترفيه، وربط اجتماعي وناقل للأفكار والآراء¹.

وقد أشار المشرع الجزائري للصحافة المكتوبة في القانون العضوي المتعلق بالإعلام والمؤرخ في 12 جانفي 2012 في مادته الثالثة التي تتناول أنشطة الإعلام وتعتبر الصحافة المكتوبة إحدى الوسائل التي تقوم بهذه الأنشطة، وتنص هذه المادة على " يقصد بأنشطة الإعلام، كل نشر أو بث لوقائع أحداث أو رسائل أو آراء وأفكار أو معارف، عبر أية وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو الكترونية وتكون موجهة للجمهور أو لفئة منه".²

وفيما يخص الصحافة اليومية فتعرف "بأنها قليل من كل شيء كل يوم، يتابع صدورها كل الأحداث اليومية فتقدم الخبر طازجا لقارئها. ويتوجب فيها تقديم الخبر طازجا إلى القراء أو بفصول متتابعة من يوم لآخر، ولا يتطلب فهمها مجهود فكري كبير".³

ويقول فرانسيس بال عن الصحافة اليومية "أنها الصحف التي تصدر كل يوم أو على الأقل ست أيام في الأسبوع".⁴

التعريف الإجرائي: نقصد بالصحف اليومية في بحثنا هذا جميع الجرائد التي تصدر بصفة يومية منتظمة في الجزائر، سواء كانت جرائد خاصة أو عمومية، متخصصة أو عامة من حيث مضمونها. وقد استخدم في هذا السياق مصطلحا "الصحافة" والجريدة" باعتبارهما مترادفين في المعنى والدلالة.

4. تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال:

¹ - Patrick EVENO : **La Presse. Que sais-je ?**, 1^{ère} édition, 2010, P10.

² - خولة بحري: **الصحافة المكتوبة الجزائرية بين الآثار والمسؤولية الاجتماعية:** دراسة تحليلية لجرائد: الخبر. الشروق اليومي. النهار الجديد في الفترة من 2012 إلى 2016، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2020، ص 27.

³ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، السنة التاسعة والأربعون، العدد 02: القانون العضوي للإعلام رقم 05-12، المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير 2012، ص 22.

⁴ - Francis BALLE : **Dictionnaire des médias**, Larousse Bordas, 1998, P 204.

هي مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات معالجتها انتاجها وتخزينها، استرجاعها ونشرها وتبادلها وتوصيلها الى المجتمعات. 1

تكنولوجيا الاتصال تشير أساسا الى تلك الوسائل والتجهيزات الموصولة بالكمبيوتر قواعد البيانات المعلوماتية، البريد الالكتروني، الفيديو توكس، التلفزيون التفاعلي... إلخ، إذن فهذه الوسائل التكنولوجية الجديدة هي تلك المتعلقة بعمليات جمع، معالجة، إنتاج وتبادل المعلومات واسترجاعها عن طريق النظم الرقمية التي تجمع بين استعمال الاتصال عن بعد، السمعي البصري والإعلام الآلي. 2

وبناء على ذلك فإنه لم يعد ممكنا الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا: شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وهو ما نلمسه في حياتنا اليومية من التواصل بالفاكس عبر شبكات التلفون وفي بعض الأحيان مروراً بشبكات أقمار الاتصال، وما نتابعه على شاشات التلفزيون من معلومات تأتي من الداخل وقد تأتي من أي مكان في العالم أيضاً، وبذلك انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال.

ومن هذا المنطلق تنقسم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال إلى الروافد التالية على العموم: 3

- التكنولوجيات الحديثة القائمة على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.
- التكنولوجيات الحديثة القائمة على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك قراءة الكتب والصحف، وهي أيضاً تنمو بسرعة وتنشأ منها أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

¹ - محمود علم الدين: تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، المجلد 23، العدد الأول، يوليو-نوفمبر، 1994، ص 95.

² - أ. لارامي، ب. فالي، ترجمة فضيل دليو وآخرون: البحث في الاتصال عناصر منهجية، مخبر علم اجتماع الاتصال، الجزائر، ص 89-90.

³ - ريتشارد ديفيس وديانا أوين: الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية، في عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد، دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الاكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد الثاني، 2007، ص 175.

• الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline، ويتم تداول هذا النوع إما شبكيا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية وما إليها، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.¹

أما التعريف الإجرائي: ت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال التي نقصدها في دراستنا هذه هي مجموع الوسائل والأدوات التكنولوجية الحديثة، مثل الحاسبات الإلكترونية، والهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية، والشبكات الرقمية، التي تُستخدم في جمع المعلومات والبيانات الإعلامية من مصادر متنوعة، ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها، بما يسهل إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله ضمن مستويات وسياقات الاتصال المختلفة.

13. الدراسات السابقة:

لا يمكن تنفيذ الفكرة البحثية إلا بعد العمل على العودة الى التراث العلمي المتاح لمعرفة ما تم بحثه قبل ذلك، والتعرف على النتائج السابقة، وتعتبر هذه الخطوة من أهم خطوات البحث العلمي، حيث تساعد هذه الخطوة في توفير الوقت والجهد وتجعل الباحث يبدأ من حيث انتهى الآخرون، وقد اعتمدت هذه الدراسة على عدد من الدراسات السابقة وهي:

أ- دراسات متعلقة بتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال:

✓ دراسة "مجتمع الإعلام والمعلومات دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين" للدكتور. محمد لعقاب.² تمحورت هذه الدراسة حول استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال، وبصفة خاصة في المجتمع الجزائري وانطلق الباحث من إشكالية جوهرية مفادها ماهي طبيعة التحولات التي أحدثتها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والمعلومات على المجتمع البشري؟ من دخولنا مجتمعا جديدا اتفق علماء الاجتماع والإعلام على تسميته "مجتمع الإعلام والمعلومات" وذلك نتيجة تزايد وتيرة استهلاك المعلومات وانتشار وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت. ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية طرح الباحث عدة تساؤلات منها:

1- ماذا يعني مجتمع الإعلام والمعلومات؟ وما هي خصائصه؟

2- ماهي قنوات الاتصال الجديدة التي اتاحتها التكنولوجيا خلال النصف الثاني من القرن العشرين ونظم تشغيلها واستخدامها؟

¹ - عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد الثاني، 2007، ص 175.

² - محمد لعقاب: مجتمع الإعلام والمعلومات دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001.

3- ما هي وضعية الانترنت في الجزائر؟

4- من هم مستخدمو الانترنت في الجزائر؟

اقتضت طبيعة الموضوع استخدام منهجين هما: المنهج التاريخي الذي يستخدم للحصول على أنواع من المعرفة عن طريق الرجوع إلى الماضي لدراسة وتحليل بعض المشكلات الإنسانية والعمليات الاجتماعية. والمنهج الوصفي: الذي يلجأ إليه الباحث عندما يكون على علم بأبعاد أو جوانب الظاهرة التي يريد دراستها.

اعتمد الباحث على العينة العرضية أو العينة عن طريق الصدفة نظرا لصعوبة المعرفة الدقيقة لمجتمع الإنترنتين في الجزائر. وتشكل عينة البحث من 176 مبحوثا حيث تم توزيع 250 استمارة على مستخدمي الانترنت في الجزائر وذلك في الأماكن التالية:

الميدياتيك المركزية عبان رمضان، الميدياتيك ديدوش مراد، سبير مقهى ساحة أول ماي، ميدياتيك اغا، سبير رواق ديدوش مراد.

وقد توصل الباحث إلى النتائج الآتية:

1- ضبط مفهوم عصر الإعلام والمعلومات كعصر جديد تمخض عن النقلة النوعية في وسائل الإعلام والاتصال.

2- يلاحظ أن الجزائر حققت تقدما هاما في مجال توفير تكنولوجيا المعلومات واستخدامها في السبعينات من القرن الماضي قد تخلفت عن تحديث شبكة اتصالاتها، حيث انتظرت لغاية التسعينات من القرن العشرين لتبشر في تحديثها، والعملية مازالت في بدايتها لحد الآن، إلا أن الجزائر تملك شبكة اتصالية هامة تغطي مختلف التراب الجزائري، وسيمكن تحديثها من توفير أهم أسس مجتمع الإعلام والمعلومات.

3- يلاحظ كذلك أن انتشار الانترنت في الجزائر يتم بوتيرة سريعة سواء من حيث الاستخدام أو ظهور شركات توزيع الخدمات، أو إنشاء محركات بحث جزائرية، فضلا عن تنوع استخداماتها، من البريد الإلكتروني إلى البحث العلمي إلى التعليم عن بعد إلى فرق النقاش وغيرها. ومع ذلك هناك عدة صعوبات تعيق انتشار الانترنت في الجزائر، تتمثل أساسا في ضعف البيئة القاعدية لشبكة الاتصالات التي يجري تحديثها.

ان هذه الدراسة وأن كانت لا تندرج ضمن الدراسات السابقة بصفة تامة، غير أنها تناولت الى حد ما بعض الجوانب الأساسية من دراستنا، وقد ساعدتنا في جانبها النظري كونه ثري بالمعلومات التي أثرت الجانب النظري في دراستنا، خاصة فيما يخص المبحث الخاص بواقع الانترنت في الجزائر، لأنها تحلل تحليلا دقيقا قطاع الاتصالات في الجزائر، وبالتالي فنتائج هذه الدراسة تعد مرجعا إحصائيا هاما بالنسبة لي.

✓ دراسة للدكتور بجيت محمد "تأثير تكنولوجيا الاتصال في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية"¹

تدور إشكالية الدراسة حول تحديد طبيعة تأثيرات استخدام وتبني تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية هذا إضافة إلى تحديد اتجاهات الصحفيين العرب إزاء استخدام الوسائل التكنولوجية وأيضاً معرفة الغائب والحاضر في أنواع الاستخدامات تأثيراتها.

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي إلى جانب استخدام المنهج الإحصائي في تحليل البيانات والأرقام للتعرف على الواقع الفعلي لهذه الاستخدامات وطبقت الدراسة على مجتمع الإمارات كونه أسرع المجتمعات تطوراً في آسيا والعالم بحسب التقرير السنوي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي لعام 1995.

وقد سعت الدراسة إلى اختبار الفروض الآتية:

- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الصحافة العربية وبين تأثيرها في الممارسات الصحفية.

- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الصحافة العربية وبين تحسين جوانب وممارسات التغطية الصحفية.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج متعددة منها:

- وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين زيادة استخدام تكنولوجيا الاتصال من الخدمات الصحفية ووكالات الأنباء وبين زيادة الاهتمام بالتغطية الإخبارية والاستقصائية للأحداث وزيادة الاعتماد على الحقائق في الممارسات الصحفية.

- وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام وكالات الأنباء والخدمات الصحفية وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية وتكنولوجيا الطباعة الحديثة في الجمع والإخراج وبين زيادة الدقة والموضوعية والتغطية التحليلية والقدرة على استكمال المادة الصحفية ومكانة الصحفي المتخصص والصحافة المتخصصة

ومما سبق نخلص أن هذه الدراسة قد ركزت على دراسة التأثير الذي أحدثته التكنولوجيا على القائمين بالاتصال ومعرفة درجة تجاوب الصحفيين العرب مع الوسائل التكنولوجية الجديدة، ومدى تأثيرها في نتائجهم لذا فهي تتشابه مع دراستنا إذا ما نظرنا إلى التأثير الذي يحدثه استخدام التكنولوجيا الحديثة على العمل

¹ - بجيت محمد: تأثير تكنولوجيا الاتصال في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الخامس، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008.

الإعلامي، وبغض النظر عن الاختلافات الموجودة، فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في الإحاطة بالموضوع المدروس سواء من الناحية النظرية أو الميدانية.

✓ دراسة الدكتورة سلام كهينة المعنونة بـ "جمهور الصحافة المكتوبة اليومية في ظل التحولات التكنولوجية الجديدة: دراسة مسحية لعينة من قراء الصحافة اليومية الورقية والالكترونية بالجزائر العاصمة وفق مدخل الاستخدامات واشباع الرغبات."

سعت الدراسة إلى الكشف عن كيفية استخدام الجمهور الجزائري للصحافة اليومية في شكلها الورقي والإلكتروني، تدور إشكالية هذه الدراسة حول جمهور وسائل الاعلام خاصة الصحافة المكتوبة اليومية واهتمامهم بما يفعلونه بتلك الوسائل من خلال البحث في استخداماته للصحافة اليومية بشكلها القديم أي الصحافة الورقية والجديدة أي الالكترونية. وبناء على هذا جاء تساؤل هذه الدراسة على النحو التالي كيف يستخدم الجمهور الصحافة اليومية الجزائرية الورقية والالكترونية بالجزائر العاصمة، وما هي الاشباعات التي يحققها في ظل التحولات التكنولوجية الجديدة؟

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي في معرفة قراء الصحف وخصائصهم واتجاهات الممارسين للمهنة وعلى المنهج التاريخي في محاولة منها لجمع المعلومات الخاصة بتطور الصحافة المكتوبة اليومية بالجزائر. أما عن المنهج المقارن فاستخدمته الباحثة بهدف إجراء مقارنة بين استخدام قراء الصحافة المكتوبة اليومية بالجزائر العاصمة، في شكلها الورقي والالكتروني أي محاولة اكتشاف أوجه الاختلاف والتشابه بين تلك الاستخدامات. ومن أجل تطبيق ذلك استخدمت الباحثة استمارة استبيان كأداة بحث على قراء يوميات الجزائرية (الورقية والالكترونية) بالجزائر العاصمة للأفراد البالغين 18 سنة فما فوق على عينة قصدية عددها 560 مفردة من مختلف شرائح المجتمع بالجزائر العاصمة التي تشترك في خاصية قراءتها للصحف اليومية الصادرة بالجزائر، وفي السن.

توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- تعتبر الصحف الصادرة باللغة العربية أكثر مقروئية لدى أفراد العينة، والتي قدرت نسبتهم بـ 48.75 أي قرابة نصف حجم عينة ويعود ذلك لحكم اللغة فالمجتمع الجزائري يتحكم في اللغة العربية أكثر من الفرنسية.
- صحف الاعلام العام هي الصحف الأكثر مقروئية من طرف أفراد العينة تليها اليوميات الرياضية وغيرها
- فيما يخص الصحف الالكترونية فالشروق أونلاين. كوم، الهذاف. كوم، الخبر. كوم، موقع tsa.dz، النهار. كوم، ذات الصحف الأكثر مقروئية لدى أفراد العينة واغلب هذه الصحف لها أصل مطبوع.

مما سبق نستخلص أن دراسة الدكتوراه سلام كهينة تعد من أبرز الدراسات التي تناولت واقع الصحافة المكتوبة في الجزائر في ظل التحولات التكنولوجية، إلا أن حدود الاستفادة منها في دراستنا تكمن أساسا في الاطار النظري خاصة فيما يخص الفصل الخامس، لا الاطار التطبيقي، فبينما ركزت دراستها على تحليل سلوك الجمهور وتفضيلاته في استخدام الصحف الورقية والإلكترونية، تسعى دراستنا الحالية إلى استكشاف ممارسات رؤساء التحرير ومواقفهم المهنية تجاه المصادر الرقمية واستخدام أدوات الاستخبارات مفتوحة المصدر (OSINT) في العمل الصحفي.

وعليه، فإن الاستفادة من هذه الدراسة تظل في توفير أرضية سياقية مهمة تساعد على فهم البيئة الاتصالية الجزائرية، لكنها لا تعالج بشكل مباشر موضوع مصادر المعلومات وأساليب إنتاج المحتوى من وجهة نظر الفاعلين داخل المؤسسات الصحفية، وهو ما تحاول دراستنا معالجته من خلال مدخل تنظيمي ومهني أكثر تخصصا¹.

✓ دراسة محمد بوحوالي: إشكالية التكامل والتنافر بين وسائل الاعلام الكلاسيكية ووسائل الاعلام الجديدة، دراسة مسحية تحليلية لوسائل الإعلام الجزائرية.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز التحديات التي تواجه وسائل الإعلام الكلاسيكية الجزائرية في ظل التطورات العميقة التي حملتها ثورة التكنولوجيا في جلب ما يسمى بوسائل الإعلام الجديدة وتسلط الضوء على آلياتها، خصائصها، فنونها والعلاقة التي صارت تربطها بوسائل الإعلام الكلاسيكية. كما تسعى هذه الدراسة إلى تقديم صورة عامة عن وضعية وواقع وسائل الإعلام بالجزائر وعلاقتها بوسائل الإعلام الجديدة، هذه الأخيرة التي لا تزال تعرف إقبالا واسعا وكبيرا. كزت الدراسة على ما تقدمه وسائل الإعلام الجديدة التي تعتمد على شبكة الانترنت وعلى الأخص تطبيقات Web 2.0 والويب الدلالي من أشكال جديدة من المواقع التي تمارس النشر الإلكتروني ومدى تأثير ذلك في البيئة الإعلامية في المجتمع.

تمحور إشكالية هذه الدراسة حول العلاقة التي صارت تربط وسائل الاعلام الكلاسيكية الجزائرية بوسائل الاعلام الجديدة؟

¹ - كهينة سلام: جمهور الصحافة المكتوبة اليومية في ظل التحولات التكنولوجية الجديدة: دراسة مسحية لعينة من قراء الصحافة اليومية الورقية والإلكترونية بالجزائر العاصمة وفق مدخل الاستخدامات والإشباع، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2015.

اعتمدت هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون بوصفها إحدى الأدوات المنهجية المناسبة لرصد وتحليل المضامين الإعلامية، حيث تم تحليل محتوى الصفحات الرسمية والقنوات الرقمية الخاصة بوسائل الإعلام الجزائرية، سواء التقليدية منها أو التي تنشط حصرياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي. كما تم تضمين التحليل عينة من الوسائط الإعلامية الجديدة التي ظهرت في السياق الجزائري، بهدف تتبع أنماط التفاعل مع الأخبار ومصادر المعلومات.

وقد استند الباحث في اختيار هذه الشبكات والصفحات إلى تصنيفين دوليين موثوقين، ما منح العينة التحليلية بعداً موضوعياً ومعيّاراً مرجعياً يساعد في ضمان تمثيلية دقيقة للمشهد الإعلامي الرقمي في الجزائر. توصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الكلاسيكي هي علاقة متكاملة ومتداخلة أكثر من أي شيء آخر، حيث باتت المنصات الرقمية تستثمر بشكل متزايد من طرف المؤسسات الإعلامية التقليدية لتوسيع نطاق الوصول، وتحديث أساليب التفاعل مع الجمهور، ومواكبة التحولات الجارية في بيئة الاتصال الحديثة.

استفادت هذه الدراسة من أطروحة الدكتور محمد بوحولي باعتباره أحد المراجع التي تناولت التحول الحاصل في المشهد الإعلامي الجزائري في ظل بروز وسائل الإعلام الجديدة، حيث ساهمت خلفيته النظرية في دعم الإطار المفاهيمي المرتبط بعلاقة التكامل والتداخل بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، وهو ما يعد من الركائز النظرية الأساسية التي استندت إليها دراستنا في تحديد خصائص البيئة الاتصالية الجديدة التي تعمل ضمنها المؤسسات الصحفية.

كما تمت الاستفادة من هذه الدراسة بشكل خاص في الجانب التطبيقي، وتحديدًا في المحور الثالث المتعلق بعلاقة الوسائل الجديدة للإعلام والاتصال بمصادر المعلومات، حيث شكّلت نتائجها حول التداخل بين الإعلام الكلاسيكي والرقمي نقطة انطلاق لتحليل كيفية توظيف الصحف المكتوبة الجزائرية للمنصات الرقمية كمصدر للمعلومة، وكمجال لتوسيع آليات جمع الأخبار. غير أن حدود هذه الدراسة تكمن في تركيزها على البعد التفاعلي والتواصلية لوسائل الإعلام الجديدة دون التعمق في تصنيف وتحليل طبيعة المصادر المعلوماتية الرقمية التي يعتمد عليها الصحفيون في ممارستهم اليومية، وهو ما تسعى هذه الدراسة الحالية إلى معالجته عبر مدخل ميداني يركز على استبيان موجه لرؤساء التحرير في الصحف الجزائرية المكتوبة¹.

¹ - محمد بوحولي: إشكالية التكامل والتناظر بين وسائل الاعلام الكلاسيكية ووسائل الاعلام الجديدة، دراسة مسحية تحليلية لوسائل الاعلام الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2021.

ب- دراسات متعلقة بمصادر المعلومات:

✓ دراسة "مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع - التجربة السعودية-" للمستشار الإعلامي محمد بن سعود بن خالد وهي دراسة قام بها في 2003 بجامعة الملك سعود بالرياض في إطار ندوة بعنوان "الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل" وذلك في المنتدى الإعلامي الأول بالجامعة.¹

انطلق الباحث في إشكاليته عن مدى اعتماد وسائل الإعلام على المصادر لتزويدها بما تحتاجه من مواد إعلامية وأن وكالات الأنباء شكلت ولفترة طويلة إحدى أهم هذه المصادر. وبعد دخول الوسائط التكنولوجية الحديثة وظهور تقنيات تخزين ونقل المعلومات الجديدة التي ربطت بصفة مباشرة المؤسسات الإعلامية بالمصادر تمكنت هذه الأخيرة من تجاوز المصادر التقليدية باحثة عن معلومة أسرع وطرق أكثر اختصاراً للوصول إلى المستجدات.

تمحورت إشكالية البحث على النحو الآتي: ماهي مصادر المعلومات الإخبارية التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية؟ وقد تفرعت عنه الأسئلة البحثية التالية:

1- ماهي المصادر الإخبارية التقليدية التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية؟

2- ماهي المصادر الإخبارية الحديثة التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية؟

استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول من خلاله الباحث تسليط الضوء على المؤسسات الإعلامية السعودية ووصف طريقة تعاملها مع المصادر الصحفية وتحليل هذه الطريقة تحليلًا يمكنه من التعرف على الوضع الراهن للصحافة السعودية. كما استخدم الباحث عينة مكونة من 6 رؤساء تحرير موزعين على 6 مؤسسات إعلامية سعودية وهي عكاظ، الجزيرة، اليوم، الوطن، الشرق الأوسط، الاقتصادية. استخدم الباحث الاستبانة لجمع المعلومات التي تم توزيعها على أفراد العينة.

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1- معظم الصحف السعودية لديها مراسلين متفرغين يزيد عددهم عن 21 مراسل ومحرر وصحيفة واحدة - اليوم- أشارت إلى أن عدد المراسلين المتفرغين بها في حدود 10 مراسلين.

¹ - محمد بن سعود بن خالد: مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع، التجربة السعودية، تاريخ الاطلاع 2018/05/23 ،

على الساعة 22h30، <https://fr.scribd.com/document/364408471> -

2- مصادر المعلومات والأخبار الخارجية أظهرت النتائج أن هناك اعتماد كلي 100% على وكالة الأنباء العالمية في الأخبار الخارجية أما المصادر الأخرى فتوزعت بين المراسلين، والمسؤولون الرسميون.

3- مصادر المعلومات والأخبار الرسمية أوضحت النتائج أن هناك اعتماد كامل على وكالة الأنباء السعودية يليها المراسلون والمسؤولين الرسميين.

4- المصادر الحديثة: الاشتراك في الشركات الإخبارية المتخصصة 4 صحف لديها اشتراك.

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية كبيرة في البحث العلمي حيث تجيب على التساؤلات البحثية في مجال الإعلام باعتبار أن السعودية دولة عربية تحاول معرفة احتياجات إعلامها لتمكين من تقييمه والنهوض به ومن ناحية أخرى فهي تسلط الضوء بشيء من التفصيل على نوعية مصادر المعلومات التي تعتمد عليها مؤسساتها الإعلامية سواء كان ذلك للتأكد من مصداقية الأخبار المقدمة أو لإعادة النظر في السياسات الإعلامية المتبعة. ويمكن حصر استفادتي من هذه الدراسة في النقاط التالية:

- أن الباحث في هذه الدراسة تطرق لمصادر المعلومات بالتفصيل وهو ما جعلني أطلع عليها.
- أن الباحث قام بتوزيع استثماراته على رؤساء تحرير المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة وهو ما لفت انتباهي إلى ضرورة معرفة رأي رؤساء التحرير في المصادر المعلوماتية الحديثة إلى جانب توزيع الاستثمارات على الصحفيين.

أظهرت الدراسة عن أهم جوانب الاستفادة من الانترنت في مجال الإعلام وهو ما يعد من الأهداف المرجوة أيضا في دراستنا هذه حيث أن استخدام الصحفيين للانترنت أو غيره من الأدوات التكنولوجية يسعى بالتأكيد إلى إشباع جملة من الحاجات التي تفرضها طبيعة العمل الإعلامي أو حتى التغييرات الحاصلة مؤخرا في طرق تجميع الأخبار، كما ساعدتني الدراسة في اختيار وضبط عنوان دراستي.

✓ دراسة الدكتور نور الدين هادي، "أثر استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في تكريس القيم الإخبارية عند الصحفيين: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين" 1

تتلخص إشكالية هذه الدراسة في الكشف عن أثر استخدام مصادر المعلومات الالكترونية المتمثلة في (الصحف الالكترونية، مواقع الويب، الفايسبوك، التويتر، اليوتوب، صحافة المواطن) في تكريس القيم الإخبارية لدي الصحفيين الجزائريين وقد اختار لهذا الغرض أربعة عشر قيمة إخبارية وهي (الأنية، الجدة، التأثير، الأهمية، الضخامة، قانون القرب، الموضوعية، المنافسة، الصراع، الغرابة، والطرافة، النجومية والشهرة، الاهتمام الإنساني،

1 - نور الدين هادي: أثر استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في تكريس القيم الإخبارية عند الصحفيين (دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين)، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2014.

التماثل، التأثير المستقبلي المحتمل، التغييب) انطلاقا من الإشكالية التي طرحها الباحث على النحو الآتي: ما هو أثر استخدام مصادر المعلومات الالكترونية على تكريس القيم الإخبارية عند الصحفيين الجزائريين؟ هدفت الدراسة إلى معرفة الجديد الذي قدمته مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين الجزائريين في مجال الكتابة والتحرير، ومدى مساعدتها على اكتساب مهارات جديدة في مجال الكتابة.

استعان الباحث بمنهج المسح للوصول إلى كشف البيانات والمعلومات الخاصة بالصحفيين الجزائريين، ومعرفة دوافع استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية، والاشباكات المحققة لديهم من جراء هذا الاستخدام، ويعتمد هذا التحليل على كشف المقاربة التي قمنا بإسقاطها على نظرية الاستخدامات والاشباكات. وفي هذا الإطار جاءت هذه الدراسة الميدانية التي أجريت على 306 صحفيين ينتمون إلى الصحافة المكتوبة في الجزائر الذين يعملون في قاعات التحرير المركزية، في كل من الجزائر*العاصمة، وهران وقسنطينة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج هامة جدا منها: اهتمام الصحافة الجزائرية بالأخبار الجديدة، فضلا عن تفوق الخبر السياسي عن الاخبار الأخرى، من جهة أخرى ورغم التطورات التي عرفت الصحافة الجزائرية في مجال استخدام المصادر الالكترونية، إلا أنها تعتمد كذلك على جهود صحفييها في البحث عن المعلومة، وفي سياق آخر جاء الفاييسبوك في الرتبة الثانية بعد الصحف الالكترونية رغم حداثة هذا المصدر مقارنة بمواقع الويب مثلا.

ويمكن القول إن هذه الدراسة تقترب من دراستنا في جانبها المتعلق بدراستها لمصادر المعلومات الالكترونية التي تعد جزءا مهما في دراستنا، وبالتالي فقد أفادتنا في الإطار النظري، إضافة إلى التشابه على المستوى المنهجي، ويكمن وجه الاختلاف بين الدراستين في كون أن دراستنا لا تبحث في القيم الإخبارية وإنما في المصادر الإعلامية، بالإضافة إلى الاختلاف في مجتمع البحث وعينة الدراسة التي نعتد فيها على العنصر القيادي في المؤسسة الصحفية رؤساء التحرير

✓ دراسة لـ بوبكر بوعزيز: استعمال وسائل الاعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار¹

تناولت هذه الدراسة مسألة تداول الأخبار عبر التاريخ، وكذا العلاقة القائمة بين الصحفي ومصادر الأخبار جدالا كبيرا بين في الأوساط الإعلامية في جوانبها الثلاثة التاريخية، المهنية، والقانونية. مما تطلب الأمر الوقوف على حيثيات هذا التحول التاريخي والوقوف على أبرز المراحل التي مر بها من مرحلة تداول الأخبار

¹ - بوبكر بوعزيز: استعمال وسائل الاعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2017.

عبر المصادر التقليدية وصولاً إلى المصادر الإلكترونية في ظل التطورات التكنولوجية الحاصلة وما أفرزته من تطور تقني مس بصفة خاصة الوسائط الإعلامية.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها وأشكالها وواقع استخدامها في المؤسسات الإعلامية الجزائرية مع الأخذ بعين الاعتبار الاعتماد بشكل أساسي على هذه المواقع ليس فقط للحصول على الخبر أو معرفة الأخبار، بل أيضاً لتكوين العلاقات وتطويرها ومع ازدياد أعداد مواقع التواصل الاجتماعي وتنامي حجم جماهيرها بدرجة ملحوظة وبالإضافة إلى تزايد الاستخدام اليومي والمنتظم من قبل الصحفيين للإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والوصول إلى مصادر المعلومات، طرحت هذه الأخيرة جدلاً عن مدى منافسة مواقع التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية ومدى تأثيرها على الممارسة المهنية، باعتبارها دعامة جديدة للعمل الإعلامي.

ومن أجل تحقيق هذا الهدف قام الباحث بطرح الإشكالية التالية: ما مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار؟

للإجابة على هذه الإشكالية، اعتمد الباحث على المنهج المسحي وعلى الاستمارة كأداة للدراسة واختار 320 صحفي كعينة قصدية من أصل 3200 صحفي.

ركزت الدراسة على الإنترنت كمصدر للأخبار انطلاقاً من:

- الإنترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية للفرد العادي الذي يأخذ سبعة أشكال، أهمها الوصول إلى مواقع وسائل الإعلام التقليدية.

- الإنترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسات الإعلامية وفي مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وفي مقدمتها الفايسبوك، تويتر، ماي سبيس،

قسم الباحث مصادر المعلومات إلى قسمين:

- قسم المصادر التقليدية والمتمثلة في المصادر الداخلية والخارجية

- قسم المصادر الإلكترونية الحديثة والمتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، منتديات الحوار، صحافة المواطن، مواقع الأخبار.

توصل الباحث إلى جملة من النتائج تمثلت في:

- أن الصحفيين الجزائريين لديهم اهتمامات اتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بنسبة 32.7% من الصحفيين الذين ليس لديهم اهتمام حيال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نهائيا بنسبة 7.7%.
- غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون استخدام الفاييسبوك ثم اليوتوب ثم تويتر.
- من أهم الأهداف لاستخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي هو الحصول على الأخبار وإعادة نشرها بنسبة 57.69%
- أغلبية الصحفيين الجزائريين قاموا بمشاركة جمهورهم لحوارات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 57.70%.
- اعتبر ما يزيد عن 46% الصحفيين ان حرية مواقع التواصل الاجتماعي مكسب لمهنة الصحافة، فيما رأى ما نسبته 30% أنها تهديد لها

ويتضح مما سبق أن هذه الدراسة تشترك مع دراستنا في تناولها بشكل مفصل لمصادر المعلومات التي تعد جزء من دراستنا، وعليه يمكن القول إن هذه الدراسة تعتبر خلفية ومرجعا لنا من أجل التعرف أكثر على موضوع مصادر المعلومات وتقسيماتها في الاطار النظري كما تم توظيفها في الاطار التطبيقي في بعض محاور الدراسة لتأكيد النتائج المتوصل اليها أو نفيها مقارنة بهذه الدراسة.

ويكمن وجه الاختلاف بين الدراستين في أن دراستنا تتناول مصادر المعلومات في الصحافة المكتوبة في الجزائر، بينما ركزت دراسته على العمل الإعلامي بصفة عامة، إضافة إلى اعتماده على مقارنة (حارس البوابة) وهي غير متواجدة في دراستنا.

✓ « **Les Journalistes et Internet : Usages et attitudes ; construction d'un questionnaire et entrevues qualitatives de validation** » réalisé par Florence Le Cam. Mémoire présenté à la faculté des études supérieures de l'université Laval Canada, pour l'obtention du grade de maitre des Arts (MA) en novembre 2005.¹

¹ - Florence Le Cam : **Les Journalistes et Internet : Usages et attitudes ; construction d'un questionnaire et entrevues qualitatives de validation**, date de lecture 11/03/2017, 13h20, <http://www.nlc-bnc.ca/obj/s4/f2/dsk3/ftp:04/MQ57818.pdf>

تدور إشكالية هذه الدراسة حول الصحفيين الكيبيكيين *les québécois* الذين يحاولون تنويع وسائل بث المعلومات قدر المستطاع خاصة بعد ظهور الصحف الالكترونية والمجلات الالكترونية بممارستها الإعلامية الجديدة. وأمام هذه المنافسة فجرائد الصحافة المكتوبة التقليدية زرعت الانترنت في قاعات التحرير وعملت على تطوير استراتيجياتها وخلقت لنفسها مواقع ويب. وفي خضم هذا كله على الصحفيين تسيير دخول الانترنت إلى ممارساتهم اليومية من ناحية ومن ناحية أخرى عليهم التحكم في تنويع وسائل بث المعلومات، مع ضرورة اكتساب الإرادة في تحسين ظروف العمل ووسائل تبادل المعلومات والاستفادة قدر المستطاع من الخدمات العديدة التي يقدمها الانترنت.

وقد انطلقت هذه الدراسة من التساؤلات الآتية:

- 1- ما هي خدمات الانترنت الأكثر استخداما من قبل الصحفيين؟
- 2- هل يستطيع الصحفيون التكيف مع هذه التقنية الجديدة (الانترنت)؟

وهي دراسة استكشافية اعتمد فيها الباحث على مقارنة انتشار المبتكرات كخلفية نظرية لدراسته على اعتبار أن الانترنت يعد من المبتكرات التكنولوجية الحديثة التي غزت قاعات التحرير الصحفية في كامل دول العالم وخاصة في الكيبك *Québec* بالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد وقع اختيار الباحث على استمارة الاستبيان التي تحمل أسئلة مغلقة، نظرا لأنها وسيلة سهلة ودقيقة تمكن الباحث من إجراء التحاليل اللازمة، وتم توزيع هذه الاستمارة على عدد محدود من صحفيي جريدة *Le Soleil* (05 صحفيين) الكيبكية. كما أجرى الباحث مقابلات مع الـ 05 صحفيين المبحوثين.

وقد أسفرت الدراسة الميدانية على نتائج عديدة نذكر بعضها:

- 1- إن استخدام الانترنت يؤثر على الممارسات المهنية الصحفية وعلى الصحافة بأكملها ومن أهم هذه الانعكاسات ما يأتي:
- تمرد الصحفيين على ممارساتهم المهنية التقليدية مع الترحيب بالتغيرات الحاصلة في مؤسساتهم الإعلامية.
- توقع الصحفيون أن ممارساتهم الإعلامية سوف تتغير من ممارسات تقليدية إلى صحافة الكترونية بآتم معنى الكلمة.
- يتوقع الصحفيون اختفاء الصحافة التقليدية عموما نظرا لقوة التغيرات الحاصلة والمتوقعة في المجال التكنولوجي الرقمي.

2- يرى الصحفيون أن الانترنت تحمل مزايا عديدة لا تحملها وسائل أخرى كالتفاعلية، الآنية وتعدد الوسائط، ومواكبة لهذه المزايا المتجددة فهم يغيرون أسلوب كتاباتهم باستمرار. 3- يرى الصحفيون أن الانترنت يشكل خطرا كبيرا على الصحافة المكتوبة، التي صارت مجبرة على التعامل مع هذه التكنولوجيا، نظرا لأن تبادل المعلومات عبر الانترنت قد يحمل أخطاء أو يمس بمصداقية المعلومة. كما أن دخول مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية إلى الصحافة الالكترونية هي أمور دخيلة على الصحافة المكتوبة.

3- أما عن استخدام الصحفيين لخدمات الانترنت فهي كالآتي:

- البريد الالكتروني: يستخدم كل المبحوثين البريد الالكتروني خاصة لتبادل الرسائل مع القراء فهذه التقنية قربت الصحفي أكثر من جمهوره وعوضت الهاتف والمراسلة التقليدية. كما يسمح البريد الالكتروني للصحفيين بالاتصال بمصادر المعلومات في كل أقطار العالم وتلقي المعلومات من مصادرها بأقصى سرعة.

- مواقع الويب: إن استخدام الانترنت من قبل الصحفيين للبحث عن المعلومات يختلف من صحفي لآخر فالكثير منهم يستخدم محرك البحث Google، فبعضهم يستخدم الانترنت للاطلاع على كل ما له علاقة بموضوع بحثه وكل حسب تخصصه كما هو الحال بالنسبة لصحفي الاقتصاد الذين يزورون موقع Bloomberg للحصول على مستجدات الاقتصاد. كما يتصفح الصحفيون المواقع الرسمية كمواقع الوزارات ويتعاملون بحذر مع باقي المواقع غير الرسمية.

3- إن المؤسسة الإعلامية التي تريد تحقيق نجاحات ما عليها إلا تشجيع صحفييها على الاهتمام والتحكم في الانترنت.

تحمل هذه الدراسة في طياتها العديد من الأفكار التي يمكن استثمارها في دراستي ويمكن تلخيص هذه الأفكار فيما يأتي:

- تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدامات الصحفيين للإنترنت الذي يعد من أهم المصادر الالكترونية للمعلومات وهو من الأهداف التي أصبو إلى تحقيقها من خلال دراستي.
- لقد صنف الباحث خدمات الانترنت التي يتعامل معها الصحفي لاستقاء المعلومات كالآتي: الانترنت، مجموعات الحوار، مواقع الويب ومواقع التواصل الاجتماعي وهو نفس التصنيف الذي تبنيته في الدراسة الميدانية وبالضبط في صياغة الاستمارة.

الإطار النظري

الفصل الأول

نظرية انتشار المبتكرات

المبحث الأول: مفهوم نظرية انتشار المبتكرات ونشأتها.

المبحث الثاني: مراحل تبني الأفكار واتخاذ القرار للنظرية وأهميتها.

المبحث الثالث: مزايا النظرية والانتقادات الموجهة لها.

المبحث الرابع: علاقة النظرية بموضوع الدراسة.

الفصل الأول: نظرية انتشار المبتكرات

إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد إلى حد بعيد المقاربة المعتمدة في البحث، حيث تعرف المقاربة بأنها "التحرك للاقتراب من شيء ما، وبذلك فهي عملية اتخاذ خطوات أولية لإنجاز عمل معين"¹ ويقصد بالتحرك للاقتراب من شيء ما، تحديد مسار البحث وفق التخصص المعرفي والمنهجي، حيث نستند إليها في جميع مراحل الدراسة.

وعليه، فالمقاربة تعد بمثابة "نقطة استدلال للباحث، سواء تجسدت في شكل نموذج أو نظرية. يشكل المنظور النظري الضامن الأساس لاندماج البحث ضمن الأطر العلمية المعترف بها. وتعتبر هذه النقطة مهمة جدا لأن الباحث الذي أنجز بحثا قيما دون أن يضعه دون إطار نظري مقبول من قبل المجموعة العلمية قد يواجه تشكيكا في مصداقية نتائجه، فالنظرية تساهم في تبرير الطابع "العلمي" للبحث، وتغطية الشرعية في نموذج معترف به.²

وفي هذا السياق، تعد نظرية انتشار المبتكرات (Diffusion of Innovations Theory) من أهم النظريات التي طورها إيفريت روجرز (Everett M. Rogers) بهدف فهم وتفسير كيفية انتقال وتبني الأفراد أو المؤسسات للأفكار أو التقنيات أو الابتكارات الجديدة بعبارة أخرى المستحدثات عبر الزمن.

المبحث الأول: مفهوم نظرية انتشار المبتكرات ونشأتها

1- مفهومها:

عرف إيفريت روجرز الانتشار بأنه "عبارة عن انتقال الأفكار والتكنولوجيا والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الأفراد، وهو يرتبط بالتجديدات والابتكارات، كما تقاس بمدى حداثة الفكرة بالبعد الزمني الذي استخدمت فيه لأول مرة، وأيضا حداثة الفكرة هي التي تحدد ردود أفعال الشخص اتجاهها.

أما الابتكار فيعرف على أنه "عبارة عن أي فكرة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة، وتنتشر المبتكرات من نقطة الأصل إلى المحيط الجغرافي أو من شخص لآخر في منطقة واحدة".³

¹ - بوخرسة بوبكر: اقتراح نموذج تنظيمي مفتوح، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 2000، ص 139.

² - لارامي (آلان) وفالي (برنار)، مرجع سابق، ص 160.

³ - محمد بوحوالي، مرجع سابق، ص 174.

ويعرف أيضا إيفرت روجرز الابتكار بأنه " فكرة أو تطبيق أو ظاهرة تطرأ في المجتمع ولم تكن معروفة من قبل، في حين يقصد بالانتشار الإجراءات والوقت الذي يحتاجه ذلك الابتكار لكي ينتشر في المجتمع باستخدام قنوات الاتصالات المختلفة".¹

يعرف روجرز نظرية انتشار المبتكرات "بأنها العملية التي يتم من خلالها نقل المبتكرات عبر قنوات الاتصال، بمرور الزمن، بين أعضاء نظام اجتماعي معين". وتعرف هذه النظرية أيضا باسم نظرية الأفكار المستحدثة، نظرا لارتباطها الوثيق بانتقال الابتكارات والتجديدات داخل المجتمعات. يعتمد نشر الأفكار وتبنيها على الاتصال المباشر وغير المباشر انطلاقا من التغيير الاجتماعي الذي يعد أحد أهم نتائج العملية الاتصالية.²

كما يفترض نموذج انتشار المبتكرات أن قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد، بينما وسائل الاعلام أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول الابتكار. وهناك عناصر أساسية في عملية تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار وهي:

- المصدر: المخترعون والعلماء.
- الرسالة: الابتكارات الجديدة.
- الوسيلة: قنوات الاتصال الشخصي ووسائل الاعلام.
- المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.
- الأثر: أي تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوكيات.³

من خلال التعريفات السابقة التي قدمها إيفرت روجرز، يتضح أن نظرية انتشار المبتكرات تركز على رؤية شمولية لعملية التغيير الاجتماعي، حيث لا ينظر إلى الابتكار كمجرد فكرة جديدة فحسب، بل كظاهرة تتفاعل مع النظام الاجتماعي عبر الزمن، ويمثل عنصر الزمن أحد المحاور الأساسية في النظرية، حيث ترتبط سرعة أو بطء تبني الابتكار بمراحل معرفية وسلوكية يمر بها الأفراد، تبدأ بالوعي وتنتهي بالتأكيد.

كما تبرز النظرية أهمية قنوات الاتصال في تسريع أو إبطاء عملية الانتشار، فكلما كانت القنوات أكثر فعالية وتأثيرا، زادت فرص تقبل الابتكارات وانتقالها بين أفراد المجتمع. كما تؤكد النظرية على الطابع النسبي للحدثة، ما يعني أن الابتكار لا يعد حديثا بذاته، بل بمدى إدراك الأفراد له كجديد مقارنة بخبراتهم السابقة.

¹ - عبد الله الميرز: نظرية انتشار الابتكارات وتأثيرها في تبني استخدام الانترنت للأغراض الأكاديمية، دراسات عربية في المكتبات وعلم

المعلومات، تاريخ الاطلاع 2025/05/18، على الساعة 12:00، على الرابط <https://drasah.com/Description.aspx?id=3555>

² - حسن عماد مكاوي: نظريات الاتصال المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 112.

³ - نفس المرجع، ص 116.

كما أن دمج روجرز بين مفهومي الابتكار والانتشار يفتح المجال لتحليل مدى تفاعل المجتمعات مع التغيرات التكنولوجية والمعلوماتية، ويجعل النظرية أداة تفسيرية مهمة في دراسة السياقات الإعلامية، خاصة في بيئات مثل الصحافة التقليدية التي تواجه تحولات رقمية مهمة. بذلك، لا تكتفي النظرية بوصف الظواهر، بل تقدم إطاراً لفهم ديناميكيات التغيير ومقاومة التجديد، مما يعزز من قيمتها في تحليل الواقع الإعلامي المعاصر.

2- نشأة وتطور نظرية انتشار المبتكرات:

تعود أصول نظرية انتشار المبتكرات إلى الدراسات المبكرة في مجالات الزراعة والاتصال والتنمية الريفية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال النصف الأول من القرن العشرين، غير أن صياغتها النظرية المتكاملة ارتبطت باسم إيفرت م. روجرز (Everett M. Rogers)، أستاذ علم الاجتماع والاتصال، الذي قدمها في كتابه الشهير "Diffusion of Innovations" عام 1962. وقد استند روجرز في بناء نظريته إلى أكثر من 500 دراسة سابقة، تناولت كيفية تبني الفلاحين الأمريكيين للتقنيات الزراعية الحديثة، ثم عمم نتائجها على مجالات أوسع مثل الصحة والتعليم والإعلام¹.

وقد مرت النظرية بعدة مراحل من التطوير، حيث أعيد إصدار كتاب روجرز في طبعات متتالية (1971، 1983، 1995، و2003)، وفي كل طبعة قام بتوسيع وتحسين النموذج النظري ليشمل تطبيقات جديدة تتناسب مع التحولات التكنولوجية والاجتماعية. ففي البداية، كانت النظرية تركز على البعد الفردي للتبني، لكن لاحقاً تطورت لتأخذ بعين الاعتبار الأبعاد التنظيمية والثقافية والمؤسسية².

والجدير بالذكر أن هذه النظرية هي امتداد لفرضية تدفق الاتصال عبر مراحل، وقد تبني هذا الرأي عدد من الباحثين المهتمين بدراسة نموذج المبتكرات نظراً لما يجمع بين النموذجين من تشابه في البنية العامة، وإن اختلفا في مستوى التعقيد والاتساع في تفسير تدفق الاتصال.

فبينما تقدم نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين التي طورها "لازارسفيدل" وزملاؤه فهما مبسطة لمسار الرسالة الإعلامية، إذ تفترض أن هذه الرسالة لا تصل مباشرة إلى الجمهور العريض، بل تمر أولاً عبر فئة من الأفراد الأكثر اتصالاً واهتماماً بوسائل الإعلام، يطلق عليهم قادة الرأي (Opinion Leaders)، فإن نظرية انتشار المبتكرات توسع هذا النموذج من خلال تصور أكثر تعقيداً لحركة الاتصال داخل المجتمع.

¹ - كمال هلال المزهر: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 303.

² - نفس المرجع، ص 304

فهي تفترض أن تدفق المعلومات لا يمر فقط عبر مرحلتين، بل عبر عدة مراحل وأفراد، بتأثيرات متداخلة من العوامل الاجتماعية والثقافية والشخصية. كما تولي اهتماما بالغاً بخصائص قادة الرأي، وأدوارهم الديناميكية في نقل، تفسير، وتكييف الابتكارات قبل تبنيها من طرف باقي أفراد المجتمع.

إن توسع فهم نظرية انتشار المبتكرات لتشمل مسارات متعددة ومعقدة لتدفق الاتصال بمنحها مرونة تفسيرية عالية، ما يجعلها أداة فعالة لتحليل كيفية تبني الابتكارات، خاصة في البيئات الإعلامية التي تشهد تحولات عميقة بفعل التكنولوجيات الجديدة.

ومنه، تركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمستحدثات بين أفراد المجتمع، أو قطاع معين بهدف تحقيق التغيير الذي يعد هدفها النهائي. وقد قام "روجرز" بمراجعة وتدقيق في أكثر من 5000 دراسة ميدانية متعلقة بانتشار كل ما هو مبتكرات جديدة في مجال الاجتماع الريفي والأنثروبولوجيا بهدف التعرف على آليات تبني المستحدثات من قبل الجمهور.

وتعد مرونة النظرية وقيمتها التطبيقية سببا رئيسا في اعتمادها في ميادين مختلفة مثل الصحة العامة، والإعلام، والتعليم، والتسويق، خاصة في ظل الثورة الرقمية، حيث أصبحت الابتكارات التكنولوجية تنتشر بوتيرة سريعة وتتطلب فهما دقيقا لعوامل التأثير والتبني.

وعليه يمكن القول أن نظرية نشر الأفكار المستحدثة كان لها دورا كبيرا في التأثير على المتلقين، حيث عرفت رواجاً وانتشاراً كبيراً منذ ظهورها خاصة بالاعتماد على قادة الرأي في توصيل ونشر المبتكرات الجديدة.

المبحث الثاني: مراحل تبني الأفكار واتخاذ القرار للنظرية وأهميتها.

1- مراحل تبني الأفكار:

تعتبر مراحل تبني الابتكار من الركائز الأساسية في نظرية انتشار المبتكرات كما طورها "إيفرت روجرز"، حيث أوضح أن تبني فكرة جديدة لا يحدث دفعة واحدة، بل يمر عبر سلسلة من المراحل النفسية والسلوكية التي تؤثر في قرار الفرد أو المؤسسة بشأن تقبل الابتكار أو رفضه. وقد قسم روجرز عملية التبني إلى خمس مراحل متتابعة تمثل مسار التغيير التدريجي وهي:

1. مرحلة الوعي بالفكرة: وفي هذه المرحلة يحس الفرد بوجود الفكرة أو شيء جديد من حوله لأول مرة، والتي تنتج من خبر جديد أو معلومة تخص حصول تغيير في إحدى المجالات الاجتماعية أو حدوث إشارات تنبأ بوجود اختراع أو اكتشاف جديد.
2. مرحلة الاهتمام: بعد اكتساب المعرفة يتولد في هذه المرحلة لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الابتكار والسعي إلى المزيد من المعلومات عنه، حيث يبدي نوع من الاهتمام اتجاه المستحدثات أو الأشياء الجديدة كالتفكير في الوصول إليها أو إمتلاكها أو التعامل معها.
3. مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يزيد الفرد ما تجمع لديه من معرفة حول الابتكار وهنا يحاول تقييم هذه المستحدثات بناء على أفكار مسبقة يستنتجها من مواقف الآخرين أو أفكار شخصية ناتجة عن اهتمامه بها، بمعنى يتخذ الفرد قراراً إما بتبني الابتكار أو رفضه، بناء على تقييمه للفوائد والمخاطر المحتملة، ومدى توافق الابتكار مع احتياجاته وقيمه.
4. مرحلة التجريب: في هذه المرحلة يسعى الفرد إلى تجريب المستحدثات أو اكتشافها، وتسمى كذلك بمرحلة الاحتكاك، أين يستحضر المستخدم أفكاره ومواقفه السابقة التي مرت بالوعي بالفكرة الجديدة والاهتمام والتقييم ويحاول مقارنتها بموقفه الذي ينتج أثناء تجريبه للمستحدث (يتم فيها تطبيق الابتكار في الحياة أو في بيئة العمل) من أجل الوصول إلى موقف محدد قد يتسم بالقبول أو الرفض.
5. مرحلة التبني: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي فالفرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بجودتها وفوائدها، بمعنى آخر النقطة التي يتخذ فيها الفرد قراراً إيجابياً بقبول الابتكار، والشروع في تطبيقه ضمن سلوكياته أو عملياته التنظيمية¹.

¹ - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، د.م.ن، 2000، ص 60-61.

يشير جوناتان جاباي (Gabay j.jonathan) إلى أن الوصول إلى 50 مليون مستخدم استغرق وسائل الاتصال التقليدية فترات زمنية طويلة، فقد استغرق الهاتف 43 عاماً، والراديو 38 عاماً، والتلفزيون 13 عاماً لتحقيق هذا العدد من المستخدمين. في المقابل، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت 50 مليوناً خلال أربع سنوات فقط، بينما تفوقت شبكات التواصل الاجتماعي على جميع هذه الوسائط، إذ حققت منصة "فيسبوك" هذا الرقم خلال ستة أشهر فقط.

وقد استندت هذه التقديرات إلى سنوات انطلاق هذه الوسائل عام 1878 كعام أساس للهاتف، وهو العام الذي تم فيه أول ربط هاتفي على سنترال مركزي بين 21 مشتركاً في مدينة نيوهيفن (New Haven) بولاية كونيتيكت، وعام 1920 بالنسبة للراديو، تزامناً مع انطلاق أول محطة إذاعية تجارية في الولايات المتحدة، وعام 1945 للتلفزيون، وهو العام الذي بدأ فيه تصنيع أجهزة استقبال البث التلفزيوني. أما الإنترنت، فقد اعتبر عام 1989 هو العام المرجعي، باعتباره بداية تقديم خدمات الإنترنت التجارية خارج الأوساط الأكاديمية.

ويمكن ملاحظة الفارق الكبير في معدلات تبني الإنترنت، إذ بلغ عدد مستخدميه في ديسمبر 1995 نحو 16 مليون مستخدم، أي ما يمثل 0.4% من سكان العالم، بينما قفز هذا العدد إلى نحو 2.937 مليار مستخدم في مارس 2014، أي ما يعادل 40.7% من سكان العالم.¹

2- مراحل اتخاذ القرار حول تبني الابتكار:

حدد إيفرت روجرز خمس مراحل رئيسية تمر بها الأفراد أو المؤسسات عند اتخاذ القرار بشأن تبني ابتكار معين، وتعرف هذه المراحل بـ "عملية اتخاذ القرار الابتكاري (Innovation-Decision Process)" وهي:

1- مرحلة المعرفة (Knowledge): في هذه المرحلة يتعرف الفرد أو المؤسسة لأول مرة على الابتكار، ويبدأ بتكوين فهم أولي لطبيعته ووظيفته وكيفية استخدامه. تتضمن هذه المرحلة أنواعاً مختلفة من المعرفة، منها معرفة الوعي بوجود الابتكار، والمعرفة الإجرائية المتعلقة بكيفية استخدامه، بالإضافة إلى فهم المبادئ الأساسية التي يقوم عليها الابتكار.

¹ - Gabay J.J., **Successful cybermarketing in a Week**, London, Hodder & Stoughton, 2000, p 54.

2- مرحلة الإقناع (Persuasion): بعد اكتساب المعرفة، تتشكل في هذه المرحلة لدى الفرد مواقف إيجابية أو سلبية تجاه الابتكار. ويتأثر هذا الموقف بتقييم الفرد الشخصي، بالإضافة إلى العوامل الاجتماعية والبيئية، بما في ذلك تأثير قادة الرأي والمصادر الإعلامية.

3- مرحلة القرار (Decision): في هذه المرحلة، يتخذ الفرد أو المؤسسة قرارا بتبني الابتكار أو رفضه، بناء على تقييم دقيق للمزايا، والتكاليف، والمخاطر المحتملة. يمكن أن يكون هذا القرار فرديا أو جماعيا، وقد يخضع للتعديل مع مرور الوقت.

4- مرحلة التنفيذ (Implementation): بمجرد اتخاذ قرار التبني، تبدأ مرحلة التطبيق الفعلي للابتكار في الحياة أو العمل. قد تتطلب هذه المرحلة تعديل الابتكار أو إعادة تصميمه ليكون ملائما للبيئة أو احتياجات المستخدم، وهي عملية تعرف بإعادة الاختراع.

5- مرحلة التأكيد (Confirmation): تسعى هذه المرحلة إلى تثبيت القرار المتخذ من خلال البحث عن دعم إضافي وتقييم النتائج. إذا واجه الفرد شكوكا أو نتائج سلبية، فقد يعيد النظر في قراره السابق، مما قد يؤدي إلى الاستمرار في التبني أو الانسحاب منه¹.

وقد قدم الباحثون عدد من الملاحظات حول مراحل تبني الابتكار يمكن تلخيصها فيما يلي:

- إن المراحل الخمس لتبني الابتكار ليست منفصلة تماما، بل قد تتداخل مع بعضها البعض
- إن المراحل الخمس ليست متساوية الطول من ناحية الوقت.
- لوحظ أن انتشار الأفكار الجديدة عادة ما يكون بطيء في بدايته.
- لوحظ أن بعض الأفراد قد يتجاوزون مرحلة أو أكثر من مراحل التبني دون المرور بها جميعا بالترتيب.
- لوحظ أن الأفراد من الممكن أن يرفضوا فكرة جديدة في إحدى المراحل الأربع الأولى، ويعرف هذا بـ "الرفض"، أما في حال تراجعهم في المرحلة الأخيرة فيسمى ذلك بـ "عدم الاستمرار".
- لوحظ أن سلوك الاتصال للأفراد يختلف في كل مرحلة عن الأخرى، فالسلوك الاتصالي هو نوع من المصادر التي يبحث عنها الفرد للحصول على معلومات أو مساندة أو توجيه وكذلك معدل تكرار اتصاله بتلك المصادر².

- لوحظ أن الأفراد يتفاوتون في المدة التي يحتاجونها لتبني الابتكار، ويمكن تصنيفهم إلى خمس فئات رئيسية:

¹ - حسن عماد مكاي: مرجع سابق، ص 240.

² - منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 309.

1- المبتكرون (Innovators): وهم من المغامرين الذين يمتلكون مصادر مالية ويقبلون على كل ما هو جديد.

2- المتبنون الأوائل (Early Adopters): وهم ممن يرون في الابتكارات مزايا استراتيجية واضحة، وغالبا ما يعدون من قادة الرأي في مجتمعاتهم.

3- الأغلبية المتقدمة (Early Majority): وهم من المستخدمين التابعين للمستخدمين الأوائل/ المتبنون الأوائل، وهم يمتازون بالحذر في تعاملهم مع كل ما هو جديد أو مبتكر.

4- الأغلبية المتأخرة (Late Majority): وهم ممن لا يقدمون على تبني أي ابتكار إلا عندما يتأكدون من عدم وجود خسائر محتملة.

5- المتفاعلون / المتخلفون (Laggards) وهم غالبا ما يكونون من المهمشين اجتماعيا، وليس لديهم أي رأي قيادي أو ميل للقيادة أو عملية اتخاذ القرار.

كل فئة تتميز بمميزات تختلف عن الفئة الأخرى في السلوك الاتصالي من حيث المصادر التي يلجئون إليها وكذلك معدل تكرار اتصالاتهم بتلك المصادر ، كما تتميز كل فئة من هذه الفئات أيضا بخصائص وسمات تميزها عن بعضها البعض من حيث السن، والمستوى المادي، والتعليمي، والاجتماعي، والثقافي عموما.¹

3- مقارنة بين مراحل اتخاذ القرار بشأن الابتكار ومراحل تبني الابتكار

تشكل كل من مراحل اتخاذ القرار بشأن الابتكار ومراحل تبني الابتكار ركيزتين أساسيتين في نظرية انتشار المبتكرات كما صاغها "إيفرت روجرز"، غير أن لكل منهما زاوية تحليلية مختلفة تساهم في فهم سلوك الأفراد أو المؤسسات تجاه الابتكارات. فمراحل "اتخاذ القرار بشأن الابتكار" تركز على الآلية العقلية والإجرائية التي يمر بها الفرد من لحظة التعرض للابتكار حتى اتخاذ القرار النهائي بشأن قبوله أو رفضه، وتشمل خمس مراحل رئيسية: المعرفة، الإقناع، القرار، التنفيذ، والتأكيد. في المقابل، تمثل "مراحل تبني الابتكار" توصيفا أكثر سلوكيا ونفسيا لسيورة التفاعل مع الابتكار، حيث يمر الفرد عبر مراحل تدريجية تبدأ بالوعي بوجود الفكرة، ثم الاهتمام بها، فالتقييم، فالتجريب، وصولا إلى التبني الفعلي.

¹ - نفس المرجع، ص (310-311).

ويلاحظ أن مراحل اتخاذ القرار تركز على طبيعة القرار نفسه، وتفترض مسارا منطقيًا ومنهجيًا قد يتضمن الرجوع أو التأكيد، في حين أن مراحل التبني تعكس سيورة التغيير السلوكي والانفعالي التي يعيشها الفرد أثناء تفاعله مع الفكرة الجديدة. وعلى الرغم من اختلاف المداخل، إلا أن المسارين متكاملان من حيث التفسير النظري، إذ تعد مراحل التبني بمثابة تجسيد سلوكي للمراحل الذهنية في عملية اتخاذ القرار.

مخطط توضيحي للفرق بين مراحل اتخاذ القرار ومراحل تبني الابتكار

مراحل اتخاذ القرار	الوظيفة	مراحل تبني الأفكار	الوظيفة	الفرق بين المرحلتين
المعرفة	التعرف العقلي الأولي على الابتكار	الوعي	الإحساس بوجود فكرة أو شيء جديد حوله	المعرفة تعتمد على المعلومة / الوعي يعتمد على الإحساس الأولي
الإقناع	تكوين موقف إيجابي أو سلبي تجاه الابتكار	الاهتمام	رغبة في معرفة المزيد حول الابتكار	الإقناع موقف عقلي/عاطفي، بينما الاهتمام دافع استكشافي
القرار	اتخاذ قرار عقلائي بالتبني أو الرفض	التقييم	تحليل الفوائد والمخاطر بناء على المعرفة والانطباع	القرار نتيجة نهائية / التقييم خطوة تسبق القرار
التنفيذ	التطبيق العملي للابتكار	التجريب	تجربة الابتكار في الواقع بشكل محدود	التنفيذ أشمل وتطبيقي / التجريب محدود ومؤقت
التأكيد	مراجعة القرار وتعزيزه أو التراجع عنه	التبني	اعتماد الابتكار نهائيًا ودخوله في السلوك	للتأكيد مرحلة مراجعة / التبني مرحلة الترسخ النهائي

مخطط توضيحي رقم (01) للفرق بين مراحل اتخاذ القرار ومراحل تبني الابتكار من اعداد الباحثة

ومنه نستنتج أن مدخل انتشار المبتكرات يسمح للمتلقي بالتعرف على المبتكر الجديد بشكل جيد عن طريق وسائل الاعلام ويتيح له فرصة التفكير المعمق حول السلعة أو الفكرة أو الخدمة المقدمة كما يساعد الاتصال الشخصي في تشكيل المواقف حول هذا المبتكر وتدعيم الاتجاهات وإقناع الفرد على التبني.

4- أهمية مراحل تبني الابتكار في نظرية انتشار المبتكرات

تعتبر مراحل تبني الابتكار من الركائز الأساسية في نظرية انتشار المبتكرات لما لها من أهمية في فهم السلوك الاتصالي والنفسي الذي يسلكه الأفراد أو المؤسسات عند التفاعل مع الأفكار أو التقنيات الجديدة. وتكمن أهمية هذه المراحل في كونها توفر إطاراً منهجياً لتحليل كيف ولماذا يتم تبني الابتكار، كما تساعد على تحديد العوامل المؤثرة في سرعة أو بطء عملية التبني، ومن خلال متابعة هذه المراحل الخمس المتتالية (الوعي، والاهتمام، والتقييم، والتجريب، والتبني)، يمكن للباحثين والممارسين فهم الفروق الفردية في استجابات الأفراد تجاه التغيير، وتطوير استراتيجيات فعالة للتواصل ونشر الابتكارات. كما تساهم هذه المراحل في تعزيز القرارات المستنيرة، من خلال تمكين الأفراد من المرور بتجربة معرفية وسلوكية تدريجية تضمن درجة أعلى من الفهم والاقتران قبل اتخاذ قرار التبني النهائي. وبهذا، فإن معرفة هذه المراحل لا تكتفي بتفسير ظاهرة التبني، بل تتيح أيضاً التدخل الإيجابي لتحسين فرص نجاح الابتكار في السياقات الاجتماعية أو المؤسسية¹.

أما عن العوامل المؤثرة في قبول أو انتشار المبتكرات نجد:

أ- الميزة أو الفائدة النسبية: وهي عبارة عن الفائدة الاقتصادية التي تعود على الشخص الذي يتبنى الفكرة أو الأسلوب.

ب- الملائمة: هي درجة الصعوبة النسبية للفكرة على الفهم والاستخدام.

ت- القابلية للتقسيم والتجزئة: هي أن الأفكار والأساليب المستخدمة التي يمكن تجريبها مجزأة تكون على العموم أسرع في التبني للأفراد والمجتمعات من الأفكار والأساليب التي لا يمكن تجزئتها.

ث- قابلية التداول: وهي عبارة عن سهولة نشر وتداول الفكرة والأساليب المستحدثة بين الأفراد.²

المبحث الثالث: مزايا النظرية والانتقادات الموجهة لها.

1- مزايا النظرية:

تعتبر نظرية انتشار المبتكرات (Diffusion of Innovations Theory) من أبرز النظريات التي ساهمت في تفسير كيفية تبني الأفراد والمؤسسات للأفكار والتقنيات الجديدة أو المستحدثة، وذلك بفضل شموليتها وإمكاناتها التفسيرية العالية. ومن أهم مزايا هذه النظرية هي قدرتها على تقديم نموذج ديناميكي يوضح

¹ - حسن عماد مكاي، لبللى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 2017، ص 245.

² - محمد بوحوالي، مرجع سابق، ص 181.

مراحل التبني ابتداء من المعرفة وانتهاء بالتبني أو الرفض، كما تتميز بتصنيفها الدقيق للفئات الاجتماعية وفقا لسرعة التبني (المبتكرون، المتبنون الأوائل، الأغلبية المبكرة، الأغلبية المتأخرة، المتأخرون)، وهو ما يتيح فهما معمقا للفروقات الفردية والاجتماعية في التعامل مع الابتكارات. كذلك، تساعد النظرية على تطوير استراتيجيات اتصالية فعالة تسهل عملية نشر الابتكارات، من خلال التركيز على دور قادة الرأي والمصادر الإعلامية، كما ساهمت هذه النظرية في مجال الاعلام والاتصال في معرفة كيفية تبني الأفراد لوسيلة من وسائل الاتصال الجديدة دون غيرها كالفصائيات أو شبكة الانترنت في ضوء مراحل التبني السابقة.¹

2- الانتقادات الموجهة للنظرية:

لقيت نظرية انتشار المبتكرات عدة انتقادات، أبرزها تركيزها الزائد على التبني كعملية خطية ومنظمة، في حين أن الواقع العملي غالبا ما يتسم بالتعقيد والتفاعل المتبادل بين المبتكرين والجمهور. كما تنتقد النظرية لاعتمادها على منظور فردي نفسي يغفل في بعض الأحيان البعد البيئي والسياسي الثقافي والاجتماعي الذي يؤثر على عملية التبني، كما يرى بعض الباحثين أن النظرية تنطوي على نزعة معيارية تفترض أن الابتكار دائما إيجابي ويستحق التبني، دون النظر في تأثيراته السلبية أو التفاوت في قدرات الأفراد على الوصول إليه، بالإضافة إلى ذلك إيمان الباحثين وعلى رأسهم "روجرز" بقوة تأثير وسائل الاتصال على قادة الرأي، أي أن هذه النظرية أخذت مبدأ سريان المعلومات في اتجاه واحد أي من الحكومة ومراكز التنمية إلى الجمهور.

المبحث الرابع: علاقة نظرية انتشار المبتكرات بموضوع الدراسة.

تعتمد هذه الدراسة على نظرية انتشار المبتكرات "إيفرت روجرز"، بوصفها إطارا نظريا مناسباً لتحليل واقع مصادر المعلومات الصحفية في ظل التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، خصوصا في السياق المهني للصحف اليومية الجزائرية. وتكمن أهمية هذه النظرية في قدرتها على تفسير الكيفية التي يتم بها تبني الابتكارات داخل النظم الاجتماعية، ولماذا يحدث هذا التبني، ما يسمح بفهم أعمق لكيفية تفاعل رؤساء تحرير الصحف الجزائرية مع المستجدات الرقمية في مجال جمع المعلومات الصحفية، معالجتها، وتوظيفها، ومدى استفادتهم من الإمكانيات التي توفرها المستحدثات التكنولوجية في العمل الصحفي.

تبرز فعالية النظرية كذلك في تحليل المسار الإدراكي والسلوكي الذي يمر به الصحفيون، لا سيما على مستوى القيادة التحريرية (رئيس التحرير)، وذلك عبر مراحل التبني الخمس التي حددها روجرز: المعرفة، الإقناع، القرار، التنفيذ، والتأكيد. ومن خلال هذه المراحل، يمكن تتبع كيفية تعامل المسؤولين عن التحرير مع المصادر الرقمية

¹ - ديفلر ملفين وروكيثش ساندرا: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤف، دار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991، ص312.

مثل قواعد البيانات الإلكترونية، المنصات الإخبارية، أدوات البحث المتقدم، وتقنيات الاستخبارات مفتوحة المصدر (OSINT)، مع فهم الاختلافات في الاستجابة لهذه الابتكارات، تبعا لانتماء كل منهم إلى إحدى فئات التبني الخمس: المبتكرون، المتبنون الأوائل، الأغلبية المبكرة، الأغلبية المتأخرة، المتأخرون.

كما تسلط النظرية الضوء على درجة الاعتماد والاندماج داخل غرف التحرير بين ما هو تقليدي وما هو رقمي، مما يجعلها أداة تحليلية فعالة لتفكيك التحولات الجارية في بنية الإنتاج الصحفي، ولتقييم مدى التكيف المؤسسي والفردية مع متطلبات البيئة الإعلامية الرقمية.

ومن خلال هذا الإطار النظري، تسعى الدراسة إلى تناول علاقة رئيس التحرير في الصحف الجزائرية بوسائل التكنولوجيا الجديدة، وذلك من خلال تفاعله مع خدماتها المتعددة، مع التركيز على الصحافة المكتوبة، وما طرأ عليها من تأثيرات في ظل هذا التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال.

إن نموذج انتشار المبتكرات يفسر التغير الحاصل في المشهد الإعلامي باعتباره نتيجة لتطور تقنيات الاتصال الحديثة، والتي تعد وسائل مستحدثة تتطلب في توظيفها المرور بمراحل التبني المعروفة، بدءا من مرحلة الوعي، وصولا إلى اتخاذ قرار التبني، ومن ثم نشر الابتكار.

وتكمن العلاقة بين مدخل انتشار المبتكرات وهذه الدراسة التي تتناول "واقع مصادر المعلومات الإعلامية في ظل التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال"، في أن الوسائل الإعلامية الجديدة المنبثقة عن التطور التكنولوجي تمثل أفكارًا وتقنيات حديثة، تُعنى بعرض ومعالجة ونشر مضامين مبتكرة.

ورغم أن مصادر المعلومات الصحفية كانت موجودة من قبل، إلا أن الوسائط التكنولوجية الحديثة ساهمت في نشرها بطرق جديدة، وبأساليب مبتكرة، تسعى إلى الوصول إلى المعلومة وتقديمها عبر منصات إلكترونية تفاعلية، بغرض استمالة القارئ، وتحقيق التفاعل معه.

وبناء على ما سبق، سيتم توظيف نظرية انتشار المبتكرات كأداة تفسيرية لتحليل نتائج الدراسة الميدانية، من خلال تفكيك سلوكيات رؤساء تحرير الصحف اليومية الجزائرية في تعاملهم مع المصادر الرقمية للمعلومات، وفهم مواقفهم من تبني التقنيات الجديدة في جمع الأخبار ومعالجتها. كما ستستخدم النظرية لرصد أنماط التفاعل بين المصادر الرقمية والتقليدية، ومدى تحقيق التكامل أو التنافر بينهما، بما يعكس مدى نضج البيئة المهنية في غرف التحرير، وقدرتها على التكيف مع التغيرات المتسارعة التي فرضتها التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

الفصل الثاني

ماهية التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال

المبحث الأول: مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وأهميتها

المبحث الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخصائصها

المبحث الثالث: وظائف التكنولوجيات الجديدة في العمل الصحفي

المبحث الرابع: تأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على العمل الصحفي

المبحث الخامس: وسائل التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال

الفصل الثاني: ماهية التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال

عرف عالم الإعلام والاتصال خلال العقود الأخيرة تحولات جذرية غيرت بشكل جذري من طبيعة الإنتاج الإعلامي وطرق تداوله بين الناس. ولقد أعادت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال تشكيل البيئة الإعلامية بشكل كامل من خلال إدخال أدوات وتقنيات حديثة تسمح بتسريع نقل المعلومات، وتوسيع نطاق التفاعل بين المنتجين والمستهلكين، وخلق فضاءات جديدة للنشر والتعبير. هذه التغيرات لم تقتصر على الجانب التقني فحسب، بل تعدتها إلى التأثير على مضمون الصحافة وأدوار الصحفيين، فضلا عن كيفية وصول الجمهور إلى الأخبار والمعلومات.

إن فهم ماهية هذه التكنولوجيات الجديدة ودراسة مراحل تطورها وخصائصها يعد أمرا مهما لأي بحث يرمي إلى تحليل تأثيرها على العمل الصحفي في العصر الرقمي. لذلك، يتناول هذا الفصل دراسة شاملة لمفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، تطورها التاريخي، خصائصها المميزة، ووظائفها المتعددة، وصولا إلى تأثيرها المباشر على مهنة الصحافة في ظل البيئة الرقمية المتسارعة.

المبحث الأول: مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال

1. تعريف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال:

إن الحتمية التكنولوجية التي نعيشها حاليا، تعني بأن التكنولوجيا شكل من أشكال التطور البشري، حيث ان العديد من الباحثين يعترفون بأن التكنولوجيا لم تعد فقط شرطا من شروط الحضارة المتقدمة، بل تعدى ذلك الدفع المتسارع من الاختراعات التكنولوجية الى تغيير النظم الثقافية التقليدية مع نتائج وعواقب اجتماعية غير متوقعة¹.

وعليه لتحديد مفهوم كامل وشامل للمصطلح يتطلب منا حتى يتضح الأمر بصورة جلية تتبع مسيرة حياة المصطلح ككل، ودلالاته من حيث المبنى والمعنى. وقبل تعريف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال سنحدد أولا ماهية التكنولوجيا عموما، حيث أن الشيء الجديد في التكنولوجيا هو اللفظ ذاته أما الظاهرة نفسها فهي قديمة قدم الإنسان.

¹ - Marcel Danesi: **Dictionary of media and communication**, M.E.Sharpe, Armonk, Newyork, 2009, p28.

1.1- مفهوم التكنولوجيا:

أول ظهور لمصطلح التكنولوجيا "Technology" كان في ألمانيا عام 1770، وهو مركب من مقطعين (Techno) وتعني في اللغة اليونانية "فن" أو "صناعة يدوية" و (Logy) وتعني علم أو نظرية وينتج عن تركيب المقطعين معنى "علم الصناعة اليدوية" أو "العلم التطبيقي" وليس لديها مقابل أصيل في اللغة العربية بل عربت بنسخ لفظها حرفياً¹. وعليه فإن المعنى الإجمالي للمصطلح، هو كل معرفة فنية تنطوي على منطق وتبعث حولها جدلاً، أو هو "علم التشغيل الصناعي"².

أما معجم Webster "فالتكنولوجيا" هي اللغة والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، فضلاً عن كونها مجموعة من الوسائل المستعملة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم³.

اصطلاحاً: التكنولوجيا هي نسق من معارف تقنية مستمدة من علوم مختلفة وتهدف كلها إلى غاية واحدة وهي تطوير الانتاج وتنويع وسائله وتحديد دور الانسان فيه وهي سمة من سمات العصر الحالي⁴.

كما يعرفها عبد الغفور عبد الفتاح قاري في معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات بأنها مصطلح عام يشير إلى استخدام التقنية الاستخدام الأمثل في مختلف مجالات العلم والمعرفة من خلال معرفتها وتطبيقها وتطويرها لخدمة الانسان ورفاهيته⁵.

يرى القضاة أن التكنولوجيا هي توظيف المعارف العلمية لتلبية حاجات الانسان وتنمية المجتمع⁶.

¹ - فضيل دليو: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة، ط 1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 13.

² - William and Hemingway Betin, *Encyclopedia, INS*, vol. 18, USA, 1975, p. 21

³ - Webster *Illustrated Contemporary Dictionary on Encyclopedic*, ed. Ferguson Publishing Co., USA, 1982, p. 755.

⁴ - مصلح الصالح: قاموس الشامل، قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، الإنجليزي عربي، ط 1، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية، 1999، ص 554.

⁵ - عبد الغفور عبد الفتاح قاري: معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، السلسلة الثالثة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000، ص 279.

⁶ - خالد القضاة: التقنيات الحديثة وانعكاساتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ط 1، دار اليازوري العلمية، عمان، 1997، ص 57.

أما المفهوم الحديث للتكنولوجيا فيشمل الابداع بالإضافة الى الاقتباس والاستيعاب، فالتكنولوجيا هي عبارة عن جميع الاختراعات والابداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي والاجتماعي، والتي تتم من خلاله مراحل النمو المختلفة.¹

1. 2- تعريف تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

تجدر الإشارة الى مفهوم "تكنولوجيا الاعلام والاتصال" ورمزه "TIC/ICT" ليس مفهوماً وحيداً المعنى والتخصص، فهو من اهتمام عدة تخصصات: الرياضيات، الاعلام الآلي، الاتصال، علم الاجتماع، هندسة الاتصالات... ولقد ظهر مفهومه في الثمانينيات من القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية باسم مصطلح "تكنولوجيا الاعلام Information Technologies" أو "IT" الناتج عن دمج الحواسيب بالخطوط الهاتفية، ثم في اليابان باسم "الكومبيوتر والاتصال" ولاحقاً في أوروبا باسم الاعلام الآلي والاتصالات عن بعد، زأخيراً بتأثير من علوم الاعلام والاتصال شاع في أوروبا المصطلح الحالي "TIC/ICT".

لقد استعملت عبارة "تكنولوجيا الاعلام" من طرف الأمريكيين لأول مرة عام 1984، لكنها أصبحت شعبية بعد أن استخدمت في تقرير لحكومة المملكة المتحدة من قبل دينيس ستيفنسون Dennis Stevenson في عام 1997 هي عبارة عن "مجموع الآلات والأليات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات، كل تلك التي تخلق لأغراض الإنتاج والبحث والحرب".²

1. 3- التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال "NTIC/NICT":

ان ربط مفهوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال بمصطلح "الجديدة" تبعاً لطبيعة هذا العمل جعل العالم أمام موضوع اتصالي معلوماتي أكثر أهمية وحدائية.

بدأ هذا المفهوم يفرض نفسه بقوة منذ النصف الثاني من القرن العشرين، تزامناً مع ما شهدته الخريطة الاتصالية العالمية من قفزات تكنولوجية وإعلامية متسارعة غير مسبقة، فقد شكل اطلاق الأقمار الصناعية

1 - محمد الفاتح حمدي وآخرون: مرجع سابق، ص 02.

2 - جلاب مصباح، ديدوش الهاشمي: مفاهيم حول تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسولوجية والتنمية الإدارية، المجلد 2، العدد 2، 2019، ص 11.

للاتصالات في الألفية الثالثة، نقطة تحول بارزة في تاريخ الاتصال ونتيجة لذلك، أصبحت تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة عنصرا ملازما لمختلف مظاهر الحياة العصرية نظرا لما أحدثته من تحولات جوهرية في أنماط التواصل، وآليات إنتاج المعلومات، وتداولها.¹ يعرفها الباحث معالي فهمي خيضر التكنولوجيا الجديدة للإعلام بأنها "جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل وتخزين ونقل المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم في عمليات الإعلام."²

ولذلك ليس من الغريب أن تجد من المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال من يفرق بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تشمل الوسائل ما قبل الالكترونية كالصحف والمجلات ... وبين تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة التي تخص الوسائل الالكترونية (راديو، تلفزيون، انترنت) مع الإشارة هنا إلى ان تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة بمعناها المعاصر يفترض في مكوناتها الدعامة الالكترونية، كما أن معناها الواسع يشير إلى "مجموع الأدوات المتعلقة بعمليات التخزين، المعالجة، تبادل المعلومات الرقمية مهما كان شكلها من وسائل الإعلام الرقمية والهاتف الثابت والمحمول إلى الانترنت مروراً بالبطاقات الالكترونية وأنظمة المحاضرات السمعية البصرية عن بعد."³

لقد أدى التطور التكنولوجي للاتصالات والمعلوماتية إلى ظهور وسائل وتطبيقات اتصالية جديدة أطلق عليها البعض اسم "التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال NTIC" وهي تعني أساسا تلك الموصولة بالكمبيوتر ولها آثار عدة، تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموما وتنظيم المؤسسات خصوصا.⁴

ومن المنظور الإعلامي يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام هي مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المكتوبة أو المسموعة أو المصورة أو

¹– Greenes, Robert A., & Shortliffe, Edward H. (1990). "Medical Informatics: An Emerging Discipline with Academic and Institutional Perspectives", *Journal of the American Medical Association*, Vol. 263, No. 8, p. 114

² – بومعيل سعاد، فارس بوباكرة: أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجنت، جامعة تلمسان، العدد 03، مارس 2004، ص 205.

³ – فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، مخبر علم الاجتماع، قسنطينة، 2007، ص 17.

⁴ – فضيل دليو: الاتصال، مفاهيمه، نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 63.

المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب، لنشرها أو نقلها من مكان لآخر أو تبادلها.¹

تكنولوجيا الاعلام والاتصال بهذا المعنى تشير إلى كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الالكتروني والتكنولوجيا السلوكية واللاسلكية والالكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على انتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها واسترجاعها بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معا.²

وقد لخص عبد الهادي عثمان تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة في: القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها نقل وبث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر.

نستنتج من التعاريف السابقة أن التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال عبارة عن "عملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق اهداف معينة".³

ومن هذا المنطلق يفهم مصطلح التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على أنه كل التكنولوجيات بشقيها المادي والمعرفي المتعلقة بعمليات الإنتاج تبادل المعلومات والتي تجمع بين ثلاثة مجالات تقنية وهي الاتصال عن بعد **Télécommunication**، السمعي البصري **Audio-Visuelle**، الاعلام الألي **Informatique** ميزتها التفاعل واللاتزامن.⁴

وبناء على ذلك، تشير التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال إلى مجموعة من الأدوات والتقنيات الرقمية الحديثة التي تستخدم في إنتاج ونقل وتبادل المعلومات والرسائل عبر وسائل متعددة ومتنوعة. وتتميز هذه التكنولوجيات بقدرتها على دمج الصوت والصورة والنصوص في بيئات تفاعلية تسمح بتواصل أسرع وأكثر شمولاً مقارنة بالوسائل التقليدية. ومن أبرز هذه التكنولوجيات: الإنترنت، شبكات الهواتف المحمولة، الحوسبة

¹ - محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 139.

² - عصام سليمان الموسى: ثورة وسائل الاتصال وانعكاساتها على مراحل تطور الاعلام، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، عدد 27، القاهرة، 2000، ص ص (102-103).

³ - رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 97.

⁴ - سعد لبيب: تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، ط 1، القاهرة، 2003، ص 125.

السحابية، وسائل التواصل الاجتماعي، وتقنيات البث الرقمي، بالإضافة إلى برمجيات وأجهزة متطورة تسهل جمع البيانات وتحليلها ونشرها.

وتعتبر هذه التكنولوجيات من العوامل الحاسمة في إعادة تشكيل مشهد الإعلام والاتصال، حيث أحدثت تحولات نوعية في طبيعة المحتوى، وأنماط استهلاكه، وأدوار الفاعلين الإعلاميين، مما أثر بشكل مباشر على كيفية تفاعل الجمهور مع المعلومات وتلقيها.

2. أهمية التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال:

تكتسي التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال أهمية بالغة في العصر الرقمي، نظرا لقدرتها على إحداث تحولات جذرية في بنية الاتصال وأساليبه ومجالاته فقد أصبحت هذه التكنولوجيات مكونا بنويا في الفعل الاتصالي، حيث تجاوزت وظيفتها كأدوات تقنية مساعدة لتتحول إلى آليات فاعلة في إنتاج المعلومات ومعالجتها ونشرها في الزمن الحقيقي وعلى نطاق واسع، كما تكمن أهميتها الأساسية في تعزيز الوصول الفوري إلى المعلومة، وتوسيع دوائر التفاعل والمشاركة بين مختلف الفاعلين الاتصاليين، مما يساهم في بناء نماذج اتصال أكثر انفتاحا وتشاركية.

وفي مجال العمل الإعلامي على وجه الخصوص، أحدثت هذه التكنولوجيات تحولا جذريا في آليات إنتاج الأخبار ونشرها وتوزيعها. فقد مكنت الصحفيين من الوصول إلى كم هائل من المعلومات من مصادر متنوعة وفي وقت قياسي، وسهلت عليهم عمليات التحقق والتدقيق من البيانات باستخدام أدوات رقمية متقدمة، كما وفرت منصات بديلة للنشر تتجاوز الوسائط التقليدية، مما أتاح للمؤسسات الإعلامية توسيع جمهورها وتعزيز تفاعل المتلقين مع المحتوى.

إضافة إلى ذلك، ساعدت هذه التكنولوجيات على تطوير أساليب السرد الصحفي من خلال دمج الوسائط المتعددة (Multimedia) مثل النص، الصورة، الفيديو، والرسوم التفاعلية، مما زاد من جاذبية المادة الإعلامية وعمق من قدرتها على التأثير.¹

لم تقتصر أهمية التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على الجانب المهني فحسب، بل امتدت أيضا إلى البعد المجتمعي، حيث أصبح الجمهور أكثر قدرة على التفاعل والمشاركة وصناعة المحتوى، مما أعاد تشكيل العلاقة بين الصحفي والمتلقي، وجعل العملية الاتصالية أكثر ديمقراطية وتشاركية.

¹ - محي الدين إسماعيل، محمد الديهي: تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، جامعة القاهرة، 2015، ص ص 7-8.

ساهمت في تحسين الجودة وتسريع أوقات تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات العمل والتأخيرات في العمل.

وأخيراً، ساعدت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في تحقيق ميزة التنافسية وبغية المحافظة على البقاء والاستمرارية.¹

وعليه، فإن التكنولوجيات الجديدة لا تعد فقط أدوات تقنية، بل تمثل قوة محركة للثقافة والاقتصاد والسياسة، بما أحدثته من تغيرات عميقة في أنماط الاتصال وأساليب إنتاج المعرفة، وساهمت في نشوء فضاءات إعلامية جديدة تتجاوز الحدود التقليدية الزمانية والمكانية.

المبحث الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخصائصها.

1- مراحل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال

لكي ندرك حجم التحولات التي بلغها قطاع الإعلام والاتصال في العصر الرقمي، من الضروري أن نقيم نظرة مرجعية نتبع من خلالها التطور التاريخي لوسائل الاتصال الإنساني، باعتبارها نتاجاً متغيراً للتطورات الثقافية والاجتماعية والتكنولوجية عبر العصور.

لقد رافقت وسائل الاتصال الإنسان منذ بدايات وجوده، وتطورت بتطوره، حيث مرت بعدة مراحل متعاقبة. فقد صنّف "مارشال ماكلوهان" هذه المراحل في أربع محطات رئيسية:

- المرحلة الشفوية: أي مرحلة الحياة القبلية التي تعتمد كلية على الاتصال الشفهي.
- مرحلة الكتابة: ظهرت في اليونان القديمة، وقد استغرقت معظم التاريخ البشري أي نحو ألفي عام.
- مرحلة الطباعة: من سنة 1500م إلى 1900م تقريباً.
- مرحلة الوسائل الالكترونية: وتبدأ مع القرن العشرين حتى الآن.²

¹ - غسان قاسم داود اللامي: إدارة التكنولوجيا: مفاهيم، ومداخل تقنيات تطبيقات علمية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص41.

² - خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين، للطبع والنشر والتوزيع القاهرة، ط 1، 2005، ص 21.

الملاحظ أن الوقت الحاضر بالنسبة لماكلوهان يتوقف عند منتصف السبعينات، فالفترة التي تلتها قد عرفت تطورات تكنولوجية كبيرة، أما "أنتوني سميث" فقد قدم هو الآخر رؤية مفادها أن الاتصال الإنساني قد مر بثلاث مراحل تكنولوجية وهي مرحلة الكتابة، مرحلة الطباعة، مرحلة الحاسبات الالكترونية. ومن جهته يرى المفكر "ألفين توفلر" في تقسيمه مراحل تطور الاتصال الإنساني إلى ثلاث مراحل وهي الثورة الزراعية، الثورة الصناعية والثورة الالكترونية أو المعلوماتية.¹

انطلاقاً من الرؤى السابقة، يمكن تقسيم المراحل التي مرت بها تكنولوجيا الاعلام والاتصال الى خمس مراحل وهي كالآتي:

1) المرحلة الشفهية:

شهد المجتمع البشري ثورة الاتصال الأولى عندما استطاع الإنسان أن يتكلم، حيث أصبح ممكناً لأول مرة أن تجمع البشرية عن طريق الكلام، لتعبر في صياغة عبقرية عن رغبة الإنسان في بناء إطار موحد للتفاهم وتقاسم المعاني المشتركة، كما استعمل وسائل أخرى تقوم مقام الكلام وهي علامات يقع الاتفاق عليها مسبقاً، كإشعال النار على قمم الهضاب وكصوت الدفء للإشعار بالخطر أو الفرح، وهذه الوسائل وإن كانت اكتشافات لأن الإنسان لم يستعملها إلا بعد فترة طويلة من حياته الاجتماعية، فهي غير متطورة ولم تفتح له أفاق واسعة للاتصال، فهي وسائل أشد الارتباط بحاسة البصر أو السمع، وبقدرة المحلية الفطرية، لذلك لم تغير من نوعية الاتصال الذي بقي شخصي.² وبالتالي كانت ثورة الاتصال الأولى هي ثورة اللغة.

2) المرحلة الكتابية:

جاءت ثورة الاتصال الثانية مع اكتشاف الكتابة، حيث فيها تعرف الإنسان الكتابة وأصبحت حاسة البصر الحاسة الأداة الأساسية للتواصل، ويعد السومريون من أوائل الشعوب التي ابتكرت طريقة للكتابة في العالم وسميت بالكتابة السومرية، إذ تمكنوا من النقش والكتابة على الطين اللين، منذ حوالي الألفية الرابعة قبل الميلاد، وقد ساهمت هذه الألواح في حفظ وتوثيق الفكر السياسي والاجتماعي والفلسفي في مراحل الأولى.³

ومنذ ذلك الحين، مرت الكتابة بالعديد من المراحل قبل أن تستقر على ماهي عليه الآن، فقد انتقلت من الكتابة التصويرية أو الوصف التصويري إلى نظم علم الصوتيات، ومن التعبير عن الأفكار المعقدة بالصور أو

¹ - بوبكر بوعزيز: مرجع سابق، ص 56.

² - زهير احداث: مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 1993، ص 19.

³ - حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993، ص 42.

الرسومات المعبرة إلى استخدام الحروف البسيطة للتعبير عن أصوات محددة،¹ وتعتبر الرسومات الدقيقة للحيوانات ومشاهد الصيد أقدم المحاولات لتسجيل المعلومات حتى يمكن استعادتها فيما بعد، وبعد اختراع الكتابة كان لابد من إيجاد وسائل لحفظ ونقل واسترجاع المعلومات، ومن أقدم هذه الوسائل نجد الحجر ثم الطين والفخار في عهد الكتابة المسمارية ثم حدث تحول كبير في وسائل حفظ وتخزين المعلومات، حيث انتقلنا إلى وسائل أنجح وأقدر على صمود أمام العوامل الطبيعية كالورق، مما فتح الباب أمام تغير كبير.² ظهر أول مصنع لإنتاج الورق في التاريخ في مدينة سمرقند، تلتها مصانع أخرى في دمشق ومصر والمغرب، وفي منتصف القرن الثاني عشر أنشأ المسلمون مطاحن للورق في إسبانيا، وبذلك انتقلت صناعة الورق ومطاحنه إلى أوروبا.³

وبالتوازي مع التطور الذي حدث في الكتابة، نشأت الخطابة في القرن الرابع قبل الميلاد في صقلية وكان للناشرين الميحين دور كبير في انتشارها، وبعد مجيء الاسلام أعطاهم دفعا قويا لتستمر عبر الزمن، لتكون بذلك الكتابة والخطابة من أقدم تقنيات الاتصال، إذ تشير البحوث التاريخية إلى وجود تقنيات الاتصال الاجتماعي منذ زمن بعيد، كما توضح أن الكتابة والخطابة كانت الوسيلتين الأوليتين.⁴

وفي القرن الخامس عشر ظهر اكتشاف آخر اعتبره العلماء أهم إنجاز بشري على الإطلاق بالنظر لما ترتب عنه من ثورة علمية أو تقنية واجتماعية (ثورة الاتصال الثالثة)، ألا وهو اختراع المطبعة علي يد يوهان غوتنبرغ . Cautenbergue

(3) مرحلة الطباعة:

يعتبر اختراع يوحنا غوتنبرغ لآلة الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر بداية الانطلاق لانتشار المنتج الإعلامي والثقافي (الصحف، المجلات، الكتب، ...) وبرز المجتمع الجماهيري و الثقافة الجماهيرية⁵ فقد حولت الطباعة الكتاب إلى سلعة، وأنتجت مفاهيم جديدة مثل: الكتاب، الجمهور المتلقي والقارئ، وجعل عصر الطباعة الرؤية البصرية الأداة المسيطرة على حياة الإنسان، فمن خلالها يمكن الاطلاع والتعلم والتواصل والثقاف، وبالتالي التغير الاجتماعي بشكل كبير.⁶

¹ - محمد لعقاب: مجتمع الإعلام والمعلومات، دار هومة، الجزائر، 1998، ص 13.

² - زهير احداون: مرجع سابق، ص 17.

³ - فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة- الجزائر، 2003، ص ص (17،18).

⁴ - محمد لعقاب: نفس المرجع، ص 12.

⁵ - محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة-الجزائر، 2006، ص 8.

⁶ - علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية، دراسة الوحدة العربية، لبنان، 2005، ص 220.

وبفضل تقنيات الطباعة كان انتشار الكتابة مذهلاً، إذا تزايدت عدد الكتب المطبوعة وأصبح الكتاب وسيلة اتصال ووسيلة تبادل الأفكار مما دفع تقنيات الاتصال تدريجياً نحو التطور، وهو ما أوصلنا إلى الدخول إلى مرحلة جديدة.

(4) المرحلة الإلكترونية:

بدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة في منتصف القرن التاسع عشر، واستمرت حتى أوائل التسعينات من القرن الماضي. حيث بدأت بتجارب واكتشافات واختراعات في الاتصالات السلكية واللاسلكية، وانتهت بالاستقرار والانتشار للأجهزة الاتصالية الجماهيرية، التي تشكل لب الثورة الاتصالية الآن. ويطلق عليها مرحلة الاتصالات السلكية واللاسلكية، أو الثورة الاتصالية، أو الانفجار الإتصالي، أو مرحلة الدوائر الإلكترونية، أو مرحلة الوسائل الجماهيرية.

ظهر في هذه المرحلة التلغراف كأداة اتصال عبر شبكات من الأسلاك، واستطاع غراهام بل عام 1876م أن يخترع التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة، وأمكن من خلالها أن تصل أطراف نائية بواسطة البرق والهاتف والمذياع، ثم استخدمت تكنولوجيا أخرى هي الكاميرا في مجال السينما التي افتتحت في باريس عام 1895م من طرف الأخوان لوميير، ثم تلتها الإذاعة، ثم تم التوصل إلى التلفزيون وبعده التلكس.¹ وتبدأ بعد ذلك أنظمة الاتصالات عبر القارات، متمثلة في الكابل البحري ثم الأقمار الصناعية، والألياف البصرية، والفيديو كاسيت، والفيديو ديسك والتلنتكست والفيديوتكس، وبفضل الامتزاج بين الوسائل الرقمية مثل الحاسبات الإلكترونية وغيرها من التقنيات ظهر مجتمع المعلومات، الذي تتزاج فيه نظم الاتصال ومعالجة البيانات، وتمكن الفرد من الوصول إلى بنوك المعلومات في أي مكان في العالم، فمجتمع المعلومات يتيح للفرد إمكانية توظيف وضبط تواصله ليس مع الأفراد فقط بل مع مؤسسات الإعلام والمعلومات، كما غير في أشكال وإنتاج وبث واستهلاك المعلومات.²

(5) المرحلة التفاعلية:

وقد بدأت هذه المرحلة في منتصف الثمانينات ومازالت مستمرة حتى الآن، حيث شهدت هذه الفترة تقدماً في مجال التكنولوجيا يعادل كل ما تحقق في قرون عديدة سابقة، ولعل من أبرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال. ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام

¹ - حمدي حسين: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991، ص1.

² - Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), **Vers les sociétés du savoir : la science et la culture**, Paris, UNESCO, 2005, pp. 18-35.

الحاسب الإلكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح، وبأسرع وقت ممكن.

أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في استخدام الأقمار الصناعية والألياف البصرية، ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية، ويطلق على التكنولوجيا السائدة أو المميّزة لهذه المرحلة بالتكنولوجيا الرقمية (digital technologie) أو التكنولوجيا التفاعلية (interactive technologie) أو التكنولوجيا متعددة الوسائط

(multimedia Technologie) ¹ وقد بدأت هذه المرحلة بتقنية النشر المكتبي باستخدام الحاسبات الإلكترونية في عمليات النشر، بداية من عملية الكتابة والتحرير إلى غاية عملية الطبع، مما يوفر وقت وجهد كبيرين ²

وتتابعت بعد تقنية النشر المكتبي تقنيات النشر الإلكتروني، نتيجة امتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني، حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون أو وسيلة العرض المتصل بالحاسب الإلكتروني، لكي يتسلمه المستفيد في أي مكان وفي الوقت الذي يناسبه، وبالكمية والتنوعية التي يرغب فيها. ³

كما ظهرت التكنولوجيا الجديدة في مجال الخدمة التلفزيونية مثل خدمات التلفزيون الكابلي (التلفزيون السلكي أو الجماعي)، الذي يتيح نحو مئة قناة تلفزيونية، والذي عرف بأنه تلفزيون الحرية والتنوع وإرضاء أذواق الفئات المتعددة، ويمكن للمشاهد من الاشتراك في قناة تلفزيونية أو أكثر مقابل الدفع. ولم يتوقف التطور في مجال التلفزيون في هذا الحد، بل حدث تزاوج بين الوسائط المتعددة والتلفزيون ليكونان التلفزيون التفاعلي، هذا الجهاز التلفزي الذي أصبح يقوم بوظائف كبيرة، فهو كومبيوتر وهاتف وفاكس وفيديو وتلفزيون، ينقل المعلومة في اتجاهين فمحتوى برامج هذا التلفزيون تتغير حسب الطلب. ⁴ وحدثت تطورات كبيرة في جودة الصورة التلفزيونية من خلال ما يعرف بالتلفزيون عالي الدقة (TVHD)، كذلك حققت خدمات الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية قدرا هائلا من المعلومات، والترفيه لمشاهدي المنازل مباشرة. ⁵

1 - محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2005، ص (148،149).

2 - سمير محمد محمود: الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1997، ص 46.

3 - محمد سيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2006، ص 48.

4 - مجد الهاشمي: الإعلام الدولي: الصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2005، ص 120.

5 - عبد الأمير فيصل: مرجع سابق، ص 20

ولعل أبرز مظاهر ثورة الاتصال الخامسة تتمثل في انتشار الانترنت، إذ استطاع الإنسان بواسطتها أن يلغي المسافات، ويطلع على أحداث العالم، وتطوراته في المجالات المختلفة، وأصبح للإعلام تكنولوجيا خاصة به سميت "تكنولوجيا الإعلام". والتي كانت نتيجة لالتقاء الثورات الثلاث: ثورة المعلومات وثورة تكنولوجيا المعلومات وثورة تكنولوجيا الاتصالات، والاستفادة منها في العمل الإعلامي من حيث سرعة نقل الرسالة الإعلامية وآنيته، ومن ثم تثبيت عالميتها، خصوصا مع استعمال الوسائط المتعددة (Multimédia)، باندماج النصوص والأصوات والصور الثابتة والمتحركة داخل دعامة رقمية واحدة معبئة من طرف برنامج، تعمل على عرض المعلومات بطريقة تفاعلية (interactive)، وفقا لمسارات يتحكم فيها المستخدم مما يزيد من قوة عرض المواد الإعلامية، ويزيد من خبرة المتلقي في أقل وقت ممكن وبأقل تكلفة.¹

وفي بداية التسعينات فتحت قنوات جديدة لانسياب المعلومات، وتيسير تداولها بشكل تفاعلي (حواري) بين قطاعات المجتمع المختلفة بواسطة الانترنت سميت "بطريق المعلومات السريع" أو "جادة المعلومات"،² بغية السيطرة على فيضان المعلومات، وحاجة المجتمعات والأفراد المتزايدة إلى الاتصال المباشر بمصادر المعلومات من خلال قنوات ووسائل، بأيسر الطرق وأسرعها.³ تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال جاء نتيجة متطلبات السوق المتزايدة من جهة، والتقدم التكنولوجي المتسارع من جهة أخرى. فتعقد الابتكار الصناعي وتسارع وتيرته فرض على المؤسسات تطوير آليات أكثر كفاءة للاستجابة لتغيرات السوق، في إطار ما يعرف بجذب السوق (Market Pull)، بالتوازي مع اعتماد أدوات إلكترونية متقدمة في مجالات التصميم والتطوير، وهو ما يجسد منطق دفع التكنولوجيا (Technology Push) بمعنى توفير الوسائل التي تلي حاجات ملحة. وقد أفضى هذا التفاعل إلى بروز نماذج أكثر تكاملاً للابتكار، تُعرف بنموذج الجيل الخامس، الذي يقوم على التنسيق الاستراتيجي بين الفاعلين الداخليين والخارجيين، ويعكس تحول الابتكار إلى عملية شبكية موجهة استراتيجياً.⁴

يمكن القول إن نشأة الإعلام وتطوره، ارتبط بتطورات تكنولوجية على مستوى الوسائل والمستويات الأخرى كافة، حتى يمكن القول أن وسائل الإعلام قد مرت بمرحلتين هما:

¹ - bruno havas, stephane resterer: **droit de l'information et de la communication**, ellipses marketing, paris, 2006, p110.

² - أنطوان بطرس: **جادة المعلومات: خيار مستقبلي أم شر قادم**، مجلة العربي، عدد 43، الكويت، سبتمبر 1994، ص 82.

³ - عبد المالك ردمان الدناني: **مرجع سابق**، ص 88.

⁴ - Rothwell, R., "Towards the Fifth-generation Innovation Process", *International Marketing Review*, 1994, Volume 11, numéro. 1, p. 11.

يمكن القول إن تطور الإعلام عبر التاريخ ارتبط بالتطورات التكنولوجية التي شهدتها المجتمعات الإنسانية، سواء على مستوى الوسائل أو على المستويات البنيوية والتنظيمية والمهنية. فقد ساهم التقدم التكنولوجي في إعادة تشكيل بيئة الإعلام وطرائق إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، مما يسمح بتحديد مرحلتين رئيسيتين في تطور وسائل الإعلام:

- **مرحلة وسائل الإعلام التقليدية:** وتشمل الصحافة المكتوبة، الإذاعة، والتلفزيون، وهي الوسائل التي شكّلت العمود الفقري للنظام الإعلامي خلال القرنين التاسع عشر والعشرين. وقد تميزت هذه المرحلة بسيطرة النموذج الاتصالي العمودي من المرسل إلى المستقبل، مع محدودية التفاعل واحتكار المؤسسات الكبرى لوسائل الإنتاج الإعلامي¹.

- **مرحلة تكنولوجيا الإعلام والمعلومات المتطورة:** وتمثلها بشكل خاص شبكة الإنترنت، التي ظهرت كوسيلة إعلامية جماهيرية جديدة منذ تسعينيات القرن الماضي، وجاءت محملة بإمكانات تكنولوجية غير مسبوقة، أبرزها التفاعلية، اللاتزامن، وتكامل الوسائط (Multimedia Integration)². وقد أدت هذه المرحلة إلى نشوء أنماط جديدة من الإعلام مثل الصحافة الرقمية، الإعلام التشاركي، والمنصات الاجتماعية، مما أدى إلى زعزعة النموذج الاتصالي التقليدي وفتح المجال أمام جمهور أكثر فاعلية وتأثيرًا.

وهكذا، فإن تكنولوجيا الإعلام والمعلومات لم تواكب فقط تطور الإعلام، بل كانت في كثير من الأحيان دافعًا محوريًا لتغييراته البنيوية والوظيفية، مما يجعل من فهم هذه المراحل شرطًا أساسيًا لتحليل واقع الإعلام المعاصر واستشراف مستقبله.

2- خصائص التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال:

نظرا للتطور الهائل الذي تعرفه المستحدثات التكنولوجية ووسائل الإعلام والاتصال الرقمي، فلقد شكلت هذه الأخيرة لنفسها كغيرها من وسائل الإعلام التقليدية عددا من السمات والخصائص التي ميزها عن باقي الوسائل وأثرت في بناء المفاهيم الخاصة بها وعناصرها. يتصدر هذه الخصائص ما يلي:

¹ - جمال مجاهدي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2119، ص 321.

² - عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص 261.

❖ التفاعلية: هي سمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال المواجهي، وتعني التفاعلية حسب الباحث محمد عبد الحميد "انتهاء فكرة الاتصال الخطي أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل"¹

بمعنى أن الاتصال أصبح يسير في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار ويكون لكل طرف فيها "المرسل والمستقبل" الحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها.

وقد نتج عن هذا التفاعل "انحسار تحكم الدولة في مصادر المعلومات والأخبار وأصبح الفرد مسؤولاً مسؤولية كاملة في اختيار معلوماته وبرامجه وذلك وفق اتجاهاته وإمكانياته وقدراته الإدراكية " بالتالي فإن دور المستقبل أصبح لا يقف عند حدود استقبال الرسائل بل تحول إلى مشارك ومؤثر في بناء عناصرها.² ويطلق على ممارستهم هذه بالممارسة المتبادلة أو التفاعلية. كما دخلت مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التشارك وغيرها وقد أورد الباحثون في هذا الموضوع بعض الوسائل التي تحقق نوعاً من التفاعل بين المرسل والمستخدم وذلك مثل التلفزيون التفاعلي، الصحف الإلكترونية، الانترنت.

❖ التنوع: لقد أتاح التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقى اختبارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه، ويتمثل هذا التنوع في:

- تنوع في المحتوى الذي يختاره المستخدم على المواقع المختلفة المنتشرة عبر شبكة الانترنت سواء في وظائف المحتوى أو مجالاته أو المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة أو الوسائل المتعددة التي يتم ترميز المحتوى من خلالها ثم التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص الفائقة.
- تنوع في أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة مثل الحاسب الشخصي إذ يوفر الاتصال الصوتي أو الكتابي الاتصال بالجماعات الصغيرة من خلال المؤتمرات عن بعد جماعات النقاش.³

❖ قابلية التحرك أو الحركية: وتسمح هذه السمة في بث المعلومات واستقبالها من أي مكان إلى آخر أثناء حركة منتج ومستقبل المعلومات، وذلك باستعمال عدد من الأجهزة مثل الهاتف النقال، هاتف السيارة والتلفاز المدمج في ساعة اليد، وجهاز الفاكس الذي يمكن استعماله في السيارة، وكذلك الحاسب الإلكتروني النقال والمزود بطابعة.

1 - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص 108

2 - محمد نصر مهنا: مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، مركز الإسكندرية للكتاب، القاهرة، 2005، ص 110.

3 - محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي: مرجع سابق، ص 10.

❖ التكامل: توفر التكنولوجيات الجديدة للإعلام وسائل اتصالية مجموعة في منظومة واحدة تقدم للمستخدم الخيارات المتعددة المتاحة في إطار متكامل.

بمعنى أن هذه الوسائل أو الأنظمة الرقمية توفر خيارات التعرض لإتاحة التخزين في أسلوب متكامل فالفرد بإمكانه أثناء التعرض للمواد الإعلامية أن يختار من بينها ما يراه مناسباً للتخزين، الطباعة، الحفظ على الأقراص المدججة أو إعادة إرسالها بالبريد الإلكتروني مثلاً.¹

❖ تجاوز الحدود الثقافية والكونية: تظهر هذه الخاصية بالأساس على الشبكة العالمية للمعلومات حيث تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية مما أضفى عليها "طابع العالمية والدولية حيث تستطيع المعلومة أو الخبر تتبع المسارات المعقدة والذهاب والإياب من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في جزء على الألف من الثانية"، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية.²

كما أدت سمة العالمية أو الكونية إلى سقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء على مستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف أو على مستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية بالرغم من اختلاف قنوات البث.³

❖ التنوع والانتشار: ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر وتبدو في البداية أنها ترف ثم سرعان ما تتحول إلى ضرورة، كما حدث مع التلفزيون وأجهزة الكمبيوتر.

وعموماً فإن التفاعلية والتنوع، التكامل والانتشار، وكذا تجاوز الحدود الثقافية والكونية من أبرز خصائص التكنولوجيات الجديدة، التي ساهمت بنسبة كبيرة في زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص ولا مركزية الاتصال.⁴

❖ التوجه نحو التصغير: تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات، ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسب النقال المزود بطابعة إلكترونية.

¹ - مرفت محمد كامل: مخل إلى صحافة الأطفال، دار الفكر العربي، ط 1، القاهرة، 2003، ص 113.

² - مصطفى المصمودي: النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العدد 94، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1985، ص 119.

³ - محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص 113.

⁴ - محمود علم الدين: مرجع سابق، ص 179.

❖ الاجماهيرية: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال، بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.¹

❖ اللاتزامية: وتعني إمكانية إرسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للمستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الالكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة في وقت إرسالها.²

❖ التأثير على الجمهور: من خلال تعدد قنوات الاتصال المتاحة أمام الجمهور، فقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الأقمار الصناعية والحواسيب الالكترونية ووصلات الميكروويف والألياف الضوئية عددا كبيرا من خدمات الاتصال خلال العقدین الماضیین مثل: التلفزيون الكابلي التفاعلي، نظام الإرسال المباشر من القمر الصناعي والفيديو كاست والفيديو ديسك وغيرها وهذه الوسائل تخاطب الأفراد وتلبي حاجاتهم ورغباتهم.

وإلى جانب الخصائص السابقة، برزت سمات حديثة تواكب التحولات التكنولوجية المتسارعة، لعل من أبرزها:

❖ الرقمنة (Digitalization): تعتبر من أبرز الخصائص الجوهرية التي تميز تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، حيث تقوم بتحويل المحتوى بمختلف أنواعه (نصوص، صور، صوت، فيديو) إلى صيغ رقمية قابلة للمعالجة والحفظ والنقل عبر الوسائط والشبكات الرقمية. وقد شكلت هذه الخاصية تحولا عميقا في بنية العمل الإعلامي، كما أتاحت إمكانات غير مسبوقة في الأرشفة الإلكترونية، وسهولة الوصول إلى المعلومات، وتسريع تداولها بين المؤسسات الإعلامية والجمهور. كما مكنت الرقمنة من الدمج بين الوسائط المتعددة في تقديم الرسالة الإعلامية، الأمر الذي ساهم في ظهور أنماط جديدة من الصحافة مثل الصحافة التفاعلية، والصحافة الرقمية، وصحافة البيانات. وتكمن أهمية الرقمنة أيضا في دورها التمهيدي نحو التحول الرقمي الشامل، الذي يتجاوز مجرد تحويل المحتوى، ليطلق تغيير نماذج الإنتاج الإعلامي، وتطوير استراتيجيات النشر والتوزيع، وتعزيز قدرة المؤسسات الإعلامية على التكيف مع بيئة رقمية متغيرة، قائمة على التفاعلية، الفورية، والتخصيص.³

¹ - محمد شطاح : مرجع سابق، ص 25.

² - عماد الصباغ: نظم المعلومات، ماهيتها ومكوناتها، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2000، ص 48.

³ -Manuel Castells: **The Rise of the Network Society**, Wiley-Blackwell, 2010, 154

❖ الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence): تعد تقنيات الذكاء الاصطناعي جزءاً لا يتجزأ من منظومات الإعلام الحديثة، حيث تتيح مجموعة من الأدوات التي أحدث تحولاً جذرياً في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، ومن بين هذه الأدوات الترجمة الفورية التي تسهل نقل المعلومات عبر اللغات المختلفة، وتحليل البيانات الضخمة التي تساعد في فهم سلوكيات الجمهور وتوجيه المحتوى بما يتناسب مع اهتماماته، كما تلعب أنظمة التوصية دوراً محورياً في تخصيص المحتوى للمستخدمين، مما يعزز التفاعل ويزيد من ولاء الجمهور. إضافة إلى ذلك، ظهرت الصحافة الروبوتية التي تعتمد على خوارزميات ذكية لإنتاج تقارير إخبارية أوتوماتيكية بناءً على قواعد بيانات وإحصاءات، مما يسرع من نشر الأخبار ويخفف العبء على الصحفيين في تغطية الأخبار الروتينية. جميع هذه التطبيقات تساهم في تحويل طبيعة العمل الإعلامي، مما يجعل الإعلام أكثر تفاعلية ودقة واستجابة لمتطلبات الجمهور في العصر الرقمي.

❖ إلغاء الوسيط (Disintermediation): تعتبر هذه الخاصية من الظواهر التقنية والاجتماعية المهمة التي برزت مع تطور تقنيات الاتصال الحديثة، وخاصة مع انتشار الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، هذه الخاصية تعني تقليص أو إلغاء دور الوسطاء التقليديين مثل المؤسسات الإعلامية والصحفيين في عملية نقل ونشر المعلومات، إذ أصبح بإمكان الأفراد مباشرة إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره عبر منصات رقمية دون الحاجة إلى القنوات الوسيطة التقليدية، كما ساهم هذا التطور في تحويل شكل صناعة الإعلام من نموذج هرمي مركزي إلى نموذج لامركزي وأكثر تفاعلية، حيث يتفاعل الجمهور ليس فقط كمستهلك بل كمنتج ومشارك في صناعة المحتوى. وهذا بدوره أضعف بشكل ملموس احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية على الأخبار والمعلومات، وفتح آفاقاً جديدة لحرية التعبير وتعددية المصادر تقنياً، كما ساهمت أدوات النشر الذاتي الرقمية أيضاً مثل المدونات، وقنوات الفيديو، ومنصات التواصل الاجتماعي، في تمكين هذه الخاصية، مما جعل المحتوى ينتشر بسرعة فائقة ومتنوعة، كما أتاح للصحافة الجديدة التواصل المباشر والفوري مع الجمهور دون حواجز الوساطة التقليدية.¹

❖ الاتصال الفوري واللحظي: تعتبر خاصية البث المباشر (Live Streaming) من أهم مميزات الإعلام الرقمي التي أحدثت تحولاً جذرياً في طريقة نقل الأخبار والمعلومات حيث تمكن تقنيات البث المباشر المدعومة بشبكات الإنترنت عالية السرعة الأفراد والمؤسسات الإعلامية من نقل الأحداث فور وقوعها إلى الجمهور، مما يعزز من آنية الأخبار ويمنح المشاهدين تجربة تفاعلية ومباشرة، هذه الخاصية لم تقتصر على نقل الأخبار فقط، بل امتدت لتشمل تغطيات الفعاليات الثقافية، الرياضية، والسياسية، مما ساهم في بناء ثقافة إعلامية جديدة

¹ - Manuel Castells: op.cit, p 155.

تعرف بـ"ثقافة اللحظة" حيث تتوقع الجماهير تلقي المعلومات بشكل فوري ودون تأخير تقنيا، يعتمد البث المباشر على بروتوكولات اتصال متقدمة تسمح بتقليل زمن التأخير بين الحدث والمشاهدة، مع توفير إمكانيات التفاعل اللحظي عبر التعليقات والمشاركة، وهو ما جعل الإعلام الرقمي أكثر ديناميكية وارتباطاً بجمهوره.

❖ البيانات الضخمة (Big Data): تعتبر خاصية البيانات الضخمة من السمات التكنولوجية الأساسية التي غيرت وجه الإعلام الحديث، إذ تمكن التقنيات الرقمية من جمع وتخزين وتحليل كميات هائلة ومتنوعة من البيانات المتدفقة من مصادر متعددة مثل شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، وأجهزة الاستشعار الرقمية. توفر هذه الكميات الكبيرة من البيانات معلومات دقيقة عن سلوك الجمهور، تفضيلاته، وأنماط استهلاكه للمحتوى الإعلامي. عبر تحليل هذه البيانات باستخدام أدوات متقدمة مثل خوارزميات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي، يمكن لوسائل الإعلام تحسين استهداف المحتوى وتخصيصه بما يتوافق مع اهتمامات كل فئة من الجمهور، مما يعزز من فعالية التواصل ويزيد من تفاعل المتلقين. كما تتيح البيانات الضخمة الكشف عن الاتجاهات والأنماط الاتصالية المتغيرة، مما يزود المؤسسات الإعلامية برؤى استراتيجية تساعد في اتخاذ قرارات مبنية على أدلة واقعية وتحسين تجربة المستخدم بشكل مستمر¹.

❖ التخصيص (Customization): تعتبر خاصية التخصيص من الخصائص الأساسية التي يتيحها الإعلام الرقمي بفضل تطور تقنيات جمع وتحليل البيانات، وخوارزميات الذكاء الاصطناعي. فبدلاً من اعتماد النموذج التقليدي للإرسال الجماهيري الذي يقدم محتوى موحدًا لجميع المشاهدين، يتيح الإعلام الرقمي للمستخدمين اختيار المحتوى الذي يتناسب مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم الشخصية. تعتمد أنظمة التخصيص على تحليل بيانات المستخدمين، مثل تاريخ التصفح، التفاعل، والموقع الجغرافي، لتقديم محتوى موجه ودقيق يعزز من تجربة المتلقي ويزيد من فرص التفاعل والمشاركة. هذا التحول التقني أتاح ظهور نماذج إعلامية أكثر مرونة وديناميكية، حيث يصبح كل مستخدم محوراً في عملية تلقي المحتوى، مما يدعم توجه الإعلام نحو التفاعل الفردي بدلاً من الجماعي، ويعزز من فعالية الرسالة الإعلامية في تلبية احتياجات الجمهور المتنوعة².

¹ - Manuel Castells, op.cit , p 156.

² - Napoli, Philip M., **Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences**, Columbia University Press, New York, 2011, pp. 45–47

المبحث الثالث: وظائف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في العمل الصحفي.

لتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وظائف عديدة أهمها مايلي:

✓ العمل على التحول من السليبي (أحادي الاتجاه) إلى التجاوي (ثنائي الاتجاه): معظم نظم بث المعلومات تعمل على أساس الطور السليبي، حيث تنتقل المعلومات في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، وظهرت أخيرا مرافق المعلومات التي تعمل على أساس الطور التجاوي (Interactive mode) فظهرت شبكات الفيديو توكس ثنائية الاتجاه، أين يمكن للمشارك تبادل الرسائل مع مراكز المعلومات.¹

✓ التحول الى التكوين الرقمي: فمنذ الرسوم الأولى على جدران الكهوف إلى الكتب المطبوعة والسينما والهاتف والتلفزيون، كانت كل وسيلة تعيق قناة الاتصال بطريقة ما، فالرسوم ترى ولا تسمع، والهاتف للحديث الذي لا يرى، والسينما لا يمكن الشعور بها، فهذا القصور الداخلي أجبرنا على استخدام عدد من الوسائل المتنوعة لتناسب الأنواع المختلفة والكثيرة من الاتصالات الإنسانية، كما تم تحويل المعلومات إلى رموز ثنائية عالمية، يمكن لأي نوع من الاتصالات أن يعالج من خلال الزمان والمكان بالوسيلة نفسها، فالنصوص والرسوم والأصوات وأنواع كثيرة من المعلومات عندما يتم نقلها إلى رمز ثنائي تصبح قابلة للبث في شبكات رقمية، مما أدى إلى تحسن واضح في مستوى الخدمات والحد من التشويش.²

✓ التحول من الثابت إلى النقال: حيث تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر، الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والثبات، فما على الإنسان حاليا لكي ينتقل بما يحتاجه من مصادر معلوماتية، ومراجع، وبيانات كثيرة إلا اقتناء كومبيوتر نقال وهاتف نقال، الأول يحمل له ملفاته وبرامجه، والثاني هو نافذته التي يطل منها على العالم حيثما كان، محققا بذلك أقصى درجات الشفافية الجغرافية والمعلوماتية.³

✓ التحول نحو الرخيص المتاح دوما وزيادة القدرة التنافسية: تعمل وسائل الاتصالات الحديثة على تقليل الوقت، وخفض تكلفة نقل المعلومات، وتسهيل خزن المعلومات ومعالجتها، كما أزلت الحواجز الجغرافية والسياسية، وقربت المسافات بين الدول وأصبحت القدرة التنافسية للدول تتوقف على قدراتها في العلم

¹ - عبد الباسط محمد عبد الوهاب محمد: مرجع سابق، ص 259.

² - جوزيف س كاسي، جون دوناهير: الحكم في عالم نحو العولمة، ترجمة محمد شريف الطرح، مكتبة العبيكات، ط 1، مملكة العربية السعودية، 2002، ص 198-199.

³ - محمد شطاح: مرجع سابق، ص 25.

والتكنولوجيا والبحث والتطوير، وقدرة وجداتها الاقتصادية على نقل نتائج البحث العلمي إلى منتجات قابلة للتسويق.¹ فقد أصبحت المعلومات هي الاقتصاد بعينه، والمجتمع المعلوماتي هو القوة الاقتصادية القادمة لدول العالم، حيث يصل الإنفاق السنوي لشركة BM العاملة في بحوث التطوير والمعلومات إلى 500 مليون دولار سنوياً.²

ولو نظرنا للمعلومات بشمولية، لرأينا أن اقتصاد الدول يبنى على معلومات وبيانات وإحصائيات دقيقة، تستطيع أن تحقق النجاح في جميع مجالات الحياة، فثورة المعلومات هي القوة الحالية القادمة لجميع الدول، لهذا أصبح إنتاج المعلومات واستغلالها بالشكل الصحيح أحد أهم عوامل نجاح اقتصاد الدول، وتوفير فرص العمل لشعوبها، وجذب رؤوس الأموال من جميع أنحاء العالم، كما نجد كثير من الدول أنشأت ما يسمى بالحكومات الالكترونية.³ إن التكنولوجيا الحديثة ستشكل المحور والمنطلق الأهم للثروات التي ستمتد عبر شركات المستقبل، والعمليات الناجحة بما في ذلك مراكز البيع والشراء التجارية والبنوك الالكترونية، مما أتاح مرونة وحركة أوسع لرؤوس الأموال.⁴

✓ التحول من التجميع إلى التفتيت: مع الزيادة الهائلة في عدد قنوات الاتصال التي تتيح خدمات مختلفة تلبي الحاجات الفردية، يمكن القول أن عملية إنتاج الاتصال وتوزيعه أصبحت تميل إلى مخاطبة جماهير أكثر تخصصاً، وإذا استمر هذا التوجه فإن وسائل الاتصال التقليدية قد تخرج بعيداً عن المنافسة. وظل الاتجاه الرئيسي لوسائل الاتصال الجماهيري حتى عام 1980م يميل إلى المركزية أو توحيد الجماهير، بمعنى نقل نفس الرسائل الاتصالية إلى كل الجماهير أو توحيد الرسائل وتعدد الجماهير المستقبلية لهذه الرسائل.⁵

أما الاتجاه الجديد للاتصال بعد عام 1980م، فقد بدأ يتجه نحو لامركزية الاتصال أو تفتيت الجماهير، أي أن الرسالة الاتصالية ممكن أن توجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس بالضرورة إلى جماهير ضخمة، ويمكن وصف هذه الخاصية بأنها تحول من التجميع إلى التفتيت، أو تكريس اللامركزية في الإرسال والاستقبال من خلال الخدمات الإعلامية الجديدة التي توجه رسائل متخصصة تلبي الميول والنزاعات الفردية، وتتلاءم مع

¹ - صلاح زين الدين: تكنولوجيا المعلومات والتنمية، طريق إلى مجتمع المعرفة ومواجهة الفجوة الرقمية، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2002، ص 36.

² محمد نصر مهنا: مرجع سابق، ص 291.

³ - ويكيبيديا: الحكومة الالكترونية، تاريخ الاطلاع 16/10/2020، على الساعة 13:57، <https://ar.wikipedia.org/wiki/E-government>

⁴ - نفس الموقع.

⁵ - حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص (242، 243).

رغبات فئات محددة من الجمهور، وهو ما يسميه الدكتور الصادق رابح بالمفاضلة والتفريد في طرائق استهلاك وسائل الإعلام الجديدة من طرف مستخدميها.¹

✓ التحليل الذكي واستخدام البيانات الضخمة: تسمح تكنولوجيات الإعلام الحديثة جمع وتحليل كميات هائلة من البيانات حول سلوكيات الجمهور وتفضيلاتهم من خلال استخدام أدوات تحليل البيانات الضخمة (Big Data) والتقنيات الذكية، كما يمكن للمؤسسات الإعلامية تحسين استهداف المحتوى وتخصيص الرسائل الإعلامية بدقة، بالإضافة إلى التنبؤ باتجاهات الرأي العام وتقديم محتوى أكثر ملائمة وفاعلية.

هذا التحليل الذكي يعزز من قدرة الإعلام على اتخاذ قرارات مستنيرة تركز على معطيات واقعية ومحدثة.

✓ الأمثلة والذكاء الاصطناعي: تدخل تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد في العمليات الإعلامية من خلال الصحافة الروبوتية التي تتيح توليد الأخبار بشكل تلقائي، إلى الترجمة الفورية، والتوصية بالمحتوى المخصص للمستخدمين، كما تساهم الأمثلة في تسريع إنتاج المحتوى الإعلامي، تقليل الأخطاء البشرية، وتوفير موارد بشرية يمكن توجيهها نحو مهام أكثر إبداعاً واستراتيجية، مما يعزز كفاءة المؤسسات الإعلامية في بيئة تنافسية متسارعة.

أظهرت تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة وظائف جوهرية ساهمت في تطوير آليات العمل الإعلامي وتحسين جودته وكفاءة نقل محتواه، فهذه التكنولوجيات حولت التواصل من أحادي الاتجاه إلى تفاعلي، وأتاحت التحول إلى تكوين رقمي موحد يسهل معالجة المعلومات ونقلها، كما وفرت وسائل صغيرة ومحمولة (مثل الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية...) تنقل المعلومات تتناسب مع نمط حياة المستهلك الحديث. إلى جانب ذلك، ساعدت على تقليل التكاليف وزيادة القدرة التنافسية، وتوجيه الرسائل الإعلامية إلى قطاعات أكثر تخصصاً، مما عزز من دقة تخصيص المحتوى. كما أضافت وظائف جديدة مثل التحليل الذكي للبيانات الضخمة وأتمتة العمليات الإعلامية باستخدام الذكاء الاصطناعي، مما رفع من كفاءة الإنتاج الإعلامي. هذه الوظائف مجتمعة تمثل قاعدة أساسية لتعزيز الأداء الإعلامي في بيئة رقمية متطورة ومتغيرة.

المبحث الرابع: تأثير التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على العمل الصحفي

أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية الحالية جزءاً لا يتجزأ من التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، مما منحها سمات وخصائص على المستويين التكنولوجي والإعلامي، وتقف خلف ما يتصف به من ديناميكية مستمرة، ميزته عما سبقه من وسائل اتصال جماهيرية، إن هذه الأذرع الإعلامية الجديدة تتزايد وتنشط عن

¹ - الصادق رابح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة 2004، ص26.

بعضها البعض يوما بعد يوم لتنتج المزيد من الارتفاعات الإعلامية الإلكترونية التي توفر للمجتمعات المعاصرة والأخبار والصور عبر شبكة الإنترنت وما يتصل بها من وسائل اتصال جماهيرية أخرى¹.

لذلك ينبغي عدم التقليل من تأثير التكنولوجيا الحديثة على مهنة الصحافة فلقد غيرت الإنترنت ووسائل الاعلام الجديدة الصحافة من ثلاثة طرق وهي:²

1. القدرة على تغيير الصحفي وجعله أكثر قوة وديمقراطية في التعبير عن رأيه ونقله للقراء.
 2. توفر وسائل الاعلام الجديد مجموعة واسعة من الموارد والامكانيات التكنولوجية التي تساعد على أداء العمل الصحفي بسهولة وسرعة فائقة.
 3. تخلق وسائل وأدوات الاعلام الجديد نوع خاص بها من الصحافة على شبكة الانترنت وهي تسمى بالرقمية أو بالأحرى الصحافة الإلكترونية.
 4. توسيع دائرة المشاركة الجماهيرية بحيث أصبحت وسائل الإعلام الرقمية تتيح للجمهور ليس فقط استقبال الأخبار بل والمشاركة في إنتاجها والتعليق عليها، مما يعزز التفاعل والحوارات المفتوحة.
 5. تسريع عملية نشر المعلومات عن طريق تقنيات النشر الفوري والبت المباشر الت قلصت الوقت بين وقوع الحدث وتناوله إعلاميا، مما أثر على شكل ومضمون الأخبار.
 6. تحويل نماذج التمويل والإيرادات الإعلامية بحيث أدت التكنولوجيا إلى ظهور نماذج جديدة مثل الاشتراكات الرقمية، الإعلانات الموجهة، والتمويل الجماعي، مما أعاد تشكيل الاقتصاد الإعلامي.
 7. تعدد وتنوع المصادر الإعلامية بحيث أصبح الجمهور يعتمد على مصادر متعددة تتيح له رؤية أكثر شمولية وتوسع الخيارات في استقاء المعلومات، إلا أن ذلك يرافقه تحدي كبير يتمثل في ضرورة التحقق من صحة ومصداقية الأخبار، مما استلزم تطوير مهارات النقد والتحليل لدى المستخدمين.
 8. تعزيز الصحافة الاستقصائية الرقمية حيث وفرت الأدوات الرقمية إمكانية الوصول إلى كميات ضخمة من البيانات وتحليلها، مما ساعد الصحفيين في كشف قضايا معقدة بفعالية أكبر.³
- ومن خلال ما سبق يتبين التأثيرات المتعددة لوسائل الاعلام الجديد على العمل الصحفي من خلال جوانب عديدة تتمثل في اتاحة قدر كبير من الحرية والقدرة على مخاطبة جمهور متنوع في وقت واحد كما أوجدت وسائل الإعلام الجديد عددا من الوظائف الجديدة في المجال الإعلامي وعددا من المسميات الوظيفية الجديدة في مجال الإعلام الإلكتروني.

¹ - الصادق رابع، ، مرجع سابق، ص 87.

² - نفس المرجع، ص 88.

³ - Manuel Castells, **op.cit.**, p 182.

1. انعكاسات التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على الوسائل الإعلامية

أبرزت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال انعكاسات عميقة على الوسائل الإعلامية، تمثلت أساساً في تحول أنماط إنتاج المحتوى نحو السرعة والاختصار، مع تصاعد الاعتماد على الوسائط المتعددة والتفاعلية بدل الصيغ التقليدية، لاسيما منذ نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين. وقد أتاح ذلك إمكانية تداول الأخبار عبر الإنترنت من خلال المواقع الصحفية وغيرها من المنصات الرقمية المساهمة في نشر المعرفة.¹ كما أنهت هذه التكنولوجيات، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت، هيمنة المصدر الواحد للمعلومة وكرّست منطق تعدد المصادر وتنوعها، مما أدى إلى تغييرات جوهرية في آليات العمل الصحفي وأساليب التحقق من الأخبار، وأعاد تشكيل العلاقة بين القائم بالاتصال ومصادر المعلومات، حيث أصبح الصحفي فاعلاً في الاختيار والمقارنة والتدقيق، لا مجرد ناقل للمعلومة.²

وفي السياق ذاته، ساهمت البيئة الإعلامية الرقمية في إضفاء مرونة أكبر على الممارسة الإعلامية، مع تراجع الطابع الرسمي والروتيني وتأثير العوامل التنظيمية والمؤسسية التقليدية على المنتجات الإعلامية، مقابل تنامي الاعتبارات الفردية والذاتية في صناعة المحتوى. ومنذ تسعينيات القرن الماضي، أدى انتشار الإنترنت إلى تحول الصحف نحو النشر الإلكتروني وظهور صحافة الإنترنت كنمط إعلامي قائم بذاته، يعتمد على النصوص التفاعلية والصوت والصورة والفيديو في سرد الأخبار، مما أتاح للجمهور قراءة الأخبار وسماعها ومشاهدتها في آن واحد. وأمام اشتداد المنافسة الرقمية، أصبح امتلاك موقع إلكتروني خياراً استراتيجياً لا غنى عنه للمؤسسات الصحفية، حفاظاً على جمهورها ومصادر تمويلها الإعلانية، وهو ما جعل بقاء الوسائل الإعلامية مستقبلاً مرهوناً بقدرتها على التكيف مع البيئة الرقمية واستثمار الفرص التي تتيحها شبكة الإنترنت.

وقد فرضت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال معايير جديدة لمواصفات المحتوى الإلكتروني، حيث أصبح الخبر الصحفي أكثر اختصاراً، وتزايدت أهمية الوسائط المتعددة مقارنة بالمعايير التقليدية لإنتاج الأخبار. كما انتقلت الصحافة من الوتيرة الدورية في تغطية الأحداث إلى نمط التحديث المستمر، ومن الرسالة الإعلامية أحادية الرمز إلى الرسالة متعددة الرموز، ومن النص المطبوع ذي المساحة الثابتة إلى النص الفائق

¹ - حسن عماد مكاوي: نظريات الاتصال المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 145.

² - عبد الحليم موسى: الصحافة والقيم والتوزيع، ط1، الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 45.

المرتبط بنصوص ومصادر أخرى. كما شهدت العلاقة مع الجمهور تحولا جذريا، إذ لم يعد متلقيا سلبيا، بل أصبح شريكا تفاعليا يساهم في صياغة الرسالة الإعلامية¹.

وفي هذا الإطار، استفادت الصحف، خاصة الإلكترونية منها، من أدوات التكنولوجيات الجديدة في تطوير أساليب عرض الأخبار، عبر توظيف النص الفائق الذي أتاح التعمق في معالجة القضايا دون التقييد بقيود المساحة، رغم ما قد يترتب عن ذلك من تشابه نسبي بين بعض الصحف الرقمية. كما ساهمت أدوات الإعلام الجديد في إحداث تحول في صناعة الأخبار، وأبرزت أنماطا صحفية جديدة تختلف باختلاف طرق جمع المعلومات وأساليب عرضها ومستويات التفاعل مع الجمهور، من بينها: الصحافة التقليدية، والصحافة الشعبية، والصحافة التفاعلية، والصحافة التشاركية، وصحافة المواطن.

الصحافة التقليدية: في الصحافة التقليدية يقوم الصحفيون بدور حارس البوابة حيث ينتقي الأخبار ويقوم بإعداد التقارير من المصادر المختلفة ويمكن إشراك الجمهور عند جمع المعلومات والتعرف على آرائهم حول قضية ما، وقد يتفاعل القراء مع القائم بالاتصال من خلال رسائل إلى المحرر الصحفي أو من خلال الشكاوى التي تقدم بعد نشر الأخبار.

الصحافة العامة (الشعبية): تحاول هذه الصحافة مشاركة المواطنين في صنع الأخبار ونشرها، ويستخدم الصحفيون اجتماعات القاعة الموسعة وذلك لاستطلاع وفهم اهتمامات المجتمع، والتعرف على ردود أفعال المواطنين، والمساعدة في خلق مناقشات للوصول إلى حلول، ويحاول الصحفيون الحفاظ على الدور التقليدي كما يفعل حراس البوابة الإعلامية في صياغة الأخبار وعرضها.

الصحافة التفاعلية: لم يتم وضع تصنيف عدد محدد لهذا النوع، ولكنها تشير إلى الاتصالات والأخبار التي تيسرت من خلال شبكة الانترنت والتي تعتمد على التفاعلية، حيث تمكن المستخدمين من تحديد ما يرغبون في قراءته، والتفاعل بين القراء والصحفيين، ومع ذلك فإن هذا لا يحدث إلا عندما يستجيب الصحفي لرسائل القراء عبر البريد الإلكتروني أو رسائلهم عبر مواقع الدردشة والمنتديات.

الصحافة التشاركية: تمكن الصحافة التشاركية المستخدمين الجدد من أن يكون لهم دور نشط وفعال في عملية جمع الأخبار ومساعدة الصحفيين المهنيين في توزيع المحتوى الإعلامي كما يمكن إنشاء المحتوى الخاص بهم، مع توفير طرق لنشر هذه المعلومات.²

¹ - بوبكر بوعزيز: مرجع سابق، ص ص (65،68).

² - صادق عباس مصطفى: الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008، ص ص (78-82).

صحافة المواطن: صحافة المواطن مصطلح اعلامي واتصالي في نفس الوقت، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي. وتشخص صحافة المواطن، وعند مجموعة أخرى الاعلام البديل أو الصحافة المدنية.¹

ويتضمن هذا النوع المحتوى الإخباري المستقل الذي يتم إنشاؤه بواسطة فرد أو منظمة غير المهنيين العاملين في مجال الصحافة ومن أمثلة ذلك المدونات والمواقع الإخبارية المستقلة حيث يمكن للصحفيين الاستعانة بهذه المعلومات حال التأكد من صحتها، ومن خلال تصوير الأحداث والمساهمة في نقلها وتوزيعها عبر مواقع الانترنت، حيث تعتمد صحافة المواطن على جمع الأخبار من الجمهور ويقوم المستقبل والمرسل بتبادل الأدوار فيما بينهم مما يؤدي ذلك إلى زيادة التشاركية والتفاعلية بين القائم بالاتصال والجمهور.²

وتسعى صحافة الشبكات الى استخدام عدد من المحترفين والمواطنين الصحفيين للحصول على تغطية صحفية واسعة وشاملة والمساهمة في تحسين الإعلام التقليدي عن طريق التعاون بين الصحفيين التقليديين والصحفيين المواطنين عند تغطية القصص الإخبارية ومثال ذلك عند القيام بتغطية شاملة ليوم الانتخابات فيقوم الصحفيون في وسائل الاعلام والمؤسسات الصحفية بجمع معلومات من المواطنين المشاركين في الحدث وذلك لتوثيق معلوماتهم والتأكيد عليها، ومنع أي تجاوزات أثناء عملية الاقتراع لأن المواطن بمثابة مراقب على الحدث -الانتخابات- ومشارك في نقله إلى الصحفيين، ويقلل ذلك من الجهد المطلوب من الصحفي وذلك عند جمع الاخبار والصور والتعليقات من المواطنين الذين يشاركون في صنع الحدث ونقله إلى وسائل الإعلام.³

المبحث الخامس: وسائل التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال

1. عوامل انتشار التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

وراء هذا الانتشار الهائل لتطبيقات التكنولوجيا الحديثة مجموعة من العوامل يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. زيادة الإنتاجية:

ويقصد بها تنمية إنتاجية الموارد البشرية والمادية والطبيعية ومن أمثلتها:

✓ زيادة إنتاجية عمال المصانع.

✓ زيادة إنتاجية عمال المكاتب.

¹ - جمال الزرن : صحافة المواطن، المتلقي عندما يصبح مرسلًا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52، 2009، ص 22.

² - عصام مروي صالح: الإعلام الإلكتروني، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 125.

³ - نفس المرجع، ص 126.

✓ زيادة إنتاجية نظم التعليم.

إذ أثبتت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فترة فائقة على تقليل كلفة الإنتاج والخدمات من خلال تقليل الفاقد في استغلال الطاقة، إنا التكنولوجيا هي الوسيلة الفعالة لتحقيق التنمية الشاملة فهي حلقة الوصل التي تربط بين مطالب السوق وأنشطة التصميم والإنتاج والتوزيع في منظومة متكاملة. مع تزايد الشق الذهني والمكتبي في مؤسسات الإنتاج والخدمات أصبحت إنتاجية عمالة "الياقات البيضاء" عاملا حاسما يتوقف عليه أداء المؤسسة ككل " وظهرت نظم تنمية المكاتب **Office automation** وذلك بهدف زيادة فاعلية التواصل بين موظفي المكاتب وبين مراكز الإدارة والفروع وكذلك سرعة إنتاج الوثائق وتبادلها وتسهيل وضبط عمليات حفظ السجلات واستخراج الكشف وعمل التقارير".

2. تحسن الخدمات:

لعبت التكنولوجيا الحديثة دورا حاسما في تحسين الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة لم تكن متوافرة من قبل وذلك في مجالات عديدة من أبرزها: خدمات المصارف والمواصلات والاتصالات ولم يكن الدافع وراء ذلك هو زيادة رفاهية طالب الخدمات وتسهيل عمل مقدمها بقدر ما هو قصور الوسائل التقليدية في الوفاء بالمطلب المتزايدة كنتيجة لتسارع إيقاع الحياة وتشابك علاقاتها.

3. السيطرة على التعقيد:

لا يوجد سلاح أمضى من التكنولوجيا الحديثة تشهه البشرية في وجه ظاهرة التعقد الشديد الذي بات يعتري جميع مظاهر الحياة البشرية. هذا التعقيد ولید التقدم الحضاري وتشابك العلاقات وتنوع غايات البشر وارتقاءها، ويتجلى هذا التعقيد في صور عديدة على جميع المستويات من أقصى نطاق ماكروي إلى أدنى عنصر ميكروي ومن أمثلته أداء النظم الاقتصادية التي تتعامل مع العديد من المحددات والقيود والمتغيرات الديناميكية والمشاكل أمام كل هذه الظواهر المعقدة على المخطط والمحلل والمقيم المصمم أن يبحث عن الأمثل والأصلح والأصدق في ظل العديد من القيود والمحددات.

لقد وفرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال أيضا وسائل عملية لمحاصرة ظاهرة التعقد منها نماذج المحاكاة **Simulation models** ووسائل تحليل النظم والبيانات وخلافه ومن أمثلة هذا العامل في مجال العمل الاعلامي ما أصبحت توفره التكنولوجيات الحديثة من سرعة في الحصول على المعلومة والتعامل معها، هذا بالإضافة إلى مجموع الحلول الخيارات اللامتناهية التي ساهمت في السيطرة على التعقيدات التي واجهت الإعلام

التقليدي، إذ أصبح اليوم بالإمكان التحكم في كل العمليات عن طريق حاسوب شخصي ومجموعة من البرامج التي سمحت كتحصيل حاصل من: ربح الوقت، إمكانية التعديل، الحذف والإضافة حتى آخر لحظة قبل البث أو الطبع.

4. دراسة ما ليس متاحا:

هناك كثير من الظواهر تتعذر دراستها على أساس المتاح من شواهد الواقع وحقائقه، فكيف يتسنى لنا بناء على ما هو متاح دراسة نشأة المجرات وبداية الكون والمتغيرات الجيولوجية التي تحدث عبر ملايين السنين؟ وكيف لنا أيضا أن نتعرف على الآثار الممكنة للكوارث الطبيعية وغير الطبيعية أو دراسة الأسباب والظروف التي يمكن أن تؤدي إليها كالزلازل وانفجار المفاعلات الذرية أو تمثيل الحالات الصعبة بعيدة الاحتمال التي يمكن أن يتعرض لها طاقم القيادة أثناء رحلات الطيران أو الفضاء.

لقد تطلبت ظروف حياتنا المعاصرة دراسة كثير من الظواهر والمواقف التي تحتاج لاستحضار أزمنة الماضي المديد وإسراع شريط الأحداث لدراسة ظواهر بطيئة التطور كالتطورات الجيولوجية أو إبطاء شريط الأحداث كي يمكن لنا متابعة الظواهر السريعة التطور التي تحدث في جزء صغير من الثانية كعمليات الانفجار والانشطار النووي والاحتراق وما شابهها.

5. المرونة:

المرونة هي الوجه الآخر للعملة فيما يخص ظاهرة التعقد وسرعة التغير. ففي خضم هذا الكم الهائل من الظواهر التي يصعب التنبؤ بها يصبح عامل المرونة أساسيا لضمان سرعة تكيف النظم وتجاوبها مع المتغيرات والمطالب العديدة، لهذا السبب كان أحد أهداف تغيير نظم الإنتاج على سبيل المثال هو تحقيق المرونة المطلوبة لتلبية مطالب السوق المتغيرة ومواجهة التغيرات المحتملة في نوعية المواد الخام المستخدمة أو أداء آلات الإنتاج. ومطلب المرونة ليس مقصورا على نظم الإنتاج وتقديم الخدمات بل يمتد أيضا ليشمل مرونة اتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية إزاء الأحداث الجارية والظروف المتغيرة.¹

2. التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد:

تمثل التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال اليوم ملتقى عدة روافد تكنولوجية تتمثل في:

■ تكنولوجيا عتاد الكمبيوتر Computer hardware

■ تكنولوجيا البرمجيات Software

¹ - صادق عباس مصطفى : مرجع سابق، ص ص (98،102).

- تكنولوجيا الاتصالات Communication
- هندسة التحكم Control engineering
- هندسة النظم System engineering
- هندسة المعرفة Knowledge engineering¹

وقد اندمجت هذه العناصر مع بعضها البعض في اندماج داخلي شديد لا يضاهيه في شدته الا اندماج هذا الكيان الكلي نفسه، مع ما هو خارجه من علوم وتكنولوجيات، ومنظومات اجتماعية.

الملاحظة الرئيسية من التصورات المذكورة سابقا ومجموعة التعريفات التي أشرنا إليها في هذه الدراسة، يمكن تصنيف التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ضمن حالتين، جديدة مقابل قديمة، تماما كما يوحي التعبير نفسه بين التماثلية والرقمية، بين مرحلة ما قبل الأنترنت ومرحلة الأنترنت وهكذا. وهو تصنيف يظل غير واقعي طالما أنه لم يستصحب حالة التماهي بين الإعلام الجديد والقديم، والأشكال المتقاربة في التعبير في كليهما والتكنولوجيات المستخدمة فيها وطالما ظلت مجموعة الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الإعلامي، خاصة وأن بعضها أصبح يحمل صفات الاعلام الجديد تكنولوجيا ووظائفيا. فالراديو والتلفزيون لم يصبحا فقط رقميين وموصلين بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية وهما - من ميزات التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال - ولكن أيضا أصبحا وسيلتين تفاعليتين تعملان على منصة الكمبيوتر، وهذه هي الميزة الرئيسية التي تميز الإعلام الجديد، فضلا عن تغييرهما لمفهوم الخبر من حدث الى يحدث بالتواجد الحي في مواقع الأحداث الكبيرة.²

كذلك الامر بالنسبة للصحافة الورقية التي غيرت طريقة الانتاج تماما إلى وسائل تنتمي كليا إلى المرحلة الرقمية في جميع خطوات التحرير الصحافي ومعالجة الصور ومراحل ما قبل الطباعة. كما لمس التغيير طريقة كتابة الاخبار وطريقة الاخراج واستخدام الالوان والطباعة مع أنفاس الفجر لملاحقة آخر الاخبار والطباعة الرقمية في اماكن متعددة من أنحاء العالم. ولم يبق إلا التخلص من الورق، طالما أن التطور جار لإنتاج القارئات الرقمية

الرقمية	الدقيقة	والورق	الإلكتروني.
---------	---------	--------	-------------

وللبحث عن مخرج لحالة التقابلية هذه في تصنيف الإعلام الجديد، يضع ريتشارد ديفيس Richard Davis وديانا أوين Diana Owen في كتابهما المشترك (الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية) يضعان الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي:

^{1 - 1} - عباس صادق: الاعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، تاريخ الاطلاع 11/04/2020، على الساعة

15:40، <http://www.arabjournalists.org/article.php?id=2705>

² - نفس المرجع.

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة
- الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة
- الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة:

يشير هذا النوع من الاعلام إلى أشكال إعلامية تقليدية كالإذاعة والتلفزيون والصحافة المكتوبة، التي عرفت تجديداً في أساليب التقديم والمحتوى دون تغيير جوهري في البنية التكنولوجية. ويشمل ذلك برامج الحوار الإذاعية والتلفزيونية (Talk Radio/TV)، والبرامج الحوارية (Talk Shows)، والمجلات الإخبارية التلفزيونية، وبرامج الأخبار الحية والمسائية. وقد اعتمدت هذه النماذج على توظيف الكمبيوتر، والغرافيك، وأساليب السرد الحديثة، مما سمح لها لعب دور جديد في التفاعل مع الجمهور رغم اعتمادها على تقنيات تقليدية.

النوع الثاني: الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة:

يشمل هذا النوع الوسائل الإعلامية القائمة على تكنولوجيا الحاسوب، وعلى رأسها شبكة الإنترنت، والبريد الإلكتروني، وشبكات الحاسوب المختلفة. وقد أتاح هذا النوع انتقالاً نوعياً في الاتصال من خلال تعزيز التفاعل الفوري، وتبادل المعلومات بسرعة، وتجاوز الحدود الزمانية والمكانية، ويمكن الجمهور من المشاركة والتعبير عن آرائه، فضلاً عن دمج وسائط متعددة ضمن بيئة اتصالية واحدة.

النوع الثالث: الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة:

يقوم هذا النوع على تداخل وتكامل الإعلام التقليدي مع الإعلام الرقمي، أين تلاشت الحدود الفاصلة بين الوسائل القديمة والجديدة. وأصبحت المؤسسات الإعلامية التقليدية تعتمد على أدوات الإعلام الجديد لتوسيع حضورها وتعزيز تفاعلها مع الجمهور، كما هو الحال في الصحف الكبرى التي أنشأت منصات رقمية مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز لديها مواقع ضخمة على شبكة الإنترنت، والبرامج التلفزيونية التي تستخدم الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية لاستكمال وظائفها الإعلامية، مما يعكس طابعاً هجيناً للإعلام المعاصر¹.

ويرى البعض أن من أبرز تقنيات تكنولوجيا الاتصال الجديدة هي كالتالي:

¹ - Davis, Richard & Owen, Diana, **New Media and American Politics**, Oxford University Press, New York, 1998, PP 15-24.

1- هواتف الذكي: يختلف الهاتف الذكي عن الهاتف التقليدي في أنه يقدم عددا من وظائف الحوسبة المتطورة، وقدرات الاتصال المتقدمة إلى جانب وظائف الهاتف التقليدية الأخرى.

وقد تطورت الهواتف الذكية بشكل مذهل في مراحل زمنية قصيرة حيث أصبحت تدعم مزايا إضافية أكثر تقدما مثل شاشات اللمس المقاومة للخدوش، وكاميرات التصوير المدمجة ذات الدقة العالية، وبعد أن كانت الهواتف التي تملك كاميرات تصوير بدقة 16 ميغا بيكسل تعتبر متطورة أصبح مألوفا أن تتجاوز عشرين ميغا بيكسل، وبعضها وصل به الأمر إلى دقة غير مسبقة بلغت 41 ميغا بيكسل.

وقد فتحت الهواتف الذكية آفاقا واسعة جدا في مجال الاتصالات، بحيث أتاحت التحدث مع الآخرين وإرسال الرسائل النصية وإجراء المكالمات المرئية بالصوت والصورة، والتواصل مع الآخرين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة كفيسبوك، وتويتر وواتس أب وفاير، وغيرها.

ويتيح الهاتف الذكي الوصول للإنترنت بطريقة ذاتية، أي عبر تشغيل خدمة الوصول للإنترنت من خلال الهاتف. كما يدعم العديد من قدرات الاتصال اللاسلكي مثل شبكة "واي فاي" التي تتيح لمستخدمه تصفح الإنترنت، وتقنية "بلوتوث" التي تتيح له التواصل مع هواتف أخرى ومشاركة الملفات معها، وتقنية "الاتصال القريب المدى NFC" التي تسمح بمشاركة الملفات مع هاتف آخر يدعم تلك التقنية بمجرد التواصل بينهما، إلى جانب نظام تحديد المواقع الجغرافية (GPS).¹

لم يقتصر تطور الهواتف الذكية على تحسين الكاميرات فحسب، بل شهدت هذه الأجهزة قفزات نوعية شملت دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) والواقع المعزز (AR)، مما أتاح وظائف متقدمة مثل التعرف على الوجوه، الترجمة الفورية، وتحسين تجربة المستخدم عبر التخصيص الذكي. كما زودت هذه الهواتف بمعالجات قوية جدا تضاهي في أدائها بعض الحواسيب المحمولة، مما مكن الصحفيين من التصوير، المونتاج، والنشر بشكل مباشر من الميدان. ومن التقنيات اللافتة التي عززت من قدرات الهواتف الذكية، نجد تقنية الاتصال قريب المدى (NFC)، التي تستخدم على نطاق واسع في نقل البيانات بسرعة عالية، والدفع الإلكتروني، بل وحتى في التحقق من الهويات الرقمية، ما يجعل الهاتف الذكي أداة متعددة الوظائف تتجاوز حدود الاستخدام التقليدي، وتفتح آفاقا جديدة في العمل الإعلامي الميداني.

¹ - الجزيرة نت: الهاتف الذكي... العالم كله بجهاز واحد، تاريخ الاطلاع 11/04/2020 على الساعة 17:47 على الرابط

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy/2016/5/18>

2- تقنية البلوتوث:

أحدثت تقنية البلوتوث منذ إطلاقها ثورة في عالم الاتصالات، فدخلت حيز الاستخدام في العديد من الأجهزة من خلال توفيرها اتصالاً لاسلكياً يسمح بنقل البيانات بين جهازين. وتعتمد تقنية البلوتوث على تقنية الأمواج الراديوية قصيرة المدى، وطرحها أول مرة عام 1999 المجموعة غير الربحية "بلوتوث سبيشال إنترست غروب" التي تضم أعضاء من 24 ألف شركة.

تستخدم تقنية البلوتوث عادة لنقل البيانات لاسلكياً بين هاتفين محمولين أو وصل الأجهزة الطرفية مع جهاز الحاسوب، مثل الفأرة أو لوحة المفاتيح أو سماعة الرأس، وحديثاً تفيد في ربط الهواتف مع الأجهزة الذكية القابلة للارتداء، مثل أنظمة تتبع اللياقة وأقفال الأبواب ومصابيح الإنارة، إذ طورت المجموعة منذ عدة سنوات إصداراً جديداً من تقنية البلوتوث يفتح الباب أمام مجالات واسعة لاستخدام التقنية¹.

ويحمل الإصدار المحدث من التقنية أسماء عديدة، منها "بلوتوث سمارت"، و"بلوتوث 4.0"، و"البلوتوث مُنخفض الطاقة"، وتتميز بأنه يمكن لأي شركة دمجها في أجهزتها².

كما عرفت تقنية البلوتوث تطوراً ملحوظاً في إصداراتها الحديثة، لا سيما مع إصدار Bluetooth 5.0 وما بعده، حيث تم تحسين سرعة نقل البيانات بشكل كبير، إلى جانب توسيع نطاق الاتصال ليصل إلى مئات الأمتار في ظروف مثالية. وقد ساهمت هذه التحسينات في تعزيز فعالية الاتصال بين الأجهزة المحمولة والملحقات الذكية، ما يعد ذات أهمية خاصة في العمل الإعلامي الميداني الذي يعتمد على سرعة مشاركة الملفات، ربط الأجهزة، ونقل المحتوى الصوتي أو البصري دون الحاجة إلى شبكات سلكية أو اتصال بالإنترنت.

3- الويفي WIFI :

تعد كلمة الويفي كلمة لاتينية WiFi وتعني Wireless Fidelity، انتشرت هذه التقنية في شبكات الحاسب اللاسلكية، بحيث أصبحت تُمكن المستخدم من نقل البيانات ولكن بمسافة أكبر مما تُتيحها تقنية البلوتوث بكثير، كما تُتيح هذه التقنية استقبال الإنترنت دون الحاجة لوصل الجهاز اللوحي، أو الهاتف المحمول، أو حتى دون أي نوع من أنواع وصلات الإنترنت السلكية، مما يعني إتاحة قدرة كبيرة ومرونة واسعة في

¹ - الجزيرة نت: البلوتوث تقنية متعددة الاستخدامات، تاريخ الاطلاع 11/04/2020، على الساعة 20:05 على الرابط

<https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2014/11/18>

² - موقع ويكيبيديا: بلوتوث، تاريخ الاطلاع 11/04/2020، على الساعة 20:27، على الرابط

<https://ar.wikipedia.org/wiki>

التحرك بالحاسب المحمول في أي مكان سواء داخل المنزل، أو داخل الجامعة، أو من أي مكان يتواجد فيه بث للإنترنت بواسطة التقنية اللاسلكية. الواي فاي تقنية متطورة تتيح نشر الإنترنت وإرساله لاسلكيا في الهواء، بعكس الإنترنت السلكي الذي يتطلب وجود سلك الإنترنت موصولا بين جهاز الموزع والحاسوب، أو الجهاز المستقبل، مما يعيق حرية حركة المستخدم. يرتبط عرض نطاق الانترنت (Bandwidth) في هذه التقنية على حسب خدمة الإنترنت الموصولة بنقطة وصول لاسلكي (wireless Access Point) والذي يقوم بدوره بتوزيع الإنترنت في الهواء على شكل موجات تلتقطها الأجهزة المجاورة.¹

لقد شهدت معايير **WiFi** تطورات ملحوظة خلال السنوات الأخيرة، بدءا من **WiFi 5** (802.11ac) وصولا إلى **WiFi 6/6E (802.11ax)** و**WiFi 7**، حيث تميزت هذه الإصدارات بسرعات نقل بيانات أعلى، وزمن استجابة أقل، ونطاق تغطية أوسع. كما أتاح **WiFi 6E** استخدام نطاق **6GHz**، مما قلل من التداخل وزاد من استقرار الاتصال، في حين يتوقع أن يحدث **WiFi 7** نقلة نوعية في الأداء من خلال دعمه للنطاقات المتعددة والترددات العالية. هذه التطورات عززت من قدرات الصحفيين في تغطية الأحداث بشكل مباشر، وتحميل أو بث المحتوى بجودة عالية في الوقت الفعلي، حتى في البيئات التي تشهد ازدحاما شديدا.

4- الواي ماكس WIMAX:

تقوم تقنية البنية التشغيلية العالمية للولوج بالموجات الدقيقة (بالإنجليزية Worldwide Interoperability for Microwave Access) بتوزيع الإنترنت لاسلكيا على مدى معين، حيث إنها تغطي مساحة نصف قطرها 50 كيلومتر، بينما لا تتعدى تقنية الإنترنت اللاسلكي العادي (الويفي) مسافة 30 مترا، كما أنها لا تحتاج لأن يكون المستخدم في نفس مستوى أبراج البث من حيث الارتفاع، إضافة إلى ذلك أن تكاليفها كانت أقل بالنسبة للمستهلك؛ نظرا لعدم الحاجة لتمديد شبكات الأسلاك إلى كل منزل من منازل المدينة، مما يقلل التكلفة المادية، ولكن ذلك لن يكون على حساب جودة الخدمة، بل العكس تماما، فسرعة هذه التقنية قد تصل نقطة البث الواحدة إلى 70 ميغابت في الثانية، وهي أضعاف مضاعفة لسرعة الواي فاي التي لا تتجاوز سرعته 54 ميغابت في الثانية.²

¹ - ميساء صالح: تقنيات الاتصال الحديثة، تاريخ الاطلاع 12/04/2020، على الساعة 10:07، على الرابط

<https://mawdoo3.com>

² - نفس المرجع.

وتجدر الإشارة الى أن تقنية **WiMAX** على الرغم من أنها مثلت في بداياتها وعدا بتوفير إنترنت لاسلكي واسع النطاق، إلا أن اعتمادها تراجع بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة، خاصة مع بروز تقنيات أكثر كفاءة وانتشارًا مثل **LTE** و **5G** فقد واجهت **WiMAX** تحديات تتعلق بالبنية التحتية والدعم التجاري، مما أدى إلى محدودية انتشارها في كثير من الدول. في المقابل، تفوقت شبكات الجيل الرابع والخامس من حيث السرعة، الاستقرار، وتنوع الاستخدامات، ما جعلها الخيار الأبرز في تطوير البنية التحتية للاتصالات، بما في ذلك في القطاعات الإعلامية التي تتطلب اتصالاً سريعاً وموثوقاً.

5- الجيل الثالث 3G:

الجيل الثالث في الاتصالات اللاسلكية يعد من التقنيات الحديثة في مجال الإنترنت اللاسلكي، يتم استخدامها بشكل كبير في أجهزة الهواتف المحمولة، وذلك ليتم الاتصال بشبكة الإنترنت من أي مكان عبر أبراج متخصصة موزعة على مناطق معينة من قبل شركة الاتصالات. تعد هذه التقنية بديلة لوسائل الاتصال الأقدم، كالجيل الثاني فخدمة الجيل الثالث أسرع وأكثر تغطية. تعد تقنية الجيل الرابع التي ظهرت عام 2009م، خليفة لتقنية الجيل الثالث.¹ ضف على ذلك تعد شبكات الجيل الثالث (**3G**) من التقنيات المتجاوزة حالياً، حيث بدأت العديد من الدول في إيقاف تشغيلها نهائياً، وعلى رأسها الولايات المتحدة، المملكة المتحدة، أستراليا، وألمانيا، إلى جانب عدد من الدول الآسيوية والأوروبية. ويأتي هذا التوجه في إطار تحديث البنية التحتية للاتصالات، والتركيز على تطوير شبكات الجيل الرابع (**4G**) والخامس (**5G**) ، التي توفر سرعات أعلى، وكفاءة أفضل في استهلاك الطاقة، وزمن استجابة أقل. وقد انعكس هذا التحول بشكل مباشر على القطاعات الحيوية، وعلى رأسها القطاع الإعلامي، الذي بات يعتمد بشكل متزايد على هذه الشبكات المتقدمة لضمان جودة البث وسرعة نقل البيانات، ودعم أدوات وتقنيات التغطية الصحفية الحديثة.²

¹ - ميساء صالح:، مرجع سابق.

² - KORE Wireless Global 2G & 3G Network Closure Dates, consulté le 19/01/2025, sur le site <https://www.korewireless.com/network-sunsets/>

الفصل الثالث

الإطار المفاهيمي لمصادر المعلومات الصحفية

المبحث الأول: مفهوم المعلومات الإعلامية.

المبحث الثاني: مفهوم مصادر المعلومات ومدى أهميتها في العمل الصحفي.

المبحث الثالث: خصائص مصادر المعلومات الإعلامية.

المبحث الرابع: تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية.

المبحث الخامس: طبيعة العلاقة بين الصحفي ومصادر المعلومات.

الفصل الثالث: الإطار المفاهيمي لمصادر المعلومات الصحفية

المبحث الأول: مفهوم المعلومات الإعلامية.

تعتبر المعلومات (Information) عموماً والمعلومات الإعلامية على وجه الخصوص واستخداماتها في ضوء تطوراتها المختلفة، قاعدة أساسية لانطلاق الصحفي والإعلامي في كتابتهما لتقاريرهما الصحفية والإعلامية، وهي تلعب دور المحرك الرئيسي والمعين الذي لا ينضب لنمو وتطور العمل الإعلامي. كما وتؤثر المعلومات الإعلامية، وبشكل واضح ومباشر، على تشكيل وبلورة ثقافات المجتمعات الإنسانية المختلفة.¹

1. التعريف بالمعلومات:

يعرف قاموس (Larousse 1959) المعلومات على أنها مجموعة من المعلومات أو الأخبار التي تقدمها صحيفة أو راديو أو تلفزيون أو وكالة صحفية. وبهذه الطريقة، فإن تعريف المعلومات يقتصر على الصحفيين والمراسلين وباختصار على الإعلاميين، كما يعرفها القاموس أيضاً بأنها فعل الاعلام والاستعلام (l'action d'informer et de s'informer).²

وتعرفها الموسوعة البريطانية (Informations) بأنها الحقائق والأفكار التي يتبادلها الناس في حياتهم العامة. ويكون ذلك التبادل عادة عبر وسائل الاتصال المختلفة، عبر مراكز ونظم المعلومات المختلفة في المجتمع. والانسان الذي يحتاج الى المعلومات ويستخدمها هو نفسه منتج لمعلومات أخرى وناقل لها عبر وسائل الاعلام والاتصال المتاحة.³

ان كلمة معلومات مشتقة من كلمة "Informare" أي يعلم، تأخذ المعلومات (Information) عدة معانٍ حسب قاموس اللغة الفرنسية، وهي:

- مجموعة معلومات عن شخص ما أو شيء ما،
- حدث لفت انتباه الجمهور،

¹ - إبراهيم عامر قندلجي: مصادر المعلومات الإعلامية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط 2، عمان، 2015، ص 19.

² - Godefroy Macaire Chabi, **Le journaliste dans le processus de recherche d'information sur le Web**, Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de Maître ès sciences (Communication, option générale), Université de Montréal, août 2014, p. 6

³ - إبراهيم عامر قندلجي، نفس المرجع، ص 26.

- أخبار إذاعية أو تلفزيونية،

- مجموعة من الأنشطة الهادفة إلى جمع ومعالجة ونشر الأخبار للجمهور.

ومن جهته يرى Jacques Mélése أن "المعلومات بالنسبة للكائن الحي هي أي إشارة، أي رسالة، أي تصور ينتج عنه تأثير على السلوك أو على الحالة المعرفية. كما تعتبر المعلومات بيانات أساسية يمكن العثور عليها في جميع المجالات.¹ مهما كان أساسها، تحمل المعلومات رسالة أو معلومات يتم تنظيم حدث أو نشاط أو خبر حولها.

وعلى أساس التعاريف السابقة، فإن المعلومات تقودنا إلى التعرف على شيء، أي المعرفة (Knowledge)، والتي قد تكون معرفة جديدة مبتكرة قد لا نعرف عنها شيئاً من قبل، أو أنها يمكن أن تضيف شيئاً جديداً يوسع من مداركنا ومعارفنا السابقة، أو يعدل منها، وقد يغيرها. فهي، أي المعلومات تمثل مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة مناسبة، بحيث تعطي معنى خاص، وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم، تمكن الإنسان (الإعلامي وغير الإعلامي) من الاستفادة منها في الوصول إلى المعرفة واكتشافها. وعلى هذا الأساس فإن المعلومات هي الشيء الذي يغير الحالة المعرفية للشخص في موضوع ما، أو مجال ما.

1.1 - تعريف المعلومات الإعلامية:

المعلومات الإعلامية، والتي يفضل البعض تسميتها بالمعلومات الصحفية، هي أساس العملية الإعلامية. فالمعلومات هي المعين والمادة الخام التي يسعى الإعلامي أو المحرر الصحفي إلى اللجوء إليها وجمعها ومراجعتها واستكمالها، ومن ثم تنقيحها وصياغتها بشكلها النهائي، أو عرضها على الجهة المعنية بالنشر ورئيس التحرير المسؤول، لكي يقرر صلاحيتها للنشر والتقديم.

يرى كورنو "Cornu" أن "الأخبار أو المعلومات الحقيقية يجب أن تجيب على عددًا من المعايير الكلاسيكية، والتي لا تنحصر أهميتها فيما يتعلق بتحديد الأخبار الجيدة". وإنما تعيدنا هذه المعايير إلى الأسئلة التي صاغها "Quintilian" منذ عشرين قرناً والتي توجه ممارسة الصحافة الحديثة، وهي: من وماذا

¹ - Godefroy Macaire Chabi, **Le journaliste dans le processus de recherche d'information sur le Web**, Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de Maître ès sciences (Communication, option générale), Université de Montréal, août 2014, p. 07

وأين ومتى وكيف ولماذا؟، كما ركز هارولد لاسويل "Harold Lasswell" على هذا من خلال تحديده ما يسمح له تسميته "معلومات" من خلال أسئلة مثل: من يقول ماذا، ومن خلال أي قناة، ولمن، وبأي تأثير.

وهكذا يمكننا القول بأن المعلومات الإعلامية هي المعرفة التي حينما تتراكم يوميا وأسبوعيا وشهريا، وبفترات منتظمة أخرى، ذلك التراكم يجعلها تصب للأخريين طريقة جديدة للتفكير وتقويم الأمور على وفق ذلك التراكم. وفي هذا الصدد يقول كورنو "Cornu" أن "الحديث عن المعلومات يتطلب مراعاة عدة جوانب وهي: البحث عن المعلومات، تطويرها في شكل أخبار، محتواها الفعلي، ونشرها". كما أن تطويرها يجعل من الممكن إدراك أنه لا يمكننا تصور المعلومات دون التفكير في الجمهور.¹

يتفق معظم الباحثين على تقسيم المعلومات الإعلامية الى نوعين أساسيين هما:

1. **المعلومات الإعلامية الأولية (Primary Information):** وهي المعلومات التي تتميز بالجدة والفورية، وغالبا ما ترتبط بالوقائع الاجتماعية والمستجدات والقضايا والظواهر اليومية والأسبوعية في المجتمع. وتعد هذه المعلومات معيارا أساسيا في تميز الصحيفة ونجاحها، ولا سيما الصحف اليومية، لما لها من دور محوري في تلبية حاجة الجمهور إلى الإخبار السريع والمتجدد.²

2. **المعلومات الإعلامية الثانوية (Secondary Information):** وهي المعلومات المكملة أو المساعدة والتي تسبق نشرها وجمعها وتخزينها، ويسهل استرجاعها، والتي تعطي إضافات أو تفسيرات أو دعائم للأحداث والظواهر... وفي الغالب يأتي هذا المحور من المصادر الحية (المقابلات أو الشواهد) أو الوثائق والكتب، أو من الذاكرة الصحفية للمؤسسة أو الصحيفة، أو القناة الإعلامية بأنواعها المختلفة من مصادر المعلومات، والتي من أهمها:

أ- الدوريات أو المطبوعات الدورية.

ب- أرشيف القصاصات.

ت- أرشيف الصور والمعلومات الأخرى.

¹ - Godefroy Macaire Chabi, **Le journaliste dans le processus de recherche d'information sur le Web**, Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de Maître ès sciences (Communication, option générale), Université de Montréal, août 2014, p. 08

² - محمد فتحي عبد الهادي: **المعلومات وتكنولوجيا على عتاق قرن جديد**، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2004، ص 51.

المبحث الثاني: مفهوم مصادر المعلومات ومدى أهميتها في العمل الصحفي

1. مفهوم مصادر المعلومات

لقد اختلفت تعاريف المصادر، فهي جميع الأوعية والوسائل أو القنوات التي يمكن عن طريقها نقل المعلومات الى المستفيدين منها.¹

وفي هذا الميدان أطلق الباحثون العديد من التسميات على مصادر المعلومات مثل أوعية المعلومات، الأوعية المعرفية، مسالك الأخبار، ورغم هذه الاختلافات فقد بقي مصطلح مصادر المعلومات الأكثر شيوعاً، والتي تقابلها باللغة الفرنسية كلمة (Source) وهي لاتينية الأصل استخدمت في القرن الثاني عشر ميلادي، واستخدمت في الفرنسية حوالي سنة 1530، وتطلق في الأصل لتدل على معاني عديدة منها منبع الخبر وأصله²،

يختلف المصدر كعنصر من عناصر العملية الاتصالية طبقاً لمستوى العملية الاتصالية فالمصدر في الاتصال بين اثنين هو الفرد، وفي الاتصال الجماهيري هو المؤسسة الإعلامية. وفي عصر تقنيات الاتصال الحديثة أصبحت الألة أو الجهاز هي المصدر (على سبيل المثال الكمبيوتر-الانترنت-).

في مجال الصحافة، يعد المصدر هو الشخص أو المنشور أو أي تسجيل أو مستند آخر يعطي معلومات في الوقت المناسب. كما تعرف على بأنها الأداة التي تحصل من خلالها الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون على الخبر.³

ويعرفها معجم المصطلحات الإعلامية بأنها " أحد عناصر عملية الاتصال وقد يكون متمثلاً في شخص يتحدث أو يكتب أو يرسم أو مؤسسة اتصالية كصحيفة أو دار نشر أو محطة راديو أو تلفزيون.

ان أي موضوع في الصحافة له منبع يبدأ منه وقد يكون هذا المنبع أو المصدر ظاهراً أو خفياً فالمصدر الظاهر هو مصدر واضح للعيان أما المصدر الخفي أو الشخصي جداً فهو ما يطلق عليه مصدر عليم.⁴ وتعتبر عملية ذكر المصادر وتوضيحها حجر الزاوية في بناء الكيان الصحفي لأن ذلك يبعث على

¹ - ابن منظور: لسان العرب المحیط، دار الجیل ودار لسان العرب، ط1، الجزء 3، بيروت، 1988، ص 418.

² - محمد محفوظ: تكنولوجيا الاتصال، دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص 62.

³ - فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، دار الشروق، جدة، 2008، ص 101.

⁴ - ليوناردو راي تيل: مدخل الصحافة والاعلام، جولة في قاعة التحرير، ترجمة حمدي عباس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، دون سنة النشر، ص 93.

ثقة القارئ الضعيفة. والصحفي المحترف لا يستطيع نشر خبر مجهول المصدر أو ليس له أكثر من مصدرين على الأقل.

وعموماً فمصادر المعلومات الإعلامية هي كل الوسائل والقنوات التي يمكن نقل المعلومات من خلالها إلى المستقبل. كما أنها هي كافة المنابع التي يستقي منها الصحفي معلوماته سعياً منه للسبق الصحفي.¹

فمصدر الخبر يمثل الجهة التي تستقي منها الأخبار، ويعني أيضاً صاحب الذي يستمد منه معلوماتنا.² سواء كان شخصاً أو هيئة، وفي السابق كانت المصادر محصورة في رجال السياسة وأصحاب المناصب الكبيرة في الدولة، أما اليوم فقد تغيرت المفاهيم بالنسبة للمصادر. ومما سبق نستنتج أن المصدر الصحفي هو الجهة التي تحصل من خلالها على الخبر سواء كان شخصاً أو هيئة أو مؤسسة أو جهة لها علاقة بالحدث، فالمصدر هو منشئ الرسالة الإعلامية.

2. أهمية مصادر المعلومات الإعلامية في العمل الصحفي:

لطالما شكلت المصادر التقليدية للمعلومات مثل المقابلات الشخصية، المؤتمرات الصحفية والوثائق الرسمية وغيرها من المصادر الدعامة الأساسية للعمل الصحفي الكلاسيكي، حيث تمثل هذه المصادر المرجع الأهم في إنتاج محتوى إعلامي موثوق، ينسجم مع المعايير المهنية والأخلاقية لمهنة الصحافة. وتكمن أهمية المعلومات الإعلامية المأخوذة من هذه المصادر في دورها الفعال في تشكيل الرأي العام، وتوجيه الاهتمام الجماعي نحو قضايا معينة، فضلاً عن دورها في تمكين الأفراد من اتخاذ قرارات مبنية على معرفة ومعطيات موضوعية.

تتجلى أهمية المعلومات الإعلامية المتحصل عليها من المصادر التقليدية فيما يلي:

- الركيزة الأساسية للعمل الصحفي المهني: تعتبر المعلومات المتحصل عليها من المصادر التقليدية الموثوقة حجر الأساس في بناء التغطيات الإخبارية الدقيقة، بما ينسجم مع المعايير المهنية للتحقيق الصحفي.
- توفير المعلومات المؤكدة والرسمية: تقدم الجهات الحكومية والهيئات الرسمية بيانات دقيقة ومعتمدة، تشكل أساساً لتحليل الأخبار والتحقيقات.

¹ - نعمات عثمان: الخبر ومصادره في العصر الحديث، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، 2006، ص 68.

² - محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص 227.

- مؤشرا جوهريا على مصداقية الأداء الإعلامي: تساهم هذه المعلومات في تعزيز مصداقية وثقة الجمهور بالمؤسسة الإعلامية كونها مبنية على مصادر معروفة يمكن تتبعها والتحقق منها.
- سهولة التحقق والتدقيق: تتيح الطبيعة المألوفة للمصادر التقليدية للصحفيين إمكانية التحقق من صحة المعلومات ومقارنتها مع مصادر أخرى بسهولة مما يقلل من مخاطر نشر معلومات زائفة أو مغلوطة.
- تعزيز المسؤولية المهنية: الاعتماد على مصادر تقليدية يرسخ ثقافة احترام قواعد العمل الصحفي، مثل الدقة، والموضوعية، والتوازن.
- مرجع لتوثيق الأحداث: تلعب المعلومات المستخلصة من مصادر تقليدية دورا توثيقيا هاما خاصة في تغطية الوقائع ذات الأبعاد السياسية أو القانونية أو التاريخية.
- إقامة علاقات مهنية مستقرة مع مصادر المعلومات: يتيح التعامل مع شخصيات رسمية ومؤسسات تقليدية بناء علاقات مهنية طويلة الأمد تسهل الوصول للمعلومة وكذا رصيда مهنية هاما للصحفي في مسيرته.¹

المبحث الثالث خصائص المعلومات الإعلامية:

الباحث الإعلامي الجيد هو الذي يفتش ويتحرى عن المعلومات الجيدة. وعلى هذا الأساس وبغرض أن تكون المعلومات مفيدة وجيدة، لابد من توافر عدد من الخصائص المطلوبة، والتي يمكن أن نوضحها بما يأتي:

أ- الدقة في المعلومات:

ونعني بالدقة هنا النوعية الجيدة Good Quality للمعلومات، أي ألا نشترط كمية المعلومات على حساب النوعية. وعلى هذا الأساس فإنه ينبغي أن تكون المعلومات التي تقدم للمستفيد في صورتها الجيدة والصحيحة، الخالية من الحشو غير المبرر والاطعاء. وكل ذلك يمكن أن يأتي من تأكد الجهة المعنية بتجميع البيانات والمعلومات هي خالية من الأخطاء.

ب- التوقيتات:

ونعني بها التوقيتات المناسبة في تقديم المعلومات واسترجاعها ونشرها للمستفيدين. حيث ان الفترة الزمنية المناسبة والتوقيتات المطلوبة لحصول المستفيد على المعلومات التي يحتاجها أمر في غاية الأهمية. فتقديم المعلومات المطلوبة، وإن كانت جيدة ووافية ودقيقة، ولكنها متأخرة وفي غير موعدها، للقارئ والمستمع أو صانع القرار، قد لا تفيده في شيء لأنها جاءت متأخرة.

¹ - عاطف شحاتة: مصادر المعلومات في العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2010، ص 145.

ت- الصلاحية والترابط:

أي أن المعلومات ملائمة لاحتياجات المستفيد، ومنسجمة مع تطلعاته، ومع الواجبات المطلوب منه أدائها على الوجه الصحيح وقد تختلف القيمة الموضوعية والصلاحية من شخص إلى آخر، فما هو مناسب لباحث ومستفيد معين هو ليس بالضرورة أن يكون مناسباً لباحث أو مستفيد آخر. وعلى هذا الأساس فإننا نؤكد على شعار ينبغي أن يهتم به الاعلاميون وهو: المعلومات المناسبة، للشخص المناسب، وفي الوقت المناسب. وهذا الشعار ينبغي أن يتبناه كل اعلامي، وكل مركز معلومات، وكل نظام للمعلومات. ومن الجدير بالذكر أن هذا الشعار يجمع بين السمات الثلاثة السابقة، المذكورة في الفقرات الثلاثة أعلاه.¹

ث- الموضوعية:

أي أنها تكون المعلومات بعيدة عن التحيز، حيث أن العديد من المعلومات وخاصة في مجالات الاعلام والعلوم الاجتماعية والسياسية، قد تميل إلى التحيز لأفكار واتجاهات محددة، وبمعزل عن الأنظمة والاتجاهات الأخرى المختلفة معها.

ج- الشمولية:

ونعني بها هنا التكمال وتأمين كل جوانب احتياجات المستفيد، وأن تغطي مثل هذه المعلومات مختلف جوانب موضوع المستفيد، ومن دون نقص في هذا الجانب أو ذاك من الموضوع الذي يقرأه أو يسمعه أو يبحث عنه ويحتاجه. ولا تتعارض الشمولية مع كل الجوانب الأخرى من سمات المعلومات الجيدة، كالصلاحية بموضوع ما ودقتها. ومن الجدير بالذكر هنا أنه كلما زادت نسبة الاكتمال والشمولية في المعلومات كلما كانت مثل تلك المعلومات أكثر فائدة.²

ح- الوضوح:

أي أن تكون المعلومات والفكرة التي تمثلها بعيدة عن الغموض واللبس والخلط غير المبرر مع موضوعات أخرى. فوضوح الرؤيا عند القارئ أو المستمع أمر مهم.

خ- أن تكون المعلومات سهلة الوصول وسهلة المنال:

والمقصود بذلك أن تكون إمكانية الوصول إليها متوفرة وغير معقدة. وألا يتحمل القارئ أو المستمع أو الباحث المشقة العناء الكبيرين وغير المبررين في الوصول إليها. وقد تكون مثل تلك الصعوبات والمشقات

1 - إبراهيم عامر قنديلجي: مرجع سابق، ص 45.

2 - الشامي عبد الرحمن محمد: أفاق التفاعلية في ظل الإعلام الجديد، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، 2007، ص 129.

عائقا في سبيل الوصول إلى المعلومات، ويكون ذلك على حساب التوقيتات المطلوبة، الذي تطرقنا إليه في فقرة سابقة.

د- قابلة للمراجعة والتحقق:

أي أن المعلومات الإعلامية المهيأة والمقدمة هي قابلة للمراجعة، وقابلة للفحص، وذلك بغرض التحقق من صحتها ودقتها.¹

المبحث الرابع: تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية

تعددت اجتهادات الباحثين في تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية، إذ اختلفت الأسس التي اعتمدها في ذلك، غير أن الهدف المشترك بينها هو الإحاطة بأشكال وأنواع هذه المصادر بما يساعد الصحفيين والإعلاميين في اختيار الأنسب منها بحسب طبيعة العمل. وفيما يلي عرض لأبرز هذه التصنيفات:

1. حسب التطور التاريخي:²

1- المرحلة قبل التقليدية (مرحلة ما قبل الورق): وجدت المعلومات منذ بدأ الإنسان في تسجيل أفكاره ومعارفه، وفيها سجل الإنسان تجاربه وخبراته على أوعية بدائية استطاع أن يطوعها لتحقيق أهدافه ومن هذه الأوعية أو المواد:

- جدران الكهوف حيث استخدمها الإنسان لتسجيل أفكاره برسوم بدائية، وكذا قطع اللحاف وهي عبارة عن حجارة بيض رقائق.³
- الألواح الطينية أو الرقم الطينية في بلاد الرافدين التي استخدمها السومريون في تسجيل كتاباتهم الخاصة بهم وتعرف بالكتابة السومرية.
- لفائف البردي وتسمى أيضا بالقراطيس عند المصريين القدماء كمادة صالحة للكتابة.
- مخطوطات ألواح الشمع استخدمها اليونانيون والرومان

¹ - الشامي عبد الرحمن محمد: مرجع سابق، ص 130

² - غالب عوض النوايسة: مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص ص (30-32).

³ - محمد فتحي عبد الهادي: مراكز المعلومات الصحفية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1996، ص 61.

- الرق وجلود الحيوانات في أواسط آسيا واليونان وبعض الأشجار في الهند، الشمع وأكتاف البعير التي استخدمت كما هي دون تغيير كبير في تكوينها.
- الحرير والحجر والمعدن والخشب والنسيج في أماكن أخرى من العالم.

2- المرحلة التقليدية والشبه التقليدية (مرحلة مصادر المعلومات الورقية المطبوعة): وهي المرحلة التي توصل الصينيون فيها إلى صناعة الورق في مطلع القرن الأول ميلادي وشاع استعماله واخذ موضع الصدارة في الاستخدام، وازدهرت الكتابة عند العرب. ولم تتعزز الكتابة إلا بعد ظهور الطباعة على يد غوتنبرغ في القرن الخامس عشر الميلادي والتي أحدثت ثورة هائلة في نشر المعرفة وتجسدت في الأعداد الهائلة والأشكال المختلفة لعناوين الكتب المطبوعة والجرائد المنشورة سنويا من مؤسسات الطباعة والنشر في العالم¹ ولازال هذا التطور والنمو مستمران الى يومنا هذا.

3- المرحلة غير التقليدية (مرحلة مصادر المعلومات الالكترونية): في هذه المرحلة اخترعت مصادر متطورة قادرة على استيعاب ثورة المعلومات وذلك بفضل التطور التكنولوجي والعلمي وثورة المعلومات والاتصالات عن بعد، إذ غيرت هذه الوسائل في نقل المعلومات للكثير من أوعية المعلومات التقليدية الورقية. فعرفت الوسائل السمعية البصرية والمصغرات الفيلمية، واستطاع الانسان أن يحول المعلومات إلى ثقب وأشرطة وأسطوانات مغنطة وأقراص متراصة وقواعد بيانات وشبكات معلومات ومن أشهرها شبكة الانترنت. وكل هذه الوسائل تكفل السيطرة على المعلومات وسرعة استرجاعها واستخدامها بالقدرة وفي الوقت والشكل المناسب لظروف طلبها.²

2. حسب طبيعة المصدر:³

- مصادر المعلومات الوثائقية: تشتمل على ثلاثة أنواع:

أ- **مصادر المعلومات الأولية:** هي مصادر هامة للمستفيد توفر له بشكل مباشر المعلومات التي يحتاجها والمعلومات المتضمنة في المصدر تكون جديدة بمعنى أنها حديثة لم تظهر سابقا في أي مطبوع وتشمل على

¹ - جاسم محمد جرجيس، بديع القاسم، مصادر المعلومات في مجال الاعلام والاتصال الجماهيري، مصر مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، 1998، ص 8.

² - نور الدين هادف: التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال: الاستخدامات والاشباكات (دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية)، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2008، ص 40.

³ - Bickman, Leonard & Rog, Debra J. **Applied Research Methods: A Practical Guide**, Sage Publications, Thousand Oaks, CA, 2009, pp. 32-45

عدة أنماط أبرزها: الكتب، تقارير البحوث، المسلسلات، براءة الاختراع، وقائع المؤتمرات، الرسائل الجامعية والمطبوعات الحكومية.

ب- **مصادر المعلومات الثانوية:** تمكن المستفيد من الحصول على المصادر الأولية أي أنها تقدم عرضاً لمعلومات منشورة ولا تقدم معلومات جديدة في العادة ومن أهم أشكالها: الكشافات، المستخلصات، عروض ومراجعات الكتب، الكتب المرجعية، الأدلة، والكتب الدراسية، الببليوغرافيات.

ت- **مصادر المعلومات من الدرجة الثالثة:** تتركز وظيفة هذا النوع من المعلومات في مساعدة المستفيد للوصول إلى المصادر الأولية والثانوية والإفادة منها واستخدامها، وإنها لا تحتوي معلومات أو معارف (موضوعية)، ولعلّ من أبرز الأمثلة عليها المرشد إلى أدب الموضوع، ببليوغرافيا الببليوغرافيات.¹

● **مصادر المعلومات غير الوثائقية:** تبرز أهمية هذا النمط من المصادر في مجال العلوم والتكنولوجيا بشكل خاص وذلك من خلال الاتصال المباشر بين المتخصصين في القطاع العلمي الواحد وتبادل الآراء والأفكار من خلال المناقشات التي تدور بينهم حيث توفر معلومات لا توفرها مصادر المعلومات الأخرى وينقسم إلى نوعين:

أ- **المصادر الرسمية:** ومن أمثلتها الأجهزة الحكومية، هيئات البحوث، الجمعيات العلمية والاتحادات المهنية، المؤسسات الصناعية العامة والخاصة، الجامعات والكليات والمكاتب الاستشارية.

ب- **المصادر غير الرسمية:** مثل المناقشات بين الزملاء والزوار، اللقاءات الجانبية في المؤتمرات والندوات... الخ.²

3. حسب أسلوب الوصول إلى المعلومة:³

- **مصادر مباشرة** وهي تلك التي يستقي منها الصحفي معلوماته مباشرة من مصادر رسمية أو من أشخاص طبيعيين يدلون بتصريحاتهم إزاء مسألة معينة.
- **مصادر غير مباشرة:** وذلك عندما يستقي الصحفي المعلومة من شخص يكون هو بدوره قد استقى المعلومة من مصدر مباشر.
- **مصادر معرفة:** عندما يستعمل الصحفي عبارات تدل مباشرة على مصدره سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً.

¹ - وائل مختار إسماعيل: **مصادر المعلومات**، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2010، ص ص (19، 20).

² - جاسم محمد جرجيس، بديع القاسم: **مرجع سابق**، ص ص (5، 6).

³ - أبو بكر محمود الهوش: **دراسة في نظم وشبكات المعلومات**، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 21.

- مصادر غير معرفة: عندما يستعمل الصحفي عبارات عامة متحاشيا ذكر مصدره.
- الإشاعات: وهي الأخبار غير المؤكدة التي يلجأ إليها الصحفي في غياب مصادر رسمية تثبت أو تنفي هذه الأخبار.¹

4. حسب التخصص أو الموضوع:

- مصادر معلومات حسب الموضوع: فمثلا في قسم الاخبار المحلية يوجه صحفيوه الى مصادر الأخبار المحلية كالوزارات، رئاسة الجمهورية، وفي الأخبار الاقتصادية يتوجه الصحفيون الى الأبحاث والتقارير الاقتصادية وأسعار العملات وهكذا.

5. حسب الجدة والحداثة.²

يعتمد هذا التصنيف على معيار الزمن الذي صدرت فيه المعلومة، ومدى مواكبتها للأحداث الجارية. ويُعد هذا التصنيف مهماً جداً في العمل الصحفي، حيث تتطلب الممارسة المهنية الاعتماد على معلومات آنية وحديثة، دون إغفال أهمية المعلومات القديمة أو الأرشيفية في بعض السياقات، مثل التحقيقات أو التقارير الاستقصائية أو التحليل التاريخي للأحداث:

أ- مصادر آنية/ حديثة: وهي تلك المصادر التي تقدم معلومات جديدة وفورية تتعلق بحدث جارٍ أو مستجد. تعتبر هذه المصادر بالغة الأهمية بالنسبة للصحفيين، خاصة في مجال التغطيات الإخبارية اليومية، حيث يحتاج الصحفي إلى معلومات دقيقة وسريعة لمواكبة الحدث في توقيته الفعلي مثل البيانات والتصريحات الرسمية، المؤتمرات الصحفية، وكالات الأنباء والبث المباشر.

ب- مصادر قديمة أو أرشيفية: وهي المصادر التي تحتوي على معلومات سبق نشرها أو إنتاجها في فترة زمنية سابقة، لكنها لا تزال تمثل مرجعاً مهماً لفهم السياق العام أو التطورات التاريخية المرتبطة بالحدث. تستخدم هذه المصادر عادة في التقارير المعمقة، والتحقيقات، والبحوث الإعلامية مثل أرشيف الصحف، الوثائق الحكومية القديمة، الدراسات السابقة، الكتب والمطبوعات والتسجيلات التاريخية.

¹ - Belkacem Mohand Saïd : **le guide du cyberjournaliste**, BMS édition ; Alger ;2001 ; PP (44,45).

² - غالب عوض النوايسة: مرجع سابق، ص ص (37-39).

6. حسب طريقة الإخراج:

يقوم هذا التصنيف على الشكل الذي تقدم به المعلومات، أي الطريقة التي تعرض بها البيانات والمعطيات للمستفيد النهائي، سواء كان صحفياً، باحثاً، أو جمهوراً عاماً. ويعكس هذا التصنيف مدى تنوع الوسائط المستخدمة في نقل المحتوى الإعلامي، ويستند في جوهره إلى أدوات الإخراج الصحفي والتقني، التي أصبحت ضرورية في بيئة الإعلام المعاصر، خاصة في ظل التكامل بين الإعلام التقليدي والرقمي¹.

أ- نصوص مكتوبة: (Textual Sources) وتشمل جميع المواد المكتوبة التي تقدّم على شكل نصوص، سواء في شكل ورقي أو إلكتروني. وتعد من أكثر الأشكال استخداماً في وسائل الإعلام المكتوبة والرقمية كالمقالات، التقارير، البيانات الصحفية، الرسائل الرسمية، الكتب، المطبوعات، الأخبار المنشورة.

ب- الصوت: (Audio Sources) وهي المصادر التي تقدم فيها المعلومات في شكل صوتي فقط، دون صورة، وتتميز بقدرتها على نقل النبذة والانفعال، ما يمنحها قيمة عالية في تغطية بعض القضايا كالمقابلات الإذاعية، التسجيلات الصوتية، التصريحات المسجلة، المداخلات الهاتفية.

ت- الصورة: (Still Images) تعتمد على توصيل المعلومات بصرياً من خلال صور ثابتة، تعد أداة توثيقية وإخبارية مهمة، خصوصاً في الصحافة المطبوعة والرقمية. كالصور الفوتوغرافية من أماكن الأحداث، الرسوم التوضيحية، الملصقات، الخرائط المصورة.

ث- الفيديو: (Video Sources) يمثل دمجاً بين الصوت والصورة، وهو من أكثر الأشكال تأثيراً وانتشاراً في الإعلام الحديث، لما له من قدرة على نقل الحدث بشكل مباشر وحيوي مثل التقارير المصورة، التغطيات الإخبارية المصورة، البرامج التلفزيونية.

7. التصنيف المعتمد في الدراسة

لقد تبنت دراستنا هذا التقسيم على اعتبار أنه الأكثر شمولاً لأغلب اجتهادات باحثي ومفكري الإعلام والاتصال، لوضع تصنيف موحد لمصادر المعلومات الإعلامية. فالهدف من هذا التصنيف هو التعرف على المصادر الأكثر شيوعاً واستعمالاً في الأوساط الإعلامية.

¹ - شريف كامل شاهين : مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2000، ص15.

1- **مصادر المعلومات التقليدية:** هي الوسائل والأساليب التي يعتمد عليها الصحفيون للحصول على المعلومات والاعخبار قبل ظهور التكنولوجيا الرقمية الحديثة. تعتمد هذه المصادر على الاتصال المباشر والوثائق المادية والوسائل الكلاسيكية.

تعرف أيضا بـ تلك المصادر التي يحصل منها الصحفي على الخبر مباشرة مثل كبار الشخصيات ونجوم الحياة الاجتماعية والبيانات والنشرات والمؤتمرات الصحفية¹، فضلا عن كل الهيئات الحكومية وغير الحكومية والجمعيات والمنظمات وخدمات الطوارئ والعلاقات الشخصية للصحفي في حد ذاته، وبرقيات وكالات الأنباء وغيرها... كما تعرف أيضا على أنها " المصادر التي تعتمد فيها الجريدة على هيئة مستخدمها في الحصول على الاعخبار والمعلومات مثل المندوب والمراسل"².

كما نستطيع تعريف مصادر المعلومات التقليدية بأنها مكان إنتاج، امتلاك أو بث معلومات حصرية أو غير مصاغة في قالب نهائي. وهذه المصادر يمكن أن تكون داخلية أو خارجية بالنسبة للمؤسسة فقد تكون أشخاصا (مصادر معلومات شفوية)، هيئات أو وثائق صادرة من هذه الأخيرة أو حتى من مصالح معلوماتية كبرقيات وكالات الأنباء وهو ما يجعل الكثير من مصادر المعلومات تشكل مرجعا رئيسيا للمؤسسات الإعلامية المختلفة.³ ومما لا شك فيه أن مصادر الأخبار كثيرة ومتنوعة وتنقسم هذه المصادر إلى:

أ- **المصادر الداخلية (الذاتية):** هي المصادر التي تعتمد فيها الجريدة على هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار مثل المندوب الصحفي والمراسل الخارجي⁴ وهي:

1. **الصحفي نفسه:** فأينما يكون الصحفي عليه تشغيل نواميس الاستشعار الصحفية سواء عند حديثه مع الأصدقاء والجيران وغيرهم أو من خلال مروره مثلا على أحد المناطق وهو مسافر فالصحفي يربط بين ما يراه وما يسمعه وبين هوم المجتمع، على اعتبار أن واجبه الأول هو الاهتمام بالشؤون العامة كلها. فالصحفي عليه أن يتدرب على التطلع الجيد إلى كل شخص والتعمق في كل أمر من الأمور التي يبحثها أو يراها أو

1 - محمد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها، دار أسامة للتوزيع والنشر، عمان، 2014، ص 64.

2 - خالد العمارة ونايف الهشلمون: الصحافة والاعلام- النظرية والتطبيق، الخليل منشورات الوطن، الخليل، ط1، 1991، ص 164.

3 - Serge Cacaly et autres : **Dictionnaire de l'information**, 2ième édition, Armand Collin, Paris, 2004.p 171.

4 - دافيد بوتر: مخبرو الصحف، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص76.

يسمعا. لأن هذا التعمق يفتح له الأبواب المغلقة وراء الأخبار ويكشف النقاب عن أمور يصلح بعضها لتطويرة إلى موضوع صحفي صالح للنشر وجدير بأن يستمتع به الجمهور.¹

ليس من المفروض على الصحفي أن يحصل على معلوماته وهو جالس في الجريدة أو بالتلفزيون، ولكن المفروض أن ينتقل إلى مكان الحدث، ليرى ويشاهد بنفسه، ويتحدث مع شخوص الحدث، فقد يعثر على وثائق أو مستندات لازمة لموضوعه، بالإضافة إلى أن مكان الحدث قد يحوي على مفاجئات غير متوقعة قد يكتشفها الصحفي بحاسته الإخبارية.

فالصحافة هي مهنة التعب والعرق وأمامها تزول الأخطار، والصحفي الناجح لا يمل البحث وراء المجهول سعيا لتقديم كل ما هو جديد للقارئ فهو دائم الترحال والسفر أو على الأقل على استعداد لذلك.²

2. المندوب الصحفي: يعتبر من أهم المصادر الذاتية للصحيفة، وهو ذلك الشخص الذي تنتدبه الجهة الإعلامية كوكيل أو نائب أو ممثل لها لجمع المعلومات والأخبار من أماكنها المحلية، وعليه فهو يتوجه يوميا إلى الأماكن الموكلة إليه تغطيتها إعلاميا إما تكليف من رئيس قسم الاخبار، أو من رئيس التحرير مباشرة، أو لمعرفته مسبقا بالأحداث المتوقع حدوثها أو لعمل الزيارات الروتينية المعتادة لتلك الأماكن ليلتمس أخبارها وتنمية علاقته بمصادره المعتاد عليها.³ لذلك على المندوب أن يحاول زيادة مصادره وتنوعها فتعددية المصادر وتنوعها في القاعدة التي تمكنه من الحصول على أكبر قدر ممكن من الحقائق دون تشويه لهذه الحقائق وحتى لا يتحول الى مجرد أداة بأيدي مصادر تستخدمه لتحقيق أهدافها.⁴

والمندوب الصحفي في الجريدة اليومية غالبا ما يتخصص في تغطية مجال معين من مجالات نشاط الصحيفة سواء كان ذلك في مجال وزارات الحكومة أو مصالحها أو الهيئات العامة المختلفة، فيختص كل مندوب بوزارة أو مصلحة أو هيئة من الهيئات العامة في المجتمع التي تصدر به الصحيفة. حيث أن تخصص المندوب الصحفي في مجال معين يمكنه من معرفة كل كبيرة أو صغيرة، فيكتب أخباره وهو على دراية واسعة بكل

¹ - جلال الدين الحماصي: دراسات صحفية من الخبر الى الموضوع الصحفي، دار المعارف، مصر، 1965، ص 142.

² - هيربرت سترنز ترجمة سميرة أبو سيف: المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص 53.

³ - نعمات عثمان: مرجع سابق، ص 68.

⁴ - منير عيادي: مصادر الخبر وأخلاقيات المهنة في الصحافة الإلكترونية في الجزائر دراسة تحليلية ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين خلال الفترة 2012-2016، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، ص 103.

أبعاد الخبر وتفاصيله، كما يسمح له بتوطيد علاقته بالمسؤولين والعاملين من الجهة التي يمثل الصحيفة بها.¹

3. المراسل الصحفي: وجود أية وسيلة إعلامية جماهيرية يفرض عليها انتقاء مراسلين داخل البلد أو الإقليم الذي تصدر فيه، أو على مستوى البلدان الأخرى أو الأقاليم من العالم، ولا يمكنها الاستغناء عنهم إذ أنهم ينقلون أخبار تزيد من مصداقية الوسيلة الإعلامية.

والمراسل الصحفي هو محرر تبعث به الصحيفة أو المجلة أو المحطة الإذاعية أو التلفزيونية أو وكالات الأنباء إلى خارج الدولة التي تصدر منها لموافاتها بالأخبار والتقارير عن الأحداث والقضايا في المكان الذي يتواجد فيه.²

ومن هنا نلاحظ الفرق بين المراسل والمندوب الصحفي الذي يعمل في نفس المدينة التي تصدر منها الصحيفة عبر وسيلة من وسائل الاتصال. والمراسلين غالباً ما توفدهم الصحيفة لتغطية أهم الأحداث العالمية في العواصم الكبرى وفي المناطق الساخنة.³ وهناك نوعين أساسيين من المراسلين:

■ المراسل الداخلي المحلي: وهو الذي يعمل في إحدى المدن أو المحافظات المهمة داخل الدولة التي تصدر فيها الصحيفة وبعيداً عن المدينة التي تصدر فيها.

■ المراسل الخارجي: وهو المراسل الذي يكون مجال عمله خارج نطاق قطر الذي تصدر فيه الصحيفة، حيث يقوم بتغطية الأنباء في بلد آخر.⁴ وهذا النوع لا بد أن يتمتع بقدرة هائلة واحترافية مهنية عالية. وهناك ثلاث أنواع من المراسلين الخارجيين:

أ- المراسل الدائم: وهو الذي يقيم في دولة ما بصفة دائمة لتغطية أنباء هذه الدولة⁵ ويتميز بالعمق والسرعة.

ب- المراسل المتجول: وهو محرر واحد تبعث به الصحيفة لتغطية منطقة جغرافية محددة قد تشمل عدداً من الدول في الوقت نفسه، ويتخذ من عاصمة إحدى الدول مقراً رئيسياً له وقد يكون هذا المقر في مكان

¹ - أشرف فهمي خوجة: المصادر الصحفية في عصر المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011، ص ص (20،21).

² - حسني نصر، سناء عبد الرحمان: الخبر الصحفي، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي، العين، الامارات، 2009، ص 97.

³ - كرم شلي: الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق للنشر، جدة، 1988، ص 80.

⁴ - مرعي المذكور: الصحافة الإخبارية، دار الشروق، ط1، القاهرة، 2002، ص 51.

⁵ - نفس المرجع، ص 65.

يتوسط المنطقة الجغرافية التي يقوم بتغطية أنبائها ويقوم بالانتقال بين عواصم الدول المختلفة في المنطقة الجغرافية في حالة حدوث أحداث تستحق أن يقوم بتغطيتها.¹

ت- المراسل المؤقت: وتعتمد عليه معظم الصحف خاصة خلال الأزمات الكبيرة، والأحداث التي تشغل بال الرأي العام الداخلي والدولي، ويعرفه فاروق أبو زيد " هو المحرر الذي تبعث به الصحيفة لتغطية حدث مهم يقع في منطقة تخلو من مراسل مقيم أو وجوده في انشغال بأحداث ضخمة، وتحتفظ بعض المؤسسات الإعلامية بمجموعة المحررين الجاهزين للتحرك إلى مواقع الأحداث المهمة.²

ب- المصادر العامة الخارجية: وهي المصادر التي تعمل خارج موقع الصحيفة، أو يقع مكانها خارج البناء الخاص بها، ولا يعتبر العاملون بها من أعضاء أسرتها الكبيرة أو الصغيرة، وإنما تعتبر أنشطتها خارجة عن أنظمة الصحيفة ولوائحها، وكل ما يربط هذه المصادر بالصحيفة هو عملية تعاون تتم في صورة بث أو إرسال أو إيصال الأخبار من تلك المصادر إلى الصحيفة. ويعرفها عبد العالي رزقي " بأنها المصادر التي تلجأ إليها للتزود بالمعلومات أو الوقائع أو الآراء (الأخبار)، وهي مصادر تجعل المؤسسة تسير الأحداث، غير أنها تتطلب ميزانية خاصة للاشتراك.³

1. شهود العيان: هم أشخاص عاديون تصادف أن شهدوا أحداثا غير عادية فالمصدر أولا وآخر هو قد يكون شخصا لديه معلومات يحتاجها الصحفي من أجل قصة إخبارية أو من أجل خلفية لقصة إخبارية، فشاهد العيان يتمتع بمصداقية عالية لدى الجمهور لأنه جزء منه، فهو يقدم رواية فورية لما جرى ويجب توخي الحذر في التعامل معهم لأنهم غالبا ما تسيطر عليهم الصدمة النفسية، الرغبة في الظهور، ربما تصفية حسابات شخصية أو المخاوف من التورط في القضية. لذا يتوجب على الصحفي التعامل بحيطه مع ما يقوله شاهد العيان وألا يعتمد على رواية واحدة، كما يتوجب على الصحفي أن يشرح للجمهور أين كان الشاهد بالضبط وما علاقته بما جرى وأن يتذكر تسجيل أسمائهم وأرقام هواتفهم فقد يحتاج إلى المزيد من التفاصيل.⁴

1. وكالات الأنباء: هي مؤسسات متخصصة في جمع وتوزيع الأخبار على المشتركين في الخدمة مقابل اشتراك مالي محدد عادة ما كان يتم توصيل أخبار تلك الوكالات عبر البرقيات وحاليا فان معظمها يث أخباره عبر الأقمار الصناعية أو الانترنت إلى غرف الأخبار مباشرة. تعمل هذه المؤسسات في خدمة وسائل الإعلام أي

1 - فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، دار الشروق، جدة، 2008، ص 106.

2 - مرعي المذكور: نفس المرجع، ص 88.

3 - عبد العالي رزقي: الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2004، ص 135.

4 - ميلفن مينتشر: تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1998، ص 145.

أنها تقدم خدماتها للمحترفين وليس للجمهور مما يزيد من المعايير المهنية على أدائها. وهكذا أصبح بإمكان الصحيفة تلقي الأخبار الخارجية عن طريق الاشتراك بوكالات الأنباء الأجنبية وكذلك تلقي الأخبار الداخلية عن طريق الاشتراك بوكالة أو وكالات الأنباء العالمية.¹

كما أن تعاون الوكالات المحلية مع الوكالات العالمية أمكن إيجاد نوع من التيسير للحصول على الخبر من مصدره مع تأكيده بمصادر أخرى متنوعة حتى أننا نرى الوكالات العالمية والمحلية تتفق على خبر معين يشغل بال الرأي العام.²

2. الخدمات الإخبارية الخاصة: هناك بعض الوكالات والهيئات الخاصة للنشر، تنفرد بالحصول على بعض الأخبار والمعلومات وتبيعها لبعض الصحف حسب اتفاقيات خاصة مع دور الصحف. وقد تنفرد هذه الوكالات الخاصة بإعطاء حق نشر الخدمات الصحفية الإخبارية أو الكتب الهامة أو الحملات الصحفية المثيرة أو بعض الموضوعات الخاصة.³ تتخصص هذه الوكالات في تقديم معلومات إخبارية بشكل غير مباشر، عن طريق مقابلات صحفية أو مذكرات الشخصيات التاريخية الهامة، موجهة إلى مختلف وسائل الإعلام.⁴

3. أرشيف المعلومات (الوثائق): وهو كل ما يتم جمعه في ملفات سواء كانت تضم:

- وثائق مهمة حكومية أو غير حكومية.
- الدوريات، الكتب، النشرات والمجلات.⁵
- في الإذاعة والتلفزيون يضم الأرشيف الأشرطة أو التسجيلات التي قد تكون من إنتاج المؤسسة نفسها أو تم شراؤها لغرض الإنتاج البراجمي. وهي وثائق مهمة خاصة إذا كانت تكشف عن وقائع مجهولة وهامة في الوقت نفسه، فقد تغير هذه الوثائق كثيرا من المعلومات الراسخة على أنها حقائق في حين أنها عكس ذلك تماما.⁶

¹ - نفس المرجع، ص 23

² - شفيق محمود عبد اللطيف: وكالات الأنباء رؤية جديدة، دار المعارف، ط1، القاهرة، 1994، ص 32.

³ - حمدي محمود: حق الصحفي في الحصول على المعلومات ومدى تأثيره على حق الجماهير في المعرفة والاعلام، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 2010، ص 26.

⁴ - تواتي نور الدين: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، الجزائر، ص 181.

⁵ - عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: مرجع سابق، ص 170.

⁶ - مرعي المذكور: مرجع سابق، ص 42.

تعد الوثائق مصدرا هاما للمراسل لجمع المعلومات عن الموضوع الذي يغطيه خاصة عندما يكشف حقائق عن وقائع جديدة أو وقائع قديمة مجهولة، وتظل قيمة هذه الوثائق مرهونة بمن يكشف عنها ويتوصل إليها وبذلك فهي تكون بالنسبة للصحيفة المستفيدة منها بمثابة كنز لا ينفذ من الأخبار والموضوعات.¹

4. المنافسون: متابعة أخبار وتحركات المؤسسات الإعلامية الأخرى في المنطقة نفسها توفر مصدرا مهما للأفكار والأخبار فرما يتمكن الصحفي من تغطية حدث قام المنافسون بتغطيته لكن أغفلوا زاوية من زوايا يعتبرها الجمهور مهمة.

5. المقابلات الصحفية: المقابلة هي إحدى الوسائل الأساسية للحصول على المعلومات في وسائل الإعلام كلها فالهدف النهائي من أي مقابلة هو نيل معلومات تصنع أخبارا ولا يتحقق ذلك الهدف إلا بالإعداد الجيد عبر ما يلي:

- اختيار الضيف المناسب.
- إتباع أسلوب المقابلة المناسب مع طبيعة الخبر.
- إجراء البحث المعلوماتي اللازم.
- صياغة الأسئلة بحرص حيث يجب تجنب الأسئلة الموجهة كما يجب الاستماع بحرص إلى إجابات الضيف.

6. البيانات الصحفية: تعتمد الشركات والمؤسسات الكبرى والمنظمات الدولية إلى إصدار بيانات للنشر الصحفي تضم الرواية الصحفية التي ترغب الجهة التي أصدرت البيان في أن تصل إلى الجمهور تقوم هذه الجهات بإرسال بياناتها بصورة دورية عبر البريد العادي إلى المؤسسات الصحفية. توفر هذه البيانات مادة سهلة للصحفيين الكسالى هذا لا يعني أنه يتوجب على الصحفي تجاهل هذه البيانات ولكن عليه نشر الحجاج الخبرية الرئيسية في البيان منسوبة إلى مصدرها.

7. المؤتمرات الصحفية: المؤتمر الصحفي مصدر للأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات العامة في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين محل الدراسة أو مناقشة قضية تهم الرأي العام. والمؤتمرات الصحفية يقدمها كبار المسؤولين أو الوزراء أو الرؤساء أو الزعماء حين تكون حاجة عاجلة لشرح سياسة

¹ - أشرف فهمي خوجة: الصحفيون ومصادر الأخبار، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2009، ص 38.

معينة أمام أكبر عدد من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع إلى نسبة كبيرة من الرأي العام.¹ المؤتمرات الصحفية مثلها مثل البيانات الصحفية هي معلومات يراد نشرها، الفرق أن المؤتمرات الصحفية تفتح المجال لطرح الأسئلة وعلى الصحفي أن يكون انتقائياً أي أن لا يحضر كل المؤتمرات بل عليه أن يختار ما يعتقد أنه يقدم معلومات جديدة أو فرصة حقيقة لطرح الأسئلة فيمكن للصحفي أن يجعل من المؤتمر مصدراً حقيقياً للأخبار خاصة إن تمكن من طرح سؤال يغير مجرى الحديث ويخلق خبراً حقيقياً.²

8. القصاصات الصحفية: يعتمد عليها بشكل أساسي في المؤسسات الصحفية المختلفة ويتم الحصول عليها من الصحيفة نفسها أو من الصحف والمجلات الأخرى المحلية والخارجية، من الكتب والنشرات ومطبوعات الهيئات المختلفة. فالصحيفة هي المصدر الأول لهذه القصاصات ولذلك تؤخذ قصاصة لكل مادة تحريرية في هذه الصحف وفي حالات كثيرة تؤخذ نسخ من القصاصات الواحدة لتحتفظ كل نسخة في ملف موضوع معين إضافة إلى الكتب التي السنوية التي تصدرها المؤسسات والدول عن مختلف أوجه النشاط فيها خلال العام وتزخر بمعلومات وبيانات قيمة ولها أهميتها الكبرى بالنسبة للعمل الصحفي.

9. الصحف المحلية والأجنبية: في كثير من الأحيان تنفرد بعض الصحف أو المجلات المحلية أو الأجنبية بنشر خبر هام أو وثيقة خطيرة قد تنقلها عنها الصحف الأخرى أو توسع فيها وتضيف إليها من مصادرها الخاصة فقد تنشر موقفاً سياسياً عبرت عنه افتتاحية صحيفة أو مجلة الحزب أو الدولة أو الهيئة التي تنطق هذه الصحيفة أو المجلة باسمها.³ وعلى هذا الأساس فإن الصحف والمجلات تعتبر مصدراً هاماً من مصادر الأخبار ولكن على مستويين:

المستوى الأول: نقل الأخبار أو التصريحات الهامة مع نسبها إلى الصحيفة التي انفردت بنشرها.
المستوى الثاني: متابعة واستكمال الخبر الذي انفردت به إحدى الصحف لتقديم معلومات جديدة تضاف إلى الخبر الأول.⁴

10. المحطات الإذاعية والتلفزيونية المحلية والأجنبية: لقد ساهمت ثورة الاتصال التي عمت العالم في انتشار المحطات الإذاعية والبث التلفزيوني المباشر من خلال الأقمار الصناعية ووفرت كما هائلاً من الأخبار

1 - فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 113.

2 - كارول ريتش، ترجمة عبد الستار جواد: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، دار الكتاب الجامعي، فلسطين، 2006، ص 124.

3 - ميلفن مينتشر ترجمة أديب خضور: مرجع سابق، ص 25.

4 - فاروق أبو زيد: مرجع سابق، ص 111.

والمعلومات وقد تزايد اعتماد الصحف على هذه الاذاعات والمحطات التلفزيونية خاصة في تغطية الاخبار العالمية المهمة التي تنفرد لها هذه المحطات مساحات زمنية واسعة لتغطيتها بالصوت والصورة والتحليل¹.

كما تعتبر الإذاعات المحلية والأجنبية مصدرا مهما للأخبار ولا سيما في الدول التي تخضع فيها الإذاعة إلى الإشراف الحكومي حيث تعبر عن التوجهات الرسمية للدولة. ونظرا لأهمية الإذاعات الأجنبية كمصدر للأخبار أنشأت الصحف الكبرى أقساما متخصصة للاستماع مزود بأجهزة استقبال وتسجيل متطورة، بهدف متابعة ما تبثه مختلف المحطات الإذاعية العالمية. ويسهم هذا القسم في دعم العمل الإخباري من خلال تحقيق الانفرادات الصحفية، وإغناء المحتوى، ورصد تعدد وجهات النظر حول الحدث الواحد، بما يمكن المحرر من تقديم مادة خبرية شاملة وموسعة².

وتخضع المادة الملتقطة عن طريق الإذاعة لإعادة صياغة تناسب القارئ بدلا من المستمع على أن تذكر الصحيفة المصدر الذي استقت منه هذه المواد. ويجب توضيح أن الصحافة مصدر رئيسي للإذاعة كما أن الإذاعة أيضا واحدة من المصادر المهمة للصحيفة³.

12. مصادر أخرى: ان المصادر التي سبق ذكرها هي ليست وحدها المصادر الإخبارية فهناك مصادر أخرى كثيرة تتنوع حسب طبيعة كل صحيفة وتخصصها وسياستها التحريرية ومن هذه المصادر:

- الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية
- الحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية
- أصدقاء وزملاء ومعاونو الشخصيات البارزة في المجتمع
- الإعلانات
- الجمهور وأصحاب المصالح الخاصة
- رسائل القراء
- المجالات المتخصصة
- الصدفة: فإن كثيرا من الأخبار الهامة قد يقع عليها الصحفي دون أن يكون قد خطط للحصول عليها.

يتضح من خلال استعراض مختلف التصنيفات المعتمدة لمصادر المعلومات الإعلامية أن تنوع هذه المصادر وتعدد زوايا تصنيفها يعكس الطبيعة الديناميكية للعمل الإعلامي وحاجته المستمرة إلى التكيف مع متغيرات

¹ - حسين نصر سناء عبد الرحمان: الخبر الصحفي، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي، العين، الامارات، 2009، ص 117.

² - ميلفن مينتشر ترجمة أديب خضور: مرجع سابق، ص 24.

³ - مرعي المذكور: مرجع سابق، ص 62.

البيئة الاتصالية والمعلوماتية. فالمصادر ليست مجرد أوعية للمعلومة، بل هي امتداد لتفاعل الصحفي مع محيطه المهني والاجتماعي، كما أنها تمثل حجر الأساس في صياغة مضمون إعلامي موثوق وفعال.

وإن تصنيف هذه المصادر رغم تعدد مرجعياته وتداخلاته يمكن الباحث من فهم البنية التي تتركز عليها العملية الإخبارية، ويؤسس لقراءة أكثر دقة للعلاقات بين الصحفي والمعلومة والمصدر في ظل التحولات الرقمية.

المبحث الخامس: طبيعة العلاقة بين الصحفي ومصادر المعلومات

من الصعوبة وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقة بين الصحفي ومصادر المعلومات والاعتماد لأن هذه العلاقة تتأثر بعوامل عديدة يمكن أن نلاحظ وجودها أو غيابها في كل المجتمعات بصرف النظر عن وصف النظام الإعلامي القائم، ولا يمكن تصنيف هذه العلاقة في إطار الاعتماد المتبادل بينهما في كل الأحوال، أو التقرير بسيادة تأثيراتهما ولكن كل ما يمكن ملاحظته أن هذه العلاقة لا يعبر مظهرها عن جوهرها في أغلب الأحوال.¹

فالصحفي الجيد يجب أن يرتبط بشبكة من الاتصالات الشخصية ومن عوامل تطوير وصيانة هذه الشبكة ما يلي:

■ أجندة المهاتف الخاصة به عليه أن ينميها يوماً بعد يوم ويحاول أن يضمنها الأرقام الخاصة وأرقام المهاتف المنزلية والنقالة. فكلما اتسعت شبكة العلاقات كلما زاد الوارد من الأخبار، فهي تضم سياسيين ومسؤولين وأفراد عائلاتهم ومنظمات حكومية وغير حكومية ومديري مكاتب المسؤولين وموظفين في المؤسسات المهمة.

فالكثيرين من مصلحتهم تسريب الأخبار التي قد تكون صحيحة لأسباب عديدة منها إشباع الرغبة في الشعور بالأهمية، الانتقام لمظالم شخصية تعرضوا لها، الإيمان بحق المجتمع في معرفة ما يقولون أو الدعاية لأفكارهم ونشاطهم السياسي. كالشخص الذي يتولى وظيفة عامة أو حكومية وتأتي المادة الإخبارية على لسانه ويصرح بها للصحيفة أو للمندوب الصحفي الذي يقتصر دوره هنا على النقل،² وفي المقابل هناك بعض المصادر تخلق أخباراً غير صحيحة بالمرّة وقد تستخدم الصحافة في إعلانها لتحقيق أغراض شخصية أو سياسية أو تجارية ما.

¹ - مي عبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2006، ص 142.

² - عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989، ص 169.

فالعلاقة بين الصحفي والمصدر عامل من عوامل توجيه الأخبار لأن هذه العلاقة تقوم أساساً بين طرفين متناقضين أحدهما وهو المصدر صاحب القرار أو المعلومة، يريد الاحتفاظ أحياناً بسرية المعلومات أو توصيلها إلى الناس بشكل معين والطرف الثاني وهو الصحفي الذي يريد الوصول إلى الحقيقة، كل الحقيقة وأن ينشرها كما هي.¹

تتأثر العلاقة بين الصحفيين ومصادر الأخبار والمعلومات بعوامل عديدة قد تختلف من مجتمع إلى آخر وقد حدد هذه العلاقة كل من "جيبير وجونسون Gieber and Johnson" من خلال ثلاثة مستويات أساسية:

✓ **المستوى الأول:** وهو الذي يعبر عن حالة الاستقلال التام بين الصحفي ومصادر أخباره، فلا يوجد هناك تأثير لأيهما على الآخر إلا من خلال الأطر المرجعية المستمدة من القيم، الأدوار، الإدراك... الخ. ويتسم تدفق المعلومات في هذه الحالة من المصدر إلى الصحفي بكونه رسمياً بدرجة كبيرة.

✓ **المستوى الثاني:** هذا المستوى يخص التبادل المعتمد من كليهما (المصدر، الصحفي) إذ يتحقق عنصر الاتفاق المرجعية لكليهما ويشتركان في بعض الأهداف من العملية الاتصالية (الأدوار والقيم) فيشعر كل منهما بحاجة للآخر (الوظائف والأهداف) فالصحفي يحتاج إلى أخبار لمجرد النشر والمصدر يقدمها له لإرضائه. في هذا المستوى يفقد الصحفي جزءاً من دوره كطرف مستقل للجُمهور وحاجته للمعرفة.

■ **المستوى الثالث:** يمثل علاقة التبعية أو الاعتماد الكامل على المصدر وبالتالي تتم سيطرة المصدر على القائم بالاتصال. ويشير هذا المستوى إلى قوة المصدر حيث تتم عملية الإمداد بالأخبار بوصفها وظيفة يومية أو دورية للصحافة فقط وهنا تحدث حالة التوحد في الأهداف بين وسائل الإعلام والسلطة كما هو معروف في المجتمعات السلطوية.

وهذه العلاقة في المستويات الثلاث (الاستقلال، الاعتماد المتبادل والتوحد أو التبعية) بين المصدر والصحفي تعكس تأثيرات المصدر في اتجاهات الصحفي نحو المحتوى أو مضمون المادة الإعلامية.²

إن تلك الحاجة المتبادلة بين مصادر المعلومات والصحفيين، دفعت الباحثين إلى وصف العلاقة القائمة بين الطرفين بعملية "جر الخبر" فكل جانب منهما يبحث عن سبل لسحب الآخر إلى دائرة اهتمامه وتكون وفق ذلك:

¹ - نفس المرجع: ص 104.

² - أشرف فهمي خوخة: الصحفيون ومصادر الأخبار، مرجع سابق، ص (64-65).

-مصادر المعلومات تسعى إلى توجيه الأخبار بالطريقة التي تبرز ما تريده وتخفي مالا تريده أن يظهر.
-الصحفي يسعى بالمقابل إلى توجيه المصادر بغية الحصول على المعلومات التي تحقق لوسيلته الاتصالية
السبق الصحفي، ويخدم من خلالها متلقيها.¹

ومن هنا تقييم الصحفي لمصادر المعلومات أمر مهم إذ أن المجال الإخباري من الممكن أن يستخدم ببراعة شديدة في خدمة المصدر، خاصة تلك المصادر التي يلتقي بها بشكل مستمر فينشئ معها علاقة مودة تنتج عنها بمرور الزمن تغطية إخبارية غير موضوعية تكاد تغفل كل يستحق النقد، فمفتاح التحكم في وسيلة الإعلام هو ببساطة معرفة مصادر المعلومات لما يبحث عنه الصحفي.

ان الانتشار الواسع والمتسارع لشبكة الأنترنت في مختلف المجالات خاصة الإعلامية منها، يؤكد حقيقة واضحة مفادها أن العلاقة النمطية التي كانت سائدة خلال مرحلة الاتصال الجماهيري والقائمة على مصادر الأخبار التقليدية -كما حددها "جير وجونسون" - قد شهدت تحولات جذرية ، الخبر الذي كان يخضع لرقابة المؤسسة الإعلامية للتأكد من مصداقيته قبل بثه إلى الجمهور، أصبح ييثر أولاً عبر فضاءات رقمية متعددة ثم يخضع لاحقاً لمعيار المصداقية،² وهنا يجد الصحفي نفسه أمام تحدي الموازنة بين مبدأ "السبق الصحفي" و "متطلبات التحقق المهني" ما يدفعه لنقل ما يتم نشره على الأنترنت بالخصوص مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في حالة غياب ضوابط وقوانين تنظيم كيفية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات.

وقد أثبتت الدراسات الإعلامية أن التعدد والتنوع في المصادر الاخبارية التي تستقي منها الوسيلة الإعلامية أخبارها ومعلوماتها يمثل تعددا وتنوعا في الاخبار التي ييشها وعلى هذا الاساس أصبح نجاح الخدمة الاخبارية يقاس بمدى ما تملكه من مصادر إخبارية³. وتترك طبيعة العلاقة بين القائمين بالاتصال ومصادرهم الاخبارية الخاصة آثارا واضحة على طبيعة وسمات الرسالة الاتصالية المنتجة.

¹ - صفد حسام حمودي، علاقة الصحفي بمصادر معلوماته تاريخ الاطلاع 14/04/2016 على الساعة 15:35 على الرابط:

www.arab.volumteering.world.org

² - Gieber, Walter. **Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors.** Journalism Quarterly, Vol. 33, No. 4, 1956, pp. 423.

³ كرم شلي، مرجع سابق، ص 69

الفصل الرابع: التحول الرقمي في جمع المعلومات الصحفية

المبحث الأول: التحول الرقمي وأثره على أدوات جمع المعلومات.

المبحث الثاني: مفهوم المصادر الرقمية وأهميتها.

المبحث الثالث: خصائص المصادر الرقمية.

المبحث الرابع: تطور مصادر المعلومات في ظل التطورات التكنولوجية
للإعلام والاتصال.

المبحث الخامس: تحديات استخدام المصادر الرقمية في العمل
الصحفي.

الفصل الرابع: التحول الرقمي في جمع المعلومات الصحفية

المبحث الأول: التحول الرقمي وأثره على أدوات جمع المعلومات.

عرف العمل الصحفي في العقود الأخيرة تحولات جذرية في أساليبه وآلياته نتيجة التطورات السريعة التي عرفتتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، التي أعادت صياغة بيئة الإنتاج الإعلامي، حيث أصبحت البيئة الرقمية تشكل المحور الأساسي الذي يمارس فيه الصحفي المعاصر عمله، ولم يعد جمع المعلومات مقتصرًا على الطرق التقليدية المعروفة، المصادر الرسمية أو المراسلين الميدانيين، بل أصبحت الشبكات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي وقواعد البيانات الرقمية وغيرها من مصادر الإنترنت المختلفة من أهم المصادر التي تساهم في تزويد الصحفيين بالمعلومات والمواد الإخبارية، وهكذا فقد ساهم هذا التحول في إعادة تشكيل العلاقة بين الصحفي والمصدر، حيث انتقل الصحفي من متلق للمعلومة إلى فاعل نشط في البحث عنها، والتحقق منها، وربط معطياتها ضمن سياقات أوسع.

لقد أحدث ظهور تكنولوجيا الإنترنت تغييرات جذرية في جميع الميادين، وعلى رأسها قطاع الإعلام والاتصال، أين ظهرت مصادر معلوماتية جديدة ومتنوعة، مثل المواقع الإخبارية الإلكترونية والمنصات الرقمية الرسمية إضافة إلى المدونات والمنتديات، حيث وفرت هذه المنصات للصحفيين إمكانية غير مسبقة وآفاق غير محدودة للوصول السريع إلى البيانات والأخبار من مختلف أنحاء العالم ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة. كما هو الحال في تغطية الأزمات السياسية، أو الكوارث الطبيعية، أو الاحتجاجات الاجتماعية، حيث غالبًا ما تكون الصور ومقاطع الفيديو التي ينشرها المواطنون على هذه المنصات مصدرا أوليا للمعلومة.

والجزائر هي الأخرى لم تكن بمعزل عن هذا التحول، إذ تأثرت بدورها بموجة الرقمنة، وسجلت خلال السنوات الأخيرة ارتفاعًا ملحوظًا في معدلات استخدام الإنترنت، واتساعًا في انتشار الهواتف الذكية، ما ساهم في بروز ممارسات إعلامية جديدة داخل المؤسسات الصحفية الجزائرية. فقد بات الصحفي الجزائري يعتمد، إلى جانب المصادر التقليدية، على المواقع الرسمية للوزارات والمؤسسات، وصفحات الهيئات العمومية على شبكات التواصل الاجتماعي، إضافة إلى المحتوى الذي ينتجه المواطنون، خصوصًا خلال الأحداث الطارئة، مثل الكوارث الطبيعية أو القضايا الاجتماعية ذات الطابع المحلي. كما أتاح الإنترنت للصحافة الجزائرية إمكانية متابعة التغطيات الدولية، والاطلاع على وكالات الأنباء العالمية، ومقارنة الروايات الإخبارية حول الحدث الواحد.

إن التحول الرقمي، بكل أدواته ووسائطه، لم يؤثر فقط في طريقة الوصول إلى المعلومات، بل أحدث تغييرا أيضا في نوعية المصادر الإخبارية، وسرعة تداولها، ودرجة تنوعها، ومصداقيتها. ومن هنا، تبرز الحاجة إلى تحليل هذا التحول من خلال رصد أثره المباشر على مصادر جمع المعلومات الصحفية، خصوصا في ظل الانتقال من الاعتماد على مصادر محدودة ومؤسسية إلى الانفتاح على فضاء معلوماتي لا محدود عبر الوسائط الرقمية .

1- تطور استخدام الانترنت في الجزائر:

الجدول رقم 06: يوضح تطور استخدام الجزائريين لشبكة الانترنت

السنة	عدد المستخدمين بالمليون	نسبة التطور السنوي
2019	41.5	-
2020	43.9	+5.78
2021	47.3	+7.74
2022	50.8	+7.40
2023	54.5	+7.28
2024	58.5	+7.34

جدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على أرقام سلطة ضبط البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال ¹

يمثل الإنترنت اليوم تكنولوجيا محورية أحدثت تحولات جذرية في مختلف مجالات الحياة، وعلى رأسها الإعلام والاتصال. فقد أدى الانتشار المتسارع لشبكة الإنترنت إلى ظهور مصادر معلوماتية جديدة، بالإضافة إلى تغيير طبيعة العلاقة بين الصحفي ومصادره التقليدية. وفي الجزائر، شهد عدد مستخدمي الإنترنت نموا مستمرا خلال السنوات الأخيرة، ما يعكس تطورا ملحوظا في التبني الرقمي لدى الجمهور.

من خلال أرقام وإحصائيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الجزائرية (ARPCE) نلاحظ أن عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر ارتفع من حوالي 41.5 مليون مشترك عام 2019 إلى 58.5 مليون مشترك عام 2024، بمعدل نمو سنوي متوسط يقارب 7%، وهذا النمو المنتظم يعكس توسع البنية التحتية الرقمية

¹ - سلطة ضبط البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، تاريخ الاطلاع 2025/01/22، على الرابط

<https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>

وزيادة انتشار الهواتف المحمولة الذكية ما أتاح فرصاً أكبر للصحفيين للوصول إلى مصادر معلومات متنوعة وأسرع.

ففي عام 2020، سجل عدد المشتركين زيادة بنسبة 5.78% مقارنة بعام 2019، وهو ما يشير إلى بداية تسارع نسبي في انتشار الإنترنت بعد فترة استقرار نسبي.

كما ارتفع عدد المشتركين في عام 2021 بنسبة 7.74% مقارنة بالعام السابق، وهو أعلى معدل نمو سنوي مسجل خلال الفترة، وهذا قد يعود إلى جهود الحكومة الجزائرية لتوسيع خدمات الإنترنت وانتشار استخدام الهواتف الذكية بين شرائح أوسع من المجتمع.

فيما استمر النمو في عام 2022 بنسبة 7.40% وهو مؤشر على ثبات وتنامي الطلب على خدمات الإنترنت رغم التحديات الاقتصادية العالمية.

وفي سنة 2023، بلغت نسبة النمو 7.28%، مع استمرار توجه المواطنين نحو الاعتماد على الإنترنت بشكل متزايد في حياتهم اليومية، خاصة بعد تأثير جائحة كورونا التي سرعت من رقمنة الخدمات الإعلامية والإخبارية.

أما بالنسبة لسنة 2024 فتشير الإحصائيات إلى نمو بنسبة 7.34%، وهو ما يعكس استمرار الاتجاه الإيجابي وثقة المستخدمين في الخدمات الرقمية.

إن هذه الزيادة السنوية المستمرة، التي تتراوح ما بين (5.7% و 7.7%) تدل على أن عدد المستخدمين الفعليين للإنترنت في الجزائر يتوسع بشكل ملحوظ، وهو ما يفتح المجال أمام الصحفيين للاستفادة من مصادر جديدة وأدوات رقمية حديثة لجمع المعلومات. فمع ارتفاع عدد المستخدمين، يزداد تدفق المعلومات عبر الإنترنت، بما في ذلك الأخبار العاجلة، البيانات الرسمية، وحتى الشهادات والتقارير الشخصية التي يمكن الوصول إليها من خلال الشبكات الاجتماعية.

ما يجدر الإشارة إليه هو أن عدد اشتراكات الإنترنت لا يعكس بالضرورة عدد المستخدمين الفعليين، إذ قد يمتلك بعض الأفراد أكثر من اشتراك واحد (مثلاً، اشتراك منزلي واشتراك هاتف محمول)، كما أن نسبة التوغل (أي نسبة استخدام الإنترنت من إجمالي السكان) قد تختلف عن نسبة الاشتراكات. لذا، فإن الاعتماد فقط على أرقام الاشتراكات يجب أن يكمل بقراءة نوعية عن سلوك المستخدمين ونمط استهلاكهم للإنترنت.

أما في السياق الإعلامي فهذا يعني أن الصحفيين بحاجة لفهم طبيعة هذه الاستخدامات الرقمية، أي كم منها يستخدم فعلياً كمصدر معلومات صحفية، وكم منها مجرد ترفيه أو تواصل اجتماعي، كما أن انتشار الإنترنت في المناطق الحضرية قد يكون أكبر بكثير من المناطق الريفية، مما يؤثر على نوعية المصادر التي يمكن الوصول إليها.

2- تطور استخدام الهاتف المحمول في الجزائر:

شهدت الجزائر خلال العقد الأخير تطورات ملحوظة في استخدام الهاتف المحمول، متأثراً بالتطورات المتسارعة لتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وتوسع البنية التحتية لشبكات الاتصال، ويعد هذا التطور جزءاً أساسياً من مسار التحول الرقمي الشامل الذي أصبح يشكل الإطار المرجعي لجميع الممارسات الاتصالية والإعلامية الحديثة. فقد أصبح الهاتف الذكي من أبرز أدوات الاتصال وجمع المعلومات، خاصة في المجال الإعلامي، حيث أدى إلى إعادة تشكيل ممارسات العمل الصحفي وأساليبه التقليدية، فقد أتاح هذا الجهاز للصحفيين إمكانية الوصول السريع إلى المصادر، والتقاط الأحداث فور وقوعها، وبثها في الزمن الحقيقي عبر تطبيقات ومنصات رقمية متعددة، مما عزز من مفهوم "الصحافة المتنقلة (Mobile Journalism)" بوصفه نموذجاً جديداً لإنتاج المحتوى الصحفي في البيئة الرقمية.

وفي هذا السياق، ساهمت التغطية الواسعة لشبكات الجيل الثالث والرابع، والانفتاح التدريجي نحو تكنولوجيا الجيل الخامس، في توفير بيئة تقنية داعمة لممارسات إعلامية رقمية أكثر مرونة وكفاءة. كما أن تطور استخدام الهاتف المحمول يُعد مؤشراً صريحاً على تقدم التحول الرقمي في المجتمع الجزائري، ليس فقط على مستوى الأفراد، بل أيضاً على مستوى القطاعات المهنية كالإعلام. وتُظهر الإحصاءات الرسمية أن عدد مشتركّي الهاتف المحمول في الجزائر شهد نمواً مستمراً بين عامي 2019 و2025، وهو ما يعكس تزايد الاعتماد على هذا الجهاز كأداة اتصالية ومعلوماتية أساسية، سواء لدى الصحفيين أو الجمهور العام، ويؤكد في الوقت ذاته تسارع وتيرة التحول الرقمي الذي بات يفرض نفسه كواقع حتمي في المشهد الاتصالي المعاصر.

الجدول رقم 07: يوضح تطور استخدام الهاتف المحمول في الجزائر

السنة	عدد مشتركى الهاتف المحمول بالمليون	نسبة الانتشار بين السكان %
2019	45.5	97
2020	46.2	98
2021	46.8	98.5
¹ 2022	47.6	99
2023	51.5	109.17
2024	54.8	116
² 2025	56.0	118

جدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على أرقام من مواقع رسمية³

يوضح الجدول أعلاه عدد مشتركى الهاتف المحمول في الجزائر، حيث نلاحظ هناك تطورا وزيادة في عدد المشتركين بدءا من 45.5 مليون مشترك في سنة 2019 وصولا إلى 56 مليون مشترك كمعدل تقديري في عام 2025، وتعكس هذه الأرقام مسارا تصاعديا في اعتماد السكان على الهاتف المحمول كوسيلة اتصال أساسية، مما يتقاطع مع ما أكدته عدة تقارير دولية حول تصاعد وتيرة الرقمنة في الجزائر خلال السنوات الأخيرة.

كما نلاحظ من خلال البيانات السابقة أن نسبة الانتشار بلغت 97% سنة 2019، أي ما يقارب تعميم الخدمة على أغلب السكان. ومع حلول عام 2023، ارتفعت النسبة إلى 109.17% ما يشير إلى أن بعض الأفراد يمتلكون أكثر من اشتراك، وهو ما يعكس نمطا استهلاكيا جديدا مرتبطا بتعدد الاستخدامات (هاتف شخصي، مهني، اشتراكات بيانات، إلخ)، هذا الاتجاه استمر في الارتفاع ليصل إلى 116% في سنة 2024.

¹ - World bank group : Mobile cellular subscriptions- Algeria, consulté le 22/05/2025 à 05h10, sur le lien <https://data.worldbank.org/indicator/IT.CEL.SETS.P2?locations=DZ>

² - DataReportal-Digital2025 : Algeria, consulté le 22/05/2025 à 07h38, sur le lien <https://datareportal.com/reports/digital-2025-algeria>

³ - The Global Economy.com : Algeria Mobile phone subscribers, consulté le 22/05/2025 à 08h15, sur le lien https://www.theglobaleconomy.com/Algeria/Mobile_phone_subscribers/

إن هذا النمو لم يكن مجرد توسع في عدد الاشتراكات، بل رافقه تحوّل نوعي في وظائف الهاتف المحمول، خاصة في القطاع الإعلامي. فقد أصبح الهاتف الذكي أحد أهم أدوات جمع المعلومات، ليس فقط بالنسبة للجمهور، بل أيضا بالنسبة للصحفيين. ووفق تقرير *Digital 2024 – Algeria*، فإن أكثر من 85% من مستخدمي الإنترنت في الجزائر يتصفحون الأخبار عبر هواتفهم المحمولة، ما يدل على تحول الهاتف إلى منصة إعلامية بامتياز.

• الهاتف المحمول يدعم التحول الرقمي:

يمثل هذا التطور في استخدام الهاتف المحمول ركيزة أساسية من ركائز التحول الرقمي الذي تعرفه الجزائر، سواء على المستوى الفردي أو المؤسسي، إذ صاحبت هذه القفزة في الاشتراكات مع توسع خدمات الإنترنت المتنقل وتطوير البنية التحتية لشبكات الجيل الرابع والتجارب الأولية لإدخال الجيل الخامس (5G) منذ سنة 2023، كما ساهم هذا التحول في تعزيز ما يعرف بـ"صحافة الموبايل (Mobile Journalism)"، حيث أصبح بإمكان الصحفيين إنتاج وتحرير ونشر المحتوى الصحفي مباشرة من الميدان، مما زاد من مرونة الممارسة الصحفية وسرعة التفاعل مع الأحداث.

يشير الجدول إلى أن الهاتف المحمول لم يعد مجرد وسيلة اتصال صوتي، بل أصبح يمثل أداة شاملة للدخول إلى الفضاء الرقمي، سواء في التعليم، الإدارة، التجارة، أو الإعلام. وبالتالي، فإن هذا التوسع الكمي والوظيفي يعد مؤشرا واضحا على أن التحول الرقمي في الجزائر لم يعد خيارا، بل واقعا معيشا تتكيف معه مختلف القطاعات.

بعد أن تناولنا في المبحث الأول أثر التحول الرقمي على أدوات جمع المعلومات الصحفية، رأينا أن يكون هذا المبحث مدخلا أساسيا للفصل، لما يقدمه من إطار سياقي ضروري لفهم التحولات العميقة التي مست بنية الممارسة الصحفية. وقد جاء هذا الترتيب استكمالا لما طرح في الفصل السابق حول تكنولوجيات الاتصال، والذي ركز على التطورات التقنية، لننتقل في هذا المبحث إلى معالجة مفهوم المصادر الرقمية وأهميتها، باعتبار أن فهم هذه المصادر لا يكتمل بمعزل عن إدراك الخلفية الرقمية التي نشأت فيها، والتغيرات التي فرضتها على آليات العمل الصحفي.

المبحث الثاني: مصادر المعلومات الحديثة وأهميتها.

1. مفهوم مصادر المعلومات الحديثة:

تعرف المصادر الحديثة على أنها الوسائل والأدوات الرقمية التي يعتمد عليها الصحفيون للحصول على المعلومات والاختبار في عصر التكنولوجيا. تعتمد هذه المصادر على التقنيات المتطورة والاتصال الرقمي، مما يوفر سرعة وسهولة في جمع المعلومات ونشرها.

ارتبط مفهوم مصادر المعلومات الجديدة مع المصادر ما بعد الورقية التي حلت محل الورقية أو مصادر المعلومات التقليدية وتعرف بأنها " مجموعة المصادر الورقية المخزنة إلكترونياً على وسائط ممغنطة (Magnetic Tape Disk).¹

ويعرفها حشمت قاسم على أنها "مجموعة المصادر التي تقوم على الصورة المعاصرة لتقنيات المعلومات، فهي تتكون من ثلاث عناصر أساسية وهي الحاسبات الإلكترونية بقدرتها الهائلة على الاختزان وسرعتها الفائقة في التجهيز والاسترجاع وتقنيات الاتصالات بعيدة المدى بقدرتها الهائلة على تخطي الحواجز الجغرافية، والمصغرات بكل أشكالها من فيلمية وضوئية وقدرتها على توفير الحيز اللازم لاختزان الوثائق، فضلاً عن سهولة التداول والاستنساخ والاسترجاع".

ان ظهور التقنيات الاتصال الحديثة وانتشارها في العقد الأخير من القرن العشرين غير المعادلة خاصة مع ظهور Web 2.0 فقد فرضت تلك التقنيات وعلى رأسها الانترنت والهاتف المحمول لأن ظهورهما خلق ثورة رقمية منقطعة النظير (كلاهما نتيجة لثورة الاتصالات المحمولة) خاصة في مجال الإعلام الذي يعد من أكثر القطاعات تعاملًا وحاجة إلى هذه التقنيات²، ومواقع التواصل الاجتماعي واقعا جديدا في "مفهوم مصادر الخبر" كما عرفناه سابقا، واقعا تجاوز من خلاله المتلقي المؤسسة الإعلامية (الوسيط) ووصل مباشرة الى المصدر، كما أن المصدر نفسه تجاوز المؤسسة الإعلامية (الوسيط) ووصل مباشرة الى المتلقي³.

¹ - عامر إبراهيم قندلجي وآخرون: مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الانترنت، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2000، ص 13.

² - أسد الدين التميمي: معجم مصطلحات الانترنت والحاسوب، دار أسامة للتوزيع والنشر، عمان، 2009، ص 2014.

³ - كمال بوعزيز: مرجع سابق، ص 196.

2. أهمية مصادر المعلومات الحديثة:

تعتبر مصادر المعلومات الحديثة ذات أهمية كبيرة في مجالات مختلفة، خصوصاً في عصر الثورة الرقمية والمعلوماتية. تتجلى أهميتها في النقاط التالية:

■ **السرعة في الوصول إلى المعلومات:** تتيح المصادر الحديثة مثل الانترنت وقواعد البيانات الرقمية للصحفيين الوصول الفوري والسريع للحصول على الأخبار والمعلومات، مما يتيح لهم مواكبة الأحداث وتقديم تغطية فورية.

■ **التنوع والتعدد:** توفر المصادر الحديثة معلومات من جهات ومجالات متعددة، مما يساعد على تكوين رؤية شاملة وموضوعية.

■ **توفير الوقت والجهد:** بفضل التكنولوجيا الرقمية، لم يعد الصحفي بحاجة إلى التنقل بين المكتبات أو انتظار وصول المطبوعات أو إلى مكان الحدث لجمع معلوماته، مما يزيد من كفاءة العمل الصحفي فالمعلومة أصبحت متاحة بضغطة زر.

■ **التحديث المستمر:** تحدث المصادر الرقمية أخبارها باستمرار/ مما يسمح بالحصول على أحدث المعلومات والأخبار والبيانات حول المواضيع.

■ **الدقة والتوثيق:** تتيح بعض المنصات المتخصصة مثل قواعد البيانات الأكاديمية مصادر موثوقة علمياً، إضافة إلى الاعتماد على مصادر متعددة ومتنوعة يساهم في التحقق من صحة الأخبار وتقليل احتمالية نشر المعلومات المغلوطة.

■ **تعزيز التفاعل مع الجمهور:** توفر المصادر الرقمية أدوات تواصل وتفاعل مباشر مع المتلقين، مما يساهم في فهم أفضل لاحتياجاتهم ورغباتهم ومشاركتهم في إنتاجه، مما يخلق بيئة معلوماتية ديناميكية.

■ **التحليل والمعالجة الذكية:** بعض مصادر المعلومات الحديثة تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات مما يسمح بفهم أعمق للظواهر والاتجاهات.¹

بناءً على ما سبق، يمكن التأكيد على أن مصادر المعلومات الحديثة تشكل دعامة أساسية لبناء مجتمع معرفي متطور، نظراً لما توفره من سرعة في الوصول إلى المعلومات، وتنوع في المحتوى، وتحديث مستمر للبيانات. إذ لا تقتصر أهميتها على كونها أدوات فحسب لجمع المعرفة، بل تتعدى ذلك لتكون ركيزة جوهرية في دعم وتعزيز العمل الصحفي، خصوصاً في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها المجال الإعلامي.

¹ - أحمد حسن: دور الانترنت كمصدر للمعلومات في البحث العلمي، المجلة العربية للمعلومات، 15(2)، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2019، ص ص (45-63).

المبحث الثالث: خصائص المصادر الرقمية.

في ظل التحولات الرقمية التي عرفها قطاع الإعلام، بات من الضروري التمييز بين أهمية مصادر المعلومات الرقمية وخصائصها، فالأهمية تتعلق بالدور الوظيفي الذي تؤديه هذه المصادر في تسهيل العمل الصحفي، مثل السرعة في الوصول إلى المعلومات، وتوفير الوقت، والتحديث المستمر، وهي تمثل ما تنتجه هذه المصادر من فوائد. أما الخصائص فهي تلك السمات البنيوية والتقنية التي تميز المصادر الرقمية عن غيرها والتي تمكنها أساساً من تحقيق تلك الفوائد، ففهم هذه الخصائص لا يساعد فقط في استيعاب آليات عمل المصادر الرقمية، بل يساهم أيضاً في تقييم مدى كفاءتها وملاءمتها لاحتياجات الصحفيين والمؤسسات الإعلامية في بيئة رقمية متغيرة. وفي هذا السياق يمكن إبراز أهم خصائص مصادر المعلومات الرقمية فيما يلي¹:

- التفاعلية: تتيح المصادر الرقمية للصحفيين إمكانية التفاعل مع المحتوى والمستخدمين، سواء عبر التعليقات، أو التقييمات، أو إعادة التوجيه والمشاركة، مما يخلق بيئة إعلامية تشاركية.
- التعدد الواسطي: تتميز هذه المصادر بقدرتها على الجمع بين النص، الصورة، الصوت، والفيديو، ما يوفر تجربة إعلامية أكثر شمولاً وتأثيراً في نقل الرسائل والمعلومات.
- الآنية وقابلية التحديث: من أهم خصائص المصادر الرقمية أنها تمكن من الحصول على المعلومات فور حدوثها مع إمكانية تحديث المحتوى بشكل مستمر، ما يعزز من مصداقية ودقة التغطية الإعلامية.
- المرونة في الوصول: يمكن الوصول إلى هذه المصادر من أي مكان وفي أي وقت، باستخدام مختلف الأجهزة (الهواتف، الحواسيب، الأجهزة اللوحية)، ما يلغي القيود الزمانية والمكانية.
- التراكمية وقابلية الأرشفة: تتيح المصادر الرقمية أرشفة المعلومات وتخزينها لفترات طويلة، مع إمكانية الرجوع إليها بسهولة، ما يفيد في التحقق من الأخبار وتتبع تطوراتها.
- القابلية للبحث والتحليل: تمتاز هذه المصادر بإمكانية استخدام أدوات البحث المتقدمة والتحليل الرقمي لاستخلاص البيانات والاتجاهات والمضامين، وهو ما يعزز من فعالية العمل الاستقصائي والتحري.
- الانتشار الواسع: تتيح هذه المصادر إمكانات هائلة في نشر المعلومات على نطاق واسع، ما يجعلها أدوات فعالة في توصيل الرسائل إلى جمهور متنوع ومتعدد الاهتمامات².

1 - عبد الحميد صفوت: الإعلام الرقمي: المفاهيم والتطبيقات. دار الفكر العربي، القاهرة، 2018، ص 94.

2 - نفس المرجع، ص 96.

انطلاقاً من هذه الخصائص، يتضح أن مصادر المعلومات الرقمية لم تعد مجرد أدوات لجمع البيانات، بل أصبحت بنية معرفية متكاملة تعيد تشكيل الممارسة الإعلامية، وتفرض على الصحفيين مهارات جديدة في التعامل معها وتحليلها وتوظيفها بما يخدم جودة وأخلاقيات المهنة.

المبحث الرابع: تطور مصادر المعلومات في ظل التطورات التكنولوجية للإعلام والاتصال.

المصادر الإعلامية الجديدة أو الرقمية لجمع المعلومات الصحفية تشمل تقنيات ومنصات حديثة تستخدم للحصول على معلومات دقيقة وسريعة. من أبرز هذه المصادر:

1. الانترنت كمصدر للمعلومات والأخبار:

تتميز الانترنت بالعديد من الخصائص والسمات جعلتها مصدراً لا يمكن الاستغناء عنه في الميدان الصحفي، نذكر منها:¹

✓ **التغطية الصحفية الفورية:** يمثل عامل تحديث المعلومات عنصراً أساسياً في العمل الصحفي، وقد أعطى الانترنت هذه الأفضلية لرجال الاعلام بفضل السرعة والكم الهائل من المعلومات التي تتجدد بين الحين والآخر، إضافة إلى المصادر التي توفر خدمة الـ **BREAKING NEWS**، التي توفر معلومات عن الأخبار المفاجئة.

✓ **التغطية الصحفية الحية:** من أهم خصائص شبكة الانترنت هو توفرها على تقنية البث المباشر، وهو ما يساعد الصحفيين على تغطية الأحداث لحظة وقوعها وفي أي نقطة من العالم، وإذا كانت هذه الخاصية متوفرة في التلفزيون والإذاعة، فإن الانترنت يمكن من تسجيل هذه الأحداث بالصورة والصوت بفضل تقنيات الحفظ والاسترجاع.

✓ **التغطية الصحفية المعمقة:** يختلف تناول الأحداث والأخبار والمستجدات من وسيلة إعلامية لأخرى، وبما أن هذه الأحداث متوفرة في كل المصادر الموجودة في الانترنت فإن الصحفي يكون على دراية بكل هذه المعلومات والإحاطة بمختلف جوانبها وبالتالي التعرف على أبعادها واختيار الزاوية التي يتناول منها الموضوع.

¹ - السيد بخيت: الصحافة والانترنت، العربي للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2000، ص 24.

✓ **التغطية الصحفية التفاعلية:** تعتبر التغطية الصحفية التفاعلية، من بين الميزات التي أتاحها الإنترنت للصحفيين، سواء في الصحف أو الإذاعات أو التلفزيونات وأصبح بإمكان الصحفي أن يخلق جسورا حوارية مع القراء، (انتهى زمن القراءة الأحادية، فلا أحد يضمن لصحفي يكتب مواضيع ساخنة بأن القارئ سيتبع موضوعه"¹، وأضحى بمقدار هؤلاء التعبير عن آراءهم وإبراز أفكارهم وساعد هذا الأمر الإعلاميين في تحسين أدائهم وأخذ انشغالات القراء بعين الأهمية

✓ **التغطية الصحفية الرقمية:** لقد فتح الإنترنت افاقا واسعة للصحفيين والتقنيين في مجال سحب المواد الصحفية من مقالات وصور وبيانات بأشكال رقمية، وبصفة مباشرة دون اللجوء لإعادة الكتابة والتصنيف وإعادة الإنتاج من جديد، إضافة إلى التخزين والاسترجاع.

✓ **التغطية الصحفية المستمرة:** لا يمكن تحديد العمل الصحفي في الإنترنت بمدة زمنية معينة، نظرا لطبيعة الإنترنت التي لا يتوقف بثها، وهو متاح على مدار الساعة هذا العامل يتيح للصحفيين متابعة الاحداث بصفة مستمرة ودون انقطاع وبسرعة فائقة.

✓ **التغطية الصحفية الذاتية:** بفضل الإنترنت، بإمكان المؤسسات الإعلامية تفادي ارسال جمع من الصحفيين والتقنيين لموقع الحدث وانتظار ارسال المادة الصحفية لساعات طويلة، فخدمات الإنترنت جعلت وسائل الاعلام تتجاوز طرق التغطية التقليدية من خلال الاكتفاء بإيفاد صحفي واحد للقيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده بدءا من اختيار الموضوع وجمع البيانات إلى غاية كتابته ونشره.

بناء على ما سبق يمكن القول بأن الإنترنت قدمت لوسائل الإعلام الكثير من الخدمات، وفتحت أمامها أفقا متعددة نحو الانتشار، والوصول إلى أكبر قدر ممكن من القراءة دون اعتبار للحدود الجغرافية والسياسية، كما أن الإنترنت قدمت للصحفيين تسهيلات كبيرة في اختيار وانتقاء والحصول على الأخبار والمعلومات، وقامت بدور الوسيط المساعد له في إعداد مادته الإعلامية، الأمر الذي يوفر له كثيرا من الوقت والجهد.

أوردت شبكة الاتصالات المالية العالمية **Global Financial communication**، أن هناك أكثر من 80% من الصحفيين، ينشرون أعمالهم على الأنترنت، وقد ذكرت أن معظم الصحفيين 86% منهم تتوفر لديهم إمكانية الوصول إلى البريد الإلكتروني، كما أوضح البحث الذي أجرته **media net** عام 2000 أن 62.7% من الصحفيين لديهم إمكانية الاتصال بالإنترنت على أجهزة الكمبيوتر الشخصية.²

¹ - Alain Joannes: **le journalisme à l'ère électronique**, consulté le 03/12/2018 à 14h47, sur le site <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1564>

² - منير عيادي: مرجع سابق، ص 100.

2. مواقع التواصل الاجتماعي:

يوصف القرن الحادي والعشرون بأنه عصر الشبكات Networks التي أصبحت عصب الحياة في مجتمعاتنا الحديثة، التي باتت تؤثر في مجمل الحياة العامة والخاصة لكل فرد في هذه المجتمعات، فقيم المجتمع الأساسية في طور التغير المستمر بسبب الثورة الاتصالية والتقنية التي دخلت إلى العالم¹.

تشير شبكات التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من المواقع والتطبيقات على شبكة الإنترنت، نشأت مع ظهور الجيل الثاني من الويب المعروف بـ (Web 2.0)، وتوفر بيئة افتراضية تفاعلية تسمح بالتواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم. وتتميز هذه الشبكات بقدرتها العالية على نقل المعلومات بشكل سريع ومتجدد، مما جعلها من أبرز الوسائط الرقمية تأثيراً في الحياة اليومية والمجال الإعلامي على حد سواء.²

تشير أحدث إحصائيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر لعام 2025، وفقاً لتقرير DataReportal:³

- عدد مستخدمي الإنترنت 36.2 : مليون شخص، أي ما يعادل 76.9% من إجمالي السكان.
- عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي 25.6 : مليون شخص، أي 54.2% من إجمالي السكان.

أما بالنسبة لتوزيع حصة السوق بين المنصات الاجتماعية في الجزائر حتى أبريل 2025، وفقاً لبيانات Statcounter:⁴

- فيسبوك 73.96%
- إنستغرام 13.45%
- يوتيوب 8.23%

¹ - Dominique Cardon : **Réseaux sociaux de l'internet**, cultures du Numérique, Edition Points d'essais, Centre EDGAR MORIN, revue communication, N°88, Paris, 2011, P14.

² - Média social : le grand dictionnaire terminologique, office québécois de la langue française, consulté le 20/05/2024 à 17h02, sur le lien <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26502881/media-social>

³ - Datareportal : Digital 2025 : Algeria, 03/03/2025, consulté le 22/05/2025 à 17h20, sur le lien https://datareportal.com/reports/digital-2025-algeria?utm_source=chatgpt.com

⁴ - Statcounter Globalstats : Social Media Stats in Algeria - April 2025, consulté le 22/05/2025 à 17h12, sur le site https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/algeria?utm_source=chatgpt.com

• X (تويتر سابقا) 2.52%

لا تزال شبكة فيسبوك تتصدر قائمة منصات التواصل الاجتماعي في الجزائر من حيث عدد المستخدمين، محتفظة بمكانتها الرائدة بلا منازع مقارنة ببقية الشبكات الاجتماعية على اختلاف أنواعها وهو ما يعكس بوضوح اعتماد المستخدم الجزائري المكثف عليها كمصدر أساسي للمعلومة والتواصل. وتليها إنستغرام بنسبة 13.45%، وبهذا بتم يوتيوب بـ8.23%، بينما تبقى الحصص المخصصة لمنصات أخرى مثل تويتر (X) محدودة نسبيا، مما يعكس اختلاف أنماط الاستخدام وتفضيلات الجمهور المحلي، رغم برهنت موقع تويتر سابقا على أنه المصدر الأمثل لنقل الأخبار ساعة وقوعها، في مطلع سنة 2009، عندما كان أحد مستخدميهم أول من ينقل مع صورة مرسله، حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية على سطح نهر الهدسون يوم 18 جانفي.¹

❖ مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

تعد مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا غنيا ومتنوعا للمعلومات الصحفية (الفيسبوك، X، انستغرام، تيك توك وغيرها من المنصات الأخرى)، حيث تتيح للصحفيين الوصول إلى الأخبار بشكل فوري والتفاعل مع الأحداث أثناء وقوعها. من خلالها، يمكن رصد الشهادات المباشرة، متابعة البيانات الرسمية من الشخصيات العامة والمؤسسات، واستكشاف توجهات الرأي العام والمواضيع الرائجة، ما يساعد الصحفيين في تحديد القضايا ذات الأولوية. كما تساهم هذه المنصات تسهيل عملية التحقق من الأخبار عبر التفاعل مع شهود العيان أو تحليل المحتوى المتاح، بتكلفة منخفضة وتدعم الصحافة المستقلة.

بصفة عامة فإن مواقع التواصل الاجتماعي يطلق عليها مواقع التواصل الإعلامي، وتدخل في نطاق الإعلام الإلكتروني الذي ترك آثار واضحة على تراجع انتشار الصحافة المطبوعة وغيرها من وسائل الإعلام الكلاسيكية، وبخاصة بعض هذه المواقع مثل: فيسبوك، تويتر، ويوتيوب حيث يتمثل دورها الإعلامي فيما يلي:

أولاً: أنها تعد وسيلة إعلام بما تنشره من أخبار ومعلومات ينتجها الأعضاء لأحداث وقعت في محيطهم، وكثيرا ما تجمع بين خصائص وسائل الإعلام كلها (النص، الصورة، الصوت). أصبحت هذه المواقع بمثابة وسائل إعلام يعتمد عليها الكثير في الحصول على الأخبار وإبداء الآراء ومعرفة ما يجري حول العالم في أسرع

¹ - شيمسي وداد: الصحفيون ومصادر المعلومات الإلكترونية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2014، ص

وقت، وذلك لتمييزها في سرعة نقل المعلومة وإيصالها إلى عدد كبير من الجمهور، وكذا مساهمة هذه المواقع في طرح ومناقشة العديد من القضايا والوصول إلى حلول لها.¹

ثانياً: أنها وسيلة تجميعية لما تنشره كثير من وسائل الإعلام حيث يتطوع بعض أعضاء الموقع بنقل هذه الأخبار، والمعلومات كاملة أو من خلال رابط الوسيلة الإعلامية مما يوفر الوقت والجهد والمال في البحث عن الأخبار في مصادرها الأصلية.

ثالثاً: أصبحت مصدراً لوسائل الإعلام التي تنهت على تصريحات المسؤولين، والشخصيات العامة من السياسيين والمفكرين، والعلماء وغيرهم من خلال تدويناتهم في "الفيسبوك" أو تغريداتهم في "تويتر".

رابعاً: السرعة والانية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمثل عامل التغطية الفورية للأحداث عنصراً أساسياً في العمل الصحفي، بفضل السرعة والكم الهائل من المعلومات التي تتجدد بين الحين والآخر وقدرتها على التحديث السريع للأخبار، إضافة إلى المصادر التي توفر خدمة الـ **BREAKING NEWS**، التي توفر معلومات عن الأخبار المفاجئة.

3. مواقع وسائل الإعلام الكلاسيكية: الوصول إلى مواقع وسائل الإعلام التقليدية التي لها مواقع على الأنترنت كمواقع الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية والإذاعية وكذا مواقع وكالات الأنباء مثل مواقع **CNN**، **BBC** و الجزيرة، ورويتز، تقدم تقارير إخبارية مستمرة وتغطية حية للأحداث. تتيح هذه المواقع للصحفيين الوصول إلى الأخبار بشكل فوري، وتوفر محتوى مخصص يتناسب مع اهتمامات الجمهور.

4. الصحافة التفاعلية Interactive Journalism:² تعد الصحافة التفاعلية مصدراً حديثاً ومهما للمعلومات الإعلامية، حيث تعتمد على تقديم الأخبار والمعلومات بأسلوب يشرك الجمهور ويتيح له التفاعل مع المحتوى. تستخدم الصحافة التفاعلية الخرائط الرقمية، والوسائط المتعددة لتوضيح القضايا والموضوعات بشكل مبسط وشيق.

¹ - أسامة الغيثي: مواقع التواصل الاجتماعي تضيق الخناق على وسائل الإعلام، تاريخ الإطلاع 11/12/2020، على الساعة 16:33،

على الرابط <https://althawra-news.net/news51489.html>

² - Bounegru, (Liliana; gray, Jonath; Chambers, Lucy: (2012). *The Data Journalism Handbook: How Journalist Can Use Data to improve the News*. Consulté le 28/12/2024 à 6h52, sur le lien books:

<https://books.google.dz/books?id=WsHp0ECqPUC&printsec=frontcover&redir>

تعمل الصحافة التفاعلية على تحويل البيانات والمعلومات المعقدة إلى تجربة بصرية سهلة الفهم، مما يمكن الجمهور من استكشاف وتحليل التفاصيل بأنفسهم. تستخدم بشكل خاص في تغطية موضوعات مثل الانتخابات، التغيرات المناخية، والقضايا الاقتصادية، حيث تسهل على القارئ فهم العلاقات بين البيانات وتطور الأحداث.

من خلال أدوات مثل Datawrapper و Tableau، تساهم الصحافة التفاعلية في تعزيز تجربة المستخدم وإيصال المعلومة بدقة ووضوح، مما يجعلها مصدراً متميزاً يلبي احتياجات الجمهور الحديث للحصول على معلومات مدعومة بالبيانات وموثوقة.¹

5. البث المباشر (Live Streaming): هو أحد أهم المصادر الحديثة للمعلومة الصحفية، حيث يتيح نقل الأحداث في الوقت الفعلي إلى الجمهور عبر منصات التلفزيون أو الإنترنت. يوفر هذا النوع من الصحافة تغطية فورية للأحداث الجارية مثل المؤتمرات الصحفية، لكوارث الطبيعة، الأحداث الرياضية، أو التظاهرات، مما يمنح الجمهور فرصة لمتابعة الأخبار مباشرة دون تأخير.

يتميز البث المباشر بالمصداقية العالية نظراً لتقديمه المعلومة بشكل حي وغير معدل، كما أنه يتيح للصحفيين تقديم تقارير فورية وتحليلات ميدانية مباشرة. مع تطور منصات البث مثل Facebook Live و Youtube Live و Instagram Live، أصبح بالإمكان الوصول إلى الجمهور العالمي بسرعة وسهولة، مما يوسع نطاق تأثير الصحافة.

البث المباشر يعتبر أداة فعالة في تعزيز الشفافية وتوثيق الأحداث، حيث يمكن للمشاهدين متابعة التفاصيل كما تحدث على أرض الواقع. بفضل تقنيات الهواتف الذكية والإنترنت، أصبح البث المباشر جزءاً أساسياً من العمل الصحفي الحديث ومصدراً مهماً لنقل المعلومات بشكل سريع ودقيق.²

6. استخبارات المصادر المفتوحة OSINT:³ تعتبر أدوات الأوسينت مصدراً متزايد الأهمية في الصحافة الحديثة، حيث يعتمد الصحفيون عليها لجمع وتحليل المعلومات من مصادر علنية ومتاحة للجميع

¹ - Bounegru, Gray et Chambers, op. cit.

² - Pavlik, John V: (2013). **Journalism and New Media** (éd. 2ndp56-75). Columbia: University Press. Consulté le 24/12/2024 à 15h25, sur le lien <https://cup.columbia.edu/book/journalism-and-new-media/9780231502672/>

³ - Singh , Akshita ; Sinha, Ojas : (2024). **OSINT in journalism:Tools, challenges, and opportunities**, *Journal of Electrical Systems*, 20(10), p 2457-2460.

عبر الانترنت، تشمل هذه الأدوات محركات البحث، مواقع التواصل الاجتماعية، المواقع الحكومية، المدونات، والمننديات الإلكترونية، والتي توفر بيانات محدثة وتنوعا في وجهات النظر حول الأحداث الجارية.

تتيح أدوات "OSINT" للصحفيين الوصول إلى معلومات غزيرة ومتنوعة في الوقت الحقيقي، مما يمكنهم من متابعة الأخبار والمستجدات بشكل مباشر. على سبيل المثال، يمكن للصحفيين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمراقبة تفاعلات الجمهور والمشاركة في الأحداث الجارية، أو البحث في مواقع الويب الحكومية للحصول على تقارير رسمية أو تصريحات. تستخدم هذه الأدوات بشكل فعال في تقارير التحقيقات الصحفية، تغطية الأزمات السياسية، الأحداث العالمية، والحروب.

7. البودكاست:¹ أصبح مصدرا مهما وفعالا للمعلومة الصحفية في العصر الرقمي، حيث يتيح للصحفيين توصيل الأخبار والتقارير والتحليلات بطرق تفاعلية ومسموعة. في السنوات الأخيرة، أصبح البودكاست جزءا أساسيا من أدوات الصحافة الرقمية لعدة أسباب أهمها:

توفر محتوى غني وعميق: البودكاست يمنح الصحفيين الفرصة لتقديم تقارير تفصيلية وعميقة عن المواضيع التي تتطلب شرحا مستفيضا. على عكس المقالات المكتوبة التي تكون محدودة بحجم معين، تقدم برامج مثل *the daily* (من *the New York Times*) والسلسلة الاستقصائية *serial* موارد صوتية للصحفيين للبحث أو الإلهام. يوفر البودكاست مساحة أكبر لاستكشاف القضايا بشكل موسع، سواء كان ذلك عبر المقابلات مع الخبراء أو تقديم تحليلات معمقة.

التفاعل مع الجمهور: البودكاست يتيح تفاعل الصحفيين مع جمهورهم بشكل مختلف. يمكن للمستمعين إرسال أسئلتهم أو تعليقاتهم. ما يسمح للصحفيين بتعديل أو تحديث التقارير بناء على ما يهم جمهورهم. هذا التفاعل يساعد في تعزيز مصداقية المعلومات وجعلها أكثر تفاعلا.

سهولة الوصول والتنوع: يمكن الاستماع إلى البودكاست في أي وقت ومن أي مكان، مما يعزز وصول المعلومة إلى جمهور أوسع في جميع أنحاء العالم.

التغطية الشاملة والمتنوعة: يغطي البودكاست مجموعة واسعة من المواضيع الصحفية مثل السياسة، الاقتصاد، الرياضة، الثقافة وغيرها، ما يتيح تقديم معلومات متنوعة تغطي اهتمامات متعددة.

إمكانية تحقيق تقارير ميدانية: من خلال البودكاست، يمكن للصحفيين تقديم تقارير ميدانية أو تغطية حية للأحداث الجارية عبر الصوت. على سبيل المثال، يمكن للبودكاست أن يتضمن مقابلات مع شهود عيان أو صحفيين ميدانيين أثناء وقوع الأحداث، وكذا المؤتمرات الصحفية ما يجعل التغطية أكثر واقعية.

¹ - Berry, Richard : (2006). **Podcasting: A New audio medium for journalism**, *Journalism Practice*, 10(3),p 297-303.

التوثيق السمعي: يعد البودكاست وسيلة لتوثيق الاحداث وتحقيقات الصحافة بشكل سمعي مما يسهل الرجوع إليها كمصدر للحقائق المستقبلية.

الاستفادة من وسائل الإعلام المتعددة: يمكن دمج البودكاست مع المقالات المكتوبة، الرسوم البيانية، والتقارير التفاعلية لزيادة وضوح المعلومة وتقديم محتوى متكامل.

8. صحافة الموبايل MOJO: ¹ أصبحت جزء لا يتجزأ من العمل الإعلامي الحديث، حيث وفرت ثورة الهواتف الذكية للصحفيين أدوات قوية لتغطية ونقلها بسرعة ودقة غير مسبوقتين. تستخدم هذه التقنية في التصوير الفوتوغرافي والفيديو عالي الجودة. مما يمكن الصحفي من توثيق الاحداث لحظة وقوعها. سواء عبر تسجيل المواد أو بثها المباشر إلى الجمهور من خلال منصات التواصل الاجتماعي أو المواقع الإخبارية. كما تتيح صحافة الموبايل إجراء المقابلات الصوتية أو المرئية باستخدام تطبيقات تسجيل متقدمة، مع القدرة على تعديل المحتوى وإنتاجه في نفس اللحظة باستخدام تطبيقات تحرير الفيديو والصوت.

في مجال العمل الإعلامي، تستخدم الهواتف الذكية أيضاً كأداة لجمع المعلومات من الانترنت، التحقق من الأخبار، والتفاعل مع المصادر والشهود عبر الرسائل الفورية أو وسائل التواصل الاجتماعي.

لإجراء بحث فوري أو الاستفادة من خدمات الترجمة أثناء العمل في بيئات متعددة اللغات.

إحدى المزايا الرئيسية لصحافة الموبايل هي تقليل التكلفة والاعتماد على المعدات الثقيلة، مما يمنح الصحفيين مرونة للعمل في المناطق النائية أو أثناء الازمات. ومع ذلك يتطلب استخدامها في العمل الإعلامي الاحترافية والالتزام بالمعايير الأخلاقية، مثل التحقق من المصادقية، حماية الخصوصية، وتجنب التلاعب بالمحتوى. وهكذا، أصبحت صحافة الموبايل أداة شاملة تحدث نقلة نوعية في إنتاج الأخبار وتغطيتها بشكل فوري وفعال.

8. قواعد صحافة البيانات المفتوحة: ² تعتمد على استخدام قواعد البيانات العامة والمتاحة للجميع كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية، مثل البيانات الحكومية (مثل Data.gov الأمريكية)، الدولية (مثل منظمة الصحة العالمية WHO)، أو المتخصصة (مثل ICIJ Offshore Leaks Database).

1. Burum, Ivo; Quinn, Stephen (2016). *MOJO: the Mobile Journalism Handbook: How to make Broadcast Video with an Iphone or Ipad*. Consulté le 13/12/ 2024 à 18h3, sur le lien Mobil Journalism Handbook: [file:///C:/Users/Utilisateur/Downloads/\[2024+issue\]+DIRDC2-668-PUB24_522++-+Revised+Paper++-+JES++-+AL+-.pdf](file:///C:/Users/Utilisateur/Downloads/[2024+issue]+DIRDC2-668-PUB24_522++-+Revised+Paper++-+JES++-+AL+-.pdf)

² Bounegru, Liliana; Gray, Jonathan (2024). *The Data Journalism Handbook: Towards a critical Data practice*, PDF. Consulté le 26/12/ 2024 à 6h38, sur le lien Books: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/47509/9789048542079.pdf>

توفر هذه القواعد معلومات دقيقة وموثوقة حول مختلف القضايا كالصحة، الاقتصاد، والبيئة، مما يعزز من الشفافية والمصداقية في التقارير الصحفية. تتيح للصحفيين إجراء تحقيقات معمقة وتحليل قضايا معقدة مثل الفساد أو التغير المناخي باستخدام أدوات تقنية لتحليل وتنظيف البيانات، مثل Excel أو Python، وعرض النتائج بصريا عبر أدوات كـ Tableau و Datawrapper. تتميز البيانات المفتوحة بتوفرها المجاني وتنوعها، مما يجعلها مصدرا أساسيا لإثراء الأخبار بالحقائق والأرقام، وتقديم تقارير صحفية ذات قيمة مضافة وعمق تحليلي.¹

9. أدوات الذكاء الاصطناعي (AI):² أصبح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كمصدر صحفي رقمي جزءا أساسيا في الصحافة الحديثة. يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات مبتكرة لتحليل كميات ضخمة من البيانات، مما يسمح للصحفيين بالكشف عن الأنماط والاتجاهات بشكل أسرع وأكثر دقة. من خلال تقنيات مثل التعلم الآلي وتحليل البيانات الضخمة، يمكن للصحفيين تحسين دقة الأخبار من خلال معالجة البيانات وتقديم تقارير استنادا إلى الحقائق والبيانات.

الذكاء الاصطناعي يساعد أيضا في تحليل النصوص واكتشاف الأخبار المزيفة عن طريق فحص المحتوى واستخلاص المعلومات ذات الصلة. كما يمكن تخصيص المحتوى بناء على اهتمامات المستخدمين باستخدام تقنيات التوصية المدعومة بالذكاء الاصطناعي في انشاء تقارير تلقائية وتحسين كفاءة سير العمل الصحفي. بذلك، يساهم الذكاء الاصطناعي في تحويل الصحافة الرقمية إلى بيئة أكثر تفاعلية ودقة مما يعزز من جودة المحتوى الصحفي ويجعل الصحفيين أكثر قدرة على تقديم تقارير شاملة وموثوقة.

المبحث الخامس: تحديات استخدام المصادر الرقمية في العمل الصحفي.

يواجه الصحفي عددا من التحديات في استخدامه للمصادر الرقمية، رغم ما توفره من سهولة وسرعة في الوصول إلى المعلومات، من أبرز هذه التحديات:

- التحقق من مصداقية المعلومات لأن الإنترنت مليء بالمعلومات، لكن كثيرا منها قد يكون مضللا أو غير دقيق، ما يفرض على الصحفي بذل جهد كبير للتحقق من صحتها.

¹ - Bounegru et Gray, *op. cit.*, p. 82

² - Baoutelman, Chantal : (2024). *Artificial Intelligence and Journalism: Challenges and opportunities*. Consulté le 25/12/ 2024 à 14h41, sur le lien Ijnet: <https://ijnet.org/fr/story/intelligence-artificielle-et-journalisme>

- انتشار الأخبار الكاذبة والصور والفيديوهات المفبركة (deepfake) الذي يمثل خطر كبير على دقة التغطية الصحفية.¹
 - التضخيم المعلوماتي نتيجة الكم الهائل من المحتوى المتاح والذي يصعب أحياناً على الصحفي التمييز بين المهم والغیر المهم، أو بين المصادر الأصلية والثانوية.
 - الاعتماد الزائد على محركات البحث الذي قد يقيد تنوع المصادر ويقود إلى تكرار أو استسهال المعلومات بدلاً من البحث الميداني أو الاستقصائي.
 - مشاكل قانونية نتيجة حقوق النشر والاستخدام التي قد يقع فيها الصحفي إذا استخدم محتوى رقمياً دون إذن.
 - التحديات التقنية التي تحتاج بعض الأدوات الرقمية ومهارات تقنية معينة لا يمتلكها جميع الصحفيين.
 - الرقابة والاختراق في بعض الدول التي تراقب النشاط الرقمي للصحفيين، وقد يتعرضون لاختراق حساباتهم أو تتبعهم أثناء بحثهم عن مصادر.
 - غياب الشفافية في بعض المصادر الرقمية لبعض المنصات أو الجهات التي لا تفصح عن مصدر المعلومات أو خلفياتها، مما يعرقل تقييم مصداقيتها.
 - تغير المحتوى الرقمي بسرعة في بعض المواقع أو الحسابات التي تحذف أو تعدل محتواها باستمرار، ما يسبب صعوبات في توثيق هذه المعلومات أو تسجيلها للرجوع إليها في وقت لاحق.²
 - التنافس على السرعة على حساب الجودة ففي بعض الأحيان في البيئة الرقمية يشعر الصحفي بضغط لنشر الخبر بسرعة قبل التحقق الكامل منه خوفاً من فقدان السبق الصحفي.
- في ضوء ما سبق يتضح أن استخدام المصادر الرقمية في العمل الصحفي رغم ما يوفره من مزايا في السرعة والتنوع، يرافقه عدد من التحديات الجديدة التي لا يمكن تجاهلها. فالمصداقية، والتحقق والحفاظ على المهنية، تبقى مربوطة بمدى وعي الصحفي ببيئة المعلومات الرقمية وتعقيداتها.

¹ - Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom, **The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect**, Three Rivers Press, New York, 2007, p. 71.

² - Allan, Stuart, **Journalism in the Digital Age**, Open University Press, Maidenhead, 2006, p. 83.

الفصل الخامس: تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر في ظل التحولات التشريعية التكنولوجية

المبحث الأول: تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر من الاستقلال الى ما بعد قانون الإعلام لسنة 1990.

المبحث الثاني: انعكاسات قانون الإعلام 2012 والتطورات التكنولوجية على واقع الصحافة المكتوبة.

المبحث الثالث: التحول الرقمي للصحافة المكتوبة في الجزائر الأشكال والاستراتيجيات

المبحث الرابع: التحولات التنظيمية والاقتصادية للصحافة المكتوبة في الجزائر (2023-2025).

المبحث الخامس: الصعوبات التي تواجه الصحافة المكتوبة الجزائرية في البيئة الرقمية. (2023-2025).

الفصل الخامس: تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر في ظل التحولات التشريعية التكنولوجية.

عرفت الجزائر بعد استقلالها مسارين أساسيين في مجال الإعلام، يتمثل المسار الأول في إعلام الحزب الواحد، الذي اعتمد على الأحادية وسيطرة الحزب الواحد الحاكم، واستمر هذا المسار من يوم الاستقلال إلى غاية سنة 1989، وخلال هذه الفترة مرت الصحافة المكتوبة والإعلام بصفة عامة في هذه الفترة بثلاث مراحل أساسية، وهذا تبعا لتغير شخصيات الحكم لا نظام الحكم.

أما المسار الثاني فيتجلى في إعلام التعددية الحزبية والإعلامية الذي نشأ بعد إقرار دستور 1989، والذي كرس مبدأ التعددية السياسية والإعلامية باعتباره أحد الأسس الدستورية للنظام الديمقراطي. ويقصد بالتعددية الحزبية إتاحة المجال القانوني والسياسي لتأسيس أحزاب سياسية متعددة تمثل اتجاهات فكرية وإيديولوجية مختلفة، بما يسمح بتنافس سياسي سلمي وتداول الأفكار والبرامج داخل المجتمع. أما التعددية الإعلامية فتعني تنوع وسائل الإعلام وتعدد ملكيتها وخطاباتها واتجاهاتها التحريرية، بما يضمن حرية التعبير وتعدد الآراء، ويكسر احتكار الدولة للمجال الإعلامي.

وقد أفرز هذا التحول الدستوري بيئة إعلامية جديدة، سمحت بظهور صحافة مستقلة وخاصة، ومنحت وسائل الإعلام هامشا أوسع في تناول القضايا السياسية والاجتماعية، مع إتاحة الفرصة لمختلف الفاعلين السياسيين والاجتماعيين للتعبير عن مواقفهم عبر المنابر الإعلامية. كما ساهمت التعددية الإعلامية في تعزيز دور الإعلام كوسيط بين السلطة والمجتمع، وكمجال للنقاش العمومي، رغم ما رافق هذه المرحلة من تحديات تنظيمية ومهنية واقتصادية أثرت في أداء وسائل الإعلام واستقلاليتها.

وفي سياق هذا التطور، بلغ عدد الصحف الصادرة في الجزائر إلى غاية سنة 2020 حوالي 148 صحيفة، تتوزع بين إصدارات باللغة العربية وأخرى بالفرنسية، وتصنف بدورها إلى صحف وطنية وأخرى جهوية، وهو ما يعكس اتساع رقعة النشاط الإعلامي وتنوعه عقب مرحلة الانفتاح السياسي والإعلامي. وفي هذا الفصل، سنستعرض مختلف المراحل التي مرت بها الصحافة المكتوبة في الجزائر، منذ نشأتها إلى غاية الوضع الراهن، مع التركيز على السياقات التشريعية والتكنولوجية التي ساهمت في تشكيل مسارها التطوري.

المبحث الأول: تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر من الاستقلال الى ما بعد قانون الإعلام لسنة 1990.

مرت الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الاستقلال وإلى غاية سنة 1989 بثلاثة مراحل أساسية، حيث تختلف كل مرحلة عن الأخرى من حيث علاقة الصحافة بالسلطة بالرغم من عدم تغيير نظام الحكم، على أن التوجه السائد في تلك الفترة هو سيطرة نظام الأحادية الحزبية واحتكار السلطة لكل النشاطات الإعلامية بما يشكل وصاية تامة على الصحافة بشكل عام كما أن قنوات التعبير عن الرأي كانت شبه منعدمة وبالتالي فإن الصحفي كان يمثل أداة في يد السلطة ومعبرا عن أكارها، وقد ارتأينا تقسيم هذه المراحل زمنيا كما يلي:

1- المرحلة الأولى: 1962-1965

بدأت هذه المرحلة من استقلال الجزائر إلى غاية انقلاب 19 جوان 1965، وهي الفترة التي شهدت حكم الرئيس أحمد بن بلة. وقد تميزت بمحاولة الدولة استرجاع سيادتها الإعلامية عبر تأميم الصحف الاستعمارية وبسط نفوذها على أجهزة الإعلام التي خلفها الاستعمار الفرنسي وفي هذا السياق، أطلقت أول يومية وطنية بجهود جزائرية كاملة تحت عنوان "الشعب El Chaab" في 19 سبتمبر 1962 باللغة الفرنسية.

كما شدد برنامج طرابلس 1962 على مبدأ الملكية الجماعية لوسائل الإعلام، وفرض قيودا صارمة على الحريات الفردية، مما جعل الصحافة خاضعة لوصاية الدولة. وقد اتخذت السلطة من الصحافة وسيلة لنشر إيديولوجيتها الاشتراكية تحت شعار تحقيق التنمية الشاملة.

ويعتبر هذا حسب الأستاذ "براهيم ابراهيمي" العنصر الأساسي والجوهري في تحديد السياسة الإعلامية للجزائر المستقلة.¹

كما عرفت هذه الفترة باحتكار الدولة لوسائل الإعلام، واستخدامها كأداة لنشر الإيديولوجية الاشتراكية تحت مبرر تحقيق التنمية الشاملة. وقد حدد دور الصحفي في النضال والتعبئة لصالح الحزب الحاكم، كما يتضح من تصريحات مسؤولي جبهة من جهته يؤكد الأستاذ "عزي عبد الرحمان"، أن قطاع الإعلام في الجزائر

¹ - Brahim BRAHIMI : **Le pouvoir, la presse, et les intellectuels en Algérie**. Edition le Harmattan, France. 1990, p.45.

اعتمد في تسييره على قرارات سياسية محضّة، حيث يقول " إن الإعلام الجزائري لا يؤدي مهامه وفق قوالب وثوابت معينة بقدر ما يتابع مستجدات الواقع بصفة اعتبارية".¹

في هذه المرحلة، اعتمد قطاع الإعلام في الجزائر على قرارات سياسية بشكل مباشر، حيث كان الإعلام غير منظم وفق أطر مهنية واضحة، بل تابع التطورات بشكل عشوائي. كما سادت ظاهرة الازدواجية في ملكية وسائل الإعلام بين الحزب الحاكم والحكومة، ما أضاف فوضى إلى القطاع بسبب غياب قوانين وتشريعات واضحة. بوجود نظام أحادي الحزب (جبهة التحرير الوطني)، لم تكن هناك مساحة لإصدار صحافة مستقلة أو متعددة، فكانت الصحافة تقتصر على دعم أطروحات الحزب فقط..²

وفيما يلي جدول يمثل اليوميات الجزائرية الصادرة من 1962 إلى 1965 حسب الترتيب الزمني.³

الاسم	اللغة	تاريخ الصدور	الملاحظة
Alger Républicain	الفرنسية	23/07/1962	أدمجت مع Le Peuple في 19 جوان 1965 لتصدر El Moudjahid
El Chaab	الفرنسية	19/09/1962	تغير اسمها لتصبح Le Peuple في 21 مارس 1963
الشعب	العربية	11/12/1962	لم تتوقف إلى يومنا هذا
Le Peuple	الفرنسية	21/03/1963	أدمجت مع Alger Républicain لتولد El Moudjahid في 19 جوان 1965
Alger ce Soir	الفرنسية	15/04/1964	توقفت في 07 سبتمبر 1965
La République	الفرنسية	29/03/1963	عربت فتغير اسمها فأصبح الجمهورية عام 1976
Anasr	الفرنسية	28/09/1963	عربت فأصبحت النصر بالعربية عام 1972
El Moudjahid	الفرنسية	21/06/1965	لم تتوقف إلى يومنا هذا

¹ - عبد الرحمان عزي وآخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 129.

² - Ahmed BENZELIKHA : **Presse Algérienne, éditoriaux et démocratie**, édition Dar El Gharb, Oran, 2005, P18.

³ - كهينة سلام: جمهورية الصحافة المكتوبة اليومية في ظل التحولات التكنولوجية الجديدة دراسة مسحية لعينة من قراء الصحافة اليومية الورقية والإلكترونية بالجزائر العاصمة وفق مدخل الاستخدامات واشباع الرغبات، مذكرة شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2015-4+، ص 182.

2- المرحلة الثانية: 1965-1979

بدأت هذه المرحلة مع "التصحيح الثوري" بقيادة هواري بومدين، حيث تم احتكار قطاع الإعلام بشكل كامل من طرف السلطة السياسية، وتحول إلى أداة لخدمة الأيديولوجية الاشتراكية وترسيخ قيم الثورة. تم تأميم شركة Hachette الفرنسية للتوزيع سنة 1966، وإنشاء الشركة الوطنية للنشر والتوزيع (SNED)، التي احتكرت نشاط توزيع ومراقبة المطبوعات.

في هذه المرحلة، أصبح دور الصحافة محصورا في الترويج للسياسات الرسمية دون أي مساحة للنقد أو كشف سلبات النظام. الصحفي تحول إلى "محرر" ينفذ التعليمات فقط، في ظل غياب تام للحرية الإعلامية والتعددية.

شهدت هذه الفترة تكريس مفهوم الصحفي كموظف حكومي ومناضل حزبي، وذلك بصدر المرسوم رقم 525-1968 الذي جعل من الصحفي أداة لخدمة الحزب والسلطة، بعيداً عن مهمته الأساسية في إعلام الجمهور.¹

ورغم أن الميثاق الوطني لسنة 1976 أقر حرية الرأي والتعبير نظرياً، إلا أن هذه الحقوق بقيت مقيدة بقوانين غامضة استغلت لفرض مزيد من الرقابة والهيمنة على الإعلام.

خلال هذه الفترة، لم تصدر أي صحيفة يومية جديدة، بل تراجع عددها بانقراض جريدة *Alger Ce Soir*، ما يعكس انكماش الحريات الإعلامية واستمرار النهج الاحتكاري.²

3- المرحلة الثالثة 1979-1988

عرفت هذه المرحلة صدور أول قانون للإعلام في الجزائر، بتاريخ 06 فيفري 1982، اعتبر هذا القانون قطاع الإعلام من قطاعات السيادة الوطنية حسب (المادة الأولى)3، مؤكداً بذلك احتكار الدولة لقطاع الإعلام بوصفه أحد القطاعات الاستراتيجية المرتبطة بالسيادة الوطنية، ومكرسا تصورا رسميا لوظيفة الإعلام ودور الصحفي، الذي ينظر إليه بوصفه مناضلا ملتزما بالمساهمة في تحقيق أهداف الثورة. وفي هذا السياق،

¹ - Ahmed BENZELIKHA: *Op.cit*, P19.

² - كهينة سلام: مرجع سابق، ص 185.

³ - Belkacem MOSTEFAOUI : *Médias et liberté de l'expression en Algérie*, El Dar el Othmania, Alger, 2013, P23.

نصت المادة (35) على أن "يعمل الصحفي المحترف بكل مسؤولية والتزام على تحقيق أهداف الثورة كما تحددها النصوص الأساسية لحزب جبهة التحرير الوطني".¹

ويعد هذا النص من أبرز الأمثلة على الإطار القانوني المؤسس للإعلام المهيمن، حيث يربط بين العمل الصحفي والبرنامج السياسي للحزب الحاكم، ويحول الصحفي إلى أداة في خدمة مشروع سياسي محدد. وبهذا، يصبح الإعلام في تلك المرحلة فضاء مغلقا أمام تعدد الآراء، ويقوض مبدأ الاستقلالية المهنية والحياد الصحفي، ويكرس هيمنة خطاب الدولة على الساحة الإعلامية.

وفي هذا الصدد، يؤكد براهيم براهيم على أن "النصوص الرسمية جعلت من الإعلامي موظفا وبيروقراطيا خاضعا لمن هو أعلى منه في السلم الوظيفي والقوانين، أكثر من خضوعه لطبيعة ونوعية انتاجه، هذه الوضعية كانت تمثل مصدر قلق الذي تعرفه هذه الوظيفة المتميزة بعدم الاستقرار في صفوفها وضعف الالتزام لديهم".²

وقد جاء ميثاق 1986 ليؤكد مرة أخرى على أن الإعلام ليس مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أداة مهيكلية لخدمة أهداف الثورة، وبذلك يعكس بشكل واضح خضوع المؤسسات الإعلامية لتوجيهات النظام السياسي والحزب الواحد. ويُعبّر هذا الميثاق عن تصور رسمي يربط بين الإعلام والسلطة، حيث يصبح الجهاز الإعلامي جزءاً من البنية المؤسسية للدولة، يعمل وفق إملاءات سياسية وأولويات أيديولوجية محددة، بدل أن يكون مساحة للنقاش العمومي والتعددية.

وبناء على ذلك، ظل الإعلام في الجزائر خلال الفترة (1962-1989) أداة للسلطة السياسية، لا تتوافق ممارسته مع مبادئ الإعلام الحر والديمقراطي، ولا تضمن استقلالية الصحفي وحياده المهني. كما أدى هذا الإطار إلى تهميش دور الجمهور كمشارك في صناعة المحتوى أو في مراقبة السلطة، وتحويل الإعلام إلى وسيلة لتثبيت الشرعية السياسية وتعزيز خطاب الدولة، أكثر من كونه وسيلة للتحقق من الحقائق أو نقد السياسات.³

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجريدة الرسمية، العدد 06، القانون 01، المؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق لـ 06 فيفري 1982، ص 11.

² - Brahim BRAHIMI : Op.cit, P356.

³ - بن زيدون جميلة: الوضعية الاجتماعية المهنية للصحافيين الجزائريين في مرحلة التعددية الإعلامية، دراسة مسحية على عينة من الصحافيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016، ص 83.

وبذلك، يمكن القول إن ميثاق 1986 لم يكن مجرد وثيقة تنظيمية، بل كان مؤشراً على هيمنة الدولة على البنية الإعلامية، ومؤشراً على أن مرحلة الإعلام الأحادي قد رسخت نفسها قانونياً ومؤسسياً قبل أن تبدأ مرحلة التعددية الإعلامية لاحقاً بعد 1989.

وفيما يلي الجدول الموضح لليوميات الصادرة في تلك الفترة (1979-1988).

الاسم	اللغة	تاريخ الصدور	الملاحظة
الجمهورية	العربية	29/03/1963	عربت عام 1976، مستمرة الى يومنا هذا
النصر	العربية	28/09/1963	عربت عام 1972، مستمرة الى يومنا هذا
El Moudjahid	الفرنسية	21/06/1965	مستمرة الى يومنا هذا
المساء	العربية	1985	مستمرة الى يومنا هذا
Horizons	الفرنسية	1985	مستمرة الى يومنا هذا

تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد قانون الإعلام 1990.

تتسم هذه الفترة بالتعددية الإعلامية وبالتطور الكمي للصحافة اليومية الخاصة، وتنقسم هذه الفترة بدورها إلى عدة مراحل:

1. المرحلة الأولى: 1991-1995

عرف المشهد الإعلامي الجزائري في الفترة الممتدة ما بين 1991 و1995، نقطة تحول حاسمة تمثلت في بروز الصحافة الخاصة، وذلك عقب صدور قانون الإعلام لسنة 1990 الذي سمح بإنشاء صحف مستقلة بعد فترة طويلة من احتكار الدولة للقطاع الإعلامي. هذا القانون شكل بداية طفرة نوعية في تأسيس عدد من الجرائد اليومية المستقلة التي أسسها صحفيون كانوا يعملون سابقاً في مؤسسات الإعلام العمومي، ومن أبرز هذه الصحف جريدة **الخبر** وجريدة **الوطن**، إضافة إلى جريدة **ليبرتي**. بالرغم من هذا الانفتاح الذي أتاح تعددية شكلية في الصحافة المكتوبة إلا أن هذه المرحلة تميزت بتحديات كثيرة فقد عرفت الجزائر بداية العشرية السوداء التي تميزت بالتدهور الأمني والسياسي العميق، حيث تعرض العديد من الصحفيون للتهديدات والاعتداءات، من قبل الجماعات المسلحة، مما جعل ممارسة العمل الصحفي محفوف بالمخاطر وهذا ما أثر على حرية التعبير وعلى استقرار الصحف المستقلة، كما عانت هذه الصحف من العديد من الصعوبات المالية والتنظيمية، إلى جانب الضغوط السياسية والأمنية التي تحد من استقلاليتها.

وبهذا، فإن الصحافة المكتوبة في هذه المرحلة عرفت تعددية شكلية لكنها واجهت تحديات جوهرية فرضتها ظروف العنف وعدم الاستقرار، مما شكل معضلة حقيقية بين الحاجة إلى التعبير الحر والخوف من الانكشاف الأمني.¹

2. المرحلة الثانية: 1995-2001

واصلت الصحافة المكتوبة الجزائرية خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 2001، مسارها في ظل بيئة أمنية وسياسية مضطربة بفعل استمرار العشرية السوداء، غير أن هذه المرحلة تميزت بترسخ تجربة الصحافة الخاصة واتساع رقعة التعددية الإعلامية من حيث الكم. فقد عرف عدد الجرائد اليومية والأسبوعية نمواً ملحوظاً، حيث قدر في نهاية التسعينيات وجود ما بين 250 إلى 300 عنوان صحفي، من بينها حوالي 40 إلى 50 جريدة يومية تصدر بانتظام كما عرفت جريدتي "الخبر وليريقي" أقوى سحب سنة 1997 بمعدل 130 000 نسخة، فيما توزعت بقية العناوين على الصحف الأسبوعية والمجلات الدورية.² هذا التوسع الكمي جاء نتيجة للفراغ الإعلامي الذي خلفه تراجع مصداقية الصحافة العمومية، ولرغبة فاعلين جدد في استثمار هامش الحرية المتاح، رغم ما يرافقه من مخاطر. غير أن هذا الانتشار لم يكن دائماً مؤشراً على تعددية فعلية، إذ عانت غالبية هذه العناوين من هشاشة مالية وتنظيمية، واعتماد شبه كلي على الإشهار العمومي كمصدر رئيسي للتمويل، مما جعل الكثير منها عرضة للإغلاق أو التوقف المؤقت عن الصدور.

في المقابل، استطاعت بعض الصحف الكبرى، مثل **الخبر والوطن**، أن تفرض نفسها كمرجعيات إعلامية، بفضل احترفياتها وقدرتها على تحقيق نوع من التوازن بين متطلبات السوق وضغوط الواقع السياسي. كما عرفت هذه المرحلة بداية تشكل نواة لمؤسسات صحفية ذات طابع احترافي، تسعى إلى تحقيق استمرارية مالية وتنظيمية، رغم غياب إطار قانوني يحمي استقلاليتها ويفرض قواعد واضحة لتنظيم العلاقة بين الصحافة والسلطة.³

وتجدر الإشارة إلى أن ميثاق الشرف وأخلاقيات المهنة الخاصة بالإعلام الصادر في الجزائر بتاريخ 13 أفريل 2000، قد أكد على حق الصحفي في الوصول إلى كل مصادر الخبر، وحقه الحر في التحقيق في الوقائع

¹ - Ahmed ANCER : **Encre rouge, le défi des journalistes Algériens**, éditions El Watan, P85.

² - Le Ministère de la communication et de la culture : **Annuaire de la presse nationale**, octobre 1998, P03.

³ - Achour CHEURFI : **La presse Algérienne, genèse, confit et défis**, éditions Casbah, Algérie, 2010, P197.

التي تتعلق بالحياة العامة. مع التأكيد على أن منع الوصول الى المصادر لا يجوز إلا في حالات استثنائية تبرر بأسباب واضحة ومحددة، مع التزام الصحفي بواجب الضمير المهني¹.

وهكذا، فإن الطفرة العددية في الصحف خلال هذه الفترة لم تعكس بالضرورة جودة مهنية أو استقلالية حقيقية، بقدر ما جسدت حراكا إعلاميا يسعى للتموقع في بيئة معقدة تحكمها اعتبارات أمنية وسياسية واقتصادية متشابكة.

3. المرحلة الثالثة: 2002-2011

عرفت الصحافة الجزائرية في الفترة الممتدة من 2002 إلى 2011 مرحلة مهمة في مسار تطورها، حيث عرفت نوعا من الاستقرار النسبي في المشهد الإعلامي مقارنة بالعقد السابق، شهدت الساحة الإعلامية عدة مشاريع قوانين خاصة بالإعلام كالمشروع التمهيدي لقانون الاعلام 2002، وذلك بفضل تحسن الوضع الأمني والسياسي بعد سنوات العنف. خلال هذه المرحلة، واصلت الصحف الخاصة ترسيخ حضورها في الساحة الإعلامية، مع تسجيل استقرار في عدد العناوين اليومية بين 50 و 60 جريدة في منتصف الألفية (2005-2006)، في حين عرفت الصحافة الأسبوعية والمجلات تراجعا نسبيا بسبب ضعف الموارد المالية وصعوبات التوزيع.

غير أن هذا الاستقرار الكمي لم يرافقه بالضرورة تطور نوعي في المضمون أو الممارسة المهنية، إذ استمر الاعتماد البنيوي على الإشهار العمومي، خاصة عبر الوكالة الوطنية للنشر والإشهار (ANEP)، كآلية رئيسية لتمويل المؤسسات الصحفية. هذا الوضع جعل حرية الصحافة مرهونة إلى حد بعيد بالتوازنات السياسية، حيث كان التحكم في سوق الإشهار وسيلة غير مباشرة لتأطير الخطاب الإعلامي دون الحاجة إلى الرقابة المباشرة.

في المقابل، شهدت هذه المرحلة ظهور بعض المبادرات لتطوير الأداء الصحفي، من خلال تكوين الصحفيين، واعتماد أساليب جديدة في التحرير، ومحاولة توسيع شبكة المراسلين المحليين. إلا أن هذه الجهود بقيت محصورة في بعض المؤسسات القوية مثل الخبر والوطن والشروق التي بدأت في اكتساب قاعدة جماهيرية واسعة.

¹ - شيري محمد : السياسة الإعلامية في الجزائر والخدمة العمومية في وسائل الاعلام من المنظور التعددي والالتزام الأخلاقي، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 33، الجزء 1، مارس 2019، ص 679.

في السياق نفسه، ارتفع عدد الصحف من 31 صحيفة سنة 2000 إلى 102 صحيفة سنة 2011 بسحب إجمالي قدرة 2871714 نسخة.¹

أما عن أبرز أرقام السحب اليومي للصحف الجزائرية فقد شهدت الصحافة المكتوبة ذروة في سحب الصحف الورقية، حيث تصدرت **جريدة الشروق اليومي** قائمة الصحف الجزائرية من حيث السحب اليومي، حيث بلغ عدد النسخ المسحوبة أكثر من 800,000 نسخة يوميا بحلول عام 2010، وفقا لتقرير منظمة "مراسلون بلا حدود".²

تلتها جريدة الخبر بسحب يومي يقدر بحوالي 465,227 نسخة في عام 2011.

أما عن جريدة النهار الجديد فقد بلغ عدد النسخ المسحوبة يوميا حوالي 365,000 نسخة في عام 2011، مع مبيعات يومية تقدر بـ 325,000 نسخة، ما يعكس نموا سريعا في شعبيتها.³

بالموازاة مع ذلك، بدأت معالم التحديات الرقمية تظهر تدريجياً خلال هذه المرحلة، مع توسع استخدام الإنترنت وظهور المواقع الإخبارية الإلكترونية، وهو ما فرض على الصحافة الورقية مواجهة منافسة جديدة لم تكن مستعدة لها بعد، سواء على مستوى سرعة نقل الخبر أو التفاعل مع الجمهور.

وعليه، فإن الفترة من 2002 إلى 2011 يمكن اعتبارها مرحلة انتقالية تتميز بالاستمرارية الحذرة، حيث تمكنت الصحافة المكتوبة من الحفاظ على حضورها، لكنها ظلت أسيرة نموذج اقتصادي هش، في ظل غياب إصلاحات عميقة تضمن استقلالية الإعلام وتواكب التحولات التكنولوجية والمهنية.

¹ - كهيبة سلام: مرجع سابق، ص 188.

² - جريدة الشروق: الصحف العربية تتراجع والشروق تصدر الصحف، تاريخ الاطلاع يوم 2024/05/16، على الساعة 21:23

سا، على الرابط: <https://www.echoroukonline.com/>

³ - جريدة النهار: الجريدة الأكثر تطورا ومبيعا في الجزائر، تاريخ الاطلاع يوم 2024/05/16، على الساعة 20:03، سا، على الرابط:

<https://www.ennaharonline.com>

المبحث الثاني: انعكاسات القانون العضوي للإعلام 2012 والتطورات التكنولوجية على واقع الصحافة المكتوبة.

في بداية العقد الثاني من الألفية الثالثة، دخلت الصحافة المكتوبة الجزائرية مرحلة دقيقة ومهمة من مسارها، حيث تزامن صدور القانون العضوي في 2012 مع تسارع التحولات التكنولوجية، وهو ما فرض تحديات عميقة أعادت تشكيل بيئة الممارسة الإعلامية ومهدت لتحولات بنيوية في القطاع.

1- المرحلة الأولى قانون العضوي للإعلام 2012:

يعتبر صدور القانون العضوي للإعلام الجزائري (رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 هـ الموافق لـ 12 يناير 2012) استجابة رسمية لمطالب قديمة بإعادة النظر في الإطار التشريعي المنظم لممارسة العمل الصحفي، بعد أن ظل قانون 1990 الإطار المرجعي الوحيد لعدة عقود. ورغم التوقعات المرتبطة بإسهام هذا القانون في ترسيخ حرية الصحافة وتعزيز استقلاليتها، جاءت انعكاساته متباينة بين بعض المكتسبات الإيجابية واستمرار المشكلات العميقة والمتجذرة في بنية النظام الإعلامي، والتي لا تتعلق فقط بالقوانين، بل تتعلق بكيفية تنظيم القطاع، طريقة اشتغاله، والعوامل السياسية والاقتصادية التي تؤثر عليه.

وتفسيرا لما ذكرنا سلفا، يتضح لنا أن القانون العضوي للإعلام يمثل شهادة ميلاد الإعلام الإلكتروني في الجزائر، من خلال الباب الخامس المتعلق بوسائل الاعلام الالكترونية. وقد عرف القانون هذه الوسائل بأنها خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجه للجمهور تهدف إلى تحقيق المصلحة العامة وفق مبادئ الخدمة العمومية التي تقوم على الاستمرارية والمساواة والتكيف.¹

من حيث الإيجابيات، نص القانون على تكريس مبدأ حرية التعبير وحق المواطن في الإعلام، كما حدد مفهوم الرسالة الإعلامية التي تبث أو تنشر عبر الويب². إضافة إلى ذلك، أقر القانون في بابه الرابع إنشاء سلطة مستقلة لضبط الصحافة المكتوبة، تهدف إلى ضمان تسيير المهنة بعيدا عن وصاية السلطة التنفيذية. كما تضمن القانون في الباب الثالث مواد تعزز أخلاقيات المهنة من خلال نصوص تنظيمية مصاحبة، بما يساهم في تعزيز معايير الممارسة المهنية وترسيخ المسؤولية الإعلامية.

¹ - شيري محمد : الصحافة الالكترونية في الجزائر، بين القانون العضوي للإعلام 2012 وأخلاقيات المهنة - رؤية نقدية، مجلة العلوم والاجتماعية والإنسانية، المجلد 11، العدد 02، 2021، ص 131.

² - نفس المرجع، ص 139.

مع ذلك، بقيت هذه المكتسبات محدودة في ظل استمرار الغموض القانوني المرتبط بتمويل الصحف خاصة فيما يتعلق بالإشهار العمومي الذي يفتقر إلى آليات توزيع شفافة وعادلة، ويقصد بذلك غياب نصوص صريحة تحدد معايير موضوعية لتوزيع الإعلانات الحكومية على المؤسسات الإعلامية مما جعل هذه الموارد المالية الحيوية خاضعة لاعتبارات سياسية وإدارية غير واضحة. وفي السياق نفسه، أصبحت الصحف خاصة المستقلة منها تعتمد بشكل كبير على الإشهار العمومي كمصدر أساسي للتمويل، وهو ما جعلها عرضة لضغوط سياسية واقتصادية تهدد من استقلالية العمل الصحفي وتضعف مبادئ التعددية وحرية التعبير، فالصحف اليومية "تبحث عن الإشهار لتعيش وعن القراء لتستمر في الوجود والمعلنون يبحثون عن الصحف لترويج سلعهم" كما قال عاشور شرفي¹. كما فشل القانون في مواكبة التطورات التقنية المتسارعة المرتبطة بقطاع الصحافة الرقمية، الأمر الذي أفرز فراغا تشريعيا في مجال تنظيم الإعلام الإلكتروني، كما ترك هذا النوع من الممارسات الإعلامية خارج إطار الضبط القانوني الفعال.

بلغ عدد اليوميات في سنة 2012، 129 يومية بسحب إجمالي قدره 2840760 نسخة.

بالتالي، يبقى التحدي قائما أمام تطوير منظومة إعلامية جزائرية مستقلة وذات مصداقية، تتطلب تحديثات تشريعية شاملة تراعي التحولات الرقمية وتضمن حماية حرية التعبير واستقلالية المؤسسات الصحفية.

2- المرحلة الثانية انعكاسات التطورات التكنولوجية:

عرفت الصحافة المكتوبة الجزائرية في الفترة الممتدة ما بين (2012 و 2020) تحولات مهمة فرضتها التطورات التكنولوجية المتسارعة، في ظل بيئة قانونية لا تزال أسيرة لمنظور تقليدي لممارسة العمل الصحفي. فرغم صدور قانون الإعلام لسنة 2012 كمحاولة لتحديث الإطار التشريعي، إلا أنه لم يتضمن نصوصاً صريحة تستجيب لمطالبات البيئة الرقمية الجديدة، ما أدى إلى بروز فراغ تنظيمي واضح في مجال الصحافة الإلكترونية.

بالموازاة مع هذا القصور التشريعي، شهدت الجزائر خلال هذه المرحلة توسعا كبيرا في استخدام الإنترنت، حيث ارتفعت نسبة الولوج إلى الشبكة من حوالي 15.2% سنة 2013 إلى أكثر من 49% سنة 2020، وفقا لإحصائيات الاتحاد الدولي للاتصالات² (ITU) كما تعززت هذه الديناميكية مع الانتشار

¹ - كهينة سلام: مرجع سابق، ص 187.

² - Data Hub: Algeria Universal and Meaningful Connectivity, (consulté le 17 mai 2024, disponible sur: <https://datahub.itu.int/dashboards/umc/>

السريع للهواتف المحمولة وشبكات الجيل الثالث والرابع، مما ساهم في تحويل المنصات الرقمية إلى المصدر الأساسي لاستهلاك الأخبار لدى فئات واسعة من الجمهور، خاصة الشباب.

هذا التحول في أنماط استهلاك الإعلام أثر سلبا على واقع الصحافة الورقية، حيث سجلت العديد من العناوين انخفاضا ملحوظا في نسب التوزيع والمبيعات. في المقابل، لم تتمكن أغلب المؤسسات الإعلامية من مجاراة هذا التحول، بسبب محدودية استثماراتها في البنية التحتية الرقمية، وضعف تأهيل مواردها البشرية في مجال الإعلام الرقمي، واقتصار وجودها الرقمي غالبا على نسخ إلكترونية بسيطة (PDF) دون تطوير منصات تفاعلية¹.

على الصعيد الاقتصادي، زادت الأزمة تعقيدا مع استمرار هيمنة الإشهار العمومي كأحد مصادر التمويل الرئيسية، في ظل غياب آليات شفافة لتوزيعه، مما جعل المؤسسات الإعلامية عرضة لضغوط سياسية واقتصادية. كما فشل الإطار القانوني في مواكبة التحولات الرقمية، حيث لم تصدر تشريعات خاصة بالصحافة الإلكترونية حتى سنة 2020 أين أصدرت السلطات الجزائرية المرسوم التنفيذي (رقم 20-332 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020) لتنظيم نشاط الاعلام عبر الانترنت وبالأخص نشاط الصحافة الإلكترونية، حيث أوجب تسجيل المواقع الإخبارية عند وزارة الاتصال كما اشترط أن يكون لها مقر في الجزائر ومدير نشر جزائري يتحمل المسؤولية القانونية. كما ألزم على احترام القوانين وأخلاقيات المهنة، بهدف الحد من الفوضى في الفضاء الرقمي وتقنين النشاط الإعلامي الإلكتروني.²

على الرغم من أهمية هذا المرسوم في ادخال الصحافة الإلكترونية ضمن الإطار القانوني، إلا أن تطبيقه بقي محدودا بسبب غياب آليات تنفيذ واضحة وتأخر صدور نصوص تنظيمية مكتملة.

بلغت عدد اليوميات الجزائرية الى غاية 2020 حوالي 150 يومية، غير أن عددا محدودا منها فقط عرفت سحب واسع حيث لم يتجاوز عدد الصحف التي تسحب أكثر من 10000 نسخة يوميا سوى 21 صحيفة.³

¹ - تحليل نظري من إعداد الباحث، استنادا إلى معطيات عامة ومراجع متعددة تم توظيفها في الإطار النظري للدراسة

² - بوابة القانون الجزائري لوزارة العدل، بتاريخ 2024/02/15 على الساعة 14:13 سا، على الرابط <https://chatgpt.com/>

³ - Nacer Eddine LAYADI : **The Costs of clientelism**, in M.T. Al-Raw (Ed.), Arab Media Systems, Algeria, 2021 (pp 285-302). Open Book Publishers. Available at <file:///C:/Users/Utilisateur/Downloads/9781800640610.pdf>

بالتالي، فإن المرحلة الممتدة بين 2012 و 2020 تمثل فترة مفصلية كشفت عن فجوة واضحة بين التطورات التكنولوجية السريعة والتباطؤ في تحديث الأطر القانونية والتنظيمية للصحافة في الجزائر، مما أثر بشكل مباشر على استقلالية الصحافة المكتوبة ومستقبلها في بيئة إعلامية رقمية متغيرة.

المبحث الثالث: التحول الرقمي للصحافة المكتوبة في الجزائر الأشكال والاستراتيجيات.

رغم الجهود المبذولة في التحول الرقمي، تواجه الصحافة المكتوبة في الجزائر تحديات بنيوية جوهرية تعيق فعالية هذا التحول على عدة مستويات أبرزها الجانب التقني، البشري والاقتصادي والتنظيمي، فعلى صعيد المستوى التقني، يرى العديد من المختصين أن المؤسسات الصحفية تعاني من ضعف البنية التحتية الرقمية، إذ ما زالت أغلبها تقتصر على نشر نسخ إلكترونية بسيطة مثل (مثل ملفات PDF) من دون أن توفر منصات تفاعلية أو محتوى متعدد الوسائط، وهو ما يقلل من قدرتها على جذب جمهور رقمي متزايد ومتطلب.

أما على الصعيد الاقتصادي ترتبط بصعوبات بشكل وثيق بنموذج تمويل يعتمد بشكل مفرط على الإشهار العمومي، الذي يشكل غالبية موارد المؤسسات، مما يعرضها لضغوط سياسية ويحد من استقلاليتها التحريرية، إضافة إلى غياب مصادر تمويل بديلة ومستدامة. هذا النقص في التمويل ينعكس سلبا على الاستثمار في البنية التحتية الرقمية وتطوير الموارد البشرية¹.

فيرى عدد من المختصين في الإعلام الرقمي أن هذه التحديات ترتبط بشكل وثيق بمحدودية الموارد المالية المخصصة لتحديث البنية التحتية الرقمية، إذ تشير التقارير إلى أن أقل من 30% من المؤسسات الصحفية الجزائرية استثمرت بشكل كاف في تحديث تقنيات النشر الرقمية حتى سنة 2020، مما يؤثر مباشرة على جودة المحتوى الرقمي وقدرته على جذب الجمهور. كما أكد خبراء في الاقتصاد الإعلامي أن "غياب استراتيجية واضحة للتنويع المالي والاعتماد المفرط على الإشهار العمومي الذي يشكل أكثر من 60% من

¹ - Picard, Robert G. *The Economics and Financing of Media Companies*. Fordham University Press, 2nd ed., New Yprk, 2011, p 87, available at <https://books.google.dz/books>

موارد العديد من المؤسسات الصحفية، يحد من قدرة المؤسسات الصحفية على مواكبة التطورات الرقمية¹، مما ينعكس سلبا على استقلالية واستمرارية الصحافة المكتوبة.

أما من الناحية البشرية فالنقص الحاد في تدريب وتأهيل الصحفيين في مهارات الإعلام الرقمي يمثل عائقا رئيسيا أمام تحديث الإنتاج الصحفي، إذ لا تزال المؤسسات الصحفية الجزائرية تعتمد على نماذج تقليدية في التحرير والتوزيع مما يؤدي إلى ضعف جودة المحتوى الرقمي، وفي هذا الصدد يشير رئيس تحرير "جريدة الخبر" في حوار معه إلى أن "قلة التدريب المتخصص والتأهيل في مهارات الإعلام الإلكتروني يجعل من الصعب إنتاج محتوى رقمي متطور ومتفاعل يلبي توقعات الجمهور الرقمي المتغير"². كما أن غياب سياسات واضحة للابتكار داخل هذه المؤسسات أيضا يعزز حالة الجمود، ويجعلها غير قادرة على مجاراة التغيرات السريعة في بيئة الإعلام الرقمي³.

بالإضافة إلى ذلك يواجه الإعلام المكتوب منافسة شرسة من المنصات الرقمية العالمية التي تمتلك قدرات تقنية وتسويقية متقدمة تمكنها من نشر الأخبار بسرعة فائقة وبمحتوى متعدد الوسائط، ما يجعل الصحف المحلية في وضع ضعف نسبي أمام هذه المنافسة، خاصة مع ارتفاع نسبة استخدام الإنترنت في الجزائر التي وصلت إلى ما يقارب 50% في سنة 2020، ما يزيد من اعتماد الجمهور على المصادر الرقمية⁴.

هذه التحديات مجتمعة تستدعي إلى وضع خطط متكاملة تشمل تعزيز الاستثمار في البنية التحتية الرقمية، وتكوين الكوادر الإعلامية في مهارات الإعلام الرقمي، وتطوير نماذج تمويل مبتكرة تحرر المؤسسات من الضغوط السياسية والاقتصادية، لضمان تحول رقمي فعال ومستدام يعزز من دور الصحافة المكتوبة في المشهد الإعلامي الجزائري.

¹ - U.S Department of state: **2020 Investment climate statements: Algeria**, consulté le 5/04/2025, disponible sur <https://www.state.gov/reports/2020>

² - مقابلة مع رئيس تحرير جريدة الخبر جلال بوعاتي، بتاريخ 2025/01/02، بمقر الجريدة، حيدرة، على الساعة 14h20.

³ - الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU)، تاريخ الاطلاع يوم 2024/12/25 على الساعة 16:32 سا، على الرابط

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics>

⁴ - Tech Plicy : **Global Digital policy roundup** : April2025, consulté le 5/03/2025, disponible sur <https://www.techpolicy.press/global>

المبحث الرابع: التحولات التنظيمية والاقتصادية للصحافة المكتوبة في الجزائر (2023-2025).

تشهد الصحافة المكتوبة في الجزائر تحولات بنيوية عميقة تهدد استمراريته كنموذج إعلامي تقليدي بفعل تراجع نسب المقرئية وكذا تقليص العائدات الإعلانية، مع تزايد هيمنة الإعلام الرقمي على سلوك الجمهور، وتفيد دراسة ميدانية أجراها الدكتور رضوان بوجمعة حول الوضع الاقتصادي للصحافة المكتوبة في الجزائر فتوصل إلى أن مبيعات الصحف الجزائرية قد تراجعت بنسبة تتراوح بين 40% و 60% منذ سنة 2012 وهو ما يعكس تحولات ملموسة في أنماط استهلاك الأخبار، وقد انعكست هذه التغيرات على البنية الاقتصادية للصحف. حيث تشير بيانات ميدانية إلى أن من أصل 150 جريدة يومية تصدر في الجزائر، لا تتجاوز 21 جريدة سقف السحب 10000 نسخة يوميا، ما يكشف عن تقلص في سوق التوزيع الرقمي. نتيجة لهذا الواقع، بادرت السلطات الجزائرية إلى إطلاق جملة من الإصلاحات التنظيمية والتقنية أبرزها صدور قانون (رقم 23-19 المؤرخ في 2 ديسمبر 2023) والذي يعد أول قانون موحد لتنظيم كل من الصحافة المكتوبة والإلكترونية، وقد جاء هذا القانون لمعالجة التحديات والمشاكل الناتجة عن التداخل بين الوسائط التقليدية والرقمية، من خلال تبني نظام "التصريح" بدلا من "الاعتماد"، لترخيص النشر وتنظيم شروط مزاولة المهنة على أسس قانونية ومهنية واضحة، تشمل شرط المؤهل الأكاديمي، الخبرة المهنية، وعدم حيازة سجل جنائي مانع، من خلال السماح بإصدار صحيفة واحدة فقط لكل شخص طبيعي أو معنوي، بما يضمن التعددية في سوق الإعلام، كما نص القانون على إنشاء سلطة ضبط الصحافة المكتوبة والإلكترونية، هيئة مستقلة مكلفة بمراقبة تنظيم السوق الإعلامية وضمان احترام مبادئ الشفافية والتعدد.¹

وفي السياق نفسه، شرعت السلطات الجزائرية في سنة 2024 إلى إعادة هيكلة المطابع العمومية من خلال دمج خمس مؤسسات طباعة حكومية ضمن كيان واحد تحت مسمى "المؤسسة الوطنية للطباعة".²

يندرج هذه الإجراءات ضمن سياسة ترشيد النفقات وتحسين أساليب الإدارة بهدف الحفاظ على استمرارية خدمات الطباعة في ظل تراجع الطلب وتنامي الرقمنة. وقد تم التأكيد على الحفاظ على مناصب الشغل القائمة مع ادماج برامج لإعادة تأهيل الموارد البشرية لمواكبة الاحتياجات المستقبلية في مجالات النشر والطباعة الحديثة.

¹ - وكالات الأنباء الجزائرية: وزير الاتصال يجتمع بممثلي العمال ومسؤولي المطابع العمومية، 2024/01/22، على الرابط

<https://www.aps.dz/ar/algerie>

² - جريدة الشعب: مشروع إنشاء المؤسسة الوطنية للطباعة في مراحله النهائية، 2024/01/22، على الرابط

<https://www.djazairress.com>

تدل هذه التداخلات التشريعية والمؤسسية على أن الدولة تتجه نحو ضبط البيئة الإعلامية من خلال إعادة تنظيم القطاع ورقمته دون المساس بالإطار العام لحرية النشر. كما تعكس هذه التدابير إدراكا رسميا بأن مستقبل الصحافة المكتوبة أصبح مرهونا بقدرتها على التفاعل مع البيئات الإعلامية الجديدة، من خلال تعزيز المهنية، وتطوير الأطر التنظيمية وضمان التعددية والتوازن في المحتوى، بما يتيح استمراريتها في مشهد إعلامي سريع التغير.

وفيما يلي عدد الصحف الجزائرية الى غاية 2025.

بلغ عدد الصحف الورقية في الجزائر حتى سنة 2025 حوالي 100 صحيفة حسب موقع Info-dz موزعة على النحو التالي:

العدد	الفئة
04	الصحف اليومية الحكومية
30	الصحف اليومية الخاصة
15	الصحف الأسبوعية
50	الشهرية / المتخصصة

جدول من إعداد الباحثة

نلاحظ من خلال هذه النتائج تراجع ملحوظ في عدد الصحف اليومية في الجزائر خلال الفترة الممتدة من سنة 2012 إلى غاية 2025، حيث انخفض العدد بنحو 100 صحيفة. هذا الانخفاض الكبير يعكس التحديات العميقة التي تواجه الصحافة المكتوبة، ويعزى بشكل رئيسي إلى التغيرات الجذرية في عادات استهلاك الأخبار، مع تزايد هيمنة الإعلام الرقمي وتراجع الإقبال على النسخ الورقية. كما أن ضعف الموارد المالية، خاصة في ظل غياب آليات تمويل شفافة ومستقرة، ساهم في تدهور واقع العديد من المؤسسات الصحفية، مما أدى إلى إغلاق عدد كبير منها أو توقفها عن الصدور. يعكس هذا الاتجاه الحاجة الملحة إلى تبني استراتيجيات جديدة تركز على التحول الرقمي وتعزيز الاستقلالية الاقتصادية للصحف لضمان بقائها واستمراريتها في بيئة إعلامية متغيرة¹.

¹ - Info-dz, **Le Taux des journaux en Algérie**, 2025, consulté le 12/05/2025, disponible sur <https://www.dz-algerie.info/>

المبحث الخامس: الصعوبات التي تواجه الصحافة المكتوبة الجزائرية في البيئة الرقمية.

تواجه الصحافة المكتوبة في الجزائر في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة للإعلام والاتصال عددا من الصعوبات والتحديات البنيوية التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- تراجع المبيعات والاعلانات حيث أدى الانتقال نحو الإعلام الرقمي إلى انخفاض الإقبال على النسخ الورقية، مما أثر سلبا على العائدات المالية للمؤسسات الصحفية، خصوصا أن الإعلانات تحولت نحو المنصات الرقمية التي تتيح تفاعلا أوسع وأداء قابلا للقياس وهذا ما أكدته رئيس تحرير جريدة الخبر في المقابلة الميدانية معه، مشيرا إلى أن هذا التحول ساهم في تعميق الأزمة الاقتصادية للصحافة المكتوبة في الجزائر.¹
- ضعف التحول الرقمي للعديد من الصحف الورقية الجزائرية التي لم تنجح بعد في تطوير منصاتها الرقمية بشكل احترافي، سواء من حيث المحتوى أو التصميم أو التفاعل مع الجمهور ما يجعلها أقل تنافسية مقارنة بالمواقع الإخبارية الرقمية المستقلة أو الأجنبية وحتى الإعلامية الأخرى.
- نقص التكوين والتأهيل الرقمي للصحفيين والمحررين وحتى لرؤساء تحرير الذين يفتقرون للمهارات الرقمية الأساسية مثل استخدام أدوات التحقق الرقمي، تحليل البيانات، إدارة المحتوى، التصميم الرقمي وكذا التفاعل مع الشبكات الاجتماعية مع القراء، وهذا يحد من قدرتهم على إنتاج محتوى ملائم للبيئة الرقمية وما ينعكس سلبا أيضا على جودة المخرجات الإعلامية.²
- ضعف البنية التحتية التكنولوجية للعديد من المؤسسات الصحفية حيث لا تمتلك بعض المؤسسات التجهيزات التقنية والمنصات الرقمية الكفيلة بتقديم محتوى إعلامي تفاعلي يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي، حيث رغم تحسن خدمات الانترنت لا تزال بعض المناطق من ضعف التغطية أو السرعة، وهذا ما يعيق الوصول السلس للمحتوى الرقمي سواء من قبل الصحفيين أو الجمهور.³
- المنافسة مع المحتوى غير المهني الذي تواجهه الصحافة المكتوبة وهي عبارة عن منافسة شرسة من قبل مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الأخبار العشوائية التي تنشر أحيانا معلومات غير دقيقة ولكنها تجذب جمهورا كبيرا واسعا بسبب سرعة النشر ووسائط العرض (صور، فيديوهات...).

¹ - جلال بوعاتي، مقابلة مع رئيس تحرير جريدة الخبر، بتاريخ 02 جانفي 2025.

² - مقابلة مع رئيس تحرير جريدة الخبر، 2025

³ - وزارة الاتصال: وزير الاتصال التحول الرقمي في وسائل الاعلام هو "محرك" في خدمة التنمية، تاريخ الاطلاع 2025/05/23، على الساعة 6h59، على الرابط <https://www.ministerecommunication.gov.dz>

- الرقابة والقيود التي تواجهها الصحافة المكتوبة فيما يتعلق بحرية التعبير والنشر أو الرقابة على المحتوى الرقمي، ما يقيد من قدرتها على تقديم محتوى جريء ومستقل مقارنة بالحرية التي تتمتع بها البيئة الرقمية.
- غياب نموذج اقتصادي مستدام، حيث لم تنجح الصحف اليومية في إيجاد نموذج اقتصادي رقمي ناجح يضمن الاستمرارية لهذه الصحف مثل الاشتراكات الرقمية أو الدفع مقابل المحتوى بسبب ثقافة المستهلك المجاني السائدة على الانترنت. وهو ما يضعف من قدرة المؤسسات على الاستثمار في التحول الرقمي.¹

¹ - تحليل نظري من إعداد الباحث، استنادا إلى معطيات عامة ومراجع متعددة تم توظيفها في الإطار النظري للدراسة.

الإطار التطبيقي للدراسة

التحليل الكمي والكيفي للبيانات والمعطيات المرتبطة بالدراسة الميدانية لواقع استخدام مصادر المعلومات في الصحف اليومية الجزائرية في ظل التحول الرقمي.

المحور الأول: مصادر المعلومات التقليدية

1. طبيعة استخدام مصادر المعلومات التقليدية في الصحف اليومية الجزائرية.

2. تقييم مصادر المعلومات التقليدية.

المحور الثاني: مصادر المعلومات الرقمية.

3. طبيعة استخدام مصادر المعلومات الرقمية في الصحف اليومية الجزائرية.

4. تقييم مصادر المعلومات الرقمية.

المحور الثالث: علاقة الوسائل الجديدة للإعلام والاتصال بمصادر المعلومات

مقدمة:

يعتبر التحليل في العلوم الإنسانية: عملية بحثية علمية متخصصة تخضع لها البيانات المجمعة بواسطة البحوث الميدانية ، حيث يقوم الباحث فيها بوصف هذه البيانات و التعليق عليها كيفيا بهدف إعطاء القارئ صورة واضحة عن الظاهرة المدروسة و عليه كانت دراستنا و تفريغ جداولها و تحليلها كالآتي:

المحور الأول: مصادر المعلومات التقليدية

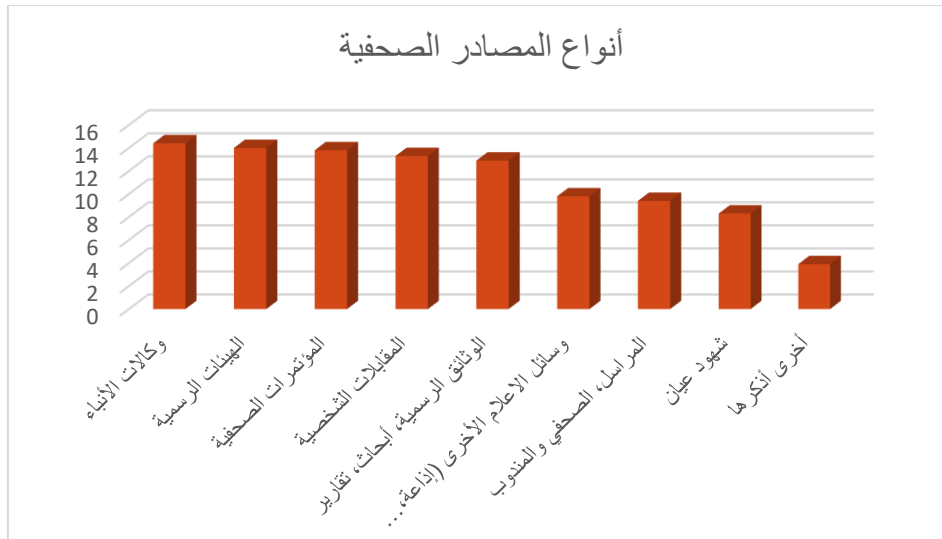
1- طبيعة استخدام مصادر المعلومات التقليدية في الصحف اليومية الجزائرية

الجدول رقم (01): يبين أنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في انجاز عمله في مؤسسة المبحوثين

أنواع المصادر الصحفية	التكرار	النسبة %
وكالات الأنباء	66	14.4
الهيئات الرسمية	64	14
المؤتمرات الصحفية	63	13.8
المقابلات الشخصية	61	13.3
الوثائق الرسمية، أبحاث، تقارير	59	12.9
وسائل الاعلام الأخرى (إذاعة، تلفزيون... الخ)	45	9.8
المراسل، الصحفي والمندوب	43	9.4
شهود عيان	38	8.3
أخرى أذكرها	18	3.9
المجموع	457	100

من خلال الجدول رقم (01)، يظهر جليا على استحواد وكالات الأنباء على صدارة الترتيب في قائمة أنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي الجزائري في انجاز عمله الإعلامي وذلك بنسبة قدرها 14.4%، تليها في المرتبة الثانية الهيئات الرسمية بنسبة 14%، ثم المؤتمرات الصحفية في المرتبة الثالثة بنسبة 13.8%، وبعدها المقابلات الشخصية في المرتبة الرابعة بنسبة 13.3%، كما احتلت الوثائق الرسمية، الأبحاث والتقارير على المرتبة الخامسة بنسبة قدرها 12.9%، تليها وسائل الاعلام الأخرى (إذاعة، تلفزيون...) في المرتبة السادسة بنسبة 9.8%، أما

المراسل، الصحفي والمندوب فقد سجلوا المرتبة السابعة بنسبة قدرها 9.4%، يليهم شهود العيان في المرتبة الثامنة بنسبة 8.3%، في حين جاءت المصادر الأخرى في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها 3.9%. ما يمكن استخلاصه من هذه الأرقام هو وجود تفاوت في تفضيل رؤساء التحرير الجزائريين للمصادر الصحفية، حيث تحظى المصادر الرسمية بالأولوية في إنجاز عملهم الإعلامي، ما يعكس اعتمادهم على المعلومات الدقيقة لضمان جودة المحتوى الإعلامي.

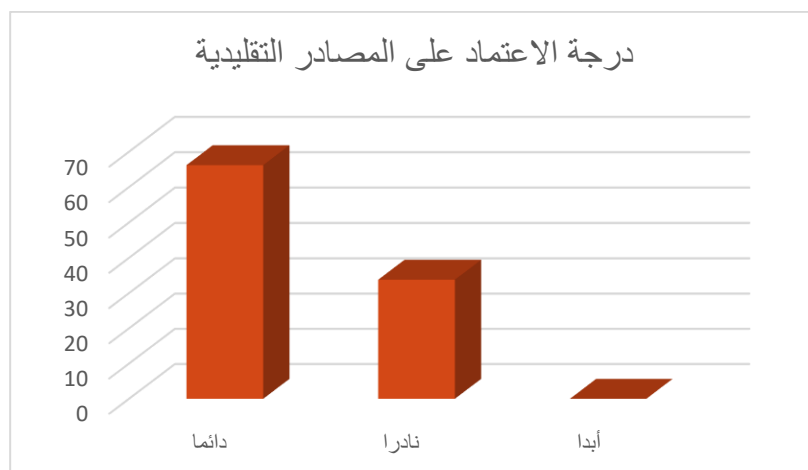


جدول رقم (02): يوضح مدى اعتماد المبحوثين على المصادر التقليدية في عملهم الصحفي

المصادر التقليدية	التكرار	النسبة %
دائماً	47	66.2
نادراً	24	33.8
أبداً	//	//
المجموع	71	100

من خلال تحليل بيانات الجدول أعلاه، والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب درجة اعتمادهم على المصادر التقليدية في إنجاز عملهم الصحفي، يتضح لنا أن أكثر من نصف العينة المبحوثة يعتمدون دائماً على المصادر التقليدية في جمعهم للأخبار والمعلومات لإنجاز عملهم الصحفي، حيث قدرت نسبتهم بـ 66.2% من إجمالي أفراد العينة المبحوثة، في حين سجلت باقي النسبة المئوية والتي قدرت بـ 33.8% للاعتماد النادر على هذه المصادر، بينما لم نسجل أي حالة لعدم الاعتماد على هذه المصادر بصورة نهائية، (النسبة معدومة 0%). نستنتج من خلال هذه

النتائج أهمية المصادر التقليدية في انجاز العمل الصحفي، ما يعزز دورها الأساسي في دعم العملية الإعلامية، سواء من حيث توفير المعلومات الموثوقة أو الدقيقة في المحتوى الإعلامي.



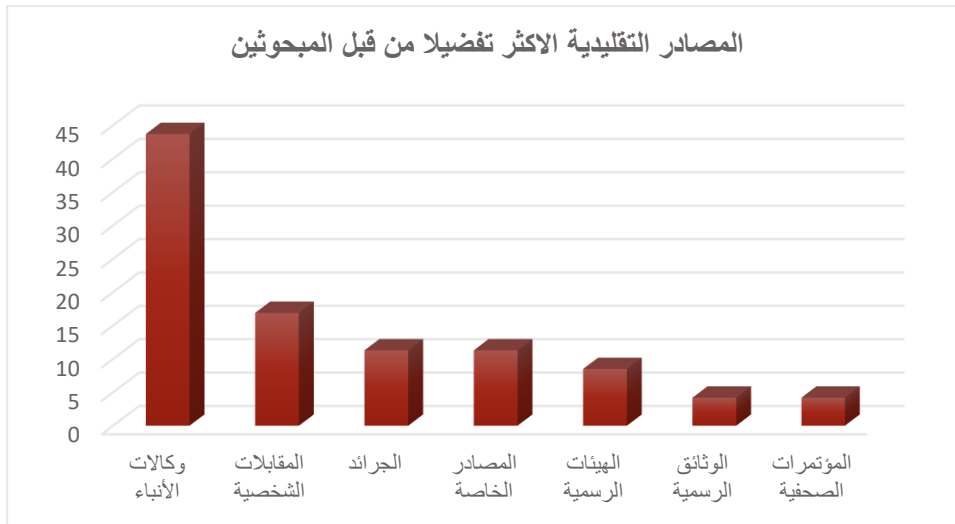
الجدول رقم (03): يوضح المصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً من قبل المبحوثين في إنجاز عملهم

المصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً	التكرار	النسبة %
وكالات الأنباء	31	43.7
المقابلات الشخصية	12	16.9
الجرائد	8	11.3
المصادر الخاصة	8	11.3
الهيئات الرسمية	6	8.5
الوثائق الرسمية	3	4.2
المؤتمرات الصحفية	3	4.2
المجموع	71	100

عبر أفراد العينة المبحوثة من خلال الجدول اعلاه في تبريرهم لاختيار وكالات الأنباء كأكثر المصادر التقليدية تفضيلاً من قبلهم للحصول على الأخبار والمعلومات بنسبة كبيرة قدرها 43.7%، وهو ما يعكس ثقة رؤساء التحرير في مصداقية هذه المؤسسات كونها تعتمد على شبكة واسعة من المراسلين عبر مختلف المناطق، ما يجعلها مصدراً موثقاً للأخبار. في حين عبر 16.9% من اجمالي أفراد العينة على اختيار المقابلات الشخصية، وهو دليل على أهمية الاتصال المباشر مع المصادر في الحصول على معلومات دقيقة وحصرية، فيما حصل اختيار الجرائد والمصادر الخاصة

على نسبة متساوية من التفضيل قدرت بـ **11.3%** لكل منهما، أما الهيئات الرسمية حصلت على المرتبة الرابعة في الاختيار كأفضل المصادر التقليدية استخداما بنسبة قدرها **8.5%**، بينما احتلت كل من الوثائق الرسمية والمؤتمرات الصحفية على المرتبة الأخيرة في الاختيار بنسبة **4.2%** لكل منهما، ما يشير إلى قلة اعتماد الصحفيين عليها مقارنة بالمصادر الأخرى.

تعكس هذه النتائج استمرار هيمنة وكالات الأنباء كمصدر أساسي للمعلومات، إلى جانب أهمية المصادر المباشرة مثل المقابلات الشخصية والمصادر الخاصة، ما يبرز اعتماد الصحفيين على مزيج متنوع من المصادر التقليدية لضمان دقة الأخبار وموثوقيتها.



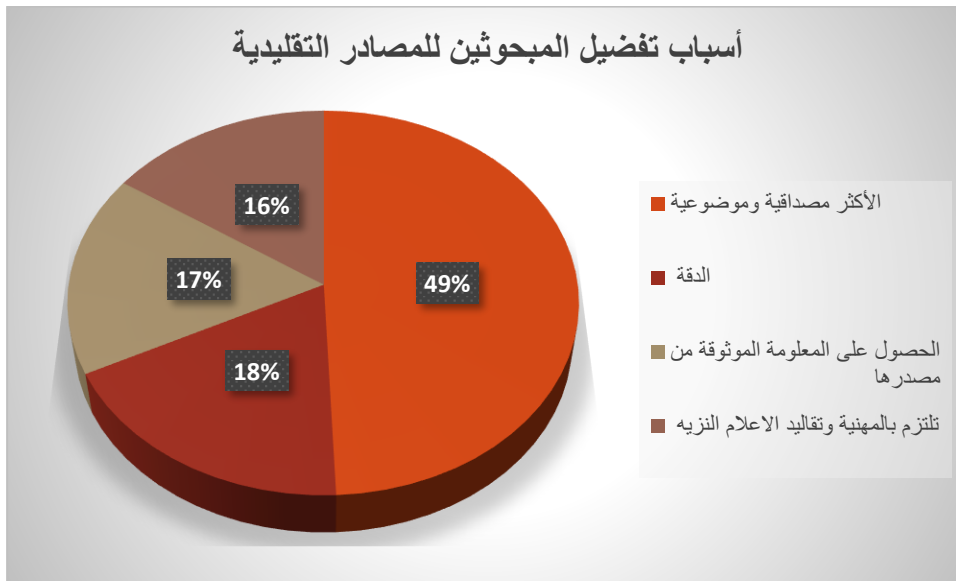
الجدول رقم (04): يمثل أسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية

لماذا	التكرار	النسبة %
الأكثر مصداقية وموضوعية	35	49.3
الدقة	13	18.3
الحصول على المعلومة الموثوقة من مصدرها	12	16.9
تلتزم بالمهنية وتقاليد الاعلام التزيه	11	15.5
المجموع	71	100

يعبر هذا الجدول عن عنصر هام في الدراسة وهو البحث في أسباب ودوافع تفضيل أفراد العينة للمصادر التقليدية في جمع الأخبار والمعلومات، ومن خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الكبيرة والمقدرة بـ **49.3%** ترجع

لعامل المصدقية والموضوعية، وهو دليل على الأهمية التي يوليها رؤساء التحرير لموثوقية هذه المصادر وقدرتها على تقديم معلومات محايدة وصادقة، التي هي أساس العمل الصحفي، يليها **عامل الدقة** بنسبة 18.3%، وهو دليل على أن رؤساء التحرير يولون اهتمامًا كبيرًا لجودة المعلومات وصحتها، نظرًا لدورها في بناء ثقة الجمهور وتجنب نشر الأخبار الكاذبة والخاطئة، ليأتي بعدها عامل **الحصول على المعلومة الموثوقة من مصدرها** بنسبة 16.9%، وهو ما يؤكد أن رؤساء التحرير يفضلون التعامل مع المصادر الأصلية للمعلومات، بدلاً من الاعتماد على وسطاء قد يؤثرون على دقة المحتوى. أما **الالتزام بالمهنية وتقاليدهم الإعلامية والنزاهة**، فقد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 15.5%، وهو ما يفسر وعي المبحوثين بأهمية التزام المصادر التقليدية بمعايير أخلاقيات المهنة، مثل الحياد والشفافية والاستقلالية.

يتضح من النتائج السابقة أن الأولويات التي يعتمد عليها رؤساء التحرير في اختيار مصادرهم، تكمن في المصدقية والموضوعية باعتبارها أساس تقييم جودة المصدر، تليها الدقة والتأكد من صحة المعلومات، وهو ما يشير إلى دور المصادر التقليدية في تعزيز الاحترافية في العمل الصحفي وضمان إنتاج محتوى إعلامي موثوق.



وفيما يلي تحليل النتائج بمتغيرات الدراسة

الجدول رقم (05): يوضح العلاقة بين متغير السن وأنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في انجاز عمله

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
66	10	16	19	21	التكرار	وكالات الأنباء
14.4%	2.2%	3.5%	4.2%	4.6%	النسبة %	
63	10	16	18	19	التكرار	المؤتمرات الصحفية
13.8%	2.2%	3.5%	3.9%	4.2%	النسبة %	
61	8	12	21	20	التكرار	المقابلات الشخصية
13.3%	1.8%	2.6%	4.6%	4.4%	النسبة %	
59	10	11	20	18	التكرار	الوثائق الرسمية (تقارير- أبحاث)
12.9%	2.2%	2.4%	4.4%	3.9%	النسبة %	
64	11	14	20	19	التكرار	الهيئات الرسمية
14.0%	2.4%	3.1%	4.4%	4.2%	النسبة %	
43	7	7	13	16	التكرار	المراسل الصحفي والمندوب
9.4%	1.5%	1.5%	2.8%	3.5%	النسبة %	
38	2	9	15	12	التكرار	شهود عيان
8.3%	0.4%	2.0%	3.3%	2.6%	النسبة %	
45	5	9	16	15	التكرار	وسائل الاعلام الأخرى (اذاعة-تلفزيون)
9.8%	1.1%	2.0%	3.5%	3.3%	النسبة %	
18	1	4	3	10	التكرار	أخرى أذكرها
3.9%	0.2%	0.9%	0.7%	2.2%	النسبة %	
457	64	98	145	150	التكرار	المجموع
100%	14.0%	21.4%	31.7%	32.8%	النسبة %	

يمثل الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة البحثية حسب أهم أنواع المصادر الصحفية التقليدية التي يستقي منها الصحفي معلوماته.

ونلاحظ من خلال هذا الجدول أن وكالات الأنباء هي المصدر الأساسي لكل المبحوثين باختلاف فئاتهم العمرية، لكن بنسب متباينة، حيث بلغت نسبته الاجمالية لكل المبحوثين بـ 14.4%.

سجلت الفئة العمرية الأقل من 25 سنة أعلى نسبة لمصدر جمع المعلومات والأخبار للهيئات الرسمية بـ 11 إجابة، ويتشارك كل من وكالات الأنباء والمؤتمرات الصحفية والوثائق الرسمية (تقارير، أبحاث) في عدد الإجابات بـ 10 إجابات لكل منهم، فيما تحصلت المقابلات الشخصية على 8 إجابات، والمراسل والصحفي والمندوب على 7 إجابات، كما تحصلت وسائل الاعلام الأخرى من (إذاعة وتلفزيون وغيرها) على 5 إجابات بينما تحصلت شهود العيان على إجابتين فقط، فيما تحصلت المصادر المتنوعة الأخرى تحت الخانة المسماة (أخرى) على إجابة واحدة فقط.

ويمكن تفسير هذه النتائج بقلة الخبرة المهنية لهذه الفئة العمرية، ما يحدها من الانخراط في العمليات الإعلامية الميدانية، وميولها نحو استخدام المصادر التكنولوجية (الرقمية) أكثر.

أما فيما يخص الفئة العمرية الممتدة من (26 الى 35 سنة) فنجد أكثر المصادر التقليدية استخداما هي كل من وكالات الأنباء والمؤتمرات الصحفية بـ 16 إجابة، تليها الهيئات الرسمية بـ 14 إجابة، ثم المقابلات الشخصية بـ 12 إجابة، فيما تحصلت الوثائق الرسمية (تقارير، أبحاث) على 11 إجابة، أما شهود العيان ووسائل الاعلام الأخرى فتحصلت على 9 إجابات لكل منهما، كما تحصل كل من المراسل، الصحفي والمندوب على 7 إجابات، فيما لم تتعدى المصادر الأخرى على 4 إجابات.

وبالنسبة للفئة العمرية الممتدة من (36 الى 45 سنة) فأكثر مصادرا اعتمادا هي المقابلات الشخصية بـ 21 والوثائق الرسمية (تقارير، أبحاث) وكذا الهيئات الرسمية بـ 20 إجابة لكل منهما، فيما تحصلت وكالات الأنباء والمؤتمرات الصحفية على 19 و18 إجابة على التوالي، فيما تحصلت كل من وسائل الاعلام الأخرى (إذاعة وتلفزيون) وشهود العيان على نسب متقاربة بـ 15 و16 إجابة على الترتيب، كما تحصل المراسل، الصحفي والمندوب على 13 إجابة، بينما تحصلت المصادر الأخرى على 3 إجابات فقط.

وفيما يخص فئة الأفراد الذين (يفوق سنهم 46) يستخدمون بأعلى النسب كل من وكالات الأنباء بـ 21 إجابة، المقابلات الشخصية بـ 20 إجابة، المؤتمرات الصحفية والهيئات الرسمية في المرتبة الثالثة بـ 19 إجابة، ثم الوثائق الرسمية (تقارير، أبحاث) بـ 18 إجابة، المراسل والصحفي والمندوب بـ 16 إجابة، في حين تحصلت وسائل الاعلام الأخرى على 15 إجابة، بعدها شهود العيان بـ 12 إجابة لتأتي المصادر الأخرى المتنوعة في المرتبة الأخيرة بـ 10 إجابات.

وما يمكننا استنتاجه من هذه المعطيات بأن متغير السن يؤثر على اختيارات أفراد العينة المبحوثة، حيث نلاحظ أنه كلما تقدم سن المبحوثين وازداد نضجهم، زاد اهتمامهم بالمصادر الرسمية واعتمادهم عليها، عكس الفئات العمرية الأصغر سناً، التي أظهرت ضعفاً واضحاً في استخدام هذه المصادر وبحثها عن مصادر أخرى بديلة.

الجدول رقم (06): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي

في إنجاز عمله

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
66	4	9	9	15	29	التكرار	وكالات الأنباء
14.4%	0.9%	2.0%	2.0%	3.3%	6.3%	النسبة %	
63	4	8	9	14	28	التكرار	المؤتمرات الصحفية
13.8%	0.9%	1.8%	2.0%	3.1%	6.1%	النسبة %	
61	1	8	8	14	30	التكرار	المقابلات الشخصية
13.3%	0.2%	1.8%	1.8%	3.1%	6.6%	النسبة %	
59	5	6	7	14	27	التكرار	الوثائق الرسمية (تقارير أبحاث)
12.9%	1.1%	1.3%	1.5%	3.1%	5.9%	النسبة %	
64	6	7	7	16	28	التكرار	الهيئات الرسمية
14.0%	1.3%	1.5%	1.5%	3.5%	6.1%	النسبة %	
43	2	5	4	10	22	التكرار	المراسل الصحفي والمندوب
9.4%	0.4%	1.1%	0.9%	2.2%	4.8%	النسبة %	
38	1	3	5	11	18	التكرار	شهود عيان
8.3%	0.2%	0.7%	1.1%	2.4%	3.9%	النسبة %	
45	1	5	4	13	22	التكرار	وسائل الاعلام الأخرى
9.8%	0.2%	1.1%	0.9%	2.8%	4.8%	النسبة %	
18	1	2	2	4	9	التكرار	أخرى أذكرها
3.9%	0.2%	0.4%	0.4%	0.9%	2.0%	النسبة %	
457	25	53	55	111	213	التكرار	المجموع
100%	5.5%	11.6%	12.0%	24.3%	46.6%	النسبة %	

يظهر من خلال هذا الجدول تباينا واضحا في استخدام المبحوثين للمصادر التقليدية لجمع الأخبار والمعلومات باختلاف مستوى خبرتهم المهنية، والتي تعد من أبرز العوامل التي تؤثر في نوعية المصادر المعتمدة ودرجة استخدامه داخل المؤسسة الصحفية، حيث نلاحظ من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه أن الفئة التي تمتلك خبرة مهنية طويلة والتي (تفوق 16 سنة)، هي الأعلى تمثيلا في أفراد عينتنا، حيث سجلت أعلى معدلات الاستخدام لكل المصادر التقليدية، حيث جاءت المقابلات الشخصية بـ 30 إجابة، تليها وكالات الأنباء بـ 29 إجابة، ثم المؤتمرات الصحفية والهيئات الرسمية بـ 28 إجابة لكل منهما، بينما سجل الاعتماد على الوثائق الرسمية (من تقارير، وأبحاث وغيرها) 27 إجابة من قبل أفراد العينة البحثية، فيما جاء الاعتماد على المراسل والصحفي والمندوب بـ 9 إجابات.

أما عن الأفراد الذين تتراوح خبرتهم من (11 إلى 15 سنة)، فقد أظهرت النتائج أنهم يعتمدون بشكل أكبر على الهيئات الرسمية كمصدر للأخبار بـ 16 إجابة، تليها وكالات الأنباء بـ 15 إجابة، ثم المؤتمرات الصحفية والوثائق الرسمية والمقابلات الشخصية بـ 14 إجابة لكل منها، بعدها وسائل الإعلام الأخرى (إذاعة، تلفزيون) بـ 13 إجابة، في حين تم الاعتماد على شهود العيان بـ 11 إجابة، وعلى المراسل، الصحفي والمندوب بـ 10 إجابات، بينما جاءت المصادر الأخرى في المرتبة الأخيرة بـ 9 إجابات.

أما فيما يخص المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة الذين تتراوح خبرتهم المهنية بين (6 إلى 10 سنوات) فقد توزعت كما يلي: سجلت كل من وكالات الأنباء والمؤتمرات الصحفية أعلى نسبة اعتماد بـ 9 إجابات لكل منهما، تلتها المقابلات الشخصية بـ 8 إجابات، ثم الوثائق الرسمية والهيئات الرسمية بـ 7 إجابات لكل منهما، فيما جاء الاعتماد على شهود العيان بـ 5 إجابات، ووسائل الإعلام الأخرى بـ 4 إجابات، في حين سجلت المصادر الأخرى ذيل الترتيب بـ إجابتين فقط.

أما بالنسبة للأفراد الذين لا تتجاوز خبرتهم المهنية (5 سنوات)، فقد تركز اعتمادهم على المصادر التقليدية على النحو الآتي: احتلت وكالات الأنباء المرتبة الأولى بـ 9 إجابات، تلتها المؤتمرات الصحفية والمقابلات الشخصية بـ 8 إجابات لكل منهما، ثم الهيئات الرسمية بـ 7 إجابات، والوثائق الرسمية بـ 6 إجابات، كما تم تسجيل 5 إجابات لكل من المراسل والصحفي والمندوب، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الأخرى (كالإذاعة والتلفزيون)، في حين بلغ عدد الإجابات المتعلقة بشهود العيان 3، وجاءت المصادر الأخرى في المرتبة الأخيرة بـ إجابتين فقط.

وفيما يخص فئة الأفراد الذين تقل خبرتهم عن سنة، فيميلون إلى استخدام الهيئات الرسمية بـ 6 إجابات، الوثائق الرسمية بـ 5 إجابات، وكالات الأنباء والمؤتمرات الصحفية بـ 4 إجابات، المراسل والصحفي والمندوب بـ 2 إجابات، فيما لا تتعدى المقابلات الشخصية و وسائل الإعلام الأخرى (كالإذاعة والتلفزيون) وشهود العيان بإجابة واحدة فقط.

أما بالنسبة لفئة الأفراد الذين (تقل خبرتهم المهنية عن سنة)، فنلاحظ أنهم يميلون إلى الاعتماد على الهيئات الرسمية بـ 6 إجابات، تليها الوثائق الرسمية بـ 5 إجابات، ثم كل من وكالات الأنباء والمؤتمرات الصحفية بـ 4 إجابات لكل منهما. كما سجلنا الاعتماد على المراسل والصحفي والمندوب بـ إجابتين، في حين لم تتعد المقابلات الشخصية، ووسائل الإعلام الأخرى (كالإذاعة والتلفزيون)، وشهود العيان على إجابة واحدة فقط لكل منها.

انطلاقاً من المعطيات الإحصائية السابقة، يمكن القول، أنه مثلما أثر متغير السن على أفراد العينة في اختيار المصادر التقليدية التي يعتمدون عليها في انجاز رسالتهم الإعلامية، أثر أيضاً متغير الخبرة المهنية عليهم والتي تلعب دوراً محورياً في تنوع استخدام هذه المصادر، إذ كلما زادت سنوات الخبرة في ممارسة المهنة، اتسعت شبكة العلاقات وازدادت قدرة الصحفي على الدمج بين المصادر الرسمية والميدانية بما يساهم في تحقيق تغطية صحفية موثوقة، في المقابل، نلاحظ أنه كلما قل مستوى الخبرة المهنية برزت أكثر الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في الوصول إلى هذه المصادر سواء بسبب محدودية العلاقات المهنية أو نقص المهارات الميدانية، وهو ما ينعكس سلباً على جودة الأداء الإعلامي.

الجدول رقم (07): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وأنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في انجاز عمله

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
66	6	25	35	التكرار	وكالات الأنباء	س 1
14.4%	1.3%	5.5%	7.7%	النسبة %		
63	4	25	34	التكرار	المؤتمرات الصحفية	
13.8%	0.9%	5.5%	7.4%	النسبة %		
61	7	23	31	التكرار	المقابلات الشخصية	
13.3%	1.5%	5.0%	6.8%	النسبة %		
59	6	22	31	التكرار	الوثائق الرسمية (تقارير - أبحاث)	
12.9%	1.3%	4.8%	6.8%	النسبة %		
64	6	23	35	التكرار	الهيئات الرسمية	
14.0%	1.3%	5.0%	7.7%	النسبة %		
43	3	19	21	التكرار	المراسل ، الصحفي والمندوب	
9.4%	0.7%	4.2%	4.6%	النسبة %		
38	5	14	19	التكرار	شهود عيان	
8.3%	1.1%	3.1%	4.2%	النسبة %		
45	3	17	25	التكرار	وسائل الاعلام الأخرى (إذاعة / تلفزيون)	
9.8%	0.7%	3.7%	5.5%	النسبة %		
18	2	6	10	التكرار	اخرى أذكرها	
3.9%	0.4%	1.3%	2.2%	النسبة %		
457	42	174	241	التكرار	المجموع	
100.0%	9.2%	38.1%	52.7%	النسبة %		

ان توزيع العينة حسب نوع المصادر الصحفية التقليدية التي يعتمد عليها في انجاز عملهم الصحفي والمستوى التعليمي للأفراد، يبين الجدول رقم (03) هيمنة حاملي شهادة الليسانس بنسبة 52.7% على أفراد العينة البحثية، كما تسجل هذه الفئة أعلى النسب لكل المصادر مقارنة بباقي الفئات، خصوصا وكالات الأنباء، الهيئات الرسمية والمؤتمرات الصحفية 7% لكل منهما.

أما عن حملة شهادة الماستر، فيأتون في المرتبة الثانية بنسبة قدرها 38.1% من أفراد العينة البحثية يعتمدون بشكل مماثل على وكالات الأنباء، المؤتمرات الصحفية، والهيئات الرسمية والمقابلات الشخصية والوثائق الرسمية بـ 5%، ما يعكس ميول الباحثين نحو دمج التغطية الميدانية (المقابلات، شهود عيان) ضمن رصيدهم المعلوماتي لجمع الأخبار، في المقابل سجل حملة شهادة الدراسات العليا، أقل اعتمادا على هذه المصادر بنسبة قدرها 9%، حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول، تراجعا ملحوظا في اعتمادهم على هذه المصادر مقارنة بحاملي شهادة الليسانس والماستر، إذ سجلت أعلى نسبة في المقابلات الشخصية 1.5%، وكالات الأنباء 1.3%، بينما انخفضت النسبة الى 0.9% في المؤتمرات الصحفية وباقي المصادر الأخرى، وهذا راجع الى قلة أفراد العينة البحثية لهذه الفئة. نستنتج من هذا، أن متغير المستوى التعليمي لم تؤثر كثيرا على اختيارات أفراد العينة البحثية، باعتبار أن أغليتهم يفضلون الاعتماد على المصادر المؤسساتية الموثوقة (وكالات الأنباء، الهيئات الرسمية) في انجاز رسالتهم الإعلامية، على باقي المصادر التقليدية الأخرى.

الجدول رقم (08): يوضح العلاقة بين متغير السن ومدى اعتماد الباحثين على المصادر التقليدية في انجاز عملهم الصحفي

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
47	5	15	10	17	التكرار	دائما
66.2%	7.0%	21.1%	14.1%	23.9%	النسبة %	
24	8	1	11	4	التكرار	نادرا
33.8%	11.3%	1.4%	15.5%	5.6%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100.0%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

يوضح الجدول رقم (08) الذي يمثل توزيع عينة البحث حسب درجة الاعتماد على المصادر التقليدية ومتغير السن، أن أعلى النسب سجلت في خانة الاعتماد الدائم لدى الفئات العمرية الكبيرة، حيث سجلنا عند الأفراد الذين

تتراوح أعمارهم من (36-45 سنة) نسبة 14.1%، وعند من سنهم (46 سنة وما فوق) نسبة 23.9%، وبنسبة أقل عند الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين (26-35 سنة) بنسبة بلغت 21.1%، فيما لا تتعدى نسبتها 7% عند الأفراد الذين (يقل سنهم على 25 سنة).

نسجل أيضاً من خلال هذا الجدول أن أعلى نسبة للإجابة بنادراً، عند الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين (36-45 سنة) بـ 15.5%، و 11.3% عند الأفراد الذين (يقل سنهم عن 25 سنة)، و 5.6% عند الأفراد الذين (يفوق سنهم 46 سنة) بينما لا تتعدى النسبة 1.4% عند الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين (26-35 سنة).

بالنظر إلى التباينات الواضحة في إجابات المبحوثين، يمكننا أن نستنتج بأن متغير السن يؤثر على اختيارات أفراد العينة لدى اعتمادهم على المصادر التقليدية في إنجاز عملهم الصحفي وذلك راجع إلى:

- أصحاب الفئات العمرية الأكبر (36-45 وما فوق 46 سنة) في الغالب ينتمون إلى جيل سبق انتشار الإنترنت على نطاق واسع، فارتبطت مساراتهم المهنية ببناء شبكات اتصالات شخصية وميدانية (مؤتمرات، لقاءات مباشرة، أرشيف مطبوع) ما يعزز ثقتهم وراحتهم في العودة إلى هذه المصادر.
- أصحاب الفئات العمرية الكبيرة تشكّلت لديهم عادات تحريرية ومهنية خلال مراحل دراسية وتدريبية ركّزت على المصادر التقليدية، على عكس الزملاء الأصغر سنّاً الذين تلقوا تدريباً أكثر اندماجاً مع أدوات البحث الرقمية.
- يملك كبار السن من الصحفيين ورؤساء التحرير غالباً خبرات تراكمية في تقييم مصداقية الجهات الرسمية والعمل الميداني، فتراكم هذه المعرفة يجعلهم أقل ميلاً للبحث عن مصادر بديلة عبر المنصات الإلكترونية.
- قد تواجه الفئات الأكبر صعوبات تقنية أو بطء في التكيف مع أدوات البحث الرقمي، مما يدفعهم للتشبث بما يعرفونه أساساً، بينما تنهمك الفئات الشابة في التحديث المستمر للمنباع الرقمية.
- يحتل التدفق السريع للمعلومات عبر الوسائط الإلكترونية أولوية عند الشباب، فتقلّ رغبتهم في الانتظار للحصول على الأخبار من المصادر التقليدية، بينما يسعى كبار السن إلى ضمان الدقة والموثوقية عبر قنواتهم المعهودة.

الجدول رقم (09): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى اعتماد المبحوثين على المصادر التقليدية في انجاز عملهم الصحفي

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
47	1	6	8	11	21	التكرار	دائما
66.2%	1.4%	8.5%	11.3%	15.5%	29.6%	النسبة %	
24	5	3	1	5	10	التكرار	نادرا
33.8%	7.0%	4.2%	1.4%	7.0%	14.1%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يوضح الجدول رقم (09) الى زيادة الاعتماد الدائم على المصادر التقليدية في جمع الأخبار والمعلومات، كلما زادت الخبرة المهنية، حيث سجلت أعلى نسبة 29.6% لدى أفراد العينة الذين تفوق خبرتهم (16 سنة)، ذوي الخبرة من (11 الى 15 سنة) بـ 15.5%، ذوي الخبرة من (2 الى 5 سنوات) بـ 8.5% لتقل النسبة عند الجدد (من تقل خبرتهم عن سنة بنسبة قدرها 1.4%).

أما الاعتماد النادر، فنجد أنها بلغت أعلى نسبة 14.1% أيضا عند الأفراد الذين (تفوق خبرتهم 16 سنة) و 7% عند كل من الأفراد الذين تتراوح خبرتهم من (11 الى 15 سنة)، و (الأقل من سنة)، 4.2% عند الأفراد الذين تتراوح خبرتهم من (2 الى 5 سنوات)، في حين لا تتعدى نسبتها 1.4% عند الأفراد الذين لا تتراوح خبرتهم من (6 الى 10 سنوات).

ونستنتج من هذا أن لعامل الخبرة المهنية تأثير على درجة اعتماد أفراد العينة على المصادر التقليدية في انجاز عملهم الصحفي مع التقدم والازدياد في الخبرة المهنية، حيث يزداد الالتزام والاعتماد الدائم والمستمر على المصادر التقليدية التي تمنح المبحوثين الثقة والمصدقية في انجاز الرسالة الإعلامية.

الجدول رقم (10): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى اعتماد المبحوثين على المصادر التقليدية في انجاز عملهم الصحفي

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
47	1	19	27	التكرار	دائما	ما مدى اعتمادكم على المصادر التقليدية في عملكم الصحفي؟
66.2 %	1.4%	26.8 %	38.0 %	النسبة %		
24	6	8	10	التكرار	نادرا	
33.8 %	8.5%	11.3 %	14.1 %	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100.0 %	9.9%	38.0 %	52.1 %	النسبة %		

ان توزيع العينة حسب درجة الاعتماد على والمستوى التعليمي للأفراد في الجدول رقم (06)، يبين أن 38% من فئة حاملي شهادة الليسانس، 26.8% من فئة حاملي شهادة الماستر، 1.4% من حاملي شهادة الدراسات العليا، يعتمدون دائما على المصادر التقليدية في انجاز عملهم الصحفي. ونلاحظ من خلال هذا الجدول أن أفراد العينة الذين يعتمدون على المصادر التقليدية بدرجة أقل "نادرا" من فئة حاملي شهادة الليسانس 14.1%، شهادة الماستر 11.3%، دراسات عليا 8.5%.

نستنتج من هذا أن متغير المستوى التعليمي لم يؤثر كثيرا على درجة اعتماد أفراد العينة البحثية على المصادر التقليدية في انجاز عملهم الصحفي بين حاملي شهادة الليسانس والماستر، إذ تتقارب نسب " دائما " بين كلتا الفئتين، وعكسها عند فئة درجات عليا التي تفضل الاعتماد على أدوات بحثية أخرى، وهكذا، ومن خلال المعطيات السابقة، يمكننا القول أن العوامل الديمغرافية والعملية (الخبرة والسن) هي المحددات الرئيسية بدرجة الاعتماد المستمر على المصادر الصحفية التقليدية بأثر واضح ومؤكد في انجاز رسالتهم الصحفية على عامل المستوى التعليمي.

يتضح من هذا التوزيع أن العوامل الديموغرافية والعملية، لا سيما متغيري السن والخبرة المهنية، تلعب دوراً حاسماً ومؤثراً في تحديد مستوى الاعتماد على المصادر الصحفية التقليدية، حيث يتجاوز تأثيرها عامل المستوى التعليمي. وهذا يشير إلى أن تراكم الخبرة وعامل السن يشكلان محددتين أقوى في تشكيل أنماط الممارسة المهنية واختيار المصادر، مقارنة بالتأهيل الأكاديمي وحده، مما يؤكد أن الممارسة العملية والمراكمة المهنية تظل الأداة الفعلية لتعزيز كفاءة استخدام المصادر الصحفية التقليدية.

الجدول رقم (11) يوضح العلاقة بين متغير السن والمصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً من قبل المبحوثين في إنجاز عملهم

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
31	7	6	3	15	التكرار	وكالات الأنباء
43.7%	9.9%	8.5%	4.2%	21.1%	النسبة %	
8	1	1	4	2	التكرار	الجرائد
11.3%	1.4%	1.4%	5.6%	2.8%	النسبة %	
12	1	6	5	0	التكرار	المقابلات الشخصية
16.9%	1.4%	8.5%	7.0%	0.0%	النسبة %	
8	1	2	3	2	التكرار	المصادر الخاصة
11.3%	1.4%	2.8%	4.2%	2.8%	النسبة %	
6	1	0	5	0	التكرار	الهيئات الرسمية
8.5%	1.4%	0.0%	7.0%	0.0%	النسبة %	
3	0	1	0	2	التكرار	الوثائق الرسمية
4.2%	0.0%	1.4%	0.0%	2.8%	النسبة %	
3	2	0	1	0	التكرار	المؤتمرات الصحفية
4.2%	2.8%	0.0%	1.4%	0.0%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

يبين الجدول رقم (11) الذي يحوي المعطيات الخاصة بتفضيلات أفراد العينة لمصادر المعلومات التقليدية وفق متغير السن، أنه تتغير تلك التفضيلات حسب سن المبحوثين.

يظهر من خلال هذا الجدول أن أفراد العينة الذين لا يتجاوز سنهم (25 سنة) يفضلون بنسبة قليلة وكالات الأنباء بـ 7 إجابات ما يعادل 9.9%، فيما يكاد ينعدم اعتمادهم على المصادر التقليدية الأخرى الجرائد، المقابلات الشخصية وغيرها (إجابة واحدة ما يعادل 1.4%) من إجمالي أفراد العينة.

أما الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين (26-35 سنة)، فيفضلون أكثر وكالات الأنباء والمقابلات الشخصية (6 إجابات لكل منهما ما يعادل نسبة 8.5%) مع اعتماد ضعيف على المصادر الخاصة (2 إجابات) والوثائق الرسمية (إجابة واحدة) وتنعدم كلياً عند الهيئات الرسمية والمؤتمرات الصحفية (0 إجابة).

وبالنسبة للمصادر الصحفية التي يفضلها أفراد العينة الذين يتراوح سنهم ما بين (36-45 سنة) فنلاحظ أن هناك تنوع في استخدام المصادر التقليدية بنسب متقاربة وتمثل في المقابلات الشخصية والهيئات الرسمية بـ 5 إجابات لكل منهما ما يعادل 7%، الجرائد بـ 4 إجابات ما يعادل 5.6%، المصادر الخاصة وكالات الأنباء بـ 3 إجابات ما يعادل 4.2% وغيرها.

وتعد وكالات الأنباء (15 إجابة ما يعادل 21.1%) من أهم المصادر الصحفية التقليدية لدى أفراد العينة الذين (يفوق سنهم 46 سنة) بباقي الفئات العمرية، في حين يميلون بشكل أقل لاستخدام الوثائق الرسمية والمصادر الخاصة والجرائد بـ 2 إجابات لكل منهما)، وينعدم استخدامهم لأخرى مثل الهيئات الرسمية والمقابلات الشخصية.

من خلال تحليل معطيات هذا الجدول، نستنتج أنه لا يوجد تأثير واضح لمتغير السن على تفضيلات أفراد العينة في اختيار المصادر التقليدية، رغم أن الفئات العمرية تظهر بعض التفاوت في تفضيل المصادر، إلا أن جميع الفئات العمرية تظل تعتمد بشكل أساسي على وكالات الأنباء في جمع الأخبار والمعلومات الموثوقة والدقيقة وهو ما يعكس أن العامل الأساسي في اختيار المصادر هو الحاجة المهنية للإعلام والحصول على المعلومة أكثر منها مهارات متطورة حسب العمر.

الجدول رقم (12): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية والمصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً من قبل المبحوثين في إنجاز عملهم

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
31	2	5	2	4	18	التكرار	وكالات الأنباء
43.7%	2.8%	7.0%	2.8%	5.6%	25.4%	النسبة %	
8	0	1	2	2	3	التكرار	الجرائد
11.3%	0.0%	1.4%	2.8%	2.8%	4.2%	النسبة %	
12	1	2	3	4	2	التكرار	المقابلات الشخصية
16.9%	1.4%	2.8%	4.2%	5.6%	2.8%	النسبة %	
8	1	0	1	3	3	التكرار	المصادر الخاصة
11.3%	1.4%	0.0%	1.4%	4.2%	4.2%	النسبة %	
6	0	1	1	2	2	التكرار	الهيئات الرسمية
8.5%	0.0%	1.4%	1.4%	2.8%	2.8%	النسبة %	
3	1	0	0	0	2	التكرار	الوثائق الرسمية
4.2%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	النسبة %	
3	1	0	0	1	1	التكرار	المؤتمرات الصحفية
4.2%	1.4%	0.0%	0.0%	1.4%	1.4%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يسمح لنا هذا الجدول بالتعرف على أهم المصادر الصحفية التقليدية لدى أفراد العينة المبحوثة باختلاف خبراتهم المهنية، ويوضح الجدول بأن وكالات الأنباء هي المصدر الرئيسي المفضل من قبل رؤساء التحرير الصحف الجزائرية عبر جميع مستويات الخبرة المهنية، حيث يظهر المبحوثون في كافة الفئات العمرية اعتماداً كبيراً على هذا المصدر بنسبة قدرت بـ 43.7% من إجمالي أفراد العينة. ومنه نستنتج أن أكثر المصادر التقليدية التي يفضل المبحوثون في إنجاز عملهم هي وكالات الأنباء حيث أن النسبة الأعلى تثبت ذلك وقد مثل الأفراد الذين يملكون أكثر من 16 سنة خبرة النسبة الأعلى. وتجدد الإشارة إلى أن الاعتماد على وكالات الأنباء يزداد مع تزايد سنوات الخبرة، حيث سجلت الفئات ذات الخبرة المنخفضة نسباً أقل بكثير، مثل فئة أقل من سنة بنسبة 2.8%، وفئة من (6 إلى 10 سنوات)

بالنسبة نفسها، ما يعكس دور الخبرة في توجيه الصحفيين نحو هذا النوع من المصادر. كما أن المصادر الأخرى مثل المقابلات الشخصية، الجرائد، والمصادر الخاصة جاءت بنسب أقل، مما يؤكد المكانة المتقدمة لوكالات الأنباء ضمن ترتيب المصادر التقليدية المعتمدة.

الجدول رقم (13): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والمصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً من قبل المبحوثين في إنجاز عملهم

المجموع	المستوى التعليمي						
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس				
31	1	12	18	التكرار	وكالات الأنباء	ماهو أكثر من المصادر التقليدية تفضلونه في إنجاز عملكم؟	
43.7%	1.4%	16.9%	25.4%	النسبة %			
8	0	2	6	التكرار	الجرائد		
11.3%	0.0%	2.8%	8.5%	النسبة %			
12	1	6	5	التكرار	المقابلات الشخصية		
16.9%	1.4%	8.5%	7.0%	النسبة %			
8	3	2	3	التكرار	المصادر الخاصة		
11.3%	4.2%	2.8%	4.2%	النسبة %			
6	1	3	2	التكرار	الهيئات الرسمية		
8.5%	1.4%	4.2%	2.8%	النسبة %			
3	1	1	1	التكرار	الوثائق الرسمية		
4.2%	1.4%	1.4%	1.4%	النسبة %			
3	0	1	2	التكرار	المؤتمرات الصحفية		
4.2%	0.0%	1.4%	2.8%	النسبة %			
71	7	27	37	التكرار	المجموع		
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %			

يبين لنا الجدول أعلاه أن وكالات الأنباء تعتبر المصدر التقليدي المفضل في جميع المستويات التعليمية (ليسانس، ماستر، دراسات عليا) بنسبة اجمالية قدرها 43.7%، كما سجلت أعلى نسبة من التفضيل عند حاملي شهادة الليسانس بـ 25.4%، ثم حملة شهادة الماستر بنسبة قدرها 16.9%، في حين سجلت أقل نسبة عند حملة شهادة الدراسات العليا.

أما المقابلات الشخصية، فتحصلت على المرتبة الثانية كأفضل مصدر تقليدي لدى أفراد العينة المبحوثة مع تسجيل أعلى نسبة لدى حملة شهادة الماستر بـ 8.5% مقارنة بحاملي شهادة الليسانس بنسبة قدرها 7% وحاملي شهادة الدراسات العليا بنسبة قدرها 1.4%، فيما حصلت الجرائد والمصادر الخاصة على نسبة متساوية قدرت بـ 11.3% لكل منهما، وسجلت أعلى نسبة فيها عند حاملي شهادة الليسانس بنسبة 8.5% للجرائد و 4.2% للمصادر الخاصة، فيما تحصلت الهيئات الرسمية (8.5%)، الوثائق الرسمية والمؤتمرات الصحفية (4.2%) على نسب منخفضة.

ومن خلال هذه الأرقام نستنتج أن أفراد العينة يفضلون الاعتماد على وكالات الأنباء كمصدر صحفي تقليدي دقيق لميولاتهم الشخصية.

وعليه يمكن القول، أن رؤساء التحرير، باعتبارهم الفئة القيادية داخل المؤسسات الصحفية، يتأثرون بشكل ملحوظ بالعوامل الديمغرافية، خاصة متغيري السن والخبرة المهنية، في اختياراتهم وتوجهاتهم نحو المصادر الصحفية. حيث يظهر أفراد العينة المبحوثة ميلاً واضحاً لتفضيل وكالات الأنباء كمصدر تقليدي دقيق يتماشى مع ميولاتهم الشخصية والمهنية المتأثرة بعقود من الممارسة في إطار منظومات إعلامية تقليدية. وهو ما يعكس أن العوامل الديمغرافية تساهم في ترسيخ أنماط سلوكية محافظة في اعتماد المصادر، رغم التحولات الرقمية التي تعرفها البيئة الإعلامية المعاصرة.

الجدول رقم (14): يوضح العلاقة بين متغير السن وأسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
35	8	7	7	13	التكرار	الأكثر مصداقية وموضوعية
49.3%	11.3%	9.9%	9.9%	18.3%	النسبة %	
13	2	3	6	2	التكرار	الدقة
18.3%	2.8%	4.2%	8.5%	2.8%	النسبة %	
12	1	4	5	2	التكرار	الحصول على المعلومة الموثوقة من مصدرها
16.9%	1.4%	5.6%	7.0%	2.8%	النسبة %	
11	2	2	3	4	التكرار	تعمل بمهنية وتقاليد الاعلام النزيه
15.5%	2.8%	2.8%	4.2%	5.6%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

يوضح الجدول الذي بين أيدينا أسباب تفضيل عينة البحث المصادر الصحفية التقليدية ومتغير السن وتبعاً للبيانات المرصودة في ذات الجدول تبين أن هناك تباين واختلاف في النتائج المتحصل عليها تبعاً للفئة العمرية، حيث احتل عامل المصداقية والموضوعية الصدارة عند جميع الفئات العمرية 49.3% خاصة لدى الفئة العمرية التي (تجاوز سنهم 46 سنة)، تلتها نسبة 11.3% للفئة العمرية (أقل من 25 سنة)، ثم نسبة 9.9% بالتساوي بين الفئتين العمريتين من (26 الى 35 سنة) ومن (36 الى 45 سنة).

أما بالنسبة لعامل الدقة، فقد سجل المرتبة الأولى والتي قدرت نسبتها بـ 8.5% عند الأفراد الذين يتراوح سنهم من (36 إلى 45 سنة)، بعدها بنسبة 4.2% لأفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من (26 إلى 35 سنة)، ثم نسبة 2.8% بالتساوي بين الأفراد البالغين (أقل من 25 سنة)، والأفراد الذين (يتجاوز سنهم 46 سنة).

بينما تحصل عامل الحصول على المعلومة الموثوقة من مصدرها على المرتبة الأولى لدى الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين (36 إلى 45 سنة) بنسبة بلغت 7%، تليها نسبة 5.6% للأفراد الذين يتراوح سنهم من (26 إلى 35 سنة) في المرتبة الثانية، ثم 2.8% للأفراد (أكثر من 46 سنة) على المرتبة الثالثة، فيما جاؤوا الأفراد البالغين (أقل من 25 سنة) على المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها 1.4%.

أما فيما يخص عامل تعمل بمهنية وتقاليد الإعلام النزيه، فقد سجلت أعلى نسبة والتي قدرت بـ 5.6% عند الفئة العمرية أكثر من 46 سنة، تليها نسبة 4.2% لدى الفئة العمرية من (36 إلى 45 سنة) ثم نسبة 2.8% بالتساوي بين الفئتين العمريتين (أقل من 25 سنة) ومن (26 إلى 35 سنة).

يتضح من خلال النتائج المرصودة في الجدول أن الأغلبية الساحقة من رؤساء التحرير يرون أن السبب الأساسي وراء تفضيلهم لاستخدام المصادر التقليدية في جمع الأخبار والمعلومات يعود إلى عامل المصداقية والموضوعية، وقد مثل الأفراد الذين يفوق سنهم (46 سنة) النسبة الأعلى. ويمكن تفسير ذلك بالقول إن فئة كبار السن يقدررون السمات الكلاسيكية للمصادر التقليدية ويتجهون أكثر نحو الموثوقية وصحة الأخبار. ويتقاطع هذا التفسير مع ما توصلت إليه دراسة بوبكر بوعزيز، التي أشارت إلى أن الصحفيين من الفئات العمرية الأكبر يحتفظون بعلاقة قوية مع المصادر التقليدية، نظراً لاعتيادهم المهني عليها ولقناعتهم بأنها أكثر موثوقية مقارنة بالمصادر الرقمية الحديثة، كما أظهرت الدراسة وجود تحفظ نسبي لدى هؤلاء تجاه الانخراط الكلي في بيئة المصادر الرقمية. غير أن هذه الدراسة تذهب أبعد من ذلك في تفسير العلاقة بين متغير السن وتفضيلات المصادر، من خلال التمييز بين دوافع الفئات العمرية المختلفة. فعلى عكس دراسة بوعزيز التي فسّرت اعتماد الفئات الأكبر سناً على المصادر التقليدية من منطلق الاعتياد المهني والتكوين التقليدي، توصلت هذه الدراسة إلى أن الميل إلى المصادر التقليدية لا يقتصر فقط على كبار السن، بل يشمل أيضاً فئة الصحفيين في مرحلة النضج المهني (من 36 إلى 45 سنة)، ولكن بدوافع مختلفة ترتبط بالوظيفية المهنية، وعلى رأسها الحرص على الدقة وسرعة الوصول إلى المعلومة. ومن ثم، فإن هذه الدراسة تُبرز تنوعاً في دوافع الاعتماد على المصادر التقليدية بحسب المرحلة العمرية، وهو ما لم تتعرض له دراسة بوعزيز التي عاجلت الفئة العمرية الكبرى كمجموعة متجانسة في تفضيلها للمصادر التقليدية.

ومنه نستنتج من خلال هذه المعطيات، أن لمتغير السن تأثيراً على تفضيلات أفراد العينة المبحوثة للمصادر التقليدية، فكلما تقدم العمر، زاد الميل نحو عامل المصداقية والموثوقية، بينما تزداد أهمية الدقة والمصدر المباشر في مرحلة النضج المهني (من 36 إلى 45 سنة).

الجدول رقم (15): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
35	2	6	4	7	16	التكرار	الأكثر مصداقية وموضوعية
49.3%	2.8%	8.5%	5.6%	9.9%	22.5%	النسبة %	
13	1	1	3	1	7	التكرار	الدقة
18.3%	1.4%	1.4%	4.2%	1.4%	9.9%	النسبة %	
12	1	1	1	3	6	التكرار	الحصول على المعلومة الموثوقة من مصدرها
16.9%	1.4%	1.4%	1.4%	4.2%	8.5%	النسبة %	
11	2	1	1	5	2	التكرار	تعمل بمهنية وتقاليد الاعلام النزيه
15.5%	2.8%	1.4%	1.4%	7.0%	2.8%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

من خلال الجدول رقم (15) الذي يبين أسباب تفضيل المبحوثين للمصادر الصحفية التقليدية في جمع الأخبار وفق متغير المهنة.

ويظهر من خلال هذا الجدول أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة المبحوثة ترجع سبب اعتمادها على المصادر التقليدية إلى عامل المصداقية والموثوقية بنسبة قدرها 22.5% للأفراد الذين تتجاوز خبرتهم (16 سنة)، تليها في المرتبة الثانية بنسبة قدرها ب 9.9% لذوي الخبرة من (11 الى 15 سنة)، ثم نسبة 8.5% لذوي الخبرة من (2 الى

5 سنوات)، في حين سجلت نسبة 5.6% لدى من تتراوح خبرتهم المهنية ما بين (6 الى 10 سنوات) بنسبة قدرت ب 2.8% للأفراد الذين تقل خبرتهم عن سنة.

أما فيما يتعلق بعامل الدقة فسجلنا الأسبقية للأفراد الذين تتجاوز خبرتهم (16 سنة)، تليها نسبة 4.2% للأفراد الذين تتراوح خبرتهم من (6 الى 10 سنوات)، وتشارك أصحاب الخبرة من (2 الى 5 سنوات) و(أقل من سنة) في نسبة 1.4%.

وبخصوص عامل الحصول على المعلومة الدقيقة من مصدرها فقد سجل الأفراد الذين (تفوق خبرتهم 16 سنة) أعلى نسبة قدرت ب 8.5%، تليها نسبة 4.2% للأفراد الذين تتراوح خبرتهم المهنية من (11 الى 15 سنة)، فيما يتشارك الأفراد الذين (تقل خبرتهم عن سنة) ومن خبرتهم من (2 الى 5 سنوات) ومن خبرتهم (من 6 الى 10 سنوات) في نسبة 1.4%.

أما السبب المتعلق بكون هذه المصادر تعمل بمهنية وفق تقاليد الاعلام النزيه، فقد حازت الفئة ذات الخبرة من (11 الى 15 سنة) على أعلى نسبة قدرت ب 7%، تليها نسبة 2.8% بالتساوي بين من خبرتهم (أقل من سنة) و(أكثر من 16 سنة)، في حين تقاسمت الفئتان من (2 الى 5 سنوات) ومن (6 الى 10 سنوات) في نسبة 1.4%.

وعليه نستنتج أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة المبحوثة يرجعون تفضيلهم للمصادر الصحفية التقليدية الى ما تتمتع به من مصداقية وموثوقية، وقد مثل أصحاب الخبرة أكثر من 16 سنة النسبة الأعلى ضمن هذا الاتجاه.

الجدول رقم (16): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وأسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
35	2	15	18	التكرار	الأكثر مصداقية وموضوعية	لماذا ؟
49.3%	2.8%	21.1 %	25.4 %	النسبة %		
13	0	6	7	التكرار	الدقة	
18.3%	0.0%	8.5%	9.9%	النسبة %		
12	3	3	6	التكرار	الحصول على المعلومة الموثوقة من مصدرها	
16.9%	4.2%	4.2%	8.5%	النسبة %		
11	2	3	6	التكرار	تعمل بمهنية وتقاليد الاعلام النزيه	
15.5%	2.8%	4.2%	8.5%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0 %	52.1 %	النسبة %		

يسمح لنا الجدول أعلاه معرفة أسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية في إنجاز مهامهم الصحفية حسب متغير المستوى التعليمي، وتشير النتائج إلى أن العامل الأبرز الذي يدفع المبحوثين لتفضيل هذه المصادر هو عامل المصداقية والموضوعية، حيث تصدرت هذه الإجابة بنسبة إجمالية بلغت 49.3% توزعت بوضوح كما يلي:

- تحصل حملة شهادة الليسانس على المرتبة الأولى بنسبة قدرها 25.4%.
- ثم حملة شهادة الماستر على المرتبة الثانية بنسبة 21.1%.
- وأخيراً أصحاب الدراسات العليا بنسبة 2.8%.

أما العامل الثاني في الترتيب فهو الدقة بنسبة 18.3%، سجلت أعلاها لدى حاملي شهادة الليسانس 9.9%، يليها حاملي شهادة الماستر بنسبة 8.5%، مع غياب تام لهذه الإجابة لدى أصحاب الدراسات العليا.

وجاء عامل الحصول على المعلومة الموثوقة من مصدرها في المرتبة الثالثة بنسبة 16.9%، وقد توزعت بشكل متوازن نسبياً بين مختلف المستويات التعليمية: ليسانس 8.5%، دراسات عليا 4.2%، ماستر 4.2%.

أما العامل الأخير، وهو أن المصادر التقليدية تعمل بمهنية وتلتزم بتقاليد الإعلام النزيه، فقد بلغ مجموع نسبته 15.5%، سُجلت أعلى نسبة لدى حملة الليسانس 8.5%، تليها الماستر 4.2%، ثم الدراسات العليا 2.8%.

وبناءً على هذه المعطيات، نستنتج أن متغير المستوى التعليمي لا يُشكل عاملاً فاصلاً في تفسير دوافع تفضيل المصادر التقليدية، حيث نلاحظ أن هناك اتفاق نسبي بين مختلف الفئات التعليمية حول أولوية المصدقية والدقة بوصفهما معيارين جوهريين في العمل الصحفي.

وقد برز أصحاب شهادة الليسانس كأكثر الفئات ميلاً إلى هذا التفضيل، وهو ما قد يرتبط بتجربتهم الأقرب إلى الجوانب التطبيقية والميدانية للممارسة الإعلامية خلال مراحل التكوين الجامعي، مما يُكسبهم توجهاً عملياً يدفعهم إلى تبني تقييمات إيجابية للمصادر التقليدية، دون أن تكون هذه التقييمات متأثرة بتحليلات نقدية معقدة أو رؤى نظرية أكثر تجريدًا، كما هو الحال لدى الفئات الحاملة لشهادات عليا.

نستنتج مما سبق أن هناك علاقة واضحة بين متغيرات السن والخبرة المهنية وبين توجهات رؤساء التحرير نحو استخدام المصادر الصحفية، حيث كشفت النتائج أن المبحوثون يميلون إلى الاعتماد على المصادر التقليدية خصوصاً وكالات الأنباء ذات المصدقية العالية، مع تقدم العمر وتراكم الخبرة. بالمقابل، لا يظهر المستوى التعليمي تأثيراً حاسماً في هذا التساؤل على هذا التوجه، مما يشير إلى أن العوامل المهنية والعملية تلعب دوراً أكبر من الخلفية التعليمية في تحديد نمط استخدام المصادر.

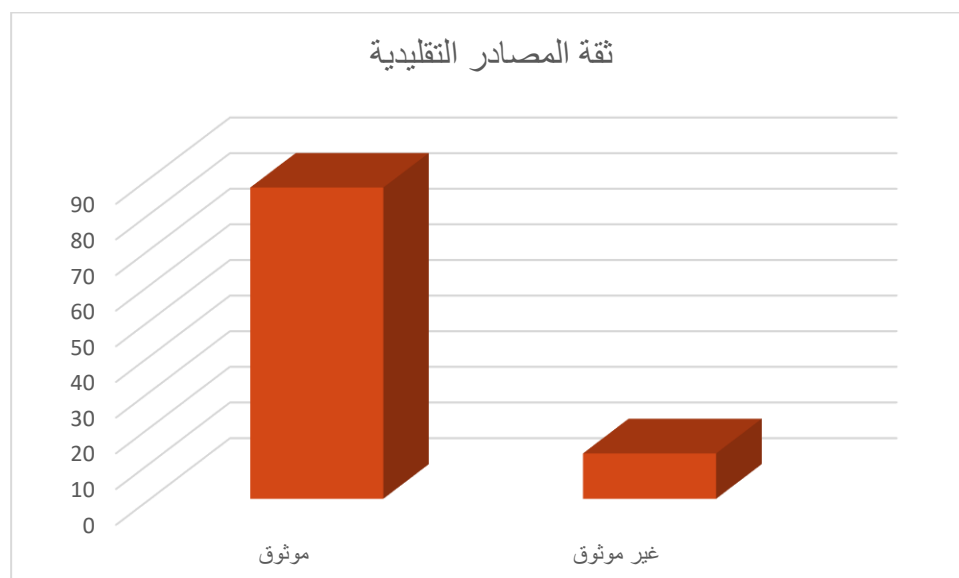
2- تقييم مصادر المعلومات التقليدية

الجدول رقم (17): يوضح مدى ثقة المبحوثين بالمصادر التقليدية

ثقة المصادر التقليدية	التكرار	النسبة %
موثوق	62	87.3
غير موثوق	9	12.7
المجموع	71	100

من خلال مراجعة بيانات الجدول رقم (17)، نجد أن 87.3%، من أفراد العينة المبحوثة يثقون في المصادر التقليدية، ما يعكس استمرارية اعتماد الصحفيين عليها في جمع المعلومات، وهذا يتماشى مع نتائج الجداول السابقة التي أظهرت أن وكالات الأنباء والمقابلات الشخصية تعدان من أكثر المصادر استخدامًا، حيث اعتُبرت المصداقية والموضوعية العامل الأهم في تفضيلها، كما تعزز هذه النتيجة الارتباط بين الثقة العالية في المصادر التقليدية وعوامل مثل الدقة والالتزام بالمهنية، مما يبرر استمرار هيمنتها في الممارسة الصحفية، بينما ما نسبته 12.7%، ترى أنها غير موثوقة، ويمكن تفسير ذلك بأنها مرتبطة بتحديات مثل البطء في التحديث مقارنة بالوسائط الرقمية الحديثة.

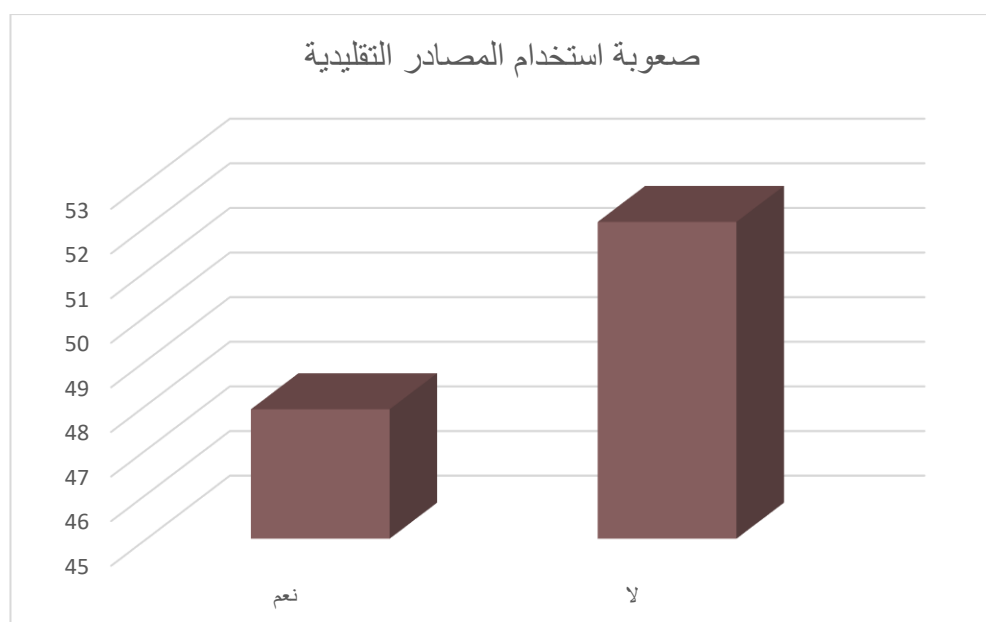
بشكل عام، تؤكد هذه النتائج أن الصحفيين ما زالوا يعتمدون بشكل أساسي على المصادر التقليدية نظرًا لموثوقيتها، رغم التغيرات التي فرضتها التكنولوجيات الحديثة في تدفق المعلومات.



الجدول رقم (18): يمثل الصعوبات التي يواجهها صحفيو المؤسسة في الوصول إلى المصادر التقليدية

صعوبات استخدام المصادر التقليدية	التكرار	النسبة %
نعم	34	47.9
لا	37	52.1
المجموع	71	100

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن 47.9% من الصحفيين الجزائريين يواجهون صعوبات في استخدام المصادر التقليدية، في حين 52.1% لا يواجهون صعوبات. تعكس هذه النسب تقارباً في آراء الصحفيين، حيث يرى جزء منهم أن الوصول إلى هذه المصادر قد يكون معقداً أو يتطلب جهداً إضافياً، بينما يجد الآخرون أنها لا تشكل عائقاً في ممارسة عملهم. يشير هذا التفاوت إلى اختلاف في طبيعة العلاقات المهنية أو طرق جمع المعلومات بين الصحفيين.



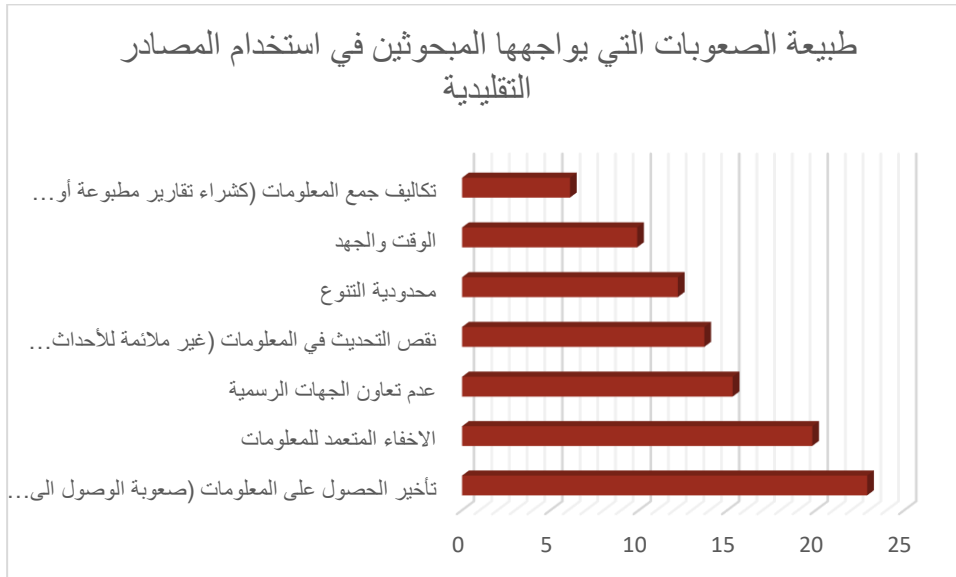
الجدول رقم (19): طبيعة الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في الوصول إلى المصادر التقليدية

طبيعة الصعوبات المصادر التقليدية	التكرار	النسبة %
تأخير الحصول على المعلومات (صعوبة الوصول الى المعلومات الفورية)	30	22.9
الاخفاء المتعمد للمعلومات	26	19.8
عدم تعاون الجهات الرسمية	20	15.3
نقص التحديث في المعلومات (غير ملائمة للأحداث الجارية)	18	13.7
محدودية التنوع	16	12.2
الوقت والجهد	13	9.9
تكاليف جمع المعلومات (كشراء تقارير مطبوعة أو الوصول الى أرشيفات معينة)	8	6.1
المجموع	131	100

تبين بيانات الجدول رقم (19) أن أبرز الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في استخدام المصادر التقليدية هي **الحصول المتأخر على المعلومات**، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة **22.9%**، وهو ما يعكس مشكلة جوهرية تتعلق بصعوبة الوصول إلى المعلومات الفورية، والتي تؤثر بدورها على سرعة نشر الأخبار والتغطية الخاصة بالأحداث السريعة، في المرتبة الثانية تأتي مشكلة **الإخفاء المتعمد للمعلومات** بنسبة **19.8%**، والتي تشير إلى تحديات تتعلق بشفافية المصادر التقليدية، خاصة فيما يتعلق بالوصول إلى بيانات قد تكون حساسة أو خاضعة للرقابة. تليها مشكلة **عدم تعاون الجهات الرسمية** والتي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة **15.3%**، وهو ما يزيد تعقيد عملية جمع المعلومات، لا سيما عندما يتعلق الأمر بالحصول على تصريحات أو وثائق رسمية، من ناحية أخرى، سجلت مشكلة **نقص التحديث في المعلومات** المرتبة الرابعة بنسبة قدرها **13.7%**، وهذا يشير إلى أن معظم المصادر التقليدية غير كافية لمتطلبات الأحداث الجارية، مما يدفع بالصحفيين إلى البحث عن بدائل أكثر آنية مثل المنصات الرقمية. بينما المرتبة الخامسة ترجع لمشكلة **محدودية التنوع في المصادر** بنسبة **12.2%**، وهذا ما يؤدي إلى نقص في التحليل المتوازن للأحداث، أما العوامل المتعلقة بالجهد والتكلفة، فقد جاءت بنسب أقل، حيث سجل **الوقت والجهد**

المطلوب لجمع المعلومات المرتبة السادسة بنسبة 9.9%، في حين أن تكاليف جمع المعلومات، مثل شراء التقارير أو الوصول إلى الأرشيفات، كانت الأقل تأثيرًا وجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 6.1%.

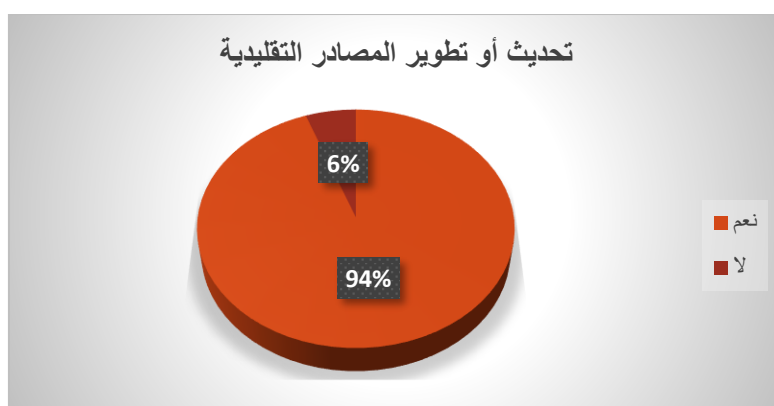
وعليه، فإن الصعوبات الأساسية في استخدام المصادر التقليدية تتركز حول التأخر في توفير المعلومات، غياب الشفافية، وضعف التحديث، وهي عوامل قد تضعف قدرة الصحفيين على التغطية السريعة للأحداث. ومن هنا تبرز الحاجة إلى تطوير هذه المصادر وتعزيز سبل الوصول إليها، لتواكب المتطلبات المتسارعة للعمل الإعلامي الحديث.



الجدول رقم (20): يمثل آراء المبحوثين حول ضرورة تحديث أو تطوير المصادر التقليدية

النسبة %	التكرار	تحديث أو تطوير المصادر التقليدية
94.4	67	نعم
5.6	4	لا
100	71	المجموع

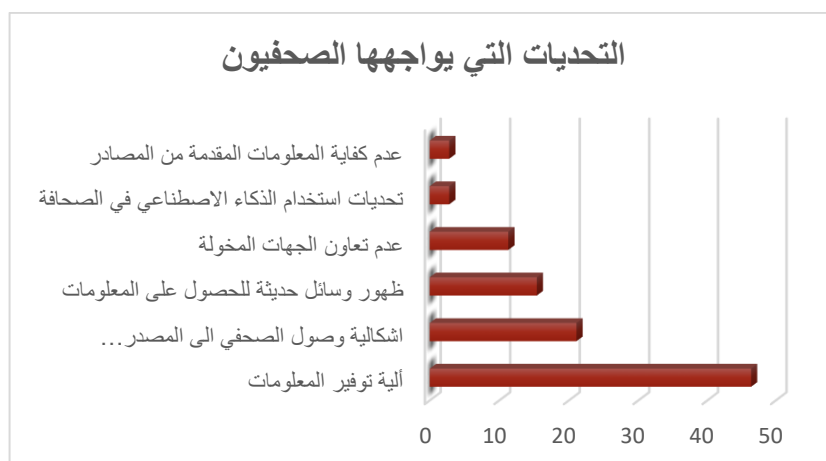
يتبين لنا من خلال النتائج المرصودة في الجدول رقم (20) أن 94.4% من المبحوثين يؤيدون فكرة ضرورة تحديث أو تطوير المصادر التقليدية، بينما 5.6% فقط يرون عكس ذلك. يمكن تفسير هذه النسبة المرتفعة بوعي الصحفيين لأهمية تحسين هذه المصادر لتواكب المتطلبات المتغيرة للعمل الصحفي، خاصة فيما يتعلق بسرعة الوصول إلى المعلومات، دقتها، وتحديثها المستمر.



الجدول رقم (21): يمثل أبرز التحديات التي تواجه الباحثين أثناء استخدامهم للمصادر التقليدية

التحديات التي يواجهها الصحفيون	التكرار	النسبة %
ألية توفير المعلومات	33	46.4
اشكالية وصول الصحفي الى المصدر للحصول على المعلومات	15	21.1
ظهور وسائل حديثة للحصول على المعلومات	11	15.4
عدم تعاون الجهات المخولة	8	11.3
تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة	2	2.8
عدم كفاية المعلومات المقدمة من المصادر	2	2.8
المجموع	71	100

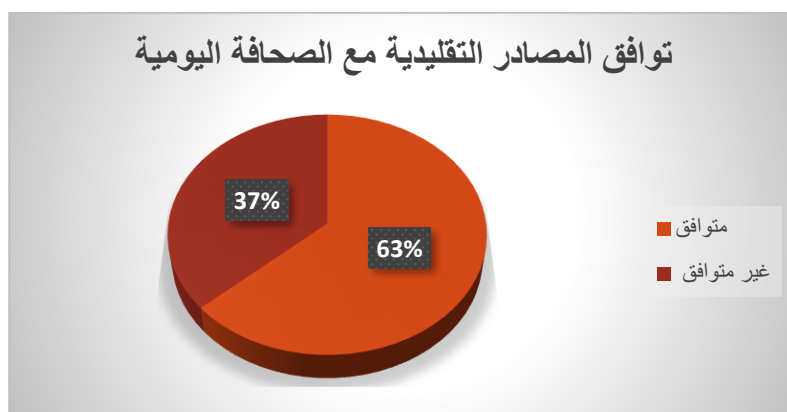
تبين النتائج الموضحة في الجدول رقم (21) أن 46.4% من أفراد العينة المبحوثة يرون أن التحدي الأكبر الذي يواجههم أثناء استخدامهم للمصادر التقليدية يرجع الى آلية توفير المعلومات، يليها في المرتبة الثانية تحدي وصول الصحفي الى المصدر للحصول على المعلومات بـ 21.1%، أما المرتبة الثالثة فقد عادت لظهور وسائل حديثة للحصول على المعلومات بنسبة 15.4%، ثم عدم تعاون الجهات المخولة بـ 11.3% في المرتبة الرابعة، في حين جاءت تحديات استخدام كل من الذكاء الاصطناعي في الصحافة وعدم كفاية المعلومات المقدمة من المصادر في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت بـ 2.8%. ومن هنا نستنتج أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة يؤكدون بشكل واضح على ضرورة تطوير آليات توفير المعلومات، وتعزيز الشفافية وكذا تحديث أساليب انتاجها، بما يتماشى مع متطلبات الصحافة الحديثة لضمان سرعة ودقة في نقل الأخبار مما يساهم في جودة العمل الصحفي.



الجدول رقم (22): يمثل مدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية

النسبة %	التكرار	توافق المصادر التقليدية مع الصحافة اليومية
63.4	45	متوافق
36.6	26	غير متوافق
100	71	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (22) الى أن 63.4% من أفراد العينة المبحوثة أجابوا أن المصادر التقليدية تتوافق مع متطلبات الصحافة اليومية، وهذا ما يفسر استمرار اعتماد الصحافة الجزائرية عليها في جمع المعلومات وصياغة الأخبار الى يومنا هذا، بينما أجاب ما نسبته 36.6% أنها لم تعد متوافقة مع المتطلبات الحديثة للساحة الإعلامية. تعكس هذه النتائج الى أن أغلبية المبحوثين يؤكدون على استمرار أهمية المصادر التقليدية في العمل الصحفي، مما يكشف الحاجة الى تطوير أسلوب عمل هذه المصادر لمواكبة التطورات التكنولوجية الجديدة ومتطلبات الصحافة الحديثة.

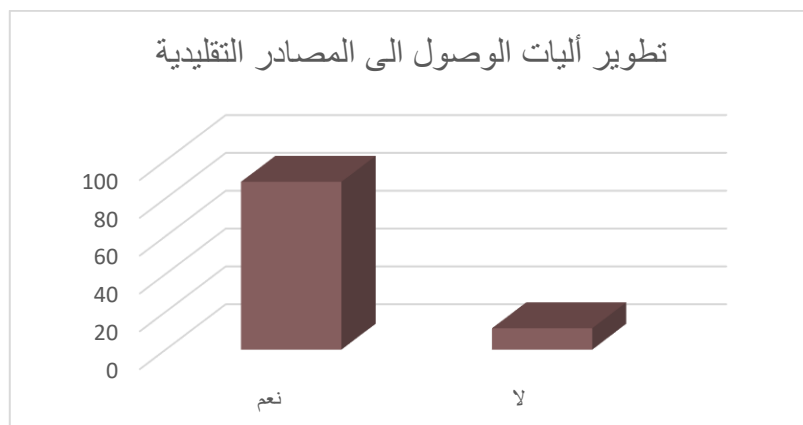


الجدول رقم (23): يمثل ضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل

النسبة %	التكرار	تطوير آليات الوصول الى المصادر التقليدية
88.7	63	نعم
11.3	8	لا
100	71	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه، إلى أن 88.7 % من أفراد العينة المبحوثة يؤيدون ضرورة تطوير آليات الوصول الى المصادر التقليدية، في حين يرى ما نسبته 11.3% أن التطوير ليس ضرورياً.

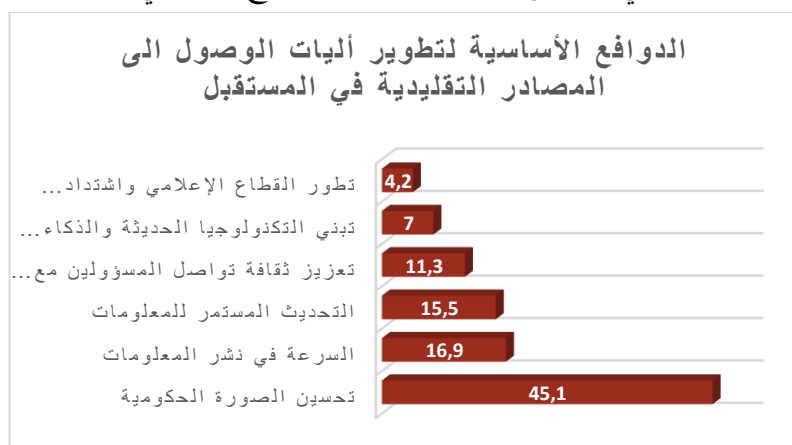
ومن خلال هذه الأرقام والمعطيات نستنتج أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة المبحوثة يؤيدون ضرورة تحديث المصادر التقليدية وأساليب توفيرها للمعلومات لتحسين كفاءة وجودة العمل الصحفي من خلال رقمنة الأرشفات وتوفير المحتوى التقليدي مباشرة عبر الانترنت، وهذا ما يمكن الصحفيين من الوصول الى المعلومات بسرعة دون الحاجة الى التنقل وبذل جهد إضافي في البحث عن البيانات والأخبار.



الجدول رقم (24): يوضح الدوافع الأساسية لتطوير آليات الوصول الى المصادر التقليدية في المستقبل

النسبة %	التكرار	يمثل تحليل ذلك
45.1	32	تحسين الصورة الحكومية
16.9	12	السرعة في نشر المعلومات
15.5	11	التحديث المستمر للمعلومات
11.3	8	تعزيز ثقافة تواصل المسؤولين مع الاعلام
7.0	5	تبني التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي
4.2	3	تطور القطاع الإعلامي واشتداد المنافسة
100	71	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الدوافع الأساسية لتطوير آليات الوصول الى المصادر التقليدية في المستقبل، حيث يرى 45.1% من المبحوثين أن الدافع الأبرز لهذا التطوير هو تحسين الصورة الحكومية، يليه في المرتبة الثانية بنسبة 16.9% دافع السرعة في نشر المعلومات، أما المرتبة الثالثة فقد كانت لدافع التحديث المستمر للمعلومات بنسبة بلغت 15.5%، كما احتل دافع تعزيز ثقافة تواصل المسؤولين مع الاعلام المرتبة الرابعة بنسبة 11.3%، كما أشار 7% من المبحوثين الى أهمية تبني التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وهذا ما جعلها تحتل المرتبة الخامسة، وأخيرا يرى 4.2% من المبحوثين أن تطور القطاع الإعلامي واشتداد المنافسة دافعا إضافيا لتطوير هذه الآليات. ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن الحاجة إلى تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية يرتبط بوعي رؤساء التحرير بضرورة تعزيز التواصل بين المسؤولين ووسائل الإعلام، إلى جانب تبني التكنولوجيات الحديثة لمواكبة تطورات المجال الصحفي، في ظل اشتداد المنافسة في القطاع الإعلامي.



وفيما يلي تحليل النتائج بمتغيرات الدراسة

الجدول رقم (25): يوضح العلاقة بين متغير السن ومدى ثقة المبحوثين بالمصادر التقليدية

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	26-35 سنة	36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
62	9	15	18	20	التكرار	موثوق
87.3%	12.7%	21.1%	25.4%	28.2%	النسبة %	
9	4	1	3	1	التكرار	غير موثوق
12.7%	5.6%	1.4%	4.2%	1.4%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

يظهر من خلال هذا الجدول مدى ثقة أفراد العينة البحثية في المصادر التقليدية وفقاً لمتغير السن، حيث تصدرت فئة (أكثر من 46 سنة) بنسبة 28.2% في الإجابة "موثوق"، تلتها فئة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 25.4%، ثم فئة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة 21.1%، وأخيراً فئة (أقل من 25 سنة) بنسبة 12.7%. أما فيما يتعلق بالإجابة "غير موثوق"، فقد سجلت النسبة الأعلى في الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) بنسبة 5.6%، تلتها فئة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 4.2%، في حين تساوت فئتا (من 26 إلى 35 سنة) و(أكثر من 46 سنة) بنسبة 1.4%.

ومن خلال هذه الأرقام والمعطيات، نستنتج أن الأغلبية الساحقة من أفراد عينة الدراسة يعتبرون المصادر التقليدية موثوقة، كما مثل الأفراد الذين تجاوزت أعمارهم 46 سنة النسبة الأعلى من حيث الثقة، وهذا ما يعكس تأثير عامل السن في تقدير رؤساء التحرير لموثوقية هذه المصادر.

الجدول رقم (26): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى ثقة المبحوثين بالمصادر التقليدية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
موثوق	4	8	8	14	28	التكرار	62
	5.6%	11.3%	11.3%	19.7%	39.4%	النسبة %	87.3%
غير موثوق	2	1	1	2	3	التكرار	9
	2.8%	1.4%	1.4%	2.8%	4.2%	النسبة %	12.7%
المجموع	6	9	9	16	31	التكرار	71
	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	100%

يوضح الجدول الذي بين أيدينا مدى ثقة المبحوثين في المصادر التقليدية حسب متغير الخبرة المهنية، وتبعا للبيانات المرصودة في ذات الجدول تبين أن فئة المبحوثين الذين يمتلكون (أكثر من 16 سنة) من الخبرة احتلوا صدارة الإجابة "موثوق" بنسبة قدرت بـ 39.4%، تلتها فئة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 19.7%، ثم كل من فئتي (2 إلى 5 سنوات) و(6 إلى 10 سنوات) بنسبة متساوية بلغت 11.3%، وأخيراً فئة أقل من سنة بنسبة 5.6%. أما فيما يخص الإجابة "غير موثوق"، فقد سجلت النسبة الأعلى لدى فئة (أكثر من 16 سنة) بنسبة 4.2%، تلتها فئة (أقل من سنة) وفئة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة متساوية بلغت 2.8%، في حين سجلت النسبة الأدنى لدى كل من فئتي (2 إلى 5 سنوات) و(6 إلى 10 سنوات) بنسبة قدرت بـ 1.4%.

ومن خلال استقراءنا للأرقام تبين لنا أن الثقة في المصادر التقليدية ترتفع بشكل واضح مع ازدياد سنوات الخبرة المهنية، إذ مثل المبحوثين من ذوي الخبرة التي تفوق 16 سنة النسبة الأعلى في اعتبار هذه المصادر موثوقة. ويعكس هذا الاتجاه ارتباطاً وثيقاً بين تراكم التجربة المهنية وميول المبحوثين نحو المصادر التقليدية، بوصفها أكثر موثوقية ودقة في نظر الفئات الأكثر رسوخاً في المهنة.

الجدول رقم (27): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى ثقة المبحوثين بالمصادر التقليدية

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
62	5	24	33	التكرار	موثوق	ما مدى ثقتك بالمصادر التقليدية؟
87.3%	7.0%	33.8 %	46.5%	النسبة %		
9	2	3	4	التكرار	غير موثوق	
12.7%	2.8%	4.2%	5.6%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0 %	52.1%	النسبة %		

يوضح الجدول الاحصائي أعلاه أن مستوى ثقة المبحوثين في المصادر التقليدية يختلف باختلاف مستواهم التعليمي، فقد أظهرت النتائج أن فئة الحاصلين على شهادة الليسانس سجلت أعلى نسبة من حيث الثقة بهذه المصادر بلغت نسبتها 46.5% من مجموع العينة، تليها فئة الماستر بنسبة قدرت بـ 33.8%، ثم فئة الدراسات العليا بنسبة 7.0%. أما فيما يتعلق بعدم الثقة، فقد سجلت النسب الأعلى لدى نفس الترتيب التعليمي: 5.6% لفئة الليسانس، 4.2% للماستر، و2.8% للدراسات العليا.

تشير هذه المعطيات إلى أن الثقة في المصادر التقليدية لا تزداد دائماً مع ارتفاع المستوى التعليمي، بل نجد أن الفئات التعليمية المتوسطة مثل حاملي شهادة الليسانس والماستر تميل أكثر إلى الثقة بهذه المصادر، مقارنة بحاملي شهادات الدراسات العليا الذين يكون لديهم تقييم أكثر تحفظاً، ويرجع ذلك إلى أن التكوين الأكاديمي المتقدم يساعد هذه الفئة على تطوير مهارات التحليل والنقد، مما يجعلهم يشككون في قدرة المصادر التقليدية على تلبية المعايير الحديثة للتحقق من المعلومات. أما الفئات الأخرى فتعتمد على المصادر التقليدية أكثر بسبب خبرتهم المهنية أو قلة الانفتاح على البدائل الرقمية.

نستنتج مما سبق أن هناك علاقة واضحة بين كل من السن وسنوات الخبرة المهنية ودرجة الثقة في المصادر التقليدية، حيث يزداد الاعتماد والثقة بهذه المصادر مع تقدم العمر وتراكم الخبرة. في المقابل، يبدو أن المستوى التعليمي له تأثير أقل وضوحاً، إذ تميل الفئات التعليمية المتوسطة إلى الثقة بالمصادر التقليدية أكثر من حاملي الشهادات العليا، الذين يتسمون بمزيد من التحفظ نتيجة لمهاراتهم التحليلية المتطورة.

الجدول رقم (28): يوضح العلاقة بين متغير السن والصعوبات التي يواجهها صحفيو المؤسسة في الوصول إلى المصادر التقليدية

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
34	6	6	13	9	التكرار	نعم
47.9%	8.5%	8.5%	18.3%	12.7%	النسبة %	
37	7	10	8	12	التكرار	لا
52.1%	9.9%	14.1%	11.3%	16.9%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3 %	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

نلاحظ من خلال هذا الجدول توزيع اجابات المبحوثين حسب فئات العمر، أن نسب الإجابات الإيجابية والسلبية متقاربة عبر الفئات الأربع، دون ظهور اتجاه واضح يرتبط بالتقدم في السن. فلم تتجاوز نسبة (نعم) في فئة أقل من 25 سنة 8.5% مقابل 9.9% ل (لا)، وفي فئة 26-35 سنة سجلت "نعم" 8.5% مقابل 14.1% ل "لا"، بينما بلغت الإجابات الإيجابية في فئة 36-45 سنة 18.3% مقابل 11.3% سلبية، وفي فئة أكثر من 46 سنة 12.7% مقابل 16.9% سلبية. وكون هذه النسب لا تتضاعف أو تتناقص بشكل منتظم مع التقدم في العمر، نستنتج بأن متغير السن بحد ذاته لا يؤثر تأثيراً ملحوظاً على تصوّر الصحفيين لصعوبات الوصول إلى المصادر التقليدية.

الجدول رقم (29): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية والصعوبات التي يواجهها صحفيو المؤسسة في الوصول إلى المصادر التقليدية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
34	3	3	3	10	15	التكرار	نعم
47.9%	4.2%	4.2%	4.2%	14.1%	21.1%	النسبة %	
37	3	6	6	6	16	التكرار	لا
52.1%	4.2%	8.5%	8.5%	8.5%	22.5%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يمثل الجدول الذي بين أيدينا توزيع اجابات رؤساء تحرير بشأن صعوبات التي يواجهها الصحفيين في المؤسسة للوصول إلى المصادر التقليدية وفقاً لمتغير الخبرة المهنية، وقد أشار 21.1% من أفراد العينة الذين (تفوق خبرتهم 16 سنة) إلى مواجهتهم صعوبات، تلتهم نسبة 14.1% للأفراد الذين تتراوح خبرتهم من (11 الى 15 سنة)، فيما سجلت فئات الخبرة (أقل من سنة) و(من 2 الى 5 سنوات) و(من 6 الى 10 سنوات) نسبة متساوية قدرها 4.2%. في المقابل، أكد 22.5% من ذوي الخبرة التي (تزيد عن 16 سنة) عدم مواجهتهم لأي صعوبات، تبتعها ثلاث فئات من خبرة (2 الى 5 سنوات)، (من 6 الى 10 سنوات)، و(من 11 الى 15 سنة) بنسبة 8.5% لكلٍ منها، فيما بلغت نسبة فئة (أقل من سنة خبرة) 4.2%.

ومن هذه الأرقام يتضح أن غالبية رؤساء التحرير خاصة من ذوي الخبرة الطويلة لا يعتبرون صعوبات الوصول إلى المصادر التقليدية عقبة جوهرية في انجاز عملهم. وبالتالي، يمكن القول بأن متغير الخبرة المهنية على ضوء هذه النتائج لا تعد متغيراً فاعلاً بذاته في تفسير وجود أو غياب صعوبات الوصول إلى المصادر التقليدية.

الجدول رقم (30): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والصعوبات التي يواجهها صحفيو المؤسسة في الوصول إلى المصادر التقليدية

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
34	7	11	16	التكرار	نعم	هل يواجه صحفيو مؤسستكم صعوبات في الوصول الى المصادر التقليدية؟
47.9 %	9.9%	15.5 %	22.5%	النسبة %		
37	0	16	21	التكرار	لا	
52.1 %	0.0%	22.5 %	29.6%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0 %	52.1%	النسبة %		

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بالعلاقة بين المستوى التعليمي لرؤساء التحرير ورؤيتهم لمدى مواجهة صحفيي مؤسساتهم صعوبات في الوصول الى المصادر التقليدية لجمع الأخبار والمعلومات، أن أكبر نسبة من أفراد العينة المبحوثة يؤكدون على عدم وجود أي صعوبات في الوصول الى المصادر (52.1%) هم من الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة قدرها 22.5%، والماستر بنسبة قدرها 15.5%، ثم الحاصلين على الدراسات العليا بنسبة قدرها 9.9%.

في المقابل، عبر 52.1% من أفراد العينة المبحوثة عن وجود صعوبات في الوصول الى هذه المصادر، حيث سجلنا أعلى نسبة منها عند الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة قدرها 29.6%، ثم عند الحاصلين على شهادة الماستر بنسبة قدرها 22.5%، في حين لم تسجل أية نسبة عند الحاصلين على شهادات العليا 00%.

ان النتائج المتحصل عليها والمبينة في الجدول أعلاه، تجعلنا نؤكد حقيقة واحدة مفادها أن كلما ارتفع المستوى التعليمي لرؤساء التحرير، قل ادراكهم لوجود صعوبات في الوصول الى المصادر التقليدية، ويمكن تفسير ذلك من خلال التأثير المباشر لمتغير المستوى التعليمي في تشكيل وعي رؤساء التحرير بالمشكلات المهنية، فالفئات الأكثر تعليماً والحاصلة على الشهادات العليا يمتلكون أدوات مهنية وقانونية تمكنهم من تجاوز هذه الصعوبات، كالاكتفاء

على شبكات علاقات واسعة تسهل الوصول الى المعلومة أو فهم أفضل للأطر القانونية التي تكفل الحق في الوصول الى المعلومة.

أما الفئات الأقل تعليماً (الحاصلين على شهادة اليسانس أو الماستر) فقد تكون أكثر عرضة لاعتبار التحديات اليومية صعوبات، لاسيما تلك التي تفتقر إلى امتلاك فرق دعم متخصصة أو ميزانيات كافية، قد تواجه صعوبات تنظيمية وتقنية يومية تُترجم بسهولة إلى معوّقات حقيقية، مثل صعوبة التنسيق مع المصادر الميدانية أو تأمين الوصول إلى الأرشيف المطبوع، إضافة الحاجة للانخراط المباشر في إجراءات التحقق والتوثيق دون شبكة علاقات مؤسسية واسعة. كما أنّ انشغالهم بأدوار تحريرية وإدارية متعددة يضعهم تحت ضغط الوقت، ما يجعل أي تأخير في الحصول على المعلومة أو أي عقبة مهما كانت بسيطة تتحول إلى صعوبات ملموسة تعيق سير عملهم اليومي.

بناء على ما سبق، أظهرت الدراسة أن المتغيرات الديموغرافية والمهنية، وهي السن، الخبرة المهنية والمستوى التعليمي، تؤثر بشكل متباين على تصور أفراد العينة المبحوثة لصعوبات الوصول إلى المصادر التقليدية. فقد أظهرت النتائج أن المستوى التعليمي يمثل عاملاً حاسماً في تقليل إدراك هذه الصعوبات، إذ يوفر حاملو الشهادات العليا الأدوات المهنية والقانونية وشبكات العلاقات الواسعة التي تسهل الحصول على المعلومات. أما متغيرا السن والخبرة المهنية، فلم يظهر لهما تأثير مباشر وملحوظ على تصور الصعوبات، إلا أن الخبرة الطويلة تمكن أفراد العينة المبحوثة من التعامل العملي مع هذه التحديات بشكل فعال، مما يمنع اعتبارها عقبة جوهرية في إنجاز المهام الصحفية. ومنه نستنتج بأن المستوى التعليمي يلعب دوراً أكبر في تشكيل الوعي المهني المرتبط بصعوبات الوصول إلى المصادر، بينما تساهم الخبرة العملية في تخفيف تأثير هذه الصعوبات على الأداء الصحفي.

الجدول رقم (31): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وطبيعة الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في الوصول إلى المصادر التقليدية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
30	3	2	3	10	12	التكرار	تأخير الحصول على المعلومات (صعوبة الوصول إلى المعلومات الفورية)
22.9%	2.3%	1.5%	2.3%	7.6%	9.2%	النسبة %	
18	0	1	0	6	11	التكرار	نقص التحديث في المعلومات (غير ملائمة للأحداث الجارية)
13.7%	0.0%	0.8%	0.0%	4.6%	8.4%	النسبة %	
8	0	0	0	4	4	التكرار	تكاليف جمع المعلومات (كشراء تقارير مطبوعة)
6.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	3.1%	النسبة %	
26	2	2	2	10	10	التكرار	الاخفاء المتعمد للمعلومات
19.8%	1.5%	1.5%	1.5%	7.6%	7.6%	النسبة %	
20	0	2	1	6	11	التكرار	عدم تعاون الجهات الرسمية
15.3%	0.0%	1.5%	0.8%	4.6%	8.4%	النسبة %	
16	0	1	1	8	6	التكرار	محدودية التنوع
12.2%	0.0%	0.8%	0.8%	6.1%	4.6%	النسبة %	
13	1	3	0	3	6	التكرار	الوقت والجهد
9.9%	0.8%	2.3%	0.0%	2.3%	4.6%	النسبة %	
131	6	11	7	47	60	التكرار	المجموع
100%	4.6%	8.4%	5.3%	35.9%	45.8%	النسبة %	

يتضح من الجدول أعلاه أن متغير الخبرة المهنية كان له تأثير ملحوظ في طبيعة الصعوبات التي يواجهها الصحفيون الجزائريون في الوصول إلى المصادر التقليدية من منظور أفراد العينة. تشير البيانات أن الفئتين الأعلى من حيث سنوات الخبرة، وهما (من 11 إلى 15 سنة) و(أكثر من 16 سنة)، شكلتا مجتمعين النسبة الأكبر من التكرارات المرتبطة بكافة أنواع الصعوبات، حيث بلغت مساهمتهما 81.7% من إجمالي التكرارات، والبالغ عددها 131 تكرارًا.

أما على مستوى الصعوبات الفردية، فقد سجّلت فئة (أكثر من 16 سنة) أعلى نسب في جميع العوامل، وجاء ترتيبها كالتالي:

- المرتبة الأولى لتأخر الحصول على المعلومات (صعوبة الوصول الفوري) بنسبة بلغت 9.2%.
 - المرتبة الثانية لنقص التحديث في المعلومات وعدم تعاون الجهات الرسمية لكل منهما بنسبة بلغت 8.4%.
 - المرتبة الثالثة للإخفاء المتعمد للمعلومات بنسبة بلغت 7.6%.
 - المرتبة الرابعة لمحدودية تنوّع المصادر والوقت والجهد بنسبة بلغت 4.6% لكل منهما.
 - المرتبة الأخيرة لتكاليف الحصول على المعلومات بنسبة بلغت 3.1%.
- في المقابل، جاءت فئة (من 11 إلى 15 سنة) بنسب قريبة من الفئة الأعلى، مما يعكس إدراكًا متزايدًا لتلك الصعوبات مع تقدّم سنوات الخبرة.
- وبعدها تأتي الفئات ذات الخبرة المحدودة، وهي (أقل من سنة)، (من 2 إلى 5 سنوات)، و(من 6 إلى 10 سنوات)، فقد سجّلت مجتمعة نسبة 18.3% فقط من التكرارات. وقد كانت نسب مشاركتها في كل نوع من الصعوبات منخفضة، حيث لم تتجاوز نسبتها 2.3% في أي صعوبة، باستثناء صعوبة (الوقت والجهد) التي بلغت 2.3% لدى فئة (من 2 إلى 5 سنوات).

كحوصلة لنتائج الجدول أعلاه، يتضح أن ارتفاع عدد سنوات الخبرة المهنية يرتبط بازدياد وعي الصحفيين بالصعوبات المرتبطة باستخدام المصادر التقليدية، وذلك من منظور رؤساء التحرير الذين شملتهم الدراسة فحسب آرائهم، كلما طالت مدة الممارسة، زادت وتيرة الإبلاغ عن مشكلات مثل تأخر الحصول على المعلومات، ونقص التحديث، والإخفاء المتعمد. ويبدو أن تراكم التجربة وسعة المهام الميدانية يساهمان في كشف أوجه القصور التي قد لا تظهر بوضوح لدى الصحفيين الأقل خبرة. ويؤكد هذا الواقع أهمية تطوير برامج دعم تقنية وتنظيمية مخصصة لتلبية متطلبات الصحفيين ذوي الخبرة الطويلة، مع ضمان توفير فرص التكوين والتأهيل للفئات الناشئة في المهنة.

الجدول رقم (32): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وطبيعة الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في الوصول إلى المصادر التقليدية

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
30	6	9	15	التكرار	تأخير الحصول على المعلومات (صعوبة الوصول إلى المعلومات الفورية)	
22.9%	4.6%	6.9%	11.5%	النسبة %		
18	2	5	11	التكرار	نقص التحديث في المعلومات (غير ملائمة للأحداث الجارية)	
13.7%	1.5%	3.8%	8.4%	النسبة %		
8	2	1	5	التكرار	تكاليف جمع المعلومات (كشراء تقارير مطبوعة أو الوصول إلى أرشيفات معينة)	
6.1%	1.5%	0.8%	3.8%	النسبة %		
26	6	8	12	التكرار	الاخفاء المتعمد للمعلومات	
19.8%	4.6%	6.1%	9.2%	النسبة %		
20	3	6	11	التكرار	عدم تعاون الجهات الرسمية	
15.3%	2.3%	4.6%	8.4%	النسبة %		
16	4	5	7	التكرار	محدودية التنوع	
12.2%	3.1%	3.8%	5.3%	النسبة %		
13	1	6	6	التكرار	الوقت والجهد	
9.9%	0.8%	4.6%	4.6%	النسبة %		
131	24	40	67	التكرار	المجموع	
100%	18.3%	30.5%	51.1%	النسبة %		

يتبين من خلال قراءة احصائيات الجدول أعلاه بوجود ارتباط بين المستوى التعليمي لأفراد العينة المبحوثة وشدة إدراكهم لصعوبات الوصول إلى المصادر التقليدية؛ إذ تتناقص نسب الإبلاغ عن كل عقبة مع ارتفاع مستوى التحصيل. ففيما سجل حاملو شهادة الليسانس أعلى نسبة لإشكالية (تأخير الحصول على المعلومات بنسبة قدرت بـ 11.5%)، تراجعت هذه النسبة إلى 6.9% لحاملي شهادة الماستر وإلى نسبة 4.6% عند حاملي الدراسات العليا. وبالمثل، انخفضت نسبة صعوبة (الإخفاء المتعمد للمعلومات) من 9.2% للباحثين على شهادة الليسانس إلى 6.1% عند الماستر ثم إلى 4.6% للباحثين على الدراسات العليا. ظهرت نسب (نقص التحديث) بمعدلات 8.4% و 3.8% و 1.5% على التوالي.

كذلك لاحظنا تفاوتات مماثلة في (عدم تعاون الجهات الرسمية) 8.4% ليسانس، 4.6% ماجستير، 2.3 دراسات عليا)، وصعوبة (محدودية التنوع) بنسبة بلغت 5.3% لحاملي شهادة الليسانس، ثلثها نسبة 3.8% لحاملي شهادة الماجستير، ثم نسبة 3.1% لحاملي شهادة الدراسات العليا.

أما فيما يخص صعوبة التكاليف فقد سجلنا أعلى نسبة عند حاملي شهادة الليسانس بنسبة قدرت بـ 3.8%، يليها حملة شهادة الماجستير بنسبة قدرت بـ 0.8%، ثم نسبة 1.5% لحاملي شهادة الدراسات العليا.

فيما سجلت صعوبة الوقت والجهد نسبة 4.6% لكل من الليسانس والماجستير مقابل 0.8% للدراسات العليا. بناءً على هذه المعطيات، نستنتج بأن متغير المستوى التعليمي يلعب دوراً بارزاً في تشكيل مدى وعي رؤساء التحرير بالتحديات اليومية المرتبطة بالمصادر التقليدية، فكلما ارتفع مستوى التعليم، تعمقت لديهم القدرة المنهجية على استباق العقبات قبل مواجهتها. ومن ثمة، يستحسن توجيه البرامج التدريبية إلى حاملي الليسانس والماجستير لتعزيز مهاراتهم البحثية والميدانية، وذلك عن طريق:

1. إقامة شراكات مؤسسية تتيح وصولاً أسرع وأوسع إلى قواعد الأرشيف المطبوعة والموارد الحكومية.
2. تفعيل مراكز دعم بحثي مزودة بأدوات وتقنيات تحقق إلكتروني تساهم في تسريع الحصول على المعلومات والتحقق من مصداقيتها.
3. تعميق المناهج العملية في الدورات التدريبية لتشمل أساليب التنقيب الرقمي والمنهجي، بما يوازن بين السرعة والدقة في جمع الأخبار والمعلومات.

نستنتج مما سبق بوجود تأثير كبير وملحوس للمستوى التعليمي والخبرة المهنية في تشكيل وعي رؤساء التحرير بصعوبات الوصول إلى المصادر التقليدية. فقد برز المستوى التعليمي كعامل حاسم يعزز من قدرة الفئات الأكثر تعليماً على التفاعل المسبق مع هذه الصعوبات وتقليص أثرها على الممارسة اليومية، بينما كشفت الخبرة المهنية الطويلة عن ارتباط وثيق بتزايد إدراك أوجه القصور المرتبطة بهذه المصادر. في المقابل، لم يظهر متغير السن تأثيراً مستقلاً يذكر، مما يؤكد الاتجاه الذي يرى أولوية المحددات التعليمية والمهنية على المحددات الديموغرافية في تفسير هذا النوع من التحديات المهنية.

الجدول رقم (33): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وآراء المبحوثين حول ضرورة تحديث أو تطوير المصادر التقليدية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
67	4	9	9	16	29	التكرار	نعم
94.4%	5.6%	12.7%	12.7%	22.5%	40.8%	النسبة %	
4	2	0	0	0	2	التكرار	لا
5.6%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	ع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المتعلق بالسؤال هل تعتقد أن المصادر التقليدية تحتاج الى تحديث أو تطوير؟، أن اجابات رؤساء التحرير تكشف عن تأييد واضح لضرورة تحديث هذه المصادر، حيث بلغت نسبة الموافقة العامة (نعم) 94.4% من إجمالي المستجوبين، مقابل 5.6% فقط أجابوا ب(لا).

وتظهر نتائج الجدول بوضوح أن فئة (أكثر من 16 سنة) تمثل أعلى نسبة دعم لفكرة التحديث، إذ بلغت نسبة موافقها 40.8% من إجمالي أفراد العينة المبحوثة، ما يعكس حساسية هذه الفئة، بحكم تراكم التجربة، إتجاه قصور المصادر التقليدية عن مواكبة متطلبات الممارسة الإعلامية الحديثة.

وقد عززت فئة (من 11 إلى 15 سنة) هذا الاتجاه بنسبة معتبرة بلغت 22.5% من إجمالي المؤيدين لفكرة التطوير، بما يدل على ثقة الفئات الأكثر خبرة في ضرورة مراجعة آليات الوصول إلى المعلومات.

في المقابل سجلت الفئات الأقل خبرة، أي (أقل من سنة) و(من 2 إلى 5 سنوات) و(من 6 إلى 10 سنوات)، نسباً أقل ضمن مجموع المؤيدين، حيث بلغت على التوالي 5.6%، 12.7%، و 12.7%، ورغم أن هذه النسب أقل من نظيراتها لدى الفئات العليا، إلا أنها تُعبر عن انخراط مبكراً في وعي التحديات المرتبطة بالمصادر التقليدية، وتبنيًا عامًا لفكرة التحديث، حتى لدى من لم تتجاوز خبرتهم العقد الأول من العمل الصحفي.

أما المعارضون لفكرة التحديث، وعددهم أربعة فقط بنسبة 5.6%، فينتمون حصرياً إلى فئتي (أقل من سنة) و(أكثر من 16 سنة)، بنسبة متساوية قدرها 2.8% لكل منهما. ويمكن تفسير ذلك، بالنسبة للفئة الأولى، بمحدودية

الاحتكاك العملي بالمصادر التقليدية، في حين قد ترتبط معارضة بعض أصحاب الخبرة الطويلة بالارتباط المهني أو المؤسسي بالممارسات التقليدية الراسخة.

تتفق هذه النتائج مع ما تحث عليه نظرية انتشار المبتكرات، التي تشير إلى أن الأفراد ذوي الخبرة والمعرفة الواسعة يكونون أكثر استعدادًا لتبني التغيير ودفع الابتكار داخل مؤسساتهم. ويتجلى ذلك في الدور القيادي الذي يؤديه رؤساء التحرير في الدعوة إلى مراجعة وتحديث آليات الاعتماد على المصادر التقليدية، استجابةً للتغيرات التي يشهدها المشهد الإعلامي المعاصر.

وعليه، يمكن القول إن سنوات الخبرة المهنية تعد عاملاً مهماً في تشكيل المواقف اتجاه المصادر التقليدية، وهو ما يعكس تطوراً ملحوظاً في وعي المؤسسة الصحفية، هذا التحول تقوده فئات قيادية (رؤساء تحرير) اكتسبت خبرات طويلة وأدركت الحاجة إلى التكيف مع متطلبات البيئة الإعلامية الرقمية. وتؤكد البيانات في هذا السياق وجود إجماع شبه كلي لدى رؤساء التحرير على ضرورة مراجعة آليات الاعتماد على المصادر التقليدية، وتبني استراتيجيات تحديث تتماشى مع متغيرات العصر.

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة تأثير واضحة بين الخبرة المهنية ومواقف أفراد عينة الدراسة اتجاه فعالية المصادر التقليدية، حيث تعد الخبرة الطويلة عاملاً أساسياً لتطوير وعي مؤسسي يدفع نحو مراجعة آليات الاعتماد على هذه المصادر وتبني استراتيجيات تحديثها. في المقابل، لم يظهر المستوى التعليمي كعامل تفريق مهم، مما يعكس أن التجربة المهنية المباشرة تشكل العامل الأكثر تأثيراً في بلورة هذا الموقف المشترك، بما يتجاوز الفروقات الأكاديمية لصالح وعي مهني نابع من التعامل العملي مع تحولات البيئة الإعلامية.

الجدول رقم (34): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وآراء المبحوثين حول ضرورة تحديث أو تطوير المصادر التقليدية

3- المجموع ع	2- المستوى التعليمي			1-		
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس	التكرار	نعم	هل تعتمد أن المصادر التقليدية تحتاج الى تحديث أو تطوير؟ 11
67	7	25	35	التكرار		
94.4%	9.9%	35.2%	49.3%	النسبة %		
4	0	2	2	التكرار	لا	
5.6%	0.0%	2.8%	2.8%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

يوضح الجدول أعلاه، آراء أفراد العينة المبحوثة حول ضرورة تحديث المصادر التقليدية حسب مستواهم التعليمي. تُظهر البيانات ميلاً واضحاً نحو تأييد فكرة التحديث عبر مختلف المستويات التعليمية، مع نسب متفاوتة تعكس خلفياتهم الأكاديمية.

فقد سجلت فئة حملة شهادة الليسانس أعلى نسبة من المؤيدين، بـ 49.3% من مجموع أفراد العينة، ما يدل على اقتناعهم بضرورة تطوير المصادر التقليدية والتي لا تقتصر على المستويات التعليمية العليا فقط، بل تشمل أيضاً أولئك الذين يمثلون القاعدة الواسعة من الإطارات الإعلامية. وهذا يدل على انتشار الوعي بضرورة التغيير حتى بين من لم يتابعوا دراسات تعليمية متقدمة.

أما فئة الماستر، فقد شكّلت نسبة 35.2% من مجموع المؤيدين، وهي نسبة معتبرة أيضاً تعكس ادراكهم بأهمية مراجعة الأساليب التقليدية في الوصول إلى المعلومات، ربما استناداً إلى تكوينهم التعليمي العميق الذي يُمكنهم من تقييم أداء الأدوات المستخدمة في الممارسة الإعلامية.

في حين بلغت نسبة المؤيدين ضمن فئة الدراسات العليا 9.9% وهي نسبة قليلة مقارنة بالفئات الأخرى، لكنها تشير إلى مشاركتها في دعم التوجّه نحو التحديث، ما يعكس امتداد هذا الوعي أيضاً لفئة المستوى التعليمي العالي. أما المعارضة لفكرة التحديث فكانت محدودة، واقتصرت على فئتي الليسانس والماستر، بنسبة 2.8% لكل منهما، في حين لم تُسجّل أي معارضة ضمن فئة الدراسات العليا. وهو ما قد يُفسّر بأن مستوى التكوين الأكاديمي الأعلى يرتبط بمواقف أكثر تقبلاً للتغيير والانفتاح على الممارسات الجديدة، لا سيما في سياق يتطلّب مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة في الحقل الإعلامي.

من خلال استقراءنا للنتائج نجد أن الاختلاف في المستوى التعليمي لم يشكل حاجزا أمام بلورة موقف عام مشترك بين رؤساء التحرير يؤكد ضرورة تحديث المصادر التقليدية. وهو ما يدل على توافر إدراك مهني مشترك يتجاوز الفروقات الأكاديمية، ويستند إلى الخبرة العملية المباشرة مع تحديات الواقع الإعلامي.

الجدول رقم (35): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
45	4	5	5	11	20	التركرار	متوافق
63.4%	5.6%	7.0%	7.0%	15.5%	28.2%	النسبة %	
26	2	4	4	5	11	التركرار	غير متوافق
36.6%	2.8%	5.6%	5.6%	7.0%	15.5%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التركرار	المجموع
100 %	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يعكس هذا الجدول العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية، حيث أظهرت النتائج أن نسبة معتبرة من المبحوثين ترى أن هذه المصادر ما تزال متوافقة مع متطلبات الصحافة، حيث قدرت نسبتها 63.4% من إجمالي أفراد العينة، في مقابل 36.6% اختاروا عكس ذلك. تصدرت فئة (أكثر من 16 سنة) خبرة أعلى نسب التأييد لتوافق المصادر التقليدية بنسبة قدرها 28.2%، تليها فئة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 15.5%، ما يشير إلى أن رؤساء التحرير الأكثر خبرة يميلون إلى رؤية قدر من الاستمرارية أو الفعالية في اعتماد الوسائل التقليدية. كما سجلت فئة (من 2 إلى 5 سنوات) و(من 6 إلى 10 سنوات) نسبة 7% لكل منهما، في حين جاءت فئة (أقل من سنة) بنسبة 5.6%. أما فيما يخص الإجابة بـ (غير متوافق)، فقد شكّلت فئة (أكثر من 16 سنة) خبرة كذلك النسبة الأعلى بـ 15.5%، تليها فئة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 7%، ثم فئة (من 2 إلى 5 سنوات) و(من 6 إلى 10 سنوات) بـ 5.6% لكل منهما، وأخيراً فئة (أقل من سنة) بنسبة 2.8%.

تشير هذه النتائج إلى تباين في المواقف حتى ضمن فئة رؤساء التحرير ذوي الخبرة الطويلة (أكثر من 16 سنة)، حيث يرى بعضهم أن المصادر التقليدية لا تواكب متطلبات العمل الصحفي الحديث، رغم اعتراف أغلبهم بفعاليتها.

ويمكن تفسير هذا التباين بمرونة مواقف القيادات الصحفية، التي تستند إلى خبرة ميدانية واسعة، وتوازن بين المحافظة على ما هو مألوف وبين الحاجة إلى التطوير.

بالتالي، يعكس هذا الجدول حالة من التقدير المشروط للمصادر التقليدية، حيث تميل الأغلبية، وخاصة من ذوي الخبرة الطويلة، إلى الاعتراف بقيمتها، ويعني هذا أن رؤساء التحرير لا يرفضون المصادر التقليدية أو يقللون من أهميتها بل يقدرونها، لكن مع وعي متزايد بالحدود التي تفرضها في ظل التحوّلات الإعلامية المتسارعة.

الجدول رقم (36): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
45	5	16	24	التكرار	متوافق	ما مدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية؟
63.4%	7.0%	22.5%	33.8%	النسبة %		
26	2	11	13	التكرار	غير متوافق	
36.6%	2.8%	15.5%	18.3%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

نلاحظ من خلال هذا التوزيع الإجمالي لأراء رؤساء التحرير بشأن مدى توافق المصادر التقليدية مع متطلبات العمل الصحفي اليومي وفقًا لمستوياتهم التعليمية، وتكشف المعطيات أن أغلب المبحوثين يعتبرون أن هذه المصادر لا تزال تحتفظ بقدر من التوافق مع احتياجات الممارسة الصحفية، حيث بلغت نسبة الذين اختاروا (متوافق) 63.4% من إجمالي أفراد العينة.

وقد جاءت النسبة الأعلى من هذه الفئة لدى المبحوثين الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة قدرها 33.8% يليهم الحاصلون على شهادة الماستر بنسبة 22.5%، ثم أصحاب الدراسات العليا بنسبة 7.0%، تُظهر هذه الأرقام أن فئة الليسانس تمثل النسبة الأكبر ضمن المؤيدين لفكرة توافق المصادر التقليدية مع متطلبات العمل الإعلامي.

أما فيما يخص الرأي القائل (بعدم التوافق)، فقد شكّل نسبة 36.6% من إجمالي أفراد العينة المبحوثة، توزعت هذه النسبة بتركيز أكبر لدى فئة الليسانس بنسبة 18.3%، تليها فئة الماستر بنسبة 15.5%، ثم الدراسات العليا بنسبة 2.8% فقط.

تشير هذه النتائج إلى وجود ميول لدى رؤساء التحرير، بغض النظر عن مستواهم التعليمي، إلى تأكيد درجة معينة من التوافق بين المصادر التقليدية ومتطلبات الصحافة اليومية، غير أن هذا الميل يظل متفاوتاً بحسب المستوى الأكاديمي، إذ يبدو أن المبحوثين من حملة الليسانس الذين يشكّلون الأغلبية العددية في العينة، هم الأكثر إقراراً بتوافق تلك المصادر، وهو ما قد يعكس ارتباطهم العملي المباشر بتجارب يومية تعتمد على هذه الوسائل أو انفتاحاً على التوازن بين التقليدي والحديث.

في المقابل، فإن تزايد نسبة الرافضين لفكرة التوافق بين المصادر التقليدية والعمل الصحفي اليومي بين حاملي الماستر والدراسات العليا، قد يرتبط برؤية نقدية أكثر عمقاً مكتسبة من خلال التكوين العلمي المتقدم، والذي يُمكن أن يعزز من وعيهم بالحدود التي تفرضها هذه المصادر في بيئة إعلامية معقدة ومتسارعة التطور.

بالتالي، يُبرز هذا الجدول اختلافاً في تقدير فعالية المصادر التقليدية تبعاً لمستوى التكوين الأكاديمي، مع تأكيد أن التحصيل العلمي يلعب دوراً مهماً في تشكيل الموقف النقدي من أدوات العمل الصحفي التقليدية، دون أن يُلغى في الوقت ذاته الاعتراف بقيمتها ضمن المنظومة المهنية القائمة.

أظهرت المعطيات الإحصائية أعلاه وجود علاقة تأثير كبيرة بين متغير الخبرة المهنية والمستوى التعليمي في تشكيل مواقف أفراد عينة الدراسة اتجاه المصادر التقليدية، حيث تزداد تقدير المصادر التقليدية لدى ذوي الخبرة الطويلة بالرغم من وعيهم بالقيود المصاحبة لها. في الوقت نفسه، يؤدي المستوى التعليمي الأعلى إلى تبني موقف نقدي أكثر تفحصاً لأدوات العمل الصحفي التقليدية، ما يعكس تأثيراً متبادلاً بين المتغيرين يوازن بين الحفاظ على أهمية المصادر التقليدية والتكيف مع التحولات الإعلامية الحديثة.

الجدول رقم (37): يوضح العلاقة بين متغير السن وضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
63	9	15	18	21	التكرار	نعم
88.7%	12.7%	21.1%	25.4%	29.6%	النسبة %	
8	4	1	3	0	التكرار	لا
11.3%	5.6%	1.4%	4.2%	0.0%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

بالاعتماد على الجدول رقم (37)، الذي يبيّن آراء المبحوثين حول ضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل حسب متغير السن، يُلاحظ أن غالبية أفراد العينة عبروا عن موافقتهم على تطوير الوصول إلى المصادر بنسبة قدرت بـ 88.7%، في حين أن ما نسبته 11.3% أجابوا بـ "لا". وقد توزّعت نسب الموافقة بشكل متفاوت بين الفئات العمرية.

سجّلت الفئة العمرية (أكثر من 46 سنة) أعلى نسبة موافقة 29.6%، تليها فئة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 25.4%، ثم فئة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة 21.1%، وأخيراً فئة (أقل من 25 سنة) بنسبة 12.7%. تشير النتائج المتحصل عليها إلى أن دعم فكرة التطوير تمتد عبر مختلف الفئات العمرية، مع تزايد ملحوظ لدى الفئات الأكبر سناً.

أما فيما يخص المبحوثين الذين لم يروا ضرورة للتطوير، فقد جاءت أعلى نسبة رفض ضمن الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) 5.6%، تليها فئة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 4.2%، ثم فئة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة 1.4%، في حين لم تسجل أي حالات رفض في فئة (أكثر من 46 سنة).

تعكس هذه النتائج حسب متغير السن، مع ملاحظة أن جميع الفئات العمرية تتضمن تأييداً واضحاً للتحديث، ما يبرز وجود توجه عام من قبل أفراد العينة المبحوثة نحو تطوير آليات التعامل مع المصادر التقليدية، دون أن يُسجل تباين كبير أو استثناء جوهري في موقف فئة عمرية محددة. وتشير هذه المعطيات إلى أن متغير السن لا يؤثر بشكل حاسم في تشكيل المواقف اتجاه مسألة التحديث، إذ تُظهر مختلف الفئات العمرية درجة عالية من التقارب في الرؤية،

ما يدعم الطرح القائل بأن الحاجة إلى تطوير المصادر التقليدية تُعدّ قضية مشتركة تتجاوز الفوارق العمرية داخل البيئة الصحفية.

الجدول رقم (38): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	2-5 سنوات	6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
63	2	8	9	15	29	التكرار	نعم
88.7%	2.8%	11.3%	12.7%	21.1%	40.8%	النسبة %	
8	4	1	0	1	2	التكرار	لا
11.3%	5.6%	1.4%	0.0%	1.4%	2.8%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

من خلال الجدول الخاص بتوزيع إجابات رؤساء التحرير حول ضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل حسب متغير الخبرة المهنية، يتضح أن الفئة ذات الخبرة المهنية (أكثر من 16 سنة) سجّلت النسبة الأعلى من التأييد، بنسبة قدرت بـ 40.8% من إجمالي أفراد العينة المبحوثة، تلتها فئة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 21.1% في المرتبة الثانية، ثم فئة (من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 12.7% في المرتبة الثالثة، و(من 2 إلى 5 سنوات) في المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ 11.3%، في حين سجّلت الفئة (أقل من سنة) أدنى نسبة تأييد بـ 2.8% فقط.

في المقابل، تبين أن الاعتراض على فكرة التحديث كان محدوداً للغاية، حيث لم تتجاوز نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ (لا) نسبة 11.3% توزّعت بشكل متفاوت على الفئات ذات الخبرة (الأقل والأعلى) سنا حيث جاءت أعلى نسبة رفض لدى الفئة العمرية (أقل من سنة) بـ 5.6%، في حين لم تسجّل فئة (من 6 إلى 10 سنوات) أي حالة رفض، ما يعكس تقبلاً شبه كلي لفكرة التطوير ضمن هذه الفئة.

يمكن تفسير هذه النتائج بكون الخبرة المهنية الطويلة تتيح فهماً أعمق لنقاط القوة والضعف في أنظمة الوصول إلى المعلومات، مما يجعل الفئات الأكثر خبرة أكثر ميلاً إلى تبني مقترحات التحديث. في الوقت ذاته، يُظهر مشاركة

الفئات ذات الخبرة المتوسطة والناشئة ولو بنسب متفاوتة، في هذا الرأي، دلالة على وجود وعي مشترك يتقاطع بين أجيال مهنية مختلفة حول محدودية الأدوات التقليدية في مواجهة متطلبات العمل الصحفي المعاصر. وعليه، توضح المعطيات أن متغير الخبرة المهنية يؤثر بشكل ملحوظ في تشكيل مواقف رؤساء التحرير تجاه تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية، إذ ترتبط درجة التأيد إيجابيا مع عدد سنوات الخبرة، ما يعكس نضجا مهنيا وتقديرا عمليا للحاجة إلى التغيير.

الجدول رقم (39): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
63	5	24	34	التكرار	نعم	هل ترى أنه هناك ضرورة لتطوير آليات الوصول الى المصادر التقليدية في المستقبل؟
88.7%	7.0%	33.8%	47.9%	النسبة %		
8	2	3	3	التكرار	لا	
11.3%	2.8%	4.2%	4.2%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

يعكس جدول رقم (39) العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ووجهات نظر المبحوثين بشأن ضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل، وتُظهر النتائج أن نسبة التأيد لتحديث هذه الآليات كانت مرتفعة، إذ قدرت بـ 88.7% من إجمالي أفراد العينة، مقابل 11.3% فقط ممن لم يروا ضرورة لذلك. توزعت نسب التأيد وفق المستوى التعليمي كما يلي:

- سجّل حاملو شهادة الليسانس أعلى نسبة تأييد بـ 47.9%.
- يليهم حاملو شهادة الماستر بنسبة 33.8%.
- ثم ذوي الدراسات العليا بنسبة أقل قدرت بـ 7%.

أما الذين عبّروا عن عدم الحاجة إلى التطوير، فقد توزعت آراؤهم بشكل متقارب بين حاملي شهادة الليسانس والماستر بنسبة 4.2% لكل منهما، بينما بلغت النسبة لدى حاملي شهادة الدراسات العليا بـ 2.8%.

تدل هذه المعطيات على أن الدافع نحو تحديث أدوات الوصول إلى المصادر التقليدية يحظى بإجماع واسع عبر مختلف المستويات التعليمية، مع تسجيل ميل أقوى نحو التطوير لدى أصحاب الشهادات الليسانس، ما قد يعكس انخراطهم اليومي الأكبر في المهام الصحفية اليومية المباشرة مقارنة بحملة الشهادات العليا الذين غالباً ما يشغلون مواقع إدارية أو إشرافية داخل المؤسسات الإعلامية.

وبذلك، يمكن الاستنتاج أن متغير المستوى التعليمي لا يُعد عاملاً حاسماً في التمييز بين المواقف، نظراً للتقارب النسبي في نسب التأييد، مما يعكس توجهاً عاماً مشتركاً بين مختلف الفئات التعليمية نحو تحديث أنماط التعامل مع المصادر التقليدية بما ينسجم مع تطورات البيئة الإعلامية الحديثة.

المحور الثاني: مصادر المعلومات الرقمية

1- طبيعة استخدام مصادر المعلومات الرقمية في الصحف اليومية الجزائرية

الجدول رقم (40): يمثل اعتماد المبحوثين على الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية

النسبة %	التكرار	الانترنت كمصدر للمعلومة
63.4	45	دائما
35.2	25	أحيانا
1.4	1	نادرا
100	71	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (40) الى أن أغلبية عينة الدراسة تستخدم الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومة الصحفية، وشكلت هذه الأغلبية ما نسبته 63.4%، في حين أن 35.2% من المبحوثين لا يستخدمون الانترنت في جمع معلوماتهم. أما ما نسبته 1.4% فيستخدمونه نادرا. ويمكن تفسير ذلك بالمزايا التي توفرها شبكة الانترنت من توفير الوصول الى مجموعة هائلة من المعلومات بشكل فوري، مما يساعد الصحفيين على متابعة الأحداث لحظة بلحظة في أكثر من موقع (المواقع الإخبارية ووسائل التواصل الاجتماعي) دون الحاجة إلى التواجد في مكان الحدث لتغطيته للإحاطة بكل تبعات وخلفيات الحدث.

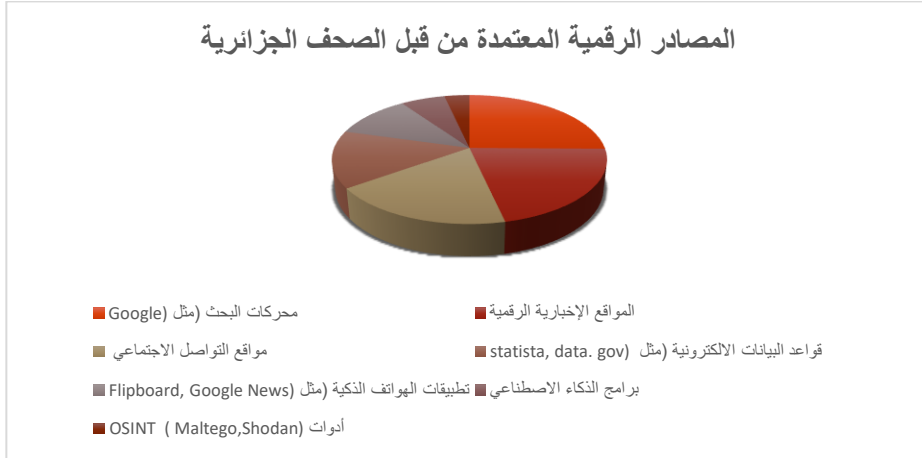


الجدول رقم (41): يمثل المصادر الرقمية المعتمدة من قبل صحفيي الجريدة المبحوثة في جمع المعلومات الصحفية

النسبة %	التكرار	المصادر الرقمية المعتمدة من قبل الجريدة
25.2	65	محركات البحث (مثل Google)
21.3	55	المواقع الإخبارية الرقمية
18.6	48	مواقع التواصل الاجتماعي
14.3	37	قواعد البيانات الالكترونية (مثل statista, data. gov)
10.9	28	تطبيقات الهواتف الذكية (مثل Mojo, Google News)
6.2	16	برامج الذكاء الاصطناعي
3.5	9	أدوات OSINT (Maltego, Shodan)
100	258	المجموع

يوضح الجدول رقم (41) ترتيب المصادر الرقمية المعتمدة من قبل الصحف الجزائرية، حيث تحتل محركات البحث (مثل Google) الصدارة بنسبة 25.2%، تليها المواقع الإخبارية الرقمية في المرتبة الثانية بنسبة قدرها 21.3%، أما فيما يخص مواقع التواصل الاجتماعي فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 18.6%، بعدها قواعد البيانات الالكترونية (مثل statista, data. gov) في المرتبة الرابعة بنسبة قدرت 14.3%، لتأتي تطبيقات الهواتف الذكية (مثل Mojo, Google News) في المرتبة الخامسة بنسبة 10.9%، بينما تحتل برامج الذكاء الاصطناعي المرتبة السادسة بنسبة بلغت 6.2%، وأخيرا تأتي أدوات OSINT (Maltego, Shodan) في المرتبة السابعة بنسبة قدرت 3.5%.

نستنتج من خلال النتائج المعروضة في الجدول أن الصحافة الجزائرية تعتمد على مجموعة متنوعة من المصادر الرقمية في ممارستها المهنية، مستفيدة من تعددها وسهولة الوصول إليها. ما يشير الى تحول الاعلام نحو البيئة الرقمية ما يبرز أهمية سماتها وخصائصها الرقمية.



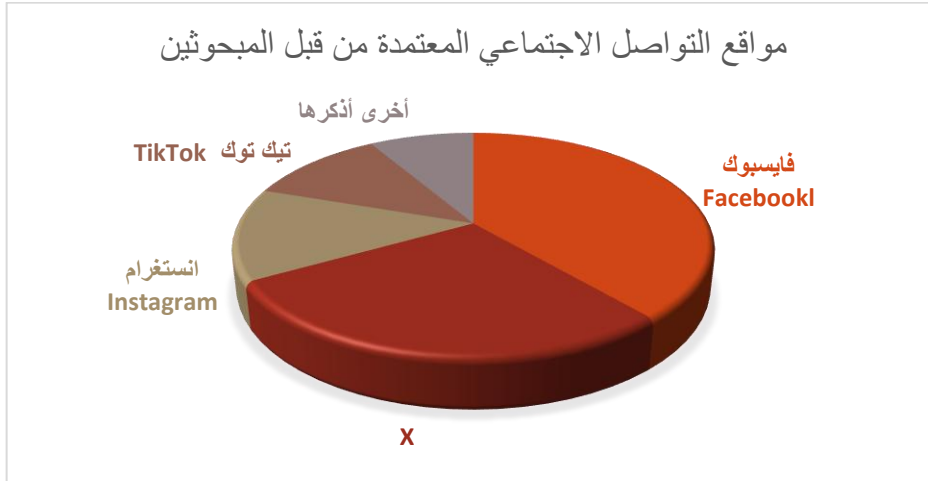
الجدول رقم (42): يمثل مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر اعتمادًا من قبل الجريدة المبحوثة

النسبة %	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي
38.7	55	فايسبوك Facebook
28.2	40	X
13.4	19	انستغرام Instagram
11.3	16	تيك توك TikTok
8.5	12	أخرى أذكرها
100	71	المجموع

يوضح الجدول رقم (42)، أن شبكة فيسبوك هي الشبكة رقم واحد من حيث الاستعمال مقارنة بالشبكات الاجتماعية الأخرى، حيث بلغت نسبة استعماله 38.7% وهو ليس بالأمر الغريب إذا علمنا أنها الشبكة الاجتماعية الأولى في العالم من حيث عدد مستخدميها (3.07 مليار مستخدم)¹. وبالنظر للجدول أعلاه نلاحظ مدى تفاوت المبحوثين في استخدامهم لهذه الشبكات الاجتماعية، حيث جاءت شبكة X (تويتر سابقا) في المرتبة الثانية بنسبة مقدارها 28.2%، تليها شبكة انستغرام في المرتبة الثالثة بنسبة مقدارها 13.4%، ثم شبكة تيك توك في المرتبة الرابعة بنسبة مقدارها 11.3%، أما الفئة المصنفة ضمن "أخرى" والتي تضم كل من "لينكدإن، يوتوب وسناب شات" فقد مثلت نسبة 8.5%، تشير هذه النتائج إلى التحولات التي شهدها المشهد الإعلامي الجزائري، حيث يعتمد الصحفيون بشكل أساسي على فيسبوك و X كمصدرين رئيسيين لجمع المعلومات والتفاعل

¹ - emandsage : Facebook Users Statistics (2025), date de consultation le 3/19/2025, à 21h45, sur le lien <https://www.demandsage.com/facebook-statistics/>

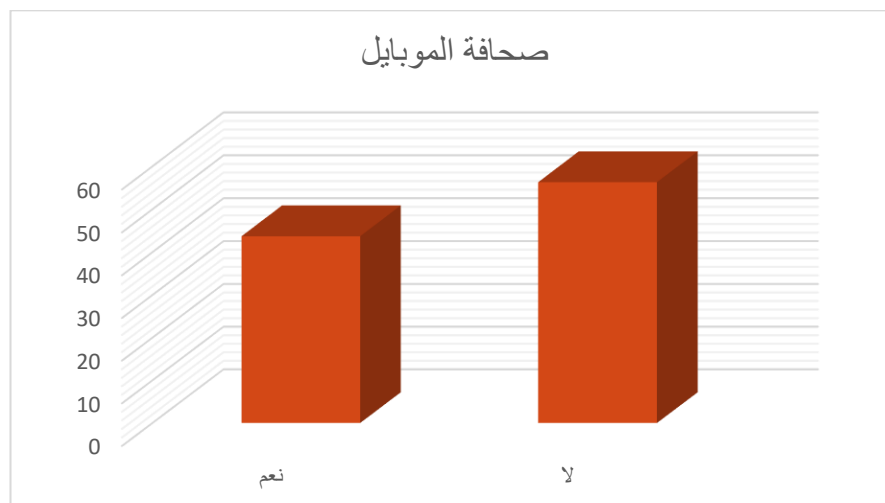
مع الأخبار، لما يوفره من محتوى آني وسريع،. كما يبرز تزايد الاعتماد على المنصات البصرية مثل إنستغرام وتيك توك، وهو ما يعكس تزايد أهمية المحتوى المرئي في إيصال الأخبار للجمهور. كما يشير الاعتماد على منصات أخرى إلى تنوع استراتيجيات جمع المعلومات وفقًا لطبيعة الأخبار والجمهور المستهدف.



الجدول رقم (43): يمثل مدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في إنجاز عملهم الصحفي

النسبة %	التكرار	صحافة الموبايل
43.7	31	نعم
56.3	40	لا
100	71	المجموع

من خلال معطيات هذا الجدول يظهر جليا أن ما يقارب نصف الصحفيين حسب آراء رؤساء التحرير يستخدمون الهاتف المحمول كأداة إنتاج إعلامي بنسبة قدرت بـ **43.7%**، سواء في التصوير، التحرير، أو النشر، وذلك لطابع التقنية العالية، السرعة والمرونة التي يتميز بها إضافة الى اختزاله لعدة وسائل يأخذها الصحفي معه لميدان التغطية في تكنولوجيا محمولة واحدة، في المقابل، أجاب ما نسبته **56.3%** من الصحفيين أنهم **لا يعتمدون عليها**، وهذا راجع إلى ضعف التكوين التقني في هذا المجال، أو إلى تفضيل الطرق التقليدية في ممارسة العمل الصحفي خوفاً من الوقوع في أخطاء مهنية أو الاعتماد على معلومات غير دقيقة.



الجدول رقم (44): يمثل مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في جمع المعلومات الصحفية

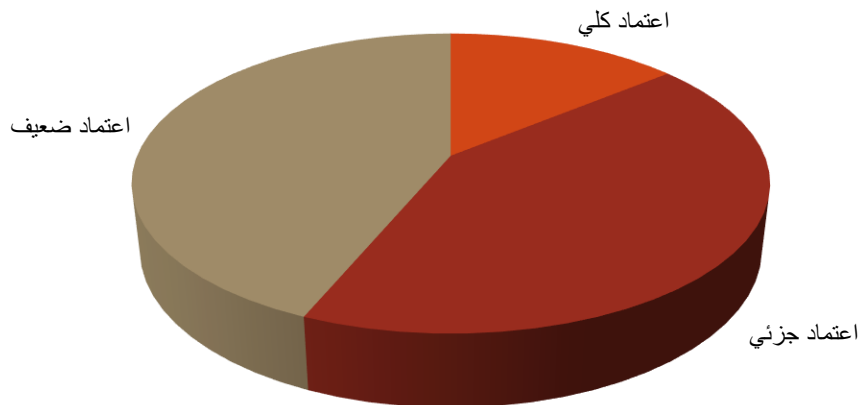
النسبة %	التكرار	مستوى اعتماد صحافة الموبايل
14.1	10	اعتماد كلي
42.3	30	اعتماد جزئي
43.7	31	اعتماد ضعيف
100	71	المجموع

نلاحظ من خلال النتائج المعروضة في الجدول أعلاه مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل في جمع المعلومات، نجد:

- مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل اعتماد كلي بلغت 14.1%.
- مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل اعتماد جزئي بلغت 42.3%.
- مستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل اعتماد ضعيف بلغت 43.7%.

يمكن تفسير ذلك على أن أغلبية المبحوثين لا يزال استخدامهم لصحافة الموبايل محدودا، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة تتراوح بين (ضعيف وجزئي) بنسبة اجمالية قدرها 86% وهي نسبة معتبرة نسبيا مقارنة بـ الاعتماد الكلي بنسبة منخفضة. يعكس هذا التوزيع أن صحافة الموبايل لم تأخذ مكانها بعد في المشهد الإعلامي الجزائري كمصدر للمعلومة الصحفية، بل يقتصر عملها كوسيلة تكنولوجية للتصوير والتسجيل فقط.

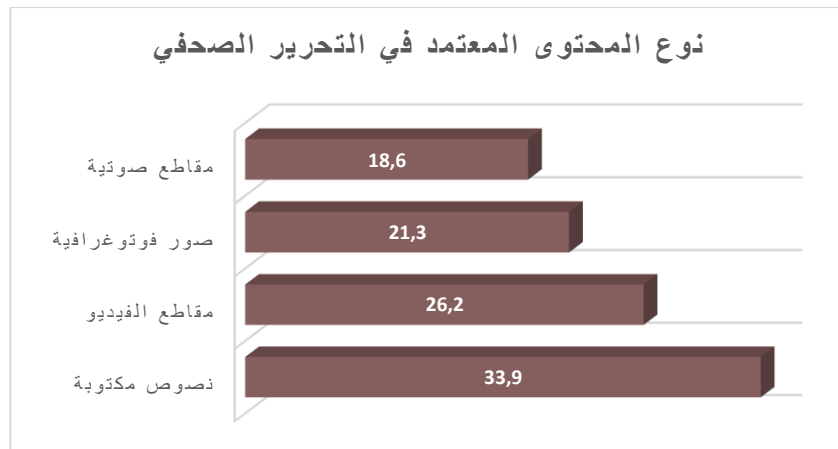
مستوى اعتماد صحافة الموبايل من قبل المبحوثين



الجدول رقم (45): يمثل نوع المحتوى المعتمد من قبل المبحوثين في التحرير الصحفي

النسبة %	التكرار	نوع المحتوى المعتمد في التحرير
33.9	62	نصوص مكتوبة
26.2	48	مقاطع الفيديو
21.3	39	صور فوتوغرافية
18.6	34	مقاطع صوتية
100	183	المجموع

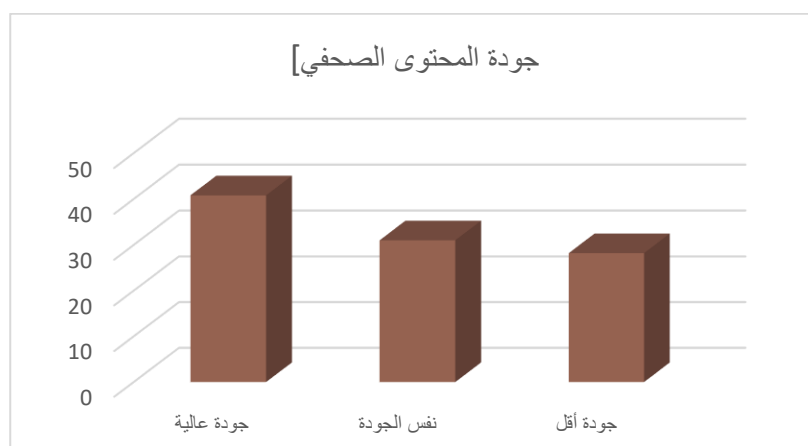
بالنسبة لنوع المحتوى الرقمي المعتمد من قبل رؤساء تحرير الصحف اليومية الجزائرية، تكشف بيانات الجدول أعلاه عن تفاوت واضح في اختيارات المبحوثين، حيث تصدرت **النصوص المكتوبة** الصدارة بنسبة قدرها **33.9%**، وهو ما يتماشى مع طبيعة العمل الصحفي للصحف الجزائرية الذي يعتمد بدرجة كبيرة على المحتوى المكتوب لتحليل الأحداث وبناء الأخبار، تليها **مقاطع الفيديو** بنسبة **26.2%**، وبعدها **محتوى الصور الفوتوغرافية** بنسبة قدرها **21.3%**، وهذا مؤشر بوعي أفراد العينة المبحوثة بالتحول الرقمي الذي تشهده الساحة الإعلامية اليوم وبمتطلبات الجمهور المعاصر الذي يفضل التفاعل مع محتوى متعدد الوسائط لدعم المضمون الصحفي، فيما يتصدر محتوى **المقاطع الصوتية** ذيل الترتيب بنسبة قدرها **18.6%**. ومن هنا نستنتج أن أغلب أفراد العينة المبحوثة لا يستخدمون صحافة الموبايل كمصدر للمعلومة حسب الجداول السابقة رقم 42 و 43، في حين يبين الجدول أعلاه عكس ذلك، حيث أظهرت نتائج هذا الجدول أنهم يعتمدون على تطبيقات صحافة الموبايل من تسجيل فيديوهات والتقاط الصور في تغطياتهم الصحفية.



الجدول رقم (46): يمثل تقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى

جودة المحتوى الصحفي	التكرار	النسبة %
جودة عالية	29	40.8
نفس الجودة	22	31.0
جودة أقل	20	28.2
المجموع	71	100

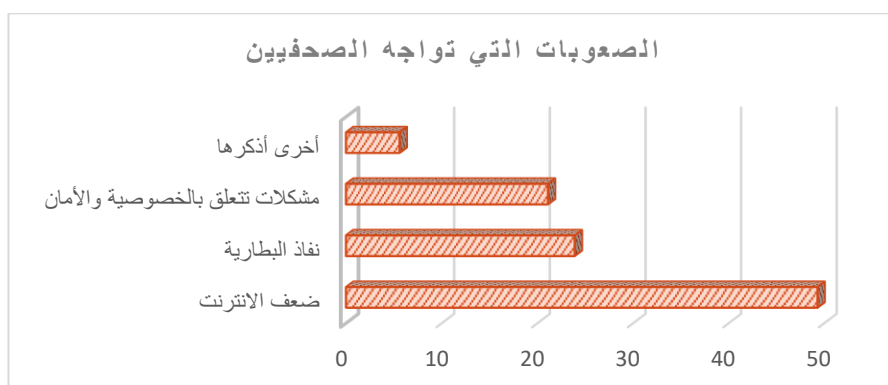
يمثل الجدول أعلاه ترتيب جودة المحتوى الإعلامي الذي ينتجه الصحفيين باستخدام الهاتف الذكي، حيث يرى ما نسبته 40% من المبحوثين أن المحتوى الذي ينتجونه الصحفيين عبر الهاتف يتميز **بجودة عالية**، نظرا للثقة العالية التي يوليها الصحفيون في القدرات التقنية للهاتف الذكي في إنتاج مواد صحفية احترافية خصوصا في ظل التطورات التكنولوجية الكبيرة في كاميرات الهواتف وتطبيقات التحرير والنشر، بينما اعتبر 31% من المبحوثين أن **الجودة تبقى مماثلة لما ينتج عبر الوسائل الأخرى**، فيما يرى 28.2% من المبحوثين أنها تتميز **بجودة أقل**، ومنه نستنتج أن الاستخدام المهني للهاتف الذكي كوسيلة تكنولوجية في إنتاج المحتوى الصحفي بات يحظى بمكانة معتبرة لدى عدد من رؤساء التحرير، ما يعكس وعيًا متزايدًا بإمكانات هذه التقنية في بيئة العمل الإعلامي. ومع ذلك، فإن تباين التقييمات المسجلة بشأن جودة المحتوى المنتج يشير إلى أن اعتماد صحافة الموبايل لا يزال متفاوتًا بين الفاعلين، مما يُبرز الحاجة إلى مزيد من التكوين والتأهيل في مجال استخدام الهواتف الذكية والتطبيقات المرتبطة بها. كما قد يفسر هذا التفاوت إلى اختلاف مستويات المهارات الرقمية، مما يؤكد ضرورة دعم الممارسات التقنية الحديثة في غرف التحرير بشكل أوسع.



الجدول رقم (47): يمثل الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الهاتف الذكي في إنجاز عملهم الصحفي

النسبة %	التكرار	الصعوبات التي تواجه الصحفيين
49.3	35	ضعف الانترنت
23.9	17	نفاذ البطارية
21.1	15	مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان
5.6	4	أخرى أذكرها
100	71	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الاحصائي رقم (47) أنه من أبرز الصعوبات التي قد تواجه الصحفيين أثناء استخدامهم للهاتف الذكي في إنجاز عملهم الصحفي حسب آراء المبحوثين، نجد على رأسها **ضعف شبكة الانترنت** بنسبة قدرها **49.3%** ويعد من أبرز العوائق التي تواجه الصحفيين في إنجاز مهامهم وأعمالهم الصحفية التي تتطلب السرعة في الوصول الى المصادر الصحفية ونشر المحتوى في الوقت الفعلي. أما العائق الثاني فيتمثل في **نفاذ البطارية** بنسبة قدرها **23.9%**، ما قد يؤثر بشكل مباشر على استمرارية التغطيات الميدانية، خاصة في غياب حلول تقنية أخرى، أما آخر صعوبة يمكن أن تواجه الصحفيين أثناء استخدامهم للهاتف اختارها المبحوثين تتمثل في **مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان** بنسبة قدرها **21.1%**، ورفضها من قبلهم خوفا منهم الوقوع في المخاطر الرقمية المتعلقة بحماية البيانات والمحتوى الصحفي المخزن على الهواتف وبالتالي الوقوع في مشكلات قانونية.



الجدول رقم (48): يمثل آراء المبحوثين حول مدى مساهمة المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية

النسبة %	التكرار	تحسين جودة المعلومات الصحفية
49.3	35	نعم
49.3	35	الى حد ما
1.4	1	لا
100	71	المجموع

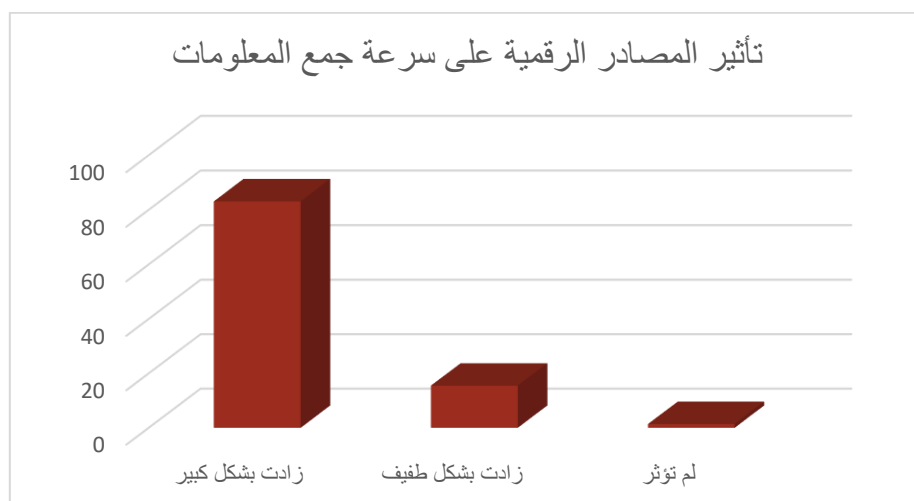


من خلال مراجعة بيانات الجدول والرسم البياني رقم (48)، نجد أن 49.3% من أفراد العينة المبحوثة يرون في المصادر الرقمية أنها تساهم في تحسين جودة المعلومات الصحفية، بينما يرى 49.3% آخرون أن هذا التحسين يتحقق الى حد ما فقط، في حين أشار ما نسبته 1.4% من أفراد العينة المبحوثة عن عدم مساهمة هذه المصادر في تحسين أي جودة للمحتوى الصحفي.

الجدول رقم (49): يمثل توزيع آراء الباحثين حول تأثير المصادر الرقمية على سرعة عملية جمع المعلومات الصحفية

النسبة %	التكرار	تأثير المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات
83.1	59	زادت بشكل كبير
15.5	11	زادت بشكل طفيف
1.4	1	لم تؤثر
100	71	المجموع

توضح بيانات الجدول أعلاه إلى أن أغلبية الباحثين يرون أن استخدام المصادر الرقمية أدى إلى زيادة كبيرة في سرعة جمع المعلومات الصحفية، حيث أفاد ما نسبته 83.1% من أفراد العينة المبحوثة بأن هذه السرعة زادت بشكل كبير، فيما يرى 15.5% من الباحثين بأن السرعة زادت بشكل طفيف، بينما يرى ما نسبته 1.4% من أفراد العينة المبحوثة بأن المصادر الرقمية لم تؤثر إطلاقاً على سرعة جمع المعلومات، ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن المصادر الرقمية أحدثت تحولات جذرية في آليات العمل الصحفي، وذلك بفضل كثرة المعلومات وسهولة الوصول إليها عبر شبكة الإنترنت ما ساهم بشكل كبير في تسريع وتيرة الإنتاج الإعلامي، وقلص من عناء التنقل وجهد البحث عن المعلومات التي قد تخفيها بعض الجهات المعنية.

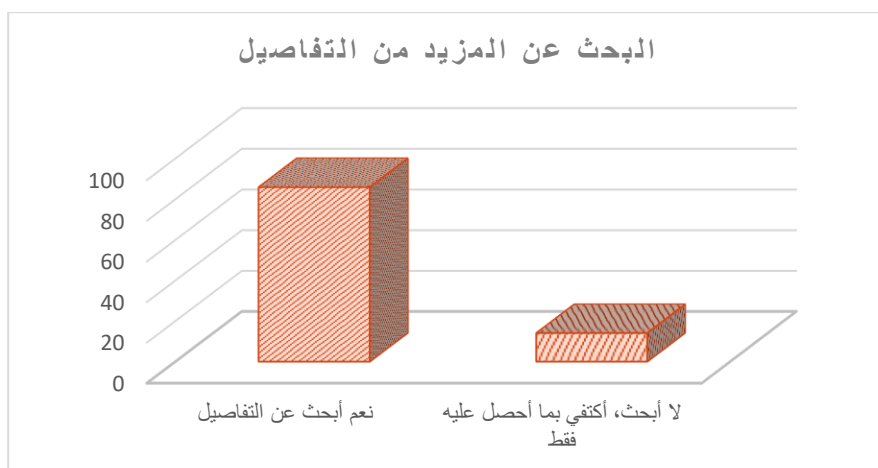


الجدول رقم (50): يمثل اتجاهات المبحوثين بشأن البحث عن تفاصيل إضافية (تقارير، بيانات، إحصائيات) عبر المصادر الرقمية

النسبة %	التكرار	البحث عن المزيد من التفاصيل
85.9	61	نعم أبحث عن التفاصيل
14.1	10	لا أبحث، أكتفي بما أحصل عليه فقط
100	71	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (50) إلى أن ما نسبته 85.9% من أفراد عينة الدراسة يبحثون عن المزيد من التفاصيل حول موضوع البحث (تقارير، بيانات، إحصائيات) عبر المصادر الرقمية، وتشكل هذه النسبة رأي الأغلبية الساحقة من أفراد العينة المبحوثة، أما الذين أجابوا بلا أبحث، أكتفي بما أحصل عليه فقط، والذين يرون أن المصادر الرقمية لا تضيف شيء ولا تؤثر على طبيعة عملهم التقليدي، وبلغت نسبتهم 14.1%.

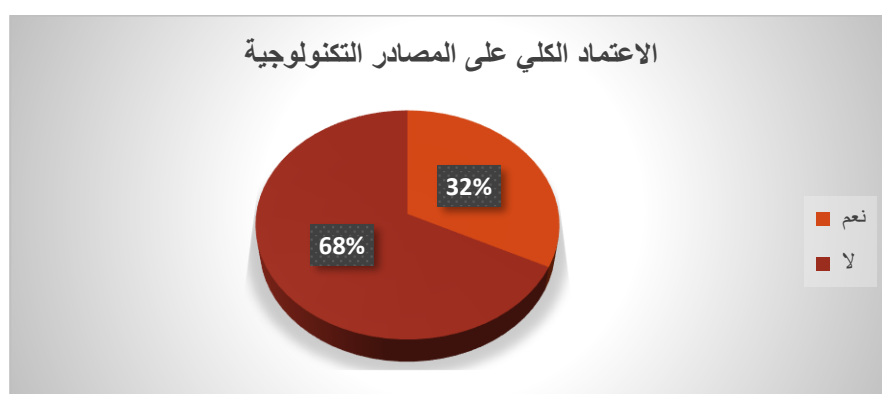
من خلال هذه الأرقام والمعطيات نستنتج أن الأغلبية الساحقة من رؤساء التحرير الجزائريين يعتبرون المصادر الرقمية كمصدر أساسي أيضا للحصول على المعلومات والأخبار أو تفاصيل أكثر حول أخبار معينة في ظل التطورات التكنولوجية الجديدة لعصرنا اليوم.



الجدول رقم (51): يمثل رأي رؤساء التحرير في مدى إمكانية الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات الصحفية

النسبة %	التكرار	الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية
32.4	23	نعم
67.6	48	لا
100	71	المجموع

يكشف الجدول أعلاه إلى أن 32.4% من المبحوثين صرحوا بأنهم يعتمدون كلياً على المصادر التكنولوجية في جمعهم للأخبار والمعلومات الصحفية، في حين صرح 67.6% منهم أنهم لا يعتمدون عليها بشكل كامل، وذلك بسبب أن نسبة كبيرة من رؤساء التحرير الصحف الجزائرية لا يزالون يحافظون على تحقيق التوازن بين المصادر التقليدية والمصادر التكنولوجية الجديدة (الرقمية) وهذا راجع إلى عدة عوامل مختلفة، منها طبيعة العمل التحريري، ودرجة الثقة والمصدقية في المصادر التكنولوجية داخل المؤسسات الإعلامية.



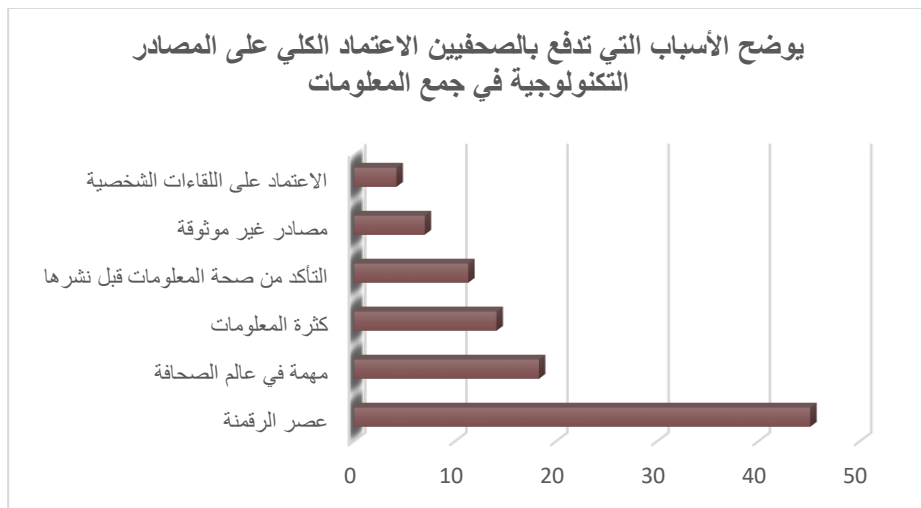
الجدول رقم (52): يوضح الأسباب التي تدفع بالصحفيين الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات.

النسبة %	التكرار	لماذا؟
45.1	32	عصر الرقمنة
18.3	13	مهمة في عالم الصحافة
14.1	10	كثرة المعلومات
11.3	08	التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها
7.0	05	مصادر غير موثوقة
4.2	03	الاعتماد على اللقاءات الشخصية
100	71	المجموع

يوضح الجدول أعلاه إلى تنوع الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى الاعتماد أو عدم الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية، حيث تصدرت أسباب الاعتماد قائمة الدوافع، حيث جاء سبب **عصر الرقمنة** في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 45.1%، يليه أهمية المصادر التكنولوجية باعتبارها **مهمة في عالم الصحافة** في المرتبة الثانية بنسبة قدرها 18.3%، كما احتلت **كثرة المعلومات الرقمية** المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 14.1%، بينما جاء **الاعتماد على اللقاءات الشخصية** في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها 4.2%.

في المقابل، برزت أسباب مرتبطة بالتحقق من المعلومة (**التأكد من صحتها قبل نشرها**) في المرتبة الرابعة بنسبة قدرها 11.3%، يليها **عدم موثوقية المصادر الرقمية** في المرتبة الخامسة بنسبة 7.0% كأحد أهم أسباب عدم الاعتماد.

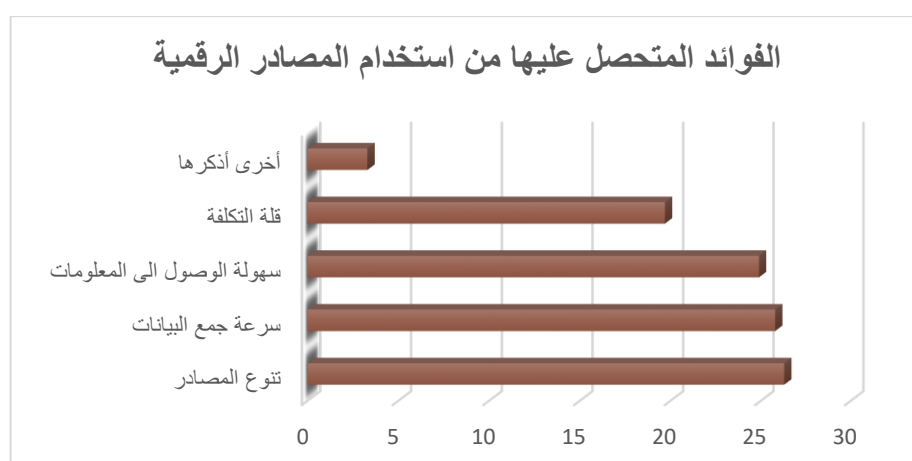
تكشف هذه المعطيات عن وعي وإدراك مزدوج لدى الصحفيين ورؤساء التحرير بضرورة مواكبة العصر الرقمي من جهة، ومن جهة أخرى، لا تزال هناك تحفظات مهنية تتعلق بالدقة والموثوقية، وهو ما يؤكد أهمية الدمج بين الأدوات التكنولوجية والمهارات الصحفية التقليدية في بناء محتوى إعلامي احترافي وموثوق.



الجدول رقم (53): يمثل أبرز الفوائد المتحصل عليها من استخدام المصادر الرقمية من وجهة نظر المبحوثين

النسبة %	التكرار	الفوائد المتحصل عليها من استخدام المصادر الرقمية
26.3	56	تنوع المصادر
25.8	55	سرعة جمع البيانات
24.9	53	سهولة الوصول الى المعلومات
19.7	42	قلة التكلفة
3.3	07	أخرى أذكرها
100	213	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (53) إلى أن أبرز الفوائد المتحصل عليها من استخدام المصادر الرقمية في العمل الصحفي من وجهة نظر أفراد العينة المبحوثة تتمثل في تنوع المصادر التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 26.3%، تليها سرعة جمع المعلومات بنسبة تقدر بـ 25.8%، بعدها سهولة الوصول الى المعلومات بنسبة تقدر بـ 24.9%، كما جاءت قلة التكلفة في المرتبة الرابعة بنسبة قدرها 19.7%، في حين احتلت الفوائد الأخرى بنسبة 3.3%. ولعل تبرير هذه النتائج مفاده بأن الكفاءة والسرعة والتنوع تعد من أبرز المزايا التي تتميز بها المصادر الرقمية وهي بالضبط ما يبحث عنه الصحفيون اليوم، الأمر الذي يجعل منها ركيزة أساسية في العمل الصحفي المعاصر خصوصاً في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة ومتطلبات التغطية الفورية والشاملة للأحداث.



وفيما يلي تحليل النتائج وفيما بمتغيرات الدراسة

الجدول رقم (54): يوضح العلاقة بين متغير السن واعتماد المبحوثين على الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية

المجموع	السن					
	أكثر من 46 سنة	من-36 45 سنة	من-26 35 سنة	أقل من 25 سنة		
45	13	11	12	9	التكرار	دائما
63.4%	18.3%	15.5%	16.9%	12.7%	النسبة %	
25	7	10	4	4	التكرار	أحيانا
35.2%	9.9%	14.1%	5.6%	5.6%	النسبة %	
1	1	0	0	0	التكرار	نادرا
1.4%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	النسبة %	
71	21	21	16	13	التكرار	المجموع
100%	29.6%	29.6%	22.5%	18.3%	النسبة %	

من خلال هذا الجدول يُظهر واضحا أن توزيع الإجابات حسب الفئة العمرية تتفاوت بشكل ملحوظ في مستويات الاعتماد على الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية، مما يعكس تباينات سلوكية مرتبطة بالعمر تجاه تبني المصادر الرقمية.

فقد جاءت إجابة (دائما) في المرتبة الأولى عبر مختلف الفئات العمرية، حيث سجلت أعلى نسبة لها ضمن فئة (أكثر من 46) بنسبة قدرها 18.3% من إجمالي أفراد العينة الدراسة، تليها فئة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة 16.9%، ثم فئة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 15.5%، وأخيراً فئة (أقل من 25 سنة) بنسبة 12.7%. هذه المعطيات تشير إلى أن الاعتماد المستمر على الإنترنت لا يقتصر فقط على الفئات الأصغر سناً كما قد يُفترض، بل يشمل أيضاً الفئات الأكبر سناً، لا سيما فئة (ما فوق 46 سنة)، والتي تصدرت النسب رغم ما قد يُعتقد من ميلها للمصادر التقليدية.

أما فيما يخص إجابة (حيانا)، فقد سجلت أعلى نسبة لها ضمن فئة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 14.1%، تليها فئة (أكثر من 46 سنة) بنسبة 9.9%، بينما كانت النسبة متساوية لدى الفئتين (أقل من 25 سنة) و(من 26 إلى 35 سنة) بمعدل 5.6% لكل منهما.

وبالنسبة لإجابة (نادراً)، فقد تم تسجيلها فقط لدى فئة (أكثر من 46 سنة) بنسبة 1.4%، في حين انعدمت تمامًا لدى باقي الفئات، ما يبرز أن العزوف عن الإنترنت كمصدر رئيسي يكاد يكون منعدماً في الفئات العمرية الأدنى. انطلاقاً من نتائج الدراسة، نستنتج أن الغالبية العظمى من الباحثين، بغض النظر عن فئتهم العمرية، يقرون بأهمية الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومة الصحفية. وقد لاحظنا أن هناك تفوق عددي ملحوظ في الاعتماد على الإنترنت من قبل الفئة العمرية التي تتعدى (46 سنة)، مما يعكس تحولاً ملحوظاً في سلوك الفئة القيادية (رؤساء تحرير) داخل المؤسسات الصحفية نحو استخدام الوسائط الرقمية. ويبدو أن هذا التحول يعكس التأثير الكبير للتحولات التكنولوجية التي فرضت نفسها على الممارسة الإعلامية المعاصرة، حتى لدى الفئات ذات التكوين التقليدي. هذا التغير يتماشى مع نظرية انتشار المبتكرات التي تشير إلى أن الابتكارات التكنولوجية تنتشر تدريجياً بين الأفراد عبر فئات متعددة، حيث يبدأ المتبنون المبكرون في تبني هذه الابتكارات قبل أن تصبح سائدة بين الجماهير الأكبر سناً، وهو ما يفسر تزايد استخدام الإنترنت بشكل ملحوظ حتى بين الصحفيين الذين ينتمون إلى الفئات العمرية الأكثر تقدماً.

الجدول رقم (55): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية واعتماد الباحثين على الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
45	3	9	5	10	18	التكرار	دائماً
63.4%	4.2%	12.7%	7.0%	14.1%	25.4%	النسبة %	
25	3	0	4	5	13	التكرار	أحياناً
35.2%	4.2%	0.0%	5.6%	7.0%	18.3%	النسبة %	
1	0	0	0	1	0	التكرار	نادراً
1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

من خلال الجدول (55) الذي يبين اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية حسب متغير الخبرة المهنية، نلاحظ أن الإجابة بـ (دائمًا) جاءت في مقدمة الترتيب بنسبة قدرها 25.4% لأصحاب الخبرة (أكثر من 16 سنة)، تلتها نسبة 14.1% لأصحاب الخبرة (من 11 إلى 15 سنة)، ثم نسبة 12.7% لأصحاب الخبرة (من 2 إلى 5 سنوات)، و 7% لأصحاب الخبرة (من 6 إلى 10 سنوات)، وأقل نسبة كانت 4.2% لأصحاب الخبرة (أقل من سنة).

أما فيما يخص الإجابة بـ (حيانًا)، فقد سجلت نسبة 18.3% لأصحاب الخبرة (أكثر من 16 سنة)، تليها نسبة 7% لأصحاب الخبرة (من 11 إلى 15 سنة)، بعدها نسبة 5.6% لأصحاب الخبرة (من 6 إلى 10 سنوات)، بينما جاءت نسبة 4.2% لأصحاب الخبرة (أقل من سنة)، في حين انعدمت النسبة لدى أصحاب الخبرة (من 2 إلى 5 سنوات).

في حين سجلت الإجابة بـ (نادرا)، نسبة ضعيفة جدا قدرت بـ 1.4% فقط لأصحاب الخبرة (من 11 إلى 15 سنة)، بينما انعدمت النسبة لدى أصحاب الخبرة (أقل من سنة) و (من 2 إلى 5 سنوات) و (من 6 إلى 10 سنوات) و (أكثر من 16 سنة).

من خلال النتائج المتحصل عليها، نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين الذين يعتمدون على الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومة الصحفية هم أصحاب الخبرة أكثر من 16 سنة (بنسبة 25.4%)، ما يشير إلى أن الأفراد ذوي الخبرة الطويلة في المجال الصحفي يميلون إلى استخدام الإنترنت بشكل أكبر مقارنة بالفئات الأخرى. ويمكننا من خلال تحليل هذه النتائج ملاحظة أن متغير الخبرة المهنية له تأثير ملحوظ على اعتماد الصحفيين على الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومة الصحفية. حيث أظهرت البيانات أن أصحاب الخبرة الأكبر (أكثر من 16 سنة) هم الأكثر اعتمادًا على الإنترنت بشكل دائم، بينما أصحاب الخبرة الأقل (أقل من سنة، ومن 2 إلى 5 سنوات) يعتمدون أقل على الإنترنت.

ويعود ذلك إلى أن أفراد العينة المبحوثة ذوي الخبرة الطويلة أصبحوا أكثر دراية بكيفية استخدام الإنترنت كمصدر للمعلومة بشكل فعال، مما يجعلهم يفضلون دمج هذه التقنية مع الأدوات التقليدية في عملهم الصحفي. في المقابل، قد يكون أفراد العينة المبحوثة الأقل خبرة لا يزالون في مرحلة التكيف مع أدوات الإنترنت وتكنولوجيا الإعلام الحديثة، ما يؤدي إلى اعتماد أقل على الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية.

نستخلص من خلال هذه النتائج أعلاها أن الإنترنت يُعد من أهم المصادر الصحفية الحديثة للأخبار والمعلومات التي أحدثت تحولاً جذرياً في طرق جمع المعلومات، تحليلها، ونشرها، بفضل ما يوفره من سرعة فائقة في الوصول إليها، وتنوع مصادرها، فضلاً عن إتاحة فرص التفاعل مع الجمهور. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه الدكتور بوبكر بوعزيز في دراسته، والتي أكدت على أهمية الإنترنت كمصدر أساسي للمعلومة، نظراً لما توفره الشبكة من مزايا عديدة، من أبرزها اختصار الوقت والجهد، والسهولة الكبيرة في الوصول إلى المعلومات، وهو ما يغني الصحفي عن التواجد الدائم في الميدان.

الجدول رقم (56): يوضح العلاقة بين متغير السن ومدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في إنجاز عملهم الصحفي

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	26-35 سنة	36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
10	4	1	3	2	التكرار	اعتماد كلي
14.1%	5.6%	1.4%	4.2%	2.8%	النسبة %	
30	6	7	8	9	التكرار	اعتماد جزئي
42.3%	8.5%	9.9%	11.3%	12.7%	النسبة %	
31	3	8	10	10	التكرار	اعتماد ضعيف
43.7%	4.2%	11.3%	14.1%	14.1%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

يوضح الجدول أن غالبية المبحوثين، وبنسبة إجمالية بلغت 56.3%، صرّحوا بعدم اعتمادهم على صحافة الموبايل "Mojo" في إنجاز أعمالهم الصحفية، مقابل 43.7% فقط ممن أفادوا باستخدامها. من خلال تحليل النتائج حسب الفئة العمرية، نلاحظ أن الفئة الأكثر رفضاً لاستخدام صحافة الموبايل هي فئة (أكثر من 46 سنة) بنسبة قدرت بـ 26.8%، تليها فئة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة قدرها 15.5%، ثم فئة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة بلغت 9.9%، وأخيراً فئة (أقل من 25 سنة) بنسبة 4.2%.

في المقابل، توزعت نسب من أكدوا استخدامهم لصحافة الموبايل بشكل متقارب بين فئات (أقل من 25 سنة) و(من 36 إلى 45 سنة) بنسبة قدرها 14.1% لكل منهما، تليها فئة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة 12.7% في حين سجّلت فئة (أكثر من 46 سنة) أقل نسبة استخدام بنسبة بلغت 2.8% فقط.

من المهم هنا التمييز بين الهاتف الذكي كأداة تقنية وصحافة الموبايل كممارسة مهنية متكاملة. ففي حين أن جميع الفئات العمرية بما فيها الأكبر سناً، قد تستخدم الهاتف الذكي في أعمالها اليومية، فإن اعتماد الهاتف الذكي ضمن منظومة صحافة الموبايل يتطلب تحولاً أعمق في الممارسة الصحفية، يشمل التصوير، التحرير، النشر الميداني، والتفاعل الآني باستخدام الهاتف فقط.

هذا ما قد يُفسّر تردد الفئات العمرية الأكبر سنًا، لا سيما فئة (أكثر من 46 سنة)، في تبني صحافة الموبايل نظراً لطبيعة تكوينهم المهني التقليدي أو عدم التكيف الكامل مع أدوات الإعلام الرقمي الميداني. بالمقابل، تُظهر الفئات العمرية الأصغر سناً استعداداً أكبر لتبني هذا النموذج، ما يعكس ديناميات التغيير المهني في المؤسسات الإعلامية. وعليه نستنتج أن صحافة الموبايل لا تزال في مرحلة تبني جزئي بين رؤساء التحرير الجزائريين، خاصة لدى الفئات العمرية الأكبر سنًا، وهو ما ينسجم مع ما توضحه نظرية انتشار المبتكرات، حيث يتوقع أن تتبناها أولاً الفئات الأصغر أو الأكثر تقبلاً للتغيير، قبل أن تنتشر تدريجياً بين الفئات الأخرى.

الجدول رقم (57): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في إنجاز عملهم الصحفي

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
31	6	6	5	7	7	التكرار	نعم
43.7%	8.5%	8.5%	7.0%	9.9%	9.9%	النسبة %	
40	0	3	4	9	24	التكرار	لا
56.3%	0.0%	4.2%	5.6%	12.7%	33.8%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

من خلال قراءة الجدول رقم (57)، نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذين صرّحوا باستخدامهم لصحافة الموبايل في إنجاز أعمالهم الصحفية قدرت بـ 43.7% من إجمالي أفراد عينة الدراسة، مقابل 56.3% أفادوا بعدم استخدامهم لها، وعند تحليل النتائج وفقاً لمتغير الخبرة المهنية، نلاحظ أن أعلى نسب الاستخدام سُجلت لدى الفئتين الذين تتراوح خبرتهم (بين 11 و 15 سنة)، وأولئك الذين (تجاوزت خبرتهم 16 سنة)، بنسبة 9.9% لكل فئة، تليهما فئة (أقل من سنة) و (من 2 إلى 5 سنوات) بنسبة 8.5% لكل منهما، ثم فئة (من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 7%.

أما فيما يخص فئات الراضين لاستخدام صحافة الموبايل، فقد تصدرت فئة (أكثر من 16 سنة) النسب الأعلى بنسبة قدرت بـ 33.8%، تلتها فئة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 12.7%، ثم فئة (من 6 إلى 10 سنوات) بـ 5.6%، وفئة (من 2 إلى 5 سنوات) بـ 4.2%، في حين لم تُسجل أي حالة رفض لدى المبحوثين حديثي التوظيف (أقل من سنة).

تشير هذه النتائج إلى أن رؤساء التحرير ذوي الخبرة الطويلة ما زالوا متحفّظين اتجاه استخدام صحافة الموبايل، وهو راجع إلى تكوينهم الكلاسيكي وارتباطهم بأساليب العمل التقليدي في جمع المعلومات الصحفية. بعكس رؤساء

التحرير الأقل خبرة الذين يُظهرون قابلية أكبر لتبني أدوات رقمية حديثة، مما يبرز الفجوة بين الأجيال في تبني أدوات الإعلام الحديثة. ونلاحظ من خلال هذه المعطيات أن صحافة الموبايل لا تزال في طور الانتشار داخل المؤسسات الصحفية الجزائرية، حيث يتوقف تبنيها بدرجة كبيرة على قناعة القائمين بالاتصال، الذين يمثلون الحلقة الأساسية في اتخاذ القرار التحريري والتقني داخل غرف الأخبار.

وعليه، يمكن القول أن هناك تأثيراً قوياً لمتغير الخبرة المهنية على استخدام صحافة الموبايل، حيث يفضل الصحفيون الأقل خبرة الأدوات التي توفر لهم سرعة ومرونة في جمع المعلومات الصحفية، في حين يميل الصحفيون الأكثر خبرة إلى المصادر الرقمية التقليدية التي تأخذ في الاعتبار الدقة والموثوقية. هذا التباين يسلط الضوء على كيفية تأثير الخبرة على اتخاذ قرارات التحرير التقني، ويعكس في نفس الوقت التحولات التدريجية التي تشهدها ممارسات الصحافة الجزائرية.

الجدول رقم (58): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في إنجاز عملهم الصحفي

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
31	3	17	11	التكرار	نعم	هل تعتمدون على صحافة الموبايل في انجاز عملكم الصحفي؟
43.7%	4.2%	23.9%	15.5%	النسبة %		
40	4	10	26	التكرار	لا	
56.3%	5.6%	14.1%	36.6%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

يتضح من خلال قراءة أرقام الجدول (58) أن المبحوثين الذين يعتمدون على صحافة الموبايل في إنجاز أعمالهم الصحفية قدرت بـ 43.7% من إجمالي العينة، في حين أفاد 56.3% بعدم اعتمادهم عليها، وعند تحليل هذه الإحصائيات وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، نلاحظ أن أعلى نسبة من المتبنين لصحافة الموبايل سجلت في فئة حاملي شهادة الماستر بـ 23.9%، تليها فئة حاملي شهادة الليسانس بنسبة 15.5%، بينما كانت أقل نسبة في فئة حاملي الدراسات العليا بـ 4.2%.

أما فيما يتعلق بالمبحوثين الراضين لاستخدام صحافة الموبايل، فقد تصدرت فئة حاملي شهادة الليسانس الصدارة بنسبة 36.6%، تلتها فئة حاملي شهادة الماستر بنسبة 14.1%، بينما سجلت فئة حاملي الدراسات العليا أقل نسبة رفض قدرت بـ 5.6%.

منه وباعتماد على نتيجة الجدول السابق أيضا نستنتج أن رؤساء التحرير ذوي المستوى التعليمي الأعلى يميلون بشكل أكبر إلى اعتماد صحافة الموبايل في أعمالهم الصحفية مقارنةً بمن يحملون شهادة الليسانس، مما قد يعكس انفتاحاً أكبر على الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة. كما يبرز أن رؤساء التحرير ذوي المستوى التعليمي الأقل (حاملي الليسانس) يظهرون تحفظاً أكبر تجاه استخدام صحافة الموبايل، ربما نتيجة لارتباطهم بأساليب عمل أكثر تقليدية أو لعدم توفر التدريب الكافي على هذه الأدوات.

هذا التباين يسلط الضوء على تأثير المستوى التعليمي في تبني صحافة الموبايل ويؤكد أن الممارسات الصحفية الحديثة تتطلب مستوى عالٍ من الكفاءة الرقمية التي قد تكون أكثر توفراً في فئات تعليمية معينة.

يشير هذا التباين إلى أن المستوى التعليمي ساهم في تشكيل توجهات رؤساء التحرير نحو تبني صحافة الموبايل، حيث أظهرت النتائج أن فئة الماستر هي الأكثر استخداماً لهذه التقنية مقارنة بالفئات الأخرى، مما يدل على تلقينهم تكويناً أكاديمياً أكثر ارتباطاً بالممارسات الرقمية الحديثة، أو لانخراطهم في بيئات تعليمية ومهنية تشجع على استخدام التكنولوجيا.

في المقابل، أظهرت فئة الليسانس نسبة أعلى في عدم الاستخدام، وهو ما قد يعكس فجوة في التكوين الرقمي أو ارتباطاً أكبر بأساليب العمل التقليدية. هذا يبرز أهمية إدماج المهارات الرقمية ضمن التكوين المهني لرؤساء التحرير من أجل تعزيز مواكبتهم للتحويلات التقنية في الحقل الإعلامي.

أوضحت المعطيات الإحصائية أعلاه إلى وجود علاقة تأثير قوية بين الخبرة المهنية ومتغيرات تبني واستخدام صحافة الموبايل بين رؤساء التحرير الجزائريين، حيث تميل الفئات الأقل خبرة إلى تبني أدوات صحافة الموبايل لما توفره من سرعة ومرونة في جمع المعلومات، بينما تفضل الفئات الأكثر خبرة المصادر الرقمية التقليدية التي تركز على الدقة والموثوقية. كما يتضح أن الفئة الحاصلة على شهادة الليسانس تسجل نسباً أعلى في عدم استخدام صحافة الموبايل، مما يشير إلى وجود فجوة في التكوين الرقمي أو ارتباط أكبر بالأساليب التقليدية. بناءً على ذلك، تبرز أهمية تعزيز التكوين الرقمي لدى رؤساء التحرير لتعزيز قدرتهم على مواكبة التحويلات التقنية المتسارعة في الميدان الإعلامي.

الجدول رقم (59): يوضح العلاقة بين متغير السن ومستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في جمع المعلومات الصحفية.

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
10	4	1	3	2	التكرار	اعتماد كلي
14.1%	5.6%	1.4%	4.2%	2.8%	النسبة %	
30	6	7	8	9	التكرار	اعتماد جزئي
42.3%	8.5%	9.9%	11.3%	12.7%	النسبة %	
31	3	8	10	10	التكرار	اعتماد ضعيف
43.7%	4.2%	11.3%	14.1%	14.1%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول (59) الذي يوضح مدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل "Mojo" في جمع المعلومات الصحفية حسب متغير السن، نجد أن الفئات العمرية المختلفة أظهرت تبايناً في اعتمادهم على هذه الأداة، إذ سجلت الفئة العمرية (قل من 25 سنة) النسبة الأعلى في الاعتماد الكلي بنسبة 5.6%، بينما سجلت الفئة العمرية (من 26 إلى 35 سنة) النسبة الأقل بنسبة 1.4%.

في حين كانت الفئة (أكثر من 46 سنة) و(من 36 إلى 45 سنة) ضمن الفئات ذات النسب المتوسطة. أما فيما يخص الاعتماد الجزئي، فقد تصدرت الفئة العمرية (أكثر من 46 سنة) المرتبة الأولى بنسبة 12.7%، تلتها الفئة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 11.3%. أما عن الاعتماد الضعيف، فقد سجلت الفئة العمرية (من 36 إلى 45 سنة) و(أكثر من 46 سنة) أعلى نسبة بـ 14.1%، بينما سجلت الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) أدنى نسبة قدرت بـ 4.2%.

نستنتج من خلال الإحصائيات المرصودة أعلاها والمتعلقة بمتغير السن وجود تباين في مستويات الاعتماد على صحافة الموبايل بين الفئات المختلفة، إلا أن التأثير الفعلي للسن يبدو محدوداً مقارنة بالعوامل الأخرى مثل الخبرة المهنية (الجدول اللاحق)، فيما يتعلق بالتبني العام لصحافة الموبايل، نلاحظ أن الفئات العمرية الأكبر سناً (من 36 سنة وما فوق) تميل إلى اعتماد جزئي إلى ضعيف على هذه التقنية، مما قد يعكس تحولاً تدريجياً في تبني الأدوات الرقمية بمرور الوقت، لكن لا يبرر الاعتماد التام على السن فقط كمؤشر رئيسي.

الجدول رقم (60): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في جمع المعلومات الصحفية.

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
اعتماد كلي	2	0	1	3	4	التكرار	اعتماد كلي
2.8%	0.0%	1.4%	4.2%	5.6%	14.1%	النسبة %	اعتماد كلي
4	5	4	5	12	30	التكرار	اعتماد جزئي
5.6%	7.0%	5.6%	7.0%	16.9%	42.3%	النسبة %	اعتماد جزئي
0	4	4	8	15	31	التكرار	اعتماد ضعيف
0.0%	5.6%	5.6%	11.3%	21.1%	43.7%	النسبة %	اعتماد ضعيف
6	9	9	16	31	71	التكرار	المجموع
8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	100%	النسبة %	المجموع

يظهر الجدول الخاص بمتغير الخبرة المهنية وعلاقتها بدرجة اعتماد رؤساء التحرير على صحافة الموبايل "Mojo" أن هناك تبايناً واضحاً في مستويات الاعتماد بحسب سنوات الخبرة. فقد سجلت فئة (أكثر من 16 سنة) أعلى نسبة في الاعتماد الجزئي بنسبة 16.9%، يليها الاعتماد الضعيف بنسبة 21.1%، وهي النسبة الأعلى بين جميع الفئات، في حين بلغت نسبة الاعتماد الكلي ضمن هذه الفئة بنسبة 5.6%. تشير هذه الأرقام إلى أن رؤساء التحرير الأكثر خبرة يميلون إلى استخدام محدود لتطبيقات صحافة الموبايل، مع التركيز على الدقة والمهنية التقليدية.

أما الفئات الأقل خبرة، مثل (أقل من سنة) و(من 2 إلى 5 سنوات)، فقد أظهرت نسباً أعلى نسبياً في الاعتماد الكلي (2.8%) والاعتماد الجزئي (5.6% و 7.0% على التوالي)، مقابل نسب متدنية في الاعتماد الضعيف، ما يدل على وجود انفتاح أكبر على استخدام الأدوات الرقمية من طرف الجيل المهني الجديد.

وعليه، تشير نتائج الدراسة إلى أن متغير الخبرة المهنية يُعد عاملاً أكثر تأثيراً في تحديد مستوى الاعتماد على صحافة الموبايل مقارنة بمتغير السن. فقد أظهرت البيانات أن المبحوثين من ذوي الخبرة المهنية المحدودة يميلون إلى اعتماد أعلى، سواء بشكل كلي أو جزئي، على أدوات صحافة الموبايل في جمع المعلومات الصحفية. كما نلاحظ أن هذا الميل يتراجع تدريجياً لدى الفئات ذات الخبرة الطويلة، والتي سجلت نسباً أعلى في فئة (الاعتماد الضعيف).

منه وبالاعتماد على نتائج الجدول (59) المتعلق بمتغير السن، يتضح وجود تقارب في النتائج، حيث تميل الفئات العمرية الأصغر سناً إلى نسب أعلى في الاعتماد على هذه الأدوات، بينما ترتفع نسب (الاعتماد الضعيف) بين الفئات الأكبر سناً. وعند مقارنة هذه النتائج بنتائج متغير الخبرة المهنية، يتبين أن هذا الأخير، يمثل مؤشراً تفسيريًا

أقوى، حيث أظهر بعض الأفراد من الفئات العمرية المتوسطة أو الكبرى ممن يمتلكون خبرة مهنية محدودة، معدلات استخدام أعلى لهذه الأدوات، وهو ما يعكس أهمية السياق المهني الذي بدأ فيه الفرد مساره الوظيفي.

بناء عليه، يمكن القول إن سنوات الخبرة، بما تتضمنه من ممارسات وأساليب عمل موروثية أو مكتسبة، تؤثر بوضوح في مستوى تبني الممارسات الرقمية الجديدة. وتشير النتائج إلى أن الأفراد الذين التحقوا بالمجال الصحفي خلال مراحل تشهد تحولات رقمية متقدمة يكونون أكثر استعدادا لاستخدام أدوات جمع المعلومات المرتبطة بالممارسات الإعلامية الحديثة.

الجدول رقم (61): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ونوع المحتوى المعتمد من قبل المبحوثين في التحرير الصحفي

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
48	4	6	4	12	22	التكرار	مقاطع الفيديو
26.2%	2.2%	3.3%	2.2%	6.6%	12.0%	النسبة %	
39	1	8	5	10	15	التكرار	صور فوتوغرافية
21.3%	0.5%	4.4%	2.7%	5.5%	8.2%	النسبة %	
34	1	3	5	9	16	التكرار	مقاطع صوتية
18.6%	0.5%	1.6%	2.7%	4.9%	8.7%	النسبة %	
62	4	8	9	15	26	التكرار	نصوص مكتوبة
33.9%	2.2%	4.4%	4.9%	8.2%	14.2%	النسبة %	
183	10	25	23	46	79	التكرار	المجموع
100%	5.5%	13.7%	12.6%	25.1%	43.2%	النسبة %	

بناء على تحليل الجدول أعلاه الذي يوضح العلاقة بين نوع المحتوى المعتمد في التحرير الصحفي والخبرة المهنية لرؤساء التحرير، أظهرت الأرقام المتحصل عليها تباین واضح في تفضيلات المبحوثين وفقا إلى سنوات الخبرة المهنية التي يمتلكونها، حيث تصدرت النصوص المكتوبة التفضيلات بنسبة بلغت 33.9%، وهو ما يعكس استمرارية الاعتماد على المحتوى النصي في الصحافة الجزائرية خصوصا لدى الفئات الأكثر خبرة، حيث سجلت أعلى نسبة قدرت بـ 14.2% عند فئة الخبرة التي (تتجاوز 16 سنة)، وهذا دليل على أن الصحافة المكتوبة لا تزال الوسيلة المهيمنة في نشر الأخبار وتحليل الأحداث، وهو ما يتماشى مع الطبيعة التقليدية للصحافة الجزائرية.

فيما حظيت مقاطع الفيديو على نسبة 26.2% من إجابات المبحوثين، حيث سجلت أعلى نسبة والمقدرة بـ 12% لدى رؤساء التحرير ذوي الخبرة (أكثر من 16 سنة) وهذا ما يدل على تحول نحو استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة، وما يعكس أيضا التكيف مع التغيرات الرقمية في بيئة العمل الإعلامي.

بينما احتلت الصور الفوتوغرافية المرتبة الثالثة في الترتيب بنسبة 21.3%، وسجلت أعلى نسبة عند الذين تتجاوز خبرتهم (أكثر من 16 سنة) (بنسبة قدرها 8.2%)، مما يشير إلى أهمية استخدام الصور الفوتوغرافية في تعزيز المحتوى الصحفي وتوفير التغطيات المتكاملة.

أما المقاطع الصوتية فتمثل الوسيلة الأقل استخدامًا عند المبحوثين، حيث كانت النسبة الإجمالية 18.6%، مع تفضيل أكبر عند الذين خبرتهم (تفوق 16 سنة) بـ 8.7%، وهذا ما يدل على أن المقاطع الصوتية لا تزال وسيلة غير شائعة في الصحافة الجزائرية مقارنة بالفيديو والصور، رغم زيادة اهتمام الصحفيين ذوي الخبرة الكبيرة بها.

وعليه يمكن تفسير هذه النتائج بالقول أن المبحوثين ذوي الخبرة الطويلة يتبنون التكنولوجيات الحديثة لتلبية احتياجاتهم العملية ما يجعلهم أكثر انفتاحًا على التقنيات الحديثة مثل صحافة الموبايل واستخدام الأدوات الرقمية. من جهة أخرى، تعكس النتائج أيضا أن المبحوثين الأقل خبرة (أقل من سنة ومن 2 إلى 5 سنوات) أقل قدرة على استخدام الأدوات التقنية المتقدمة، وهو ما يؤكد استمرارية هيمنة العمل التقليدي في المراحل المبكرة من حياتهم المهنية، مما يؤدي إلى اعتماد أكبر على النصوص المكتوبة.

من هنا، نستنتج أن الخبرة المهنية الطويلة تعزز بشكل كبير استخدام التقنيات الجديدة والمتنوعة في العمل الصحفي، مما يعكس تأثير تزايد الوعي الرقمي في غرف التحرير، بينما يظل المبحوثين الجدد أقل اعتمادًا على تلك الأدوات بسبب محدودية المهارات والتدريب.

وفي السياق نفسه، يجب أيضا الإشارة إلى التناقض في إجابات المبحوثين بين استخدام "صحافة الموبايل" في جمع المعلومات، حيث أظهرت النتائج في الجداول السابقة أن أغلبية المبحوثين لا يعتمدون على صحافة الموبايل في انجاز عملهم الإعلامي (من جزئي الى ضعيف) الا ان الجدول أعلاه، يظهر عكس تلك النتائج (أظهرت النسب الإحصائية أعلاه استخدام الهاتف الذكي في إنتاج المحتوى الصحفي، مثل مقاطع الفيديو، الصور الفوتوغرافية، والمقاطع الصوتية. هذا التناقض في إجابات المبحوثين يعكس تباينا في كيفية استخدام الهاتف الذكي فبعضهم يستخدمها كأداة لإنتاج المحتوى الصحفي والتغطيات الميدانية، وآخرون يستخدمها كمصدر للمعلومة عن طريق صحافة الموبايل، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز المهارات الرقمية بشكل أوسع في غرف التحرير لتحقيق تكامل فعال بين تقنيات صحافة الموبايل وأدوات العمل الصحفي التقليدية.

الجدول رقم (62): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
48	7	16	25	التكرار	مقاطع الفيديو	س 17a
26.2%	3.8%	8.7%	13.7%	النسبة %		
39	6	20	13	التكرار	صور فوتوغرافية	
21.3%	3.3%	10.9%	7.1%	النسبة %		
34	3	13	18	التكرار	مقاطع صوتية	
18.6%	1.6%	7.1%	9.8%	النسبة %		
62	6	26	30	التكرار	نصوص مكتوبة	
33.9%	3.3%	14.2%	16.4%	النسبة %		
183	22	75	86	التكرار	المجموع	
100%	12.0%	41.0%	47.0%	النسبة %		

يتبين من خلال الجدول الخاص بتوزيع عينة الدراسة حسب نوع المحتوى المعتمد في التحرير الصحفي والمستوى التعليمي جاءت النتائج كالآتي

سجلت النصوص المكتوبة الاختيار المفضل لدى جميع المستويات التعليمية، بنسبة إجمالية قدرت بـ 33.9%، جاءت في مقدمتها أصحاب شهادة الليسانس بنسبة 16.4%، يليها في المرتبة الثانية أصحاب شهادة الماستر بنسبة 14.2%، ثم أصحاب الدراسات العليا بنسبة 3.3%، وهذا ما يعكس ميل أفراد العينة للعمل بالطرق التقليدية في إعدادهم للمواد الصحفية، خاصة لدى أصحاب شهادات الليسانس.

أما بالنسبة لاستخدام مقاطع الفيديو فاحتلت المرتبة الثانية بنسبة إجمالية قدرت بـ 26.2%، مع هيمنة واضحة لحاملي شهادة الليسانس بنسبة 13.7%، يليها حاملي شهادة الماستر بنسبة 8.7%، وأخيرا حاملي شهادة الدراسات العليا بنسبة 3.8%، ويمكن تفسير هذه النتيجة بكون حاملي شهادة الليسانس غالبًا ما يكونون أكثر مشاركة في المهام الميدانية والعملية مقارنةً بأصحاب الدراسات العليا الذين يتوجهون أكثر نحو الأدوار التخطيطية أو الفكرية.

في حين جاءت الصور الفوتوغرافية في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 21.3% من المحتوى المعتمد، حيث سجلت الفئة الحاملة لشهادة الماستر أعلى نسبة استعمال لها بنسبة قدرها 10.9%، مما قد يدل على اهتمام هذه الفئة بتقديم محتوى بصري داعم للنصوص، يليه حملة شهادة الليسانس بنسبة 7.1%، وأخيرًا حملة شهادة الدراسات العليا بنسبة 3.3%.

أما المقاطع الصوتية، فقد كانت الأقل اعتمادًا بنسبة إجمالية قدرت بـ 18.6%، حيث سجل حاملو شهادة الليسانس أعلى نسبة بنسبة 9.8%، ثم حاملو شهادة الماستر بنسبة 7.1%، وأخيرًا حاملو شهادات الدراسات العليا بنسبة ضئيلة قدرها 1.6%.

وعليه من خلال هذه النتائج، نستنتج أن مستوى التعليم يلعب دورًا مهمًا في توجيه نوع المحتوى المستخدم من قبل الباحثين، حيث يميل أصحاب شهادات الليسانس إلى استخدام الوسائط التكنولوجية بشكل أكبر، بما في ذلك الفيديو والصوت، بينما يميل أصحاب شهادات الدراسات العليا إلى التركيز على النصوص المكتوبة والصور، وذلك راجع للطابع التحليلي والنظري الذي يكتسبونه خلال مساهمهم الأكاديمي (التعليمي).

في النهاية، تعكس هذه النتائج استمرار هيمنة النصوص المكتوبة كقاعدة للمحتوى الصحفي وهو أساس العمل الصحفي المكتوب، إلى جانب ظهور تدريجي لوسائط جديدة في التغطية الميدانية مثل الفيديو، مما يشير إلى تحول بطيء ولكن ملحوظ في بنية الإنتاج الصحفي، يتأثر بشكل مباشر وقوي بمستوى التأهيل التعليمي للمحررين.

الجدول رقم (63): يوضح العلاقة بين متغير السن وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	26-35 سنة	36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
48	9	7	15	17	التكرار	مقاطع الفيديو
26.2%	4.9%	3.8%	8.2%	9.3%	النسبة %	
39	9	8	13	9	التكرار	صور فوتوغرافية
21.3%	4.9%	4.4%	7.1%	4.9%	النسبة %	
34	5	7	10	12	التكرار	مقاطع صوتية
18.6%	2.7%	3.8%	5.5%	6.6%	النسبة %	
62	11	15	17	19	التكرار	نصوص مكتوبة
33.9%	6.0%	8.2%	9.3%	10.4%	النسبة %	
183	34	37	55	57	التكرار	المجموع
100%	18.6%	20.2%	30.1%	31.1%	النسبة %	

يشير الجدول رقم (63) الى وجود تفاوت في اعتماد عينة الدراسة على أنواع المحتويات الصحفية وفقاً لمتغير السن، حيث لاحظنا هناك تفوق لمحتوى النص المكتوب على باقي الأشكال، خاصة عند الفئة العمرية الأكبر سناً (أكثر من 46 سنة) بنسبة قدرت بـ 10.4%، ما يعكس تمسك هذه الفئة بالأشكال التقليدية في التحرير. كما تُظهر هذه النتائج أيضاً اعتماداً ملحوظاً على مقاطع الفيديو ضمن نفس الفئة بنسبة قدرها 9.3%، أما الفئة العمرية الممتدة ما بين (36 الى 45 سنة) فقد سجلت نسبة 8.2%، وهو ما ينفي الافتراض الشائع بأن الفئات الأصغر سناً هي الأكثر استخداماً للمحتوى البصري. في المقابل، سجلت المقاطع الصوتية أقل اعتماداً، خاصة عند الفئة (أقل من 25 سنة) بنسبة قدرها 2.7%، وهذا ما يفسر ضعف الحضور الفعلي للبودكاست الصحفي في الممارسات التحريرية داخل غرف الأخبار الخاصة بالصحافة المكتوبة، لأن رئيس التحرير هذه الصحف يركز على المحتوى الكتابي، لذلك يفضل التركيز على المقالات والأخبار المكتوبة دون الاهتمام الكبير بالوسائط الأخرى مثل البودكاست أو مقاطع الفيديو. حيث تظل هذه الوسيلة الصوتية غير شائعة في هذا المجال مقارنة بالأشكال الإعلامية الأخرى مثل النصوص المكتوبة أو الصور الفوتوغرافية. أما الصور الفوتوغرافية، فقد شهدت تفاوتاً نسبياً، حيث بلغت أعلى نسبة عند الفئة العمرية الممتدة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 7.1%.

وعليه، نستنتج أن نوع المحتوى المستخدم في المؤسسات الصحفية الجزائرية لا يخضع فقط للمعايير التقنية أو التكوينية، بل يتأثر أيضاً بطبيعة المسؤوليات التحريرية مثل اختيار الموضوعات، تحديد الأسلوب التحريري، اتخاذ القرارات المتعلقة بالمحتوى الذي يجب نشره أو عدم نشره. كما أن متغير السن لدى هذه الفئة القيادية (رؤساء التحرير) لا يؤثر فقط على نوع المحتوى المعتمد، بل ينعكس كذلك على نوعيته وبالتالي جودته، فالفئات العمرية الأكبر سناً، بحكم تراكم التجربة وموقعها في اتخاذ القرار التحريري، تميل إلى إنتاج محتوى أكثر عمقاً وتوازناً، بينما تميل الفئات الأصغر سناً إلى تفضيل الوسائط السمعية البصرية نظراً لمرونتها وسرعة تداولها، وإن كان ذلك أحياناً على حساب التحليل أو الدقة التحريرية.

الجدول رقم (64): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
48	4	6	4	12	22	التكرار	مقاطع الفيديو
26.2%	2.2%	3.3%	2.2%	6.6%	12.0%	النسبة %	
39	1	8	5	10	15	التكرار	صور فوتوغرافية
21.3%	0.5%	4.4%	2.7%	5.5%	8.2%	النسبة %	
34	1	3	5	9	16	التكرار	مقاطع صوتية
18.6%	0.5%	1.6%	2.7%	4.9%	8.7%	النسبة %	
62	4	8	9	15	26	التكرار	نصوص مكتوبة
33.9%	2.2%	4.4%	4.9%	8.2%	14.2%	النسبة %	
183	10	25	23	46	79	التكرار	المجموع
100%	5.5%	13.7%	12.6%	25.1%	43.2%	النسبة %	

من خلال الجدول رقم (64) الذي يبين وجود علاقة واضحة بين الخبرة المهنية ونوع المحتوى الذي يعتمد عليه أفراد العينة المبحوثة في عملهم الصحفي، حيث اختار أغلبية المبحوثين النص المكتوب كأكثر محتوى رقمي استخداماً خاصة عند المبحوثين الذين تتجاوز (خبرتهم 16 سنة) بنسبة قدرت 14.2%، يليها فئة الأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة قدرت بـ 8.2%، مما يعكس تمسك هذه الفئة بالأشكال التحريرية التقليدية المهيمنة في الصحافة المكتوبة.

وبالنسبة لمقاطع الفيديو جاءت في المرتبة الثانية من حيث الاعتماد من قبل أفراد العينة، حيث سجلت الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 16 سنة) نسبة 12%، تليها من خبرتهم تتراوح ما بين (11 إلى 15 سنة) بنسبة 6.6%، ثم من خبرتهم تتراوح ما بين (2 إلى 5 سنوات) بنسبة 3.3%، وبنسبة ضئيلة لا تتعدى 2.2% عند الفئة ذات الخبرة (أقل من سنة). تشير هذه المعطيات على مشاركة نسبية للوسائط البصرية من قبل القيادات التحريرية المخضومة كاستجابة لتحولات البيئة الإعلامية.

أما عن الصور الفوتوغرافية، فقد سجلت بدورها أعلى نسب اعتماد لدى الفئة ذات الخبرة (أكثر من 16 سنة) بنسبة قدرت بـ 8.2%، يليها من خبرتهم (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة قدرت بـ 5.5%، ثم أصحاب الخبرة الممتدة ما بين (2 إلى 5 سنوات) بنسبة بلغت 4.4%، بعدها من خبرتهم تتراوح ما بين (6 إلى 10 سنوات) بنسبة بلغت 2.7%، بينما سجلت نسبة 0.5% عند أصحاب الخبرة أقل من سنة.

وفيما يخص مقاطع الصوت سجلت أدنى مرتبة بنسبة قدرها 18.6%، حيث سجلت الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 16 سنة) بنسبة قدرها 8.7% ونسبة 4.9% عند أفراد الخبرة الممتدة ما بين (11 إلى 15 سنة)، ثم نسبة 2.7% لأصحاب الخبرة الممتدة من (6 إلى 10 سنوات) فيما سجلت نسب ضئيلة جدا والمقدرة بـ (1.6% و 0.5%) لكل من خبرتهم تتراوح ما بين (من 2 إلى 5 سنوات ولأقل من سنة على التوالي).

وعليه، نستنتج أن الخبرة المهنية تلعب دورا مؤثرا في جودة المحتوى التحريري، حيث تميل الفئات ذات المسار المهني الطويل إلى انتقاء المحتوى المكتوب بدرجة أكبر، بالنظر إلى توافقه مع خصوصيات الصحافة المكتوبة، وطبيعة المسؤوليات والمهام التحريرية التي يقوم بها رؤساء التحرير، والتي تتطلب محتوى أكثر دقة وعمقا.

الجدول رقم (65): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
48	7	16	25	التكرار	مقاطع الفيديو	س 17a
26.2%	3.8%	8.7%	13.7%	النسبة %		
39	6	20	13	التكرار	صور فوتوغرافية	
21.3%	3.3%	10.9%	7.1%	النسبة %		
34	3	13	18	التكرار	مقاطع صوتية	
18.6%	1.6%	7.1%	9.8%	النسبة %		
62	6	26	30	التكرار	نصوص مكتوبة	
33.9%	3.3%	14.2%	16.4%	النسبة %		
183	22	75	86	التكرار	المجموع	
100%	12.0%	41.0%	47.0%	النسبة %		

يبين الجدول أعلاه لتوزيع العينة حسب نوع المحتوى الصحفي والمستوى التعليمي للأفراد لوجود تفاوت واضح في اختيارات رؤساء التحرير حيث تصدرت النصوص المكتوبة الخيارات عند جميع المستويات، خاصة عند الحاصلين على شهادة ليسانس بنسبة 16.4%، تليهم فئة الحاصلين على شهادة الماستر بنسبة 14.2%، ثم فئة الحاصلين على الدراسات العليا بنسبة 3.3%.

أما مقاطع الفيديو، فقد كانت الأكثر اعتماداً لدى حاملي شهادة الليسانس أيضاً بنسبة 13.7%، مقابل 8.7% لحاملي شهادة الماستر و 3.8% لحاملي الشهادات العليا.

من جهة أخرى، سجلت الصور الفوتوغرافية أعلى نسبة لدى حاملي شهادة الماستر 10.9%، يليها حاملي شهادة الليسانس بـ (7.1%) والدراسات العليا بـ (3.3%).

أما المقاطع الصوتية، فقد سجلت أعلى نسبة عند حاملي شهادة الليسانس (9.8%)، تليها شهادة الماستر (7.1%)، وأدنى نسبة سجلت عند حاملي الشهادات العليا (1.6%).

وتظهر هذه النتائج أن متغير المستوى التعليمي يؤثر بشكل ملحوظ على نوعية المحتوى المعتمد، حيث يميل الحاصلون على شهادة الليسانس إلى تنوع استخدامهم للوسائط المختلفة، بما فيها الفيديو والصوت، ما قد يعكس انفتاحهم على أدوات الاتصال الرقمي الحديثة. في المقابل، يميل الحاصلين على مستويات تعليمية عليا للمحتوى التقليدي الأقل تفاعلية، ويعود ذلك إلى تركيزهم على العمق التحليلي والجانب المعرفي، أكثر من اعتمادهم على الوسائط السمعية البصرية.

الجدول رقم (66): يوضح العلاقة بين متغير السن وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
29	4	7	12	6	التكرار	جودة عالية
40.8%	5.6%	9.9%	16.9%	8.5%	النسبة %	
22	4	4	4	10	التكرار	نفس الجودة
31.0%	5.6%	5.6%	5.6%	14.1%	النسبة %	
20	5	5	5	5	التكرار	جودة أقل
28.2%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

يمثل الجدول رقم (66) أعلاه توزيع عينة البحث حسب تقييم رؤساء تحرير الصحف الجزائرية لجودة المحتوى المنتج عبر الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات التقليدية ومتغير السن، ونلاحظ من خلال هذا الجدول أن هناك تباين ملحوظ في تقدير هذا النوع من المحتوى من قبل مختلف الفئات العمرية.

فقد سجلت الفئة البالغة ما بين (36 الى 45 سنة) أعلى نسبة من التقييمات الإيجابية (جودة عالية) بنسبة قدرت بـ 16.9%، تليها الفئة العمرية التي يتراوح سنهم ما بين (26 الى 35 سنة) بنسبة 9.9%، ثم الفئة العمرية التي (تتعدى من 46 سنة) بنسبة 8.5%، وأخيراً الفئة الأصغر سناً (أقل من 25 سنة) بنسبة 5.6%.

أما فيما يخص تقييم (نفس الجودة)، فنلاحظ أن الفئة العمرية الأكبر سناً (أكثر من 46 سنة) تحصلت على أعلى نسبة قدرت بـ 14.1%، بينما توزعت النسب الأخرى بشكل متساوٍ بين باقي الفئات العمرية (5.6%).

أما بالنسبة لتقييم (جودة أقل) جاء متساوياً نسبياً عبر جميع الفئات العمرية بنسبة 7.0% يتبين من خلال هذه المعطيات أن متغير السن يلعب دوراً هاماً في تشكيل نظرة رؤساء التحرير لجودة المحتوى المنتج عبر الهاتف الذكي، حيث تظهر الفئة العمرية المتوسطة والتي تتراوح ما بين (36 الى 45 سنة) انفتاحاً أكبر نحو الإمكانيات التقنية للهواتف الذكية، ويرجع ذلك إلى امتلاكها مزيجاً من الكفاءة المهنية والمرونة في استخدام الوسائط الرقمية. في المقابل، تكشف الفئة العمرية الأكبر سناً (أكثر من 46 سنة) ميلاً أكبر للاعتراف بتقارب الجودة بين الأدوات التقليدية والهواتف، ما يعكس وعياً وظيفياً مبنياً على التجربة، دون رفض تام للتقنيات الحديثة. بينما

تكشف الفئة الأصغر سنًا (أقل من 25 سنة) تقييماً أقل نسبياً للجودة العالية، ما قد يشير إلى معايير مهنية دقيقة أعلى أو توقعات أكثر دقة مرتبطة بممارسات التحرير المكتوب

وعليه، فإن تأثير متغير السن يبقى نوعاً ما محدوداً، لكنه يحمل طابع نوعي يترجم في تفضيلات واختيارات مهنية دقيقة وسلوكيات تحريرية محددة حيث تعكس التباينات العمرية اختلافاً في إدراك جودة الوسائل الرقمية وليس رفضاً مبدئياً لها، ما يدل على تطور تدريجي في تمثل التكنولوجيا داخل غرف تحرير الصحافة المكتوبة.

الجدول رقم (67): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
29	3	3	4	8	11	التكرار	جودة
40.8%	4.2%	4.2%	5.6%	11.3%	15.5%	النسبة %	عالية
22	0	3	2	3	14	التكرار	نفس
31.0%	0.0%	4.2%	2.8%	4.2%	19.7%	النسبة %	الجودة
20	3	3	3	5	6	التكرار	جودة أقل
28.2%	4.2%	4.2%	4.2%	7.0%	8.5%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يوضح تقييم جودة المحتوى المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى حسب متغير الخبرة المهنية لدى أفراد عينة البحث، وجود تأثير واضح لهذا المتغير على إدراك الجودة. إذ تصدر أصحاب الخبرة المهنية التي (تفوق خبرتهم 16 سنة) نسب التقييم على جميع المستويات بنسبة إجمالية قدرت بـ 43.7%. تحصل تقييم (جودة عالية) على أعلى نسبة لهذه الفئة والتي قدرت بـ 15.5%، يليها أصحاب الخبرة المهنية الممتدة ما بين (11 إلى 15 سنة) بنسبة 11.3%، ثم أصحاب الخبرة الممتدة (من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 5.6%. في حين سجلت الفئتان الأقل خبرة (أقل من سنة، ومن 2 إلى 5 سنوات) نسباً متقاربة بلغت 4.2% لكل منهما.

أما فيما يتعلق بإجابات (نفس الجودة)، فقد هيمنت عليها كذلك فئة أصحاب الخبرة التي (تفوق 16 سنة) بنسبة 19.7%، بينما سجلت باقي الفئات نسباً أقل بكثير والتي قدرت بـ 4.2% لكل من خبرتهم ما بين (11 إلى 15

سنة ومن 2 الى 5 سنوات)، بينما سجل أصحاب الخبرة التي تتراوح ما بين (6 الى 10 سنوات) نسبة 2.8%، ووصلت إلى حد الغياب التام عند الذين تتراوح خبرتهم (أقل من سنة). أما تقييم "جودة أقل"، فقد توزعت نتائجه بنسب متفاوتة، لكن النسبة الأعلى كانت أيضا ضمن فئة الخبرة الأكبر (التي تفوق 16 سنة) بنسبة 8.5%. يليها أصحاب الخبرة التي تتراوح ما بين (11 الى 15 سنة) بنسبة 7%، ثم نسبة 4.2% لباقي كل الفئات.

نستنتج من خلال هذه الأرقام أن متغير الخبرة المهنية يؤثر كثيرا على تقييم جودة المحتوى المنتج بالهاتف الذكي . حيث تميل الفئات الأكثر خبرة إلى تقديم تقييمات إيجابية، ما يعكس مستوى أكبر من التكيف التقني والقدرة على استثمار أدوات رقمية بسيطة لإنتاج محتوى بجودة مقبولة أو مرتفعة، دون المساس بالمعايير المهنية التي تفرضها طبيعة المهام التحريرية لرؤساء التحرير. كما يعكس ذلك أيضا ثقة كبيرة ناتجة عن تراكم التجربة في التعامل مع الوسائط الحديثة ضمن الأطر المهنية التقليدية.

الجدول رقم (68): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
29	4	10	15	التكرار	جودة عالية	كيف تقيم جودة المحتوى الذي تنتجه باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى؟
40.8%	5.6%	14.1%	21.1%	النسبة %		
22	3	8	11	التكرار	نفس الجودة	
31.0%	4.2%	11.3%	15.5%	النسبة %		
20	0	9	11	التكرار	جودة أقل	
28.2%	0.0%	12.7%	15.5%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يعرض تقييم جودة المحتوى المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى حسب متغير المستوى التعليمي لدى رؤساء تحرير الصحف المكتوبة، وجود تأثير متوسط لهذا المتغير على تصورات الجودة.

اذ جاءت أعلى نسبة لتقييم (جودة عالية) من قبل أصحاب مستوى ليسانس بنسبة 21.1%، يليهم أصحاب الماستر بنسبة 14.1%، ويقدر أقل عند أصحاب الدراسات العليا بنسبة 5.6%. ونلاحظ هناك تدرج تنازلي في

النتائج مع ارتفاع المستوى التعليمي وهو ما يُشير إلى أن أصحاب شهادات الليسانس أكثر تقبلاً في اعتماد الهاتف الذكي كأداة لإنتاج رئيسية، وأقل تردداً في كفاءته بالمقارنة مع الوسائط التقليدية. أما بالنسبة لتقييم (نفس الجودة)، فقد احتل أيضاً أصحاب مستوى الليسانس النسبة الأكبر والمقدرة بـ 15.5%، يليها أصحاب الماستر بـ 11.3% ثم أصحاب الدراسات العليا بـ 4.2%، ما يظهر أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي زاد الميول نحو التشكيك في تكافؤ جودة الهاتف الذكي مع الأدوات التقليدية. وفيما يخص تقييم (جودة أقل)، فقد سجل أصحاب شهادة الليسانس أعلى نسبة قدرت بـ 15.5%، ثم الماستر بنسبة 12.7%، في حين غابت هذه الرؤية تماماً لدى حملة الدراسات العليا، مما يُفسّر ب لجوء هذه الفئة إلى عدم استخدام الهاتف الذكي أصلاً في ممارستها المهنية، أو التزامها الصارم بأدوات إنتاج احترافية.

بناءً عليه، يمكن القول إن متغير المستوى التعليمي يؤثر على تقييم جودة المحتوى الرقمي المنتج عبر الهاتف الذكي . ويظهر هذا التأثير في تفاوت مستوى القبول بحسب المستوى التعليمي، حيث أن أصحاب الشهادات الليسانس نجدهم أكثر ميولا وإقبالا لتبني الوسائل التكنولوجية اليومية، في حين نسجل نوع من التحفظ لدى أصحاب المستويات التعليمية الأعلى، وهذا ما يخلق تبايناً في الخلفية المعرفية أو المعايير المهنية المتبناة في التقييم.

نستطيع من خلال هذه الأرقام أن نقر بوجود علاقة قوية بين متغيرات السن، الخبرة المهنية، والمستوى التعليمي لتقييم مستويات جودة المحتوى الرقمي المنتج بالهاتف الذكي، فالفرق واضح (الجدول رقم 68) حيث وضع متغير الخبرة المهنية أنه يساهم بشكل كبير في تعزيز القدرة على استثمار هذه الأدوات بفعالية، بينما يلعب المستوى التعليمي دوراً في تحليل جودة المحتوى، حيث تميل الفئات الأقل تعليماً إلى قبول أوسع للتقنيات الرقمية اليومية مقارنة بالفئات الأعلى تعليماً. وبناءً على ذلك، يمكن القول أن عامل الخبرة المهنية والمستوى التعليمي هما العاملان الرئيسيان في تقييم الأدوات الرقمية الحديثة، بينما يبقى عامل السن محدوداً ويختلف حسب طبيعة العمل الصحفي.

الجدول رقم (69): يوضح العلاقة بين متغير السن الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الهاتف الذكي في انجاز عملهم الصحفي

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
35	6	9	7	13	التكرار	ضعف الإنترنت
49.3%	8.5%	12.7%	9.9%	18.3%	النسبة %	
17	4	4	7	2	التكرار	نفاذ البطارية
23.9%	5.6%	5.6%	9.9%	2.8%	النسبة %	
15	2	2	7	4	التكرار	مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان
21.1%	2.8%	2.8%	9.9%	5.6%	النسبة %	
4	1	1	0	2	التكرار	أخرى أذكرها
5.6%	1.4%	1.4%	0.0%	2.8%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

من خلال الجدول رقم (69) الذي يوضح أبرز الصعوبات التي يواجهها المبحوثون عند استخدامهم الهاتف الذكي في عملهم الصحفي حسب متغير السن، نجد أن إجابة ضعف الإنترنت سجلت أعلى نسبة قدرت بـ 18,3% للفئة العمرية (أكثر من 46 سنة)، تلتها نسبة 12,7% للفئة العمرية الممتدة (من 26 إلى 35 سنة)، ثم نسبة 9,9% للفئة العمرية التي تتراوح ما بين (36 إلى 45 سنة)، وأخيراً نسبة 8,5% للفئة العمرية (أقل من 25 سنة).

أما بالنسبة لإجابة نفاذ البطارية، فقد سجلت نسبة 9,9% للفئة العمرية الممتدة ما بين (36 إلى 45 سنة)، تلتها نسبة 5,6% بالتساوي بين الفئتين العمريتين (أقل من 25 سنة ومن 26 إلى 35 سنة)، ثم نسبة 2,8% للفئة العمرية (أكثر من 46 سنة).

فيما سجلت إجابة مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان نسبة 9,9% للفئة العمرية الممتدة ما بين (36 إلى 45 سنة)، تلتها نسبة 5,6% للفئة العمرية (أكثر من 46 سنة)، ثم نسبة 2,8% بالتساوي بين الفئتين العمريتين (أقل من 25 سنة ومن 26 إلى 35 سنة).

أما الإجابات الأخرى التي ذكرها المبحوثون، فقد سجلت نسبة 2,8% للفئة العمرية (أكثر من 46 سنة)، تلتها نسبة 1,4% بالتساوي بين الفئتين العمريتين (أقل من 25 سنة ومن 26 إلى 35 سنة)، في حين انعدمت النسبة لدى الفئة العمرية (من 36 إلى 45 سنة).

ومن خلال هذه النتائج، يمكننا أن نستنتج أن أبرز الصعوبات التي يواجهها المبحوثون عند استخدامهم الهاتف الذكي في عملهم الصحفي هي "ضعف الإنترنت"، حيث مثل الأفراد الذين تتجاوز أعمارهم 46 سنة النسبة الأعلى في هذه الصعوبة.

الجدول رقم (70): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية والصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الهاتف الذكي في إنجاز عملهم الصحفي

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
35	2	4	5	8	16	التكرار	ضعف الإنترنت
49.3%	2.8%	5.6%	7.0%	11.3%	22.5%	النسبة %	
17	2	2	3	6	4	التكرار	نفاذ البطارية
23.9%	2.8%	2.8%	4.2%	8.5%	5.6%	النسبة %	
15	2	1	1	1	10	التكرار	مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان
21.1%	2.8%	1.4%	1.4%	1.4%	14.1%	النسبة %	
4	0	2	0	1	1	التكرار	أخرى أذكرها
5.6%	0.0%	2.8%	0.0%	1.4%	1.4%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

من خلال الجدول (70) الذي يبين أبرز الصعوبات التي يواجهها المبحوثون أفراد عينة الدراسة عند استخدامهم الهاتف الذكي في عملهم الصحفي حسب متغير الخبرة المهنية، نجد أن إجابة ضعف الإنترنت تصدرت الترتيب بنسبة 22,5% عند أصحاب الخبرة التي (تفوق 16 سنة)، تلتها نسبة 11,3% عند أصحاب الخبرة الممتدة (من 11 إلى 15 سنة)، ثم 7% لأصحاب الخبرة التي تتراوح ما بين (6 إلى 10 سنوات)، و5,6% لأصحاب الخبرة المهنية الممتدة (من 2 إلى 5 سنوات)، وأخيراً 2,8% للذين تقل خبرتهم عن سنة.

أما بالنسبة لإجابة نفاذ البطارية، فقد سجلت أعلى نسبة 8,5% عند أصحاب الخبرة (من 11 إلى 15 سنة خبرة)، تلتها نسبة 5,6% عند خبرة (أكثر من 16 سنة)، ثم 4,2% لمن خبرتهم تتراوح (من 6 إلى 10 سنوات)، و2,8% بالتساوي بين خبرتي (أقل من سنة و2 إلى 5 سنوات).

وفيما يتعلق بإجابة مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان، جاءت النسبة الأعلى والمقدرة بـ 14,1% عند خبرة (أكثر من 16 سنة)، تلتها نسبة 2,8% عند خبرة (أقل من سنة)، ثم 1,4% بالتساوي بين الفئات (من 2 إلى 5، ومن 6 إلى 10، ومن 11 إلى 15 سنة).

أما الإجابات الأخرى المتنوعة فقد جاءت بنسبة 2,8% لخبرة (من 2 إلى 5 سنوات)، تلتها 1,4% بالتساوي بين فئتي (من 11 إلى 15، وأكثر من 16 سنة)، في حين لم تُسجل أي نسبة عند فئتي (أقل من سنة ومن 6 إلى 10 سنوات).

بناءً على النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكن ان نستخلص أن أبرز الصعوبات التي يواجهها صحفيي الصحف المكتوبة عند استخدامهم الهاتف الذكي في أداء مهامهم الصحفية تتمثل في ضعف الإنترنت، حيث كشفت النتائج أن أفراد العينة البحثية التي تمتلك خبرة مهنية (أكثر من 16 سنة) هي الأكثر تضرراً من هذه المشكلة. فمع تراكم سنوات الخبرة، تزداد الحاجة إلى اتصال مستقر سواء في التغطيات الميدانية أو لجمع المعلومات، ما يجعل من ضعف الشبكة أبرز عائق أمام كفاءة استخدام التقنيات الرقمية. وهذا ما يعكس التأثير القوي لمتغير الخبرة المهنية على اختيارات أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (71): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الهاتف الذكي في إنجاز عملهم الصحفي

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
35	4	14	17	التكرار	ضعف الأنترنت	س 19
49.3%	5.6%	19.7%	23.9%	النسبة %		
17	1	6	10	التكرار	نفاذ البطارية	
23.9%	1.4%	8.5%	14.1%	النسبة %		
15	2	4	9	التكرار	مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان	
21.1%	2.8%	5.6%	12.7%	النسبة %		
4	0	3	1	التكرار	أخرى أذكرها	
5.6%	0.0%	4.2%	1.4%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

يظهر توزيع إجابات المبحوثين في الجدول أعلاه حسب المستوى التعليمي تفاوتاً واضحاً في طبيعة الصعوبات التي يواجهونها عند استخدام الهاتف الذكي في الممارسة الصحفية. حيث تصدرت مشكلة ضعف الإنترنت قائمة الانشغالات لدى جميع الفئات التعليمية، وسجلت النسبة الأعلى لدى حملة شهادة الليسانس بنسبة 23.9%، يليهم حملة شهادة الماستر 19.7%، ثم حملة شهادة الدراسات العليا بنسبة 5.6%، مما يعكس أن هذا العائق بنيوي (ترتبط بالبنية التحتية التقنية العامة) وشامل تمس جميع الفئات بغض النظر عن مستواهم التعليمي، إلا أن تأثيره يزداد على الفئة ذات المؤهل الأقل، لارتباطهم الأوثق بالمهام الميدانية اليومية التي تتطلب اتصالاً مستمراً بالشبكة.

من جهة أخرى، برزت مشكلتا (نفاد البطارية والخصوصية والأمان) بدرجات متفاوتة حسب المستوى التعليمي، إذ كانت نسبها أيضاً أعلى عند حاملي شهادة الليسانس مقارنة بباقي المستويات، في حين بدت أقل حدة عند أصحاب الدراسات العليا. هذا التفاوت قد يكون السبب هو اختلاف طبيعة الاستخدام، أو إلى مدى الوعي التقني ومستوى الاعتماد على الهاتف كمصدر رئيسي للمعلومة.

في حين أن الإجابات المفتوحة (أخرى)، وإن كانت محدودة، فقد ظهرت بشكل لافت نسبياً لدى حملة شهادة الماستر فقط بنسبة 4.2%، ما قد يدل على قدرتهم على رصد صعوبات إضافية أكثر خصوصية مقارنة بباقي الفئات.

وعليه، نستنتج أن متغير المستوى التعليمي له تأثير متوسط في تحديد طبيعة الصعوبات المرتبطة باستخدام الهاتف الذكي، حيث تزداد شدة الشعور بالمشكلات التقنية كلما انخفض المستوى التعليمي، مما قد يؤثر على درجة الاعتماد على الهاتف الذكي كمصدر فعال للمعلومة الصحفية.

الجدول رقم (72): يوضح العلاقة بين متغير السن وآراء المبحوثين حول مدى مساهمة المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	26-35 سنة	36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
35	4	9	12	10	التكرار	نعم
49.3%	5.6%	12.7%	16.9%	14.1%	النسبة %	
35	9	7	8	11	التكرار	الى حد ما
49.3%	12.7%	9.9%	11.3%	15.5%	النسبة %	
1	0	0	1	0	التكرار	لا
1.4%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

يبين الجدول أعلاه آراء الباحثين حول مدى مساهمة المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية وفق متغير السن، ونلاحظ من خلال إجابات الباحثين أن إجابتي (نعم) و(إلى حد ما) قد سجلتا النسبة نفسها، أي 35 إجابة ما يعادل نسبة 49.3% لكل منهما من مجموع أفراد العينة، ما يعكس إجماعاً لدى الباحثين على الدور الإيجابي للمصادر الرقمية، وإن تفاوتت درجة هذا التقدير.

وقد جاءت أعلى نسبة لإجابة (نعم) عند الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (36 و 45 سنة) بنسبة قدرها 16.9%، تلتها الفئة التي (يزيد عمرها عن 46 سنة) بنسبة قدرها 14.1%، ثم الفئة التي يتراوح سنهم (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة 12.7%، وأخيراً الفئة العمرية (الأقل من 25 سنة) بنسبة قدرها 5.6%.

أما إجابة (إلى حد ما)، فقد تصدرتها الفئة العمرية (أكثر من 46 سنة) بنسبة قدرها 15.5%، تلتها (الفئة الأقل من 25 سنة) بنسبة قدرها 12.7%، ثم الفئة التي تتراوح سنهم (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة قدرها 11.3%، وأخيراً الفئة العمرية الممتدة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة قدرها 9.9% في حين أن خيار (لا) سجل أضعف نسبة قدرت بـ 1.4% عند الفئة العمرية (من 36 إلى 45 سنة) ولم يسجل في باقي الفئات.

وعليه، نستنتج أن رؤساء تحرير الصحف المكتوبة يميلون، بدرجات متفاوتة، إلى الإقرار بأن المصادر الرقمية ساهمت في تحسين جودة المعلومات الصحفية، مع ملاحظة أن الفئة التي تتراوح (ما بين 36 و 45 سنة) كانت الأكثر تأكيداً عن هذا الموقف الإيجابي والقوي.

الجدول رقم (73): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وآراء الباحثين حول مدى مساهمة المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
35	2	4	5	9	15	التكرار	نعم
49.3%	2.8%	5.6%	7.0%	12.7%	21.1%	النسبة %	
35	4	5	4	7	15	التكرار	إلى حد ما
49.3%	5.6%	7.0%	5.6%	9.9%	21.1%	النسبة %	
1	0	0	0	0	1	التكرار	لا
1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يمثل الجدول (73)، توزيع عينة البحث حسب آراء الباحثين حول مدى مساهمة المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية ومتغير الخبرة المهنية، ويوضح أن أكبر عدد من أفراد العينة أجابوا بـ (نعم وإلى حد ما) حيث سجل كل منهما نفس العدد من الاجابات التي تقدر بـ 35 إجابة لكل خيار أي ما يعادل 49.3%، غير أن هذا التوزيع حسب فئات الخبرة المهنية يكشف عن تفاوت نسبي في الاختيارات فيما يخص الإجابة نعم، سجلت أعلى نسبة عند أصحاب الخبرة التي (تزيد عن 16 سنة) بنسبة 21.1%. من تتراوح خبرتهم (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 12.7%، ثم أصحاب الخبرة (من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 7%، بعدها من خبرتهم تتراوح ما بين (2 إلى 5 سنوات) بنسبة 5.6%، وأخيراً فئة (أقل من سنة) بنسبة 2.8%. أما بالنسبة لإجابة (إلى حد ما)، فقد سجلت أيضاً أعلى نسبة للأفراد الذين يمتلكون خبرة مهنية (تفوق عن 16 سنة) بنسبة 21.1%، تليها نسبة 9.9% لأصحاب الخبرة التي تتراوح (من 11 إلى 15 سنة)، ثم 7% لأصحاب الخبرة (من 2 إلى 5 سنوات)، في حين سجلت نسبة 5.6% بالتساوي بين (فئتي أقل من سنة ومن 6 إلى 10 سنوات).

وبخصوص الإجابة "لا"، فقد كانت محدودة جداً واقتصرت فقط على أصحاب الخبرة التي (تتجاوز 16 سنة) بنسبة 1.4%، بينما لم تسجل أي اجابات في بقية الفئات المهنية.

نستنتج من خلال هذه المعطيات أن أغلبية الباحثين أكدوا أن المصادر الرقمية تساهم بالفعل في تحسين جودة المعلومات الصحفية، حيث تمثل فئة الصحفيين الأكثر خبرة (أكثر من 16 سنة) النسبة الأكبر من المؤيدين، سواء بشكل قاطع أو إلى حد ما. ويعكس ذلك إدراك هذه الفئة، بحكم خبرتها الطويلة، للأثر الإيجابي للمصادر الرقمية في تطوير المحتوى الصحفي، سواء من حيث الدقة أو الشمولية أو السرعة، مقارنة بالفئات الأقل خبرة التي بدت نسب موافقتها أقل نسبياً.

نستخلص مما سبق أن المصادر الرقمية ساهمت بشكل كبير في تحسين جودة المعلومات الصحفية، وهو ما انعكس في ارتفاع نسب التأييد بين أفراد العينة الدراسة سواء من خلال متغير السن أو الخبرة المهنية. إذ أظهرت النتائج أن الفئات الأكبر سناً وذات الخبرة المهنية الطويلة كانت الأكثر اقتناعاً بدور هذه المصادر. ويرجع ذلك إلى إدراك هذه الفئات لأهمية المصادر الرقمية في تحسين الأداء الصحفي مقارنة بالفئات الأصغر سناً أو الأقل خبرة التي بدت أكثر تحفظاً نسبياً في تقييم جودة هذه المصادر.

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء نظرية انتشار المبتكرات لإيفريت روجرز، إلى أن النتائج المتحصل عليها في هذا التحليل تشير إلى أن الصحفيين ذوي الخبرة المهنية الطويلة أو الأكبر سناً الذين يميلون عادة إلى التحفظ في تبني الممارسات الرقمية الحديثة، هم من أبدوا تأييداً كبيراً لدور المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية في هذا التحليل. وهو ما يعكس مرحلة متقدمة من مراحل تبني الابتكار، حيث يتطلب الأمر توفر أدلة ملموسة لإقناع هذه الفئة بضرورة استخدام هذه المصادر. كما يتماشى هذا المسار مع مفهوم "المبتنئين الأواخر" في نظرية روجرز، الذين

غالبًا ما يعتمدون في اتخاذ قرار التبنى على تجارب الفئات السابقة لهم، بالإضافة إلى التقييم العقلاني للجدوى والمخاطر. وقد ظهر ذلك جليًا في إدراكهم المتزايد لأهمية المصادر الرقمية ودورها في تطوير العمل الصحفي. ويؤكد هذا الربط أن انتشار استخدام المصادر الرقمية في الممارسة الصحفية لا يحدث بشكل تلقائي، بل يمر بمراحل تدريجية تتفاوت وفقًا للخصائص المهنية والديموغرافية للفئات المستهدفة.

الجدول رقم (74): يوضح العلاقة بين متغير السن وآراء المبحوثين حول تأثير المصادر الرقمية على سرعة عملية جمع المعلومات الصحفية

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
59	10	14	17	18	التكرار	زادت بشكل كبير
83.1%	14.1%	19.7%	23.9%	25.4%	النسبة %	
11	3	2	3	3	التكرار	زادت بشكل طفيف
15.5%	4.2%	2.8%	4.2%	4.2%	النسبة %	
1	0	0	1	0	التكرار	لم تؤثر
1.4%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

نرى من خلال هذا الجدول أن 83.1% من أفراد عينة الدراسة يؤكدون على تأثير المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات ويتضح ذلك من خلال اختيارهم لـ (زادت بشكل كبير). سجلت أعلى نسبة من الإجابات لهذا الاختيار والمقدرة بـ 25.4% عند الفئة العمرية التي (تفوق من 46 سنة)، تلتها الفئة العمرية (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 23.9% ثم عند الفئة العمرية (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة قدرها 19.7%، وأخيرًا عند الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) بنسبة 14.1%. أما خيار (زادت بشكل طفيف) فقد سجل نسبيًا مقارنة نسبيًا بين ثلاث فئات عمرية، قدرت بـ 4.2% لكل من الفئات (أقل من 25 سنة ومن 36 إلى 45 سنة وأكثر من 46 سنة)، فيما جاءت بنسبة ضعيفة عند الفئة العمرية الممتدة (من 26 إلى 35 سنة) قدرها 2.8%. أما عن خيار (لم تؤثر) فقد اقتصر تسجيلها عند الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (36 إلى 45 سنة) بنسبة 1.4%، بينما لم تسجل أي إجابة عند باقي الفئات العمرية.

نلاحظ من خلال هذه الأرقام الى وجود اختلافات في التقدير والتقييم بين الفئات العمرية، حيث أظهرت الفئات الأكبر سنًا (أكثر من 46 سنة) أعلى نسب التأييد لتأثير المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات والأخبار، ما يعكس ارتفاع مستوى القناعة والوعي عند هذه الفئة بدور المصادر الرقمية في تطوير وتسهيل العمل الصحفي بحكم خبرتها وتعرضها المسبق للأساليب التقليدية في جمع الأخبار والمعلومات،

في المقابل، سجلت الفئات الأصغر سنًا (أقل من 25 سنة) نسب تأييد أقل نسبيًا، سواء في خيار "زادت بشكل كبير" أو خيار "زادت بشكل طفيف"، ما يشير إلى التحفظ في تقييم أقل هذا الأثر مقارنة بالفئات الأكبر سنًا بحكم نشأتها في بيئة رقمية وبالتالي ترى هذه التقنيات كأمر بديهي.

ومنه نستنتج أن متغير السن أثر بشكل كبير في تقييم تأثير المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات والأخبار الصحفية.

الجدول رقم (75): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وآراء المبحوثين حول تأثير المصادر الرقمية على سرعة عملية جمع المعلومات الصحفية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أكثر من 16 سنة	من 11-15 سنة	من 6-10 سنوات	من 2-5 سنوات	أقل من سنة		
59	27	13	7	9	3	التكرار	زادت بشكل كبير
83.1%	38.0%	18.3%	9.9%	12.7%	4.2%	النسبة %	
11	4	2	2	0	3	التكرار	زادت بشكل طفيف
15.5%	5.6%	2.8%	2.8%	0.0%	4.2%	النسبة %	
1	0	1	0	0	0	التكرار	لم تؤثر
1.4%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	النسبة %	
71	31	16	9	9	6	التكرار	المجموع
100.0 %	43.7%	22.5%	12.7%	12.7%	8.5%	النسبة %	

من خلال الإجابة على السؤال المتعلق بكيف أثرت المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات حسب متغير الخبرة المهنية، يتبين أن الإجابة (زادت بشكل كبير) تصدرت إجابات المبحوثين بنسبة قدرها 83.1%، حيث سجلت أعلى نسبة فيها عند الافراد الذين تفوق خبرتهم (16 سنة) بنسبة قدرت ب 38%، يليها الافراد الذين تتراوح خبرتهم (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة قدرها 18.3%، ثم من خبرتهم تتراوح ما بين (2 إلى 5 سنوات) بنسبة 12.7%، بعدها الفئة الخيرية (من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 9.9%، في حين سجلت فئة (أقل من سنة) أدنى نسبة 4.2%.

أما الإجابة (زادت بشكل طفيف)، فقد جاءت بنسبة 5.6% لذوي الخبرة التي (تفوق 16 سنة)، تليها نسبة 4.2% للفئة الخيرية (أقل من سنة)، ثم نسبة 2.8% لكل من فتي (6 إلى 10 سنوات و 11 إلى 15 سنة)، مع انعدام لهذه الإجابة لدى فئة (من 2 إلى 5 سنوات).

وفيما يتعلق بالإجابة (لم تؤثر)، فقد اقتصر فقط على أصحاب الخبرة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة ضئيلة قدوت ب 1.4%، مع انعدامها عند باقي الفئات.

وعليه، نستنتج أن متغير الخبرة المهنية لعب دورًا جوهريًا في تقييم تأثير المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات؛ حيث أظهرت النتائج أن الفئات ذات الخبرة الطويلة (أكثر من 16 سنة) كانت الأكثر اقتناعًا بأن المصادر الرقمية قد ساهمت بشكل كبير في تسريع جمع المعلومات، بينما بدت الفئات الأقل خبرة أكثر تحفظًا في تقدير هذا الأثر. ويرجع هذا الاختلاف إلى ادراك ووعي رؤساء التحرير المخضرمين الذين عايشوا مراحل جمع المعلومات التقليدية، ما جعلهم أكثر تقديرًا للفرق النوعي الذي أحدثته المصادر الرقمية.

أما الفئات الحديثة العهد بالجال، فيميل تقييمهم إلى الاعتدال أو التقليل من شأن هذا التحول، إما لقلة خبرتهم الميدانية مع الوسائل التقليدية، أو لاعتبارهم هذه السرعة جزءًا من الممارسات الصحفية المعتادة.

الجدول رقم (76): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وآراء الباحثين حول تأثير المصادر الرقمية على سرعة عملية جمع المعلومات الصحفية

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
59	5	24	30	التكرار	زادت بشكل كبير	كيف أثرت المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات؟
83.1%	7.0%	33.8%	42.3%	النسبة %		
11	1	3	7	التكرار	زادت بشكل طفيف	
15.5%	1.4%	4.2%	9.9%	النسبة %		
1	1	0	0	التكرار	لم تؤثر	
1.4%	1.4%	0.0%	0.0%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

يمثل الجدول أعلاه كيفية تأثير المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات وفق متغير المستوى التعليمي، جاءت اجابة (زادت بشكل كبير) في مقدمة الإجابات بنسبة قدرها 42.3% عند الباحثين الحاصلين على شهادة الليسانس، تلتها نسبة 33.8% للحاصلين على شهادة الماستر، ثم 7% للحاصلين على دراسات عليا. أما اجابة (زادت بشكل طفيف)، فقد سجلت نسبة 9.9% لدى الحاصلين على شهادة الليسانس، تليه نسبة 4.2% عند

الحاصلين على شهادة الماجستير، ثم نسبة 1.4% عند الحاصلين على الدراسات العليا. في حين أن اجابة (لم تؤثر) جاءت في ذيل الترتيب بنسبة 1.4% فقط عند حملة الدراسات العليا، مع انعدام هذه النسبة تماماً عند باقي المستويات.

نستنتج من خلال النتائج أعلاها أن أغلبية الباحثين، بغض النظر عن مستواهم التعليمي، يتفوقون على أن المصادر الرقمية ساهمت في تسريع جمع المعلومات، حيث تصدر حاملي شهادة الليسانس نسب التأيد بشكل واضح. وهذا يعكس أن مستوى التعليم لم يحدث تبايناً جوهرياً في تقدير هذا التأثير، إذ أظهرت جميع الفئات التعليمية نسباً مرتفعة في تأييد الأثر الإيجابي للمصادر الرقمية.

وعليه، يمكن القول أن تأثير متغير المستوى التعليمي على تقييم أثر المصادر الرقمية في سرعة جمع المعلومات كان محدوداً نسبياً مقارنة بمتغيري السن والخبرة المهنية، حيث بدت الفروقات بين الفئات التعليمية أقل وضوحاً.

الجدول رقم (77): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ورأي رؤساء التحرير في مدى إمكانية الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات الصحفية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
23	1	4	3	6	9	التكرار	نعم
32.4%	1.4%	5.6%	4.2%	8.5%	12.7%	النسبة %	
48	5	5	6	10	22	التكرار	لا
67.6%	7.0%	7.0%	8.5%	14.1%	31.0%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يبين الجدول رقم (77) آراء رؤساء التحرير حول إمكانية الاعتماد كلياً على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات حسب متغير الخبرة المهنية، جاءت النتائج موزعة كالآتي:

فئة الأفراد الذين يمتلكون خبرة (أكثر من 16 سنة) جاؤوا في مقدمة الباحثين الذين أجابوا بـ(نعم)، بنسبة قدرت بـ 12.7%، تليها فئة الأفراد الذين تتراوح خبرتهم ما بين (11 إلى 15 سنة) بنسبة 8.5%، ثم فئة الأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 2 إلى 5 سنوات) بنسبة 5.6%، بعدها فئة الأفراد الذين تتراوح خبرتهم ما بين (6 إلى 10 سنوات) بنسبة 4.2%، وأخيراً فئة الأفراد الذين تقل خبرتهم (عن سنة) بنسبة 1.4%.

في المقابل جاءت الإجابة ب (لا) بنسبة عالية عند فئة الأفراد الذين (تتجاوز خبرتهم 16 سنة) بنسبة قدرها 31%، تليها فئة الأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة قدرها 14.1%، ثم فئة الأفراد الذين تتراوح خبرتهم ما بين (6 إلى 10 سنوات) بنسبة 8.5%، وأخيراً وبنسبة متساوية قدرها 7% لكل من فئة الأفراد الذين (تقل خبرتهم عن سنة وفئة الأفراد الذين تتراوح خبرتهم من 2 إلى 5 سنوات).

وبناءً على هذه المعطيات، نستنتج أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة، بغض النظر عن تفاوت خبراتهم المهنية، يرفضون فكرة الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات، وهو ما يتجلى بوضوح في النسبة المرتفعة لفئة ذوي الخبرة الطويلة (أكثر من 16 سنة) الذين كانوا الأكثر تحفظاً في هذا السياق، سواء من حيث تأييد محدود لفكرة الاعتماد الكلي أو من حيث ارتفاع نسبة الراضين.

يعكس هذا التوجه رؤية أكثر واقعية عند رؤساء التحرير القدماء الذين يدركون أهمية التوازن بين المصادر التكنولوجية والمصادر التقليدية المباشرة، والذين يرون أن الممارسات الصحفية الصحيحة والمتقنة تتطلب دائماً التحقق الميداني والمعاينة المباشرة، وعدم الاكتفاء بالمصادر الرقمية مهما كانت متوفرة وسريعة، وذلك لضمان دقة المعلومات وجودتها في سياق ممارساتهم المهنية.

الجدول رقم (78): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأبرز الفوائد التي حصلت عليها من استخدام المصادر الرقمية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
53	4	9	7	14	19	التكرار	سهولة الوصول الى المعلومات
24.9%	1.9%	4.2%	3.3%	6.6%	8.9%	النسبة %	
55	2	6	8	15	24	التكرار	سرعة جمع البيانات
25.8%	0.9%	2.8%	3.8%	7.0%	11.3%	النسبة %	
56	2	8	8	13	25	التكرار	تنوع المصادر
26.3%	0.9%	3.8%	3.8%	6.1%	11.7%	النسبة %	
42	4	5	3	12	18	التكرار	قلة التكلفة
19.7%	1.9%	2.3%	1.4%	5.6%	8.5%	النسبة %	
7	0	2	0	1	4	التكرار	أخرى أذكرها
3.3%	0.0%	0.9%	0.0%	0.5%	1.9%	النسبة %	
213	12	30	26	55	90	التكرار	المجموع
100%	5.6%	14.1%	12.2%	25.8%	42.3%	النسبة %	

يمثل الجدول رقم (78) أبرز الفوائد التي يحصل عليها المبحوثون من استخدامهم للمصادر الرقمية حسب متغير الخبرة المهنية، وجاءت النتائج كالتالي:

جاءت تنوع المصادر في مقدمة الترتيب، حيث سجلت فئة الخبرة الطويلة (أكثر من 16 سنة) أيضًا أعلى نسبة بـ 11.7%، تليها فئة الخبرة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 6.1%، ثم أصحاب الخبرة لكل من الفئات التي تتراوح (من 6 إلى 10 و من 2 إلى 5 سنوات) .

فيما احتلت سرعة جمع البيانات المرتبة الثانية أين سجلنا أعلى نسبة عند أصحاب الخبرة (أكثر من 16 سنة) بنسبة 11.3%، يليها أصحاب الخبرة التي تتراوح (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 7.0% فيما سجلت الفئات الأقل خبرة نسب ضعيفة (من 2 إلى 5 سنوات بنسبة 2.8% والأقل من سنة 0.9%). وهذا دليل على أن الخبرة الطويلة في المجال الصحفي تمنح المبحوثين قدرة أكبر على التقدير الدقيق لأهمية السرعة في جمع البيانات باستخدام المصادر الرقمية.

ثم سهولة الوصول إلى المعلومات في المرتبة الثالثة بنسبة اجمالية قدرها 24.9% حيث سجل أصحاب الخبرة التي تفوق (16 سنة) أعلى نسبة بـ 8.9%، يليها أصحاب الخبرة التي تتراوح (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 6.6%. أما الفئات الأقل خبرة (أقل من سنة ومن 2 إلى 5 سنوات) فقد سجلوا أقل النسب، مما يشير إلى أن الخبرة الطويلة تساهم بشكل أكبر في التقدير الحقيقي للفوائد المتعلقة بسهولة الوصول إلى المعلومات.

قلة التكلفة في المرتبة الرابعة، أعلى نسبة سجلت لأصحاب الخبرة (أكثر من 16 سنة) قدرت بـ 8.5%، تليها فئة الخبرة التي تتراوح (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 5.6%، ويشير ذلك إلى أن الخبرة الطويلة قد تؤدي إلى تقدير أعلى لهذه الفائدة، حيث أن رؤساء التحرير القدامى يدركون تأثير المصادر الرقمية في تقليل التكاليف المرتبطة بجمع المعلومات من الميدان.

المرتبة الأخيرة ترجع للإجابات أخرى المتنوعة من قبل المبحوثين.

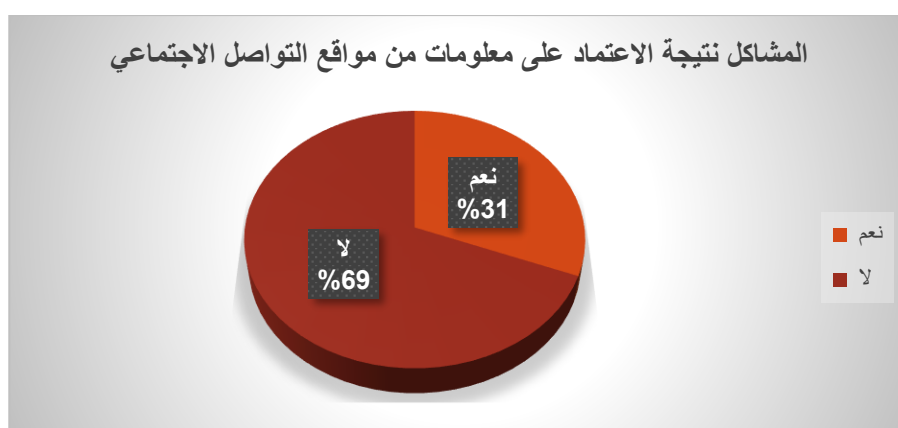
نستخلص أن أصحاب الخبرة الطويلة (أكثر من 16 سنة) هم الأكثر تقديراً لفوائد استخدام المصادر الرقمية، حيث سجلوا أعلى النسب في جميع الفوائد المحددة. كما يظهر أن الخبرة المهنية تلعب دورًا هامًا في تقدير تأثير هذه المصادر، حيث تزداد قيمة هذه الفوائد كلما طالت فترة الخبرة.

2- تقييم مصادر المعلومات الرقمية

الجدول رقم (79): يمثل مدى تعرض المبحوثين لمشاكل نتيجة الاعتماد على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	المشاكل نتيجة الاعتماد على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي
31	22	نعم
69	49	لا
100	71	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (79) إلى أن 31% من أفراد العينة المبحوثة أجابوا بأنهم سبق وأن واجهوا مشكلات نتيجة الاعتماد على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي، في حين 69% منهم أجابوا عكس ذلك أي أنهم لم يتعرضوا لمثل هذه المشكلات. تعكس هذه النتائج تبايناً واضحاً في إجابات المبحوثين وتجاربهم المهنية في التعامل مع محتوى شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تُعد هذه المواقع مصادر سريعة ومتنوعة للمعلومات، لكنها في الوقت ذاته تُشكّل بيئة خصبة لانتشار الأخبار الزائفة والمضللة، ما يدفع ببعض رؤساء التحرير إلى التحقق في الاعتماد عليها، خوفاً من الوقوع في فخ المعلومات غير الدقيقة أو غير الموثوقة ما يؤدي إلى الوقوع في مشكلات قانونية في بعض الأحيان

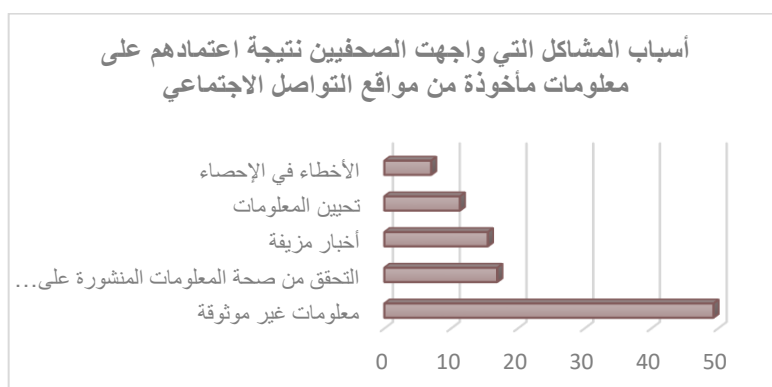


الجدول رقم (80): يوضح أسباب المشاكل التي واجهت الصحفيين نتيجة اعتمادهم على معلومات مأخوذة من مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	توضيح ذلك
49.3	35	معلومات غير موثوقة
16.9	12	التحقق من صحة المعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي
15.5	11	أخبار مزيفة
11.3	8	تحسين المعلومات
7.0	05	الأخطاء في الإحصاء
100	71	المجموع

يمثل الجدول أعلاه أبرز المشكلات التي واجهت الصحفيين نتيجة اعتمادهم على معلومات مستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال تحليلنا لمعطيات الجدول وجدنا أن 49.3% من أفراد العينة لا يتقنون في المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي، رغم أن ما يقارب 18.6% من الصحفيين، كما هو موضح في الجدول رقم (17) يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة.

من جهة أخرى، أفاد ما نسبته 16.09% من أفراد العينة المبحوثة بأنهم يواجهون صعوبات في التحقق من صحة المعلومات المنشورة على هذه المواقع، وهو ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بانتشار الأخبار الزائفة، حيث أشار 15.05% إلى أنهم تعرضوا لمعلومات خاطئة ومضللة، مما قد يؤدي الى تضليل الرأي العام واهتزاز ثقة الجمهور من الصحافة الجزائرية. أما تحسين المعلومات (تحديثها بشكل مستمر) فقد مثل تحدياً بالنسبة لـ 11.3% من أفراد العينة المبحوثة، في حين أشار ما نسبته 7% من أفراد العينة المبحوثة الى أنهم واجهوا أخطاء في الاحصائيات المستقاة من هذه المواقع، وهو ما يشير الى ضعف في موثوقية البيانات الرقمية المنشورة وغياب معايير دقيقة للتحقق والتدقيق في المعلومات ما يستوجب تعزيز مهارات التحقق الرقمي لدى الصحفيين وتطوير آليات مهنية لمواجهة هذه التحديات في البيئة الرقمية.



الجدول رقم (81): يمثل أساليب تحقق المبحوثين من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	أساليب التحقق
46.0	64	الرجوع الى مصدر رسمي
27.3	38	التواصل مع شهود عيان
26.6	37	البحث عن مصادر أخرى
100	139	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أساليب تحقق المبحوثين من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال السؤال: كيف تتحقق من المعلومات التي تحصل عليها من وسائل التواصل الاجتماعي؟ هل بالرجوع الى المصادر الرسمية أو من خلال التواصل مع شهود عيان أو عبر البحث عن مصادر أخرى؟ تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين والمقدرة بـ 46% يرجعون الى المصادر الرسمية وهذا دليل على وعي المبحوثين بأهمية المصادقية والموثوقية في العمل الصحفي، بينما يفضل 27.3% من المبحوثين التواصل مع شهود عيان، في حين يلجأ ما نسبته 26.6% منهم الى البحث عن مصادر أخرى.

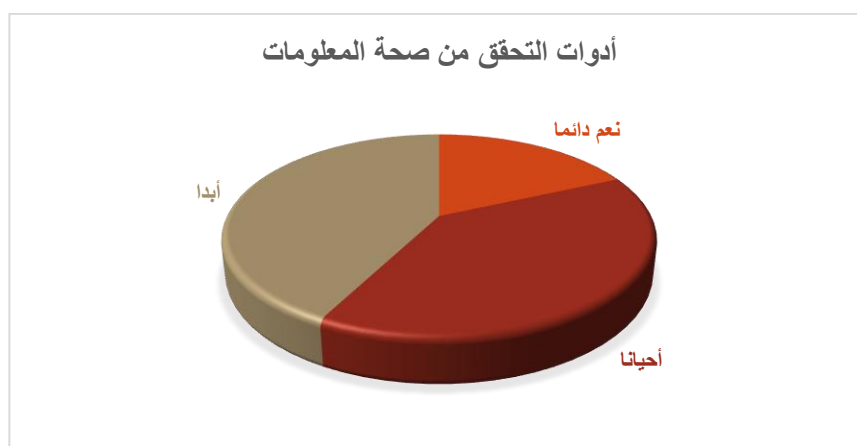
ويمكن تفسير النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه، حرص المبحوثين على تطبيق معايير التحقق والتحري الصحفي، في ظل الانتشار الواسع للمعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتفادي الوقوع في المشكلات المرتبطة بالمعلومات الزائفة (كما أشير له سابقاً في الجدول رقم 31) ويُعد هذا التوجه مؤشراً إيجابياً على التزامهم بأخلاقيات المهنة وسعيهم نحو تقديم محتوى إعلامي دقيق وموثوق للجمهور.



الجدول رقم (82): يمثل مدى استخدام المبحوثين لأدوات التحقيق الرقمي مثل (Fact Check) للتحقق من صحة المعلومات والأخبار

أدوات التحقق من صحة المعلومات	التكرار	النسبة %
نعم دائما	13	18.3
أحيانا	28	39.4
أبدا	30	42.3
المجموع	71	100

تشير بيانات الجدول رقم (82)، أن استخدام أدوات التحقيق الرقمي للتحقق من صحة المعلومات والأخبار من قبل أفراد عينة الدراسة لا يزال محدودا، حيث أجاب ما نسبته 42.3% من المبحوثين بأنهم لا يستخدمون هذه الأدوات إطلاقا وهي أعلى نسبة مسجلة في الجدول، ما يدل على ضعف الاعتماد على التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات، فيما أجاب ما نسبته 39.4% على أنهم يستخدمون هذه الأدوات أحيانا، بينما لا تتجاوز نسبة من يستخدمونها بشكل دائم 18.3%، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بعينة الصحفيين المبحوثين.



وفيما يلي تحليل النتائج بمتغيرات الدراسة

جدول رقم (83): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى تعرض المبحوثين لمشاكل نتيجة الاعتماد على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
22	2	2	3	3	12	التكرار	نعم
31.0%	2.8%	2.8%	4.2%	4.2%	16.9%	النسبة %	
49	4	7	6	13	19	التكرار	لا
69.0%	5.6%	9.9%	8.5%	18.3%	26.8%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يسمح لنا الجدول رقم (83) بالتعرف على ما إذا كان المبحوثون قد سبق وأن واجهوا مشكلات بسبب الاعتماد على معلومات من وسائل التواصل الاجتماعي حسب متغير الخبرة المهنية، ونلاحظ الأغلبية الساحقة من أفراد العينة المبحوثة نفوا تعرضهم للمشاكل بسبب اعتمادهم على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الإجابة بـ (لا) بـ 69%، وتصدر هذه النتيجة الأفراد الذين تتجاوز خبرتهم (16 سنة) بنسبة قدرها 26.8%، يليها الأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة قدرها 18.3%، ثم الأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 2 إلى 5 سنوات) بنسبة قدرها 9.9%، والأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 8.5%، في حين سجل الأفراد الذين تقل خبرتهم (عن سنة) نسبة قدرها 5.6%.

أما بالنسبة للمبحوثون الذين أجابوا بـ (نعم) فقد بلغت نسبتهم الإجمالية بـ 31%، حيث سجلت أعلى نسبة عند الأفراد الذين (تفوق خبرتهم 16 سنة) بنسبة قدرت بـ 16.9%، تليها نسبة 4.2% لكل من فئتي الخبرة (من 6 إلى 10 سنوات ومن 11 إلى 15 سنة)، في حين سجلت الفئتان الأقل خبرة (أقل من سنة ومن 2 إلى 5 سنوات) نسبة متساوية قدرت بـ 2.8%.

نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة لم يسبق لهم مواجهة مشكلات بسبب الاعتماد على معلومات من وسائل التواصل الاجتماعي، وقد جاءت النسبة الأعلى لهذه الإجابة لأصحاب الخبرة التي تفوق 16 سنة، ما يعكس احتياطهم المهني وخبرتهم الطويلة في التعامل النقدي مع هذا النوع من المصادر.

الجدول رقم (84): يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى تعرض المبحوثين لمشاكل نتيجة الاعتماد على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
22	1	8	13	التكرار	نعم	س25
31.0%	1.4%	11.3%	18.3%	النسبة %		
49	6	19	24	التكرار	لا	
69.0%	8.5%	26.8%	33.8%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

نلاحظ من خلال النتائج المعروضة في الجدول أعلاه أن الأغلبية الساحقة من عينة الدراسة نفوا تعرضهم لمشكلات بسبب الاعتماد على معلومات من وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة الإجابة بـ (لا) 69%، سجلت أعلى نسبة منها عند الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 33.8%. أما الذين صرحوا بحدوث مشكلات (من خلال الإجابة بنعم) فقد بلغت نسبتهم الإجمالية بـ 31%، حيث سجلت أعلى نسبة عند حاملي شهادة الليسانس بنسبة قدرها 18.3%.

نستخلص من خلال المعطيات السابقة أن متغير المستوى التعليمي لم يسجل تأثيراً كبيراً أو حاسماً في توجهات المبحوثين، حيث بقيت النسبة الأكبر تميل إلى نفي مواجهة مشكلات بغض النظر عن المستوى التعليمي، مما يشير إلى أن هذا المتغير لم يكن ذات تأثير جوهري على الموقف من الاعتماد على معلومات مستقاة من وسائل التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (85): يوضح العلاقة بين متغير السن وأساليب تحقق المبحوثين من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
64	11	14	21	18	التكرار	الرجوع الى مصدر رسمي
46.0%	7.9%	10.1%	15.1%	12.9%	النسبة %	
38	5	9	12	12	التكرار	التواصل مع شهود عيان
27.3%	3.6%	6.5%	8.6%	8.6%	النسبة %	
37	8	4	12	13	التكرار	البحث عن مصادر أخرى
26.6%	5.8%	2.9%	8.6%	9.4%	النسبة %	
139	24	27	45	43	التكرار	المجموع
100.%	17.3%	19.4%	32.4%	30.9%	النسبة %	

يبين الجدول أعلاه تأثير متغير السن على اختيارات أفراد العينة لأشكال التحقق من المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي، فيعتبر الرجوع إلى المصادر الرسمية من أولى أشكال التحقق من المعلومات وقد سجل المرتبة الأولى من حيث الاستخدام عبر جميع الفئات العمرية، حيث سجلت الفئة العمرية الممتدة (من 36 إلى 45 سنة) أعلى نسبة بـ 15.1%، تلتها الفئة العمرية التي تفوق (46 سنة) بنسبة 12.9%، وهو ما يعكس تفضيل الفئات الأكبر سناً للاعتماد على المصادر الرسمية كآلية رئيسية للتحقق. أما التواصل مع شهود العيان فقد جاء في المرتبة الثانية بنسبة إجمالية بلغت 27.3%، مع وجود تركيز أكبر عند الفئتين (من 36 إلى 45 سنة) و(أكثر من 46 سنة) بنسبة مقارنة قدرت بـ 8.6% لكل منهما، وهو دليل على استمرار هذه الفئات العمرية في الاعتماد على التحقق الميداني المباشر. في حين سجلت أعلى نسب لـ البحث عن مصادر أخرى عند الفئة العمرية الأكبر سناً بنسبة قدرت بـ 9.4%، ما يشير إلى أن الفئات الأكبر تميل إلى الجمع بين أساليب التحقق رغم طابعها المحافظ. بالمقابل، سجلت الفئات الأصغر سناً (أقل من 25 سنة ومن 26 إلى 35 سنة) نسباً أقل في استخدام كافة أساليب التحقق، ما قد يعكس محدودية خبرتها الصحفية أو اعتمادها على أساليب تحقق أقل دقة مقارنة بالفئات الأكبر سناً.

بناءً على هذه الاحصائيات، يتجلى التأثير الواضح لمتغير السن في تفضيل الفئات الأكبر سناً (من 36 سنة فأكثر) للاعتماد على المصادر الرسمية والبحث عن مصادر متعددة مقارنة بالفئات الأصغر سناً، مما يعكس تبايناً في سلوكيات التحقق المرتبطة بالخبرة والممارسة المهنية في التحقق من المعلومات.

الجدول رقم (86): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأساليب تحقق المبحوثين من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
64	6	9	8	13	28	التكرار	الرجوع الى مصدر رسمي
46.0%	4.3%	6.5%	5.8%	9.4%	20.1%	النسبة %	
38	1	6	4	8	19	التكرار	التواصل مع شهود عيان
27.3%	0.7%	4.3%	2.9%	5.8%	13.7%	النسبة %	
37	3	2	6	8	18	التكرار	البحث عن مصادر أخرى
26.6%	2.2%	1.4%	4.3%	5.8%	12.9%	النسبة %	
139	10	17	18	29	65	التكرار	المجموع
100 %	7.2%	12.2%	12.9%	20.9%	46.8%	النسبة %	

يوضح الجدول أعلاه أن متغير الخبرة المهنية يؤثر بشكل واضح على طرق التحقق من المعلومات التي يحصل عليها عينة الدراسة من مواقع التواصل الاجتماعي.

جاءت طريقة الرجوع إلى المصادر الرسمية في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام، وبلغت أعلى نسبة فيها 20.1% عند المبحوثين الذين يملكون خبرة (تفوق 16 سنة)، تليها من يمتلكون خبرة مهنية تتراوح (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 9.4%، ثم عند أصحاب الخبرة التي تتراوح (من 2 إلى 5 سنوات) بنسبة 6.5%، بعدها أصحاب الخبرة المهنية التي تتراوح (من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 5.8%، وأخيراً عند الأفراد الذين (تقل خبرتهم عن سنة) بنسبة 4.3%.

أما التواصل مع شهود العيان فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة إجمالية بلغت (27.3%)، حيث سجلت أعلى نسبة فيه، عند أصحاب الخبرة التي تفوق (16 سنة) بنسبة 13.7%، يليها أصحاب الخبرة التي تتراوح (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 5.8%، ثم (من 2 إلى 5 سنوات) بنسبة 4.3%، بينما سجلنا نسبة ضعيفة عند الأفراد الذين يمتلكون خبرة ما (بين 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 2.9%، والمرتبة الأخيرة عند أصحاب الخبرة (الأقل من سنة) بنسبة 0.7%.

وفيما يتعلق بـ البحث عن مصادر أخرى، فقد جاءت النسبة الأعلى كذلك عند أصحاب الخبرة الطويلة بنسبة 12.9%، تليها الخبرة الممتدة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 5.8%، ثم الخبرة الممتدة ((من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 4.3%، بينما سجلت الفئتان الأقل خبرة أدنى النسب قدرت بـ (2.2% و 1.4% على التوالي).

وبناءً على هذه النتائج، نستنتج أن أصحاب الخبرة المهنية الطويلة (أكثر من 16 سنة) يميلون أكثر لاستخدام آليات تحقق متنوعة، مع تفضيل واضح للرجوع إلى المصادر الرسمية، مقارنة بالفئات ذات الخبرة المحدودة التي سجلت نسباً منخفضة في جميع طرق التحقق، ما يعكس تأثير مستوى الخبرة المهنية في تنوع ودقة أساليب التحقق من المعلومات.

الجدول رقم (87): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى استخدام المبحوثين لأدوات التحقيق الرقمي مثل (Fact Check) للتحقق من صحة المعلومات والاخبار

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
13	3	0	1	4	5	التكرار	نعم دائماً
18.3%	4.2%	0.0%	1.4%	5.6%	7.0%	النسبة %	
28	1	5	5	4	13	التكرار	حيانا
39.4%	1.4%	7.0%	7.0%	5.6%	18.3%	النسبة %	
30	2	4	3	8	13	التكرار	أبداً
42.3%	2.8%	5.6%	4.2%	11.3%	18.3%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يمثل الجدول رقم (87) توزيع عينة البحث باستخدام أدوات التحقق الرقمي مثل (Fact Check) حسب مستوى الخبرة المهنية. حيث نلاحظ من خلال هذه الأرقام تصدر فئة الذين يملكون خبرة مهنية (تفوق 16 سنة) نسب استخدام هذه الأدوات بجميع مستوياتها، إذ سجلت أعلى نسبة في خيار (نعم دائماً) بنسبة قدرها 7%، وكذلك أعلى نسبة في خيار (أحياناً) بنسبة 18.3%، وأيضاً في خيار (أبداً) بنسبة 18.3%. يعكس هذا التوزيع تبايناً داخل هذه الفئة ذات الخبرة المهنية الطويلة بين الاستخدام المنتظم أو العرضي وبين الامتناع الكامل عن استخدام أدوات التحقق الرقمي. في حين سجلت بقية فئات الخبرة المهنية نسباً أقل عموماً، خاصة عند فئة الخبرة

المهنية الممتدة (من 2 إلى 5 سنوات)، التي لم تسجل أي نسبة في خيار (نعم دائماً)، واقتصرت مشاركتها على (أحياناً) بنسبة 7% و(أبدًا) بنسبة 5.6%.

ومنه، يتضح أن الأفراد أصحاب الخبرة الطويلة (أكثر من 16 سنة) يمثلون الشريحة الأبرز سواء في الاستخدام أو في الامتناع عن استخدام أدوات التحقيق الرقمي، مما قد يعكس اختلافاً في المواقف المهنية والاتجاهات الشخصية تجاه هذه الأدوات حسب الخبرة المهنية.

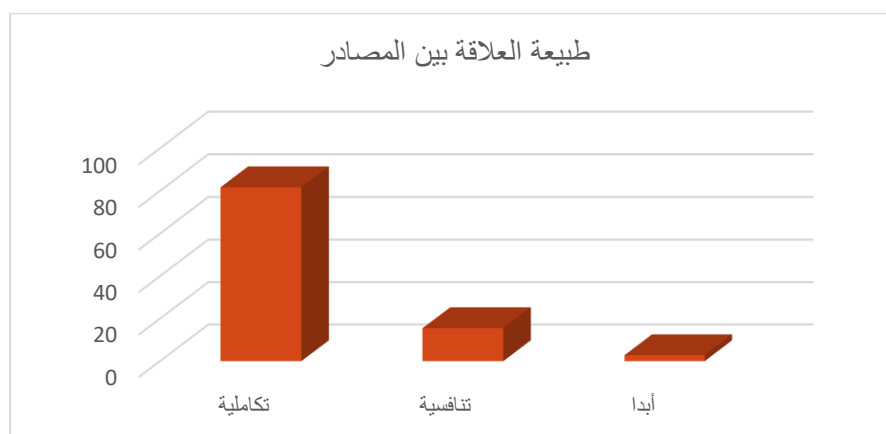
نستنتج أن متغير الخبرة المهنية يؤثر بشكل كبير في سلوك استخدام أدوات التحقيق الرقمي.

المحور الثالث: علاقة الوسائل الجديدة للإعلام والاتصال بمصادر المعلومات

الجدول رقم (88): يمثل طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية

طبيعة العلاقة بين المصادر	التكرار	النسبة %
تكاملية	58	81.7
تنافسية	11	15.5
أبدا	2	2.8
المجموع	71	100

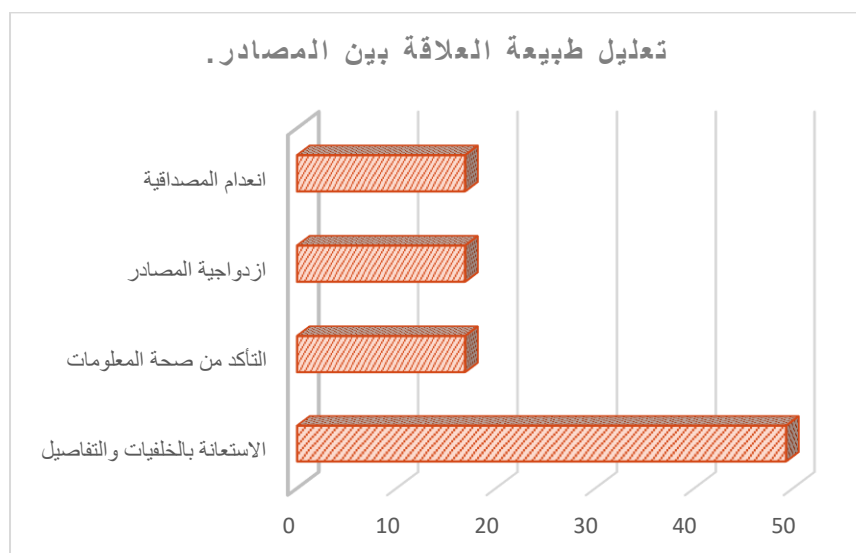
تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن أغلبية المبحوثين يرون أن العلاقة بين المصادر التقليدية (مثل وكالات الأنباء، المراسلين... وغيرها) والمصادر الرقمية (مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإخبارية... وغيرها) هي علاقة تكاملية، حيث أجاب 81.7% من أفراد العينة المبحوثة على هذا الرأي، بينما اعتبر 15.5% من أفراد العينة المبحوثة أن العلاقة بين هذه المصادر تنافسية، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بعينة رؤساء التحرير المبحوثين، في حين أن ما نسبته 2.8% من أفراد العينة المبحوثة ترى لا وجود لأي علاقة بين المصادر التقليدية والرقمية. يمكن تفسير هذه النتائج بالقول أن أغلبية رؤساء التحرير الصحف الجزائرية يرون أن المصادر التقليدية لا تتعارض مع المصادر الرقمية بل تتكامل معها في تحسين عمل الصحفيين والصحافة بمجملها، وهو ما يعكس تحولا تدريجيا نحو اعتماد مزيج من الوسائل الرقمية والتقليدية في العمل الصحفي، وهذا ما يساهم في تعزيز مصداقية المعلومات وجودتها مع الاستفادة من السرعة والانتشار الذي توفره المصادر الرقمية.



الجدول رقم (89): يمثل تحليل المبحوثين لطبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية

النسبة %	التكرار	تحليل طبيعة العلاقة بين المصادر
49.3	35	الاستعانة بالخلفيات والتفاصيل
16.9	12	التأكد من صحة المعلومات
16.9	12	ازدواجية المصادر
16.9	12	انعدام المصدقية
100	71	المجموع

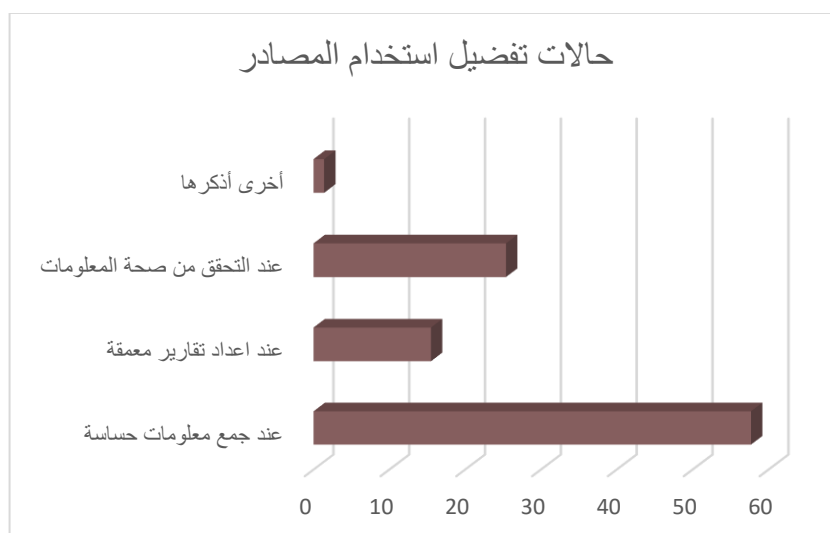
يوضح الجدول أعلاه إلى أغلبية أفراد العينة المبحوثة يتفقون على أن العلاقة بين المصادر التقليدية والرقمية هي علاقة تكاملية، وهو ما تعكسه المبررات المقدمة لتفسير هذا التكامل، حيث سجلنا أعلى نسبة لأفراد العينة الذين اختاروا الاستعانة بالخلفيات والتفاصيل التي توفرها المصادر التقليدية كمكمل ضروري للسرعة والآنية التي تتيحها المصادر الرقمية بنسبة بلغت 49.3%، تليها مبررات تتعلق بـ **التأكد من صحة المعلومات و ازدواجية المصادر و انعدام المصدقية** بنسبة متساوية بلغت 16.9% لكل منها، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن المبحوثين لا ينظرون إلى المصادر التقليدية والرقمية كبديل تنافسية، بل كوسائل متكاملة تُستخدم وفقاً لطبيعة المحتوى والسياق المهني بما يعزز دقة التغطية الإعلامية وجودتها.



الجدول رقم (90): يمثل حالات تفضيل المبحوثين لاستخدام المصادر التقليدية على المصادر الرقمية في الصحف الجزائرية اليومية

حالات تفضيل استخدام المصادر	التكرار	النسبة %
عند جمع معلومات حساسة	41	57.7
عند اعداد تقارير معمقة	11	15.5
عند التحقق من صحة المعلومات	18	25.4
أخرى أذكرها	1	1.4
المجموع	71	100

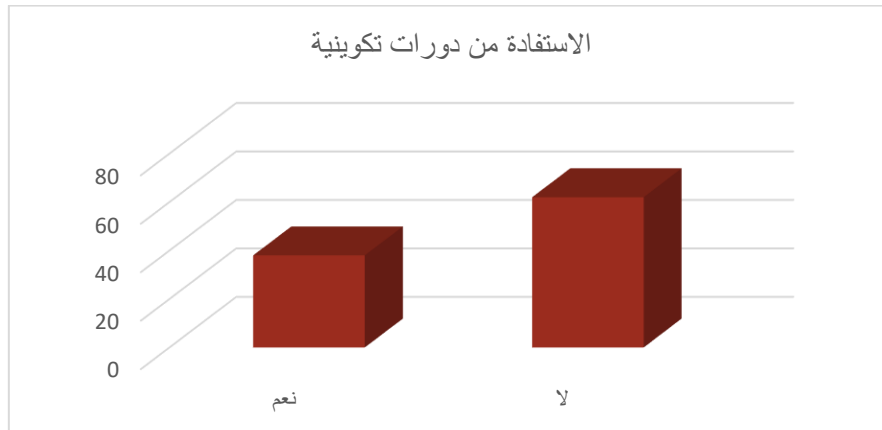
تشير معطيات الجدول رقم 90 الى أن 41 رئيس تحرير من أصل 71، يفضلون استخدام المصادر التقليدية عند جمعهم لمعلومات حساسة بنسبة تقدر بـ 57.7%، كما أختار ما نسبته 25.4% اللجوء الى استخدامها عند التحقق من صحة المعلومات، ما يعكس وعي المبحوثين لأهمية المصادر التقليدية أداة موثوقة للتأكد من الأخبار المتداولة رقمياً، في المقابل، يفضل ما نسبته 15.5% من المبحوثين استخدامها عند اعدادهم لتقارير معمقة، بينما لم تتجاوز نسبة الاختيارات الأخرى 1.4%. وعموما تكشف هذه النتائج عن استمرارية الاعتماد على المصادر التقليدية في الممارسة الصحفية، خاصة في المهام التي تتطلب قدرا عاليا من الدقة والسرية، الموثوقية، وهو ما يعزز تكاملها مع المصادر الرقمية وليس تجاوزها بالكامل.



الجدول رقم (91): يمثل مدى استفادة صحفيي الجرائد الجزائرية من دورات تكوينية في استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتوظيفها في العمل الصحفي

النسبة %	التكرار	الاستفادة من دورات تكوينية
38.0	27	نعم
62.0	44	لا
100	71	المجموع

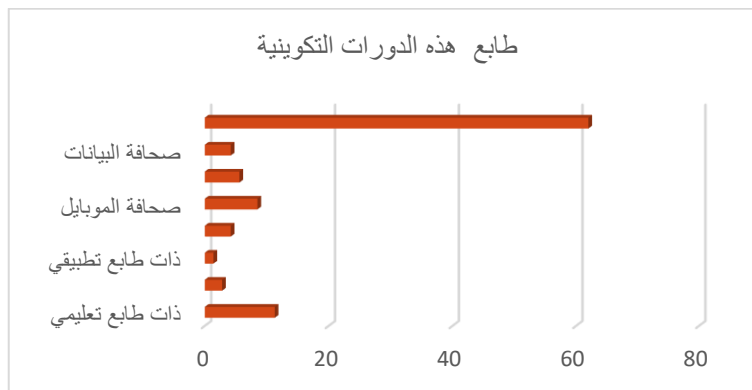
توضح بيانات الجدول رقم (91)، أن 62 % من أفراد عينة الدراسة أجابوا أنهم لم يتلقوا أي دورة تكوينية في استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وهي تمثل أعلى نسبة، في حين أجاب 38% منهم أنهم تلقوا دورات تكوينية لتطوير مهاراتهم في استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال تفاديا للوقوع في التظليل والأخبار الخاطئة. تعكس معطيات هذا الجدول تباينا واضحا في إجابات المبحوثين وهو ما قد يؤثر سلبا على قدرتهم على استغلال الإمكانيات التي توفرها البيئة الرقمية بالشكل الأمثل ويبرز في الوقت ذاته الحاجة الملحة إلى تكثيف برامج التدريب والتكوين داخل المؤسسات الصحفية الجزائرية لاكتساب تقنيات جديدة في جمع المعلومات والأخبار في وقت قصير وسريع.



الجدول رقم (92): يمثل طابع الدورات التكوينية التي تلقاها المبحوثين في مجال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

طابع هذه الدورات التكوينية	التكرار	النسبة %
ذات طابع تعليمي	8	11.3
ذات طابع تثقيفي	2	2.8
ذات طابع تطبيقي	1	1.4
ذات طابع تقني	3	4.2
صحافة الموبايل	6	8.5
برامج الذكاء الاصطناعي	4	5.6
صحافة البيانات	3	4.2
عدم الإجابة	44	62.0
المجموع	71	100

يوضح الجدول أعلاه إلى أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة (نسبة 62%) لم يقدموا إجابة عن طبيعة الدورات التكوينية، وهو ما يعكس ضعفاً في انتشار هذه الدورات داخل المؤسسات الصحفية الجزائرية أما الذين أفادوا باستفادتهم من دورات تكوينية، فقد تنوعت طبيعة هذه التكوينات، حيث جاءت الدورات ذات الطابع التعليمي في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 11.3%، تليها في المرتبة الثانية دورات تكوينية في مجال استخدام صحافة الموبايل بنسبة قدرت بـ 8.5%، ثم دورات خاصة بتعلم استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 5.6%، في المقابل، سجلت الدورات الخاصة بالمجال التقني وتعلم استخدام صحافة البيانات المرتبة الرابعة بالتساوي بنسبة قدرها 4.2% لكل منهما، بينما سجلت الدورات التثقيفية المرتبة الخامسة بنسبة قدرها 2.8%، فيما جاءت الدورات ذات الطابع التطبيقي في ذيل الترتيب بنسبة لا تتعدى 1.4%.



وفيما يلي تحليل النتائج بمتغيرات الدراسة

الجدول رقم (93): يوضح طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية ومتغير السن

المجموع	السن					
	أقل من 25 سنة	من 26-35 سنة	من 36-45 سنة	أكثر من 46 سنة		
58	9	15	17	17	التكرار	تكاملية
81.7%	12.7%	21.1%	23.9%	23.9%	النسبة %	
11	4	1	2	4	التكرار	تنافسية
15.5%	5.6%	1.4%	2.8%	5.6%	النسبة %	
2	0	0	2	0	التكرار	تبادلية
2.8%	0.0%	0.0%	2.8%	0.0%	النسبة %	
71	13	16	21	21	التكرار	المجموع
100%	18.3%	22.5%	29.6%	29.6%	النسبة %	

ان توزيع أفراد العينة حسب متغير السن في الجدول رقم 94 أظهرت أنها تؤثر بشكل ملحوظ على اجابات المبحوثين لطبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والرقمية. حيث تبين الأرقام أعلاه أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يرون أن هذه العلاقة هي (علاقة تكاملية) حيث جاءت هذا الإجابة في صدارة اختيارات جميع الفئات العمرية، حيث سجلنا أعلى نسبة والمقدرة بـ 23.9% عند الفئتين العمريتين التي تتراوح (من 36 إلى 45 سنة، وأكثر من 46 سنة)، ما يدل على أن الفئات الأكبر سناً تميل إلى رؤية المصادر الرقمية كمكمل وليس كبديل للمصادر التقليدية، فيما تراجعت النسبة إلى 21.1% عند الأفراد الذين يتراوح سنهم (من 26 إلى 35 سنة)، و 12.7% وعند الأفراد الذين (يقل سنهم عن 25 سنة)، ما يعكس أن الفئات الأصغر سناً قد لا ترى بنفس القدر من التكامل بين النوعين من المصادر.

في المقابل، سجلت الإجابة (تنافسية) نسباً محدودة نسبياً، لكنها توزعت بشكل متفاوت، حيث سجلت نسبة 5.6% عند الفئتين (أقل من 25 سنة وأكثر من 46 سنة)، ونسبة ضعيفة عند كل من الأفراد الذين يتراوح سنهم (من 36 إلى 45 سنة) بـ 2.8%، ونسبة 1.4% عند الأفراد الذين يتراوح سنهم (من 26 إلى 35 سنة). هو ما يشير إلى وجود نظرة تنافسية لدى بعض الأفراد في هاتين الفئتين تحديداً.

أما عن الإجابة (تبادلية) فقد جاءت بنسبة ضعيفة قدرت بـ 2.8% مقتصرة على الفئة العمرية الممتدة (من 36 إلى 45 سنة) وغاب اختيارها تماماً عند الفئات العمرية الأخرى (0 إجابة).

وعليه، نستنتج أن متغير السن يُعد من أهم العوامل المؤثرة في تحديد تقييم طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والرقمية في العمل الصحفي، حيث أظهرت النتائج أن الفئات الأكبر سناً تميل بشكل أكبر إلى اعتبار هذه العلاقة كعلاقة تكاملية، مقارنة بالفئات الأصغر سناً التي تبدو أقل ميلاً لهذا التقييم. وتؤكد هذه النتيجة الاتجاه الذي يرى أن طبيعة العلاقة بين الوسائل التقليدية والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال هي علاقة تكاملية في البيئة الإعلامية المعاصرة،

الجدول رقم (94): يوضح طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية ومتغير الخبرة المهنية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
58	2	9	9	15	23	التكرار	تكاملية
81.7%	2.8%	12.7%	12.7%	21.1%	32.4%	النسبة %	
11	4	0	0	1	6	التكرار	تنافسية
15.5%	5.6%	0.0%	0.0%	1.4%	8.5%	النسبة %	
2	0	0	0	0	2	التكرار	تبادلية
2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

من خلال الجدول رقم (94) يتضح لنا جلياً أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة يرون في طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية حسب متغير الخبرة المهنية هي (علاقة تكاملية) بنسبة إجمالية قدرت بـ 81.7%، تصدرتها نسبة 32,4% عند الأفراد الذين تفوق خبرتهم المهنية (16 سنة)، تليها نسبة 21,1% عند الأفراد الذين تتراوح خبرتهم (بين 11 و 15 سنة)، ثم بنسبة 12,7% بالتساوي بين الأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 2 إلى 5 سنوات) و(من 6 إلى 10 سنوات)، وأخيراً نسبة 2,8% عند الأفراد الذين (تقل خبرتهم عن سنة).

أما بالنسبة لإجابة (علاقة تنافسية)، فقد سجلت أعلى نسبة والمقدرة بـ 8.5% عند الأفراد الذين تتجاوز خبرتهم (16 سنة)، تليها نسبة 5,6% عند الأفراد الذين (تقل خبرتهم عن سنة)، ثم نسبة 1,4% للأفراد الذين تتراوح

خبرتهم المهنية ما بين (11 إلى 15 سنة) فيما غابت تماماً عند الأفراد الذين تتراوح خبرتهم المهنية (من 2 إلى 5 سنوات و6 إلى 10 سنوات)

في المقابل سجلت الإجابة (علاقة تبادلية نسبة ضعيفة جداً قدرت بـ 2,8% فقط عند الأفراد الذين تفوق خبرتهم المهنية عن (16 سنة)، بينما لم تسجل أي نسب تذكر عند باقي الفئات.

نستنتج أن متغير الخبرة المهنية أثر بشكل واضح في تقييم المبحوثين للعلاقة بين المصادر التقليدية والرقمية، ما يشير إلى أن مستوى الخبرة يلعب دوراً في تشكيل تصوراتهم حول مدى تكامل أو تباين هذه المصادر. وهو ما يعكس أيضاً وعي أصحاب الخبرة الطويلة لأهمية توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في دعم وتعزيز العمل الصحفي التقليدي، بما يساهم في تطوير أساليب إنتاج وتوزيع المحتوى.

الجدول رقم (95): يوضح طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية ومتغير المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي					
	دراسات عليا	ماستر	ليسانس			
58	4	25	29	التكرار	تكاملية	كيف ترى العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية؟
81.7%	5.6%	35.2%	40.8%	النسبة %		
11	3	2	6	التكرار	تنافسية	
15.5%	4.2%	2.8%	8.5%	النسبة %		
2	0	0	2	التكرار	تبادلية	
2.8%	0.0%	0.0%	2.8%	النسبة %		
71	7	27	37	التكرار	المجموع	
100%	9.9%	38.0%	52.1%	النسبة %		

يبين الجدول رقم (95) توزيع عينة البحث حسب طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية ومستوهم التعليمي، ويتضح من خلاله أن الإجابة (علاقة تكاملية) حازت على أعلى نسبة اجمالية قدرت بـ 81.7%، تصدرتها نسبة 40,8% عند الحاصلين على مستوى ليسانس، تلتها نسبة 35,2% عند الحاصلين على مستوى ماستر، ثم 5,6% عند الحاصلين على الدراسات العليا.

أما الإجابة (علاقة تنافسية) فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة اجمالية قدرت بـ 15.5%، سجلت أعلى نسبة فيها عند الحاصلين على مستوى ليسانس بنسبة قدرت بـ 8.5%، تلتها نسبة 4.2% عند الحاصلين على الدراسات العليا، ثم نسبة 2.8% عند الحاصلين على مستوى ماستر.

بينما سجلت الاجابة (علاقة تبادلية) نسبة ضعيفة قدرت بـ 2.8% عند الحاصلين على مستوى ليسانس، فيما لم تسجل أي إجابة عند باقي المستويات (0 إجابة).

وبناءً على هذه النتائج، نستنتج أن الأغلبية الساحقة من أفراد عينة البحث يرون العلاقة بين المصادر التقليدية والرقمية على أنها علاقة تكاملية، وقد تصدرت هذه الرؤية عند المبحوثون من فئة ليسانس مقارنة ببقية المستويات التعليمية.

نستنتج مما سبق أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية هي علاقة تكاملية، وذلك على مستوى جميع متغيرات الدراسة (السن، الخبرة المهنية والمستوى التعليمي)، حيث أجمعت الأغلبية الساحقة من المبحوثين والمقدرة بنسبة 81.7% على هذا الرأي. ويتوافق هذا الاستنتاج مع ما توصلت إليه دراسة الدكتور محمد بوحوالي¹، التي أكدت أن الوسائل الإعلامية الكلاسيكية، وعلى رأسها الصحافة المكتوبة الجزائرية، تعتمد بشكل متزايد على التكنولوجيات الحديثة لتطوير أدائها المهني وتنظيم عمليات إنتاج المضامين الإعلامية ونشرها، مما يعكس حالة من التكامل الوظيفي بين الوسائل التقليدية والجديدة في البيئة الإعلامية المعاصرة.

¹ - محمد بوحوالي: مرجع سابق، ص 307

الجدول رقم (96): يوضح العلاقة بين متغير السن وحالات تفضيل المبحوثين لاستخدام المصادر التقليدية على المصادر الرقمية في الصحف الجزائرية اليومية

المجموع	السن					
	أكثر من 46 سنة	من 36-45 سنة	من 26-35 سنة	أقل من 25 سنة		
41	7	15	10	9	التكرار	عند جمع معلومات حساسة
57.7%	9.9%	21.1%	14.1%	12.7%	النسبة %	
11	6	1	3	1	التكرار	عند اعداد تقارير معمقة
15.5%	8.5%	1.4%	4.2%	1.4%	النسبة %	
18	7	5	3	3	التكرار	عند التحقق من صحة المعلومات
25.4%	9.9%	7.0%	4.2%	4.2%	النسبة %	
1	1	0	0	0	التكرار	أخرى أذكرها
1.4%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	النسبة %	
71	21	21	16	13	التكرار	المجموع
100%	29.6%	29.6%	22.5%	18.3%	النسبة %	

ان توزيع عينة بحثنا حسب حالات تفضيل المبحوثين لاستخدام المصادر التقليدية على المصادر الرقمية في الصحف الجزائرية اليومية ومتغير السن (الجدول رقم 97)، يوضح أن خيار (عند جمع معلومات حساسة) جاء في المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 57.5%، حيث سجلت الفئة العمرية الممتدة (من 36 إلى 45 سنة) أعلى نسبة بـ 21.1%، تلتها الفئة العمرية الممتدة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة 14.1%، ثم الفئة العمرية التي تقل (عن 25 سنة) بنسبة 12.7%، وأخيراً الفئة العمرية التي تتجاوز (46 سنة) بنسبة 9.9%.

فيما تحصل خيار (عند التحقق من صحة المعلومات) على المرتبة الثانية بنسبة اجمالية قدرت بـ 25.4%، جاءت أعلى نسبة فيها عند الفئة العمرية التي تتجاوز (46 سنة) بنسبة 9.9%، تلتها الفئة العمرية الممتدة (من 36 إلى 45 سنة) بنسبة 7%، ثم نسبة 4.2% لكل من الفئتين العمريتين التي (تقل عن 25 سنة) والتي تمتد (من 26 إلى 35 سنة).

أما بالنسبة لخيار (عند إعداد تقارير معمقة) فقد جاء في المرتبة الثالثة بنسبة اجمالية قدرت بـ 15.5%، حيث تصدرتها الفئة العمرية التي تتجاوز (46 سنة) بنسبة 8.5%، تليها الفئة العمرية الممتدة (من 26 إلى 35 سنة) بنسبة 4.2%، بينما سجلت كل من الفئتين العمريتين (أقل من 25 سنة) ومن (36 إلى 45 سنة) نسبة 1.4% لكل منهما.

في حين سجلت الإجابات "أخرى" المرتبة الأخيرة بنسبة لا تتعدى 1.4%، اقتصر على الفئة العمرية التي تفوق

(46 سنة) دون تسجيل أي نسبة عند باقي الفئات العمرية.

يتوضح لنا من خلال هذه المعطيات الاحصائية تأثير متغير السن على اختيارات أفراد العينة فيما يتعلق بتفضيل استخدام المصادر التقليدية، حيث يظهر اختيار (جمع معلومات حساسة) كأبرز الاختيارات التي تدفع برؤساء تحرير الصحف الجزائرية إلى اعتماد هذه المصادر، وقد سجلت الفئة العمرية الممتدة (من 36 إلى 45 سنة) النسبة الأعلى مقارنة ببقية الفئات العمرية.

الجدول رقم (97): يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وحالات تفضيل المبحوثين لاستخدام المصادر التقليدية على المصادر الرقمية في الصحف الجزائرية اليومية

المجموع	الخبرة المهنية						
	أقل من سنة	من 2-5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة		
41	6	6	5	10	14	التكرار	عند جمع معلومات حساسة
57.7%	8.5%	8.5%	7.0%	14.1%	19.7%	النسبة %	
11	0	1	1	4	5	التكرار	عند اعداد تقارير معمقة
15.5%	0.0%	1.4%	1.4%	5.6%	7.0%	النسبة %	
18	0	2	3	2	11	التكرار	عند التحقق من صحة المعلومات
25.4%	0.0%	2.8%	4.2%	2.8%	15.5%	النسبة %	
1	0	0	0	0	1	التكرار	أخرى أذكرها
1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	النسبة %	
71	6	9	9	16	31	التكرار	المجموع
100%	8.5%	12.7%	12.7%	22.5%	43.7%	النسبة %	

يوضح الجدول أعلاه أن الحالات التي يفضل فيها أفراد العينة استخدام المصادر التقليدية بدلاً من الرقمية حسب متغير الخبرة المهنية هو (عند جمع معلومات حساسة) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة اجمالية قدرها 57.7%، حيث سجل الأفراد الذين تفوق خبرتهم (16 سنة) النسبة الأعلى بـ 19.7%، يليها الأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 14.1%، ثم بنسبة 8.5% لكل من الأفراد الذين (تقل خبرتهم عن سنة) والذين تتراوح (ما بين 2 إلى 5 سنوات)، وأخيراً بنسبة 7% للأفراد الذين تتراوح خبرتهم (من 6 إلى 10 سنوات).

أما فيما يخص خيار (عند التحقق من صحة المعلومات) فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة 25.4%، فقد سجلت الفئة ذات خبرة (أكثر من 16 سنة) أعلى نسبة قدرات بـ 15.5%، تلتها فئة (من 6 إلى 10 سنوات) بنسبة 4.2%، ثم نسبة 2.8% لكل من فئتي (2 إلى 5 سنوات) و(11 إلى 15 سنة)، بينما لم تسجل فئة أقل من سنة أي نسبة (0 إجابة).

بينما خيار (إعداد تقارير معمقة) جاء في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ 15.5%، فقد تصدرت فيها الفئة ذات خبرة (أكثر من 16 سنة) أعلى نسبة قدرت بـ 7%، تليها فئة (من 11 إلى 15 سنة) بنسبة 5.6%، ثم بنسبة 1.4% لكل من فئتي (من 2 إلى 5 سنوات) و(من 6 إلى 10 سنوات)، في حين لم تسجل فئة أقل من سنة أي نسبة (0 إجابة).

أما بالنسبة لإجابات المتنوعة تحت مسمى (أخرى)، فقد اقتصر على فئة (أكثر من 16 سنة) بنسبة 1.4%، دون تسجيل أي نسبة أخرى لدى باقي الفئات.

نستطيع من خلال هذه الأرقام أن نقول أن متغير الخبرة المهنية يؤثر بشكل كبير في اختيارات أفراد عينة بحثنا في تفضيلات استخدام المصادر التقليدية فالفرق واضح بين نسبة اختيار جمع معلومات حساسة وتلك الخاصة بالتحقق من صحة المعلومات، كما مثلت الفئة ذات الخبرة المهنية التي تتجاوز 16 سنة النسبة الأعلى مقارنة ببقية الفئات في كلا الاختيارين.

وبناءً على ما سبق، يتضح أن كل من متغير السن ومتغير الخبرة المهنية يلعبان دوراً محورياً في تحديد تفضيلات أفراد عينة الدراسة لاستخدام المصادر التقليدية، حيث أظهرت النتائج ميلاً أكبر لدى الفئات الأكبر سناً والأكثر خبرة لاعتماد المصادر التقليدية، لاسيما في الحالات التي تتطلب جمع معلومات حساسة أو التحقق من صحتها. وهو ما يعكس إدراك هذه الفئات لأهمية الموثوقية والدقة التي توفرها المصادر التقليدية في الممارسات الصحفية المهنية، مقارنة بالفئات الأصغر سناً والأقل خبرة التي أظهرت ميلاً أقل لهذا التفضيل.

نتائج على ضوء فرضيات الدراسة

سنتناول في هذا المبحث المقارنة بين نتائج الدراسة الميدانية التي اعتمدت على استبيانات ومقابلات مع رؤساء التحرير في الصحف الجزائرية، بهدف اختبار قوة العلاقة بين المصادر الإعلامية المستخدمة داخل غرف التحرير والتحولت التي طرأت على استخدامها في ظل تأثير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على ممارسات الصحافة في الجزائر. من خلال هذه المقارنة، سيتم التحقق من صحة الفرضيات المتعلقة بتأثير المصادر الرقمية وتكنولوجيا الإعلام على طريقة جمع وتوزيع الأخبار.

• الفرضية الأولى: أثرت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في طبيعة وأشكال مصادر المعلومات التي تعتمد عليها الصحف الجزائرية اليومية في انجاز عمله عملها الصحفي.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية، المستندة إلى آراء رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية، مؤشرات قوية على صحة هذه الفرضية، حيث اتفق معظم أفراد العينة على أن التكنولوجيات الحديثة قد ساهمت في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة الوصول إلى المعلومات ومصادرها. وقد انعكست هذه التحولات بشكل أساسي في توسع استخدام المصادر الرقمية، بما في ذلك مواقع الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي، ومنصات الفيديو التفاعلية، التي باتت تشكل مصدرًا يوميًا للمعلومة خاصة فيما يتعلق بالأخبار العاجلة والموضوعات ذات الطابع الاجتماعي.

وقد أكدت نتائج الدراسة (الجدول رقم 40 و 41) أن هذا التغيير لم يقتصر فقط على الكم الهائل من المعلومات المتاحة عبر المنصات الرقمية، بل امتد أيضًا ليؤثر على نوعية المصادر، حيث أصبح الصحفي يعتمد بشكل أكبر على المعلومات المتداولة عبر الفضاء الرقمي. وقد أشارت الدراسة إلى أن هذا التحول قد ساعد الصحفيين في توسيع شبكات مصادره خارج الحدود الجغرافية، والوصول إلى مصادر متعددة ومتنوعة، وهو ما لم يكن متاحًا بالسهولة نفسها في ظل الوسائل التقليدية.

كشفت نتائج الدراسة أيضًا، عن وجود تحفظ نسبي لدى أفراد عينة البحث اتجاه الاعتماد الكلي على المصادر الرقمية كمصادر أولية للمعلومات، حيث اعتبر أغلبهم أن هذه المصادر تحتاج إلى التحقق المستمر، ولا يمكن أن تعوض بشكل كامل المصادر التقليدية المعروفة بموثوقيتها العالية، مثل وكالات الأنباء، البيانات الرسمية، والتصريحات المباشرة. وهو ما يشير إلى أن تأثير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على واقع مصادر المعلومات في الصحافة الجزائرية يتمثل بشكل رئيسي في خلق ديناميكية جديدة تقوم على مزيج من المصادر الرقمية والتقليدية، حيث يلجأ

الصحفيون إلى المصادر الرقمية من باب السرعة وتعدد الزوايا، بينما تبقى المصادر التقليدية الضامن الأساسي للمصداقية والموثوقية خاصة في المواضيع ذات الطابع السياسي أو الاقتصادي أو الأمني.

بناء على ما سبق، يمكن القول إن الفرضية الأولى قد تأكدت إلى حد كبير من خلال نتائج الدراسة الميدانية، حيث أن التكنولوجيات الحديثة قد أثرت بوضوح في طبيعة وأشكال مصادر المعلومات داخل الصحف الجزائرية اليومية، لكنها لم تلغ تمامًا المصادر التقليدية، بل ساهمت في خلق بيئة إعلامية هجينة قائمة على التعددية والتكامل بين المصادر الرقمية والتقليدية وفق طبيعة المواضيع والمواد الإخبارية.

● **الفرضية الثانية: تعتمد الصحف الجزائرية اليومية بدرجة متزايدة على المصادر الرقمية (الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي) كمصادر رئيسية للمعلومات.**

أظهرت نتائج الاستبيان التي تم إجراؤه مع رؤساء التحرير في الصحف الجزائرية أن هناك تحولًا تدريجيًا في استخدام المصادر الرقمية. فعلى الرغم من التزايد الملحوظ في الاعتماد على هذه المصادر لتغطية الأخبار بشكل عام، إلا أن النتائج كشفت عن عدة ملاحظات أساسية حول طبيعة هذا التحول:

1- استخدام المصادر الرقمية كأداة مساعدة أكثر منها مصدرًا رئيسيًا، حيث أشار أغلب أفراد العينة إلى أن الصحف الجزائرية تستخدم الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي في جمع المعلومات الأولية حول الأحداث الجارية، إلا أنها تُستخدم بشكل رئيسي لتحديد موضوعات الأخبار ومتابعة التغيرات اللحظية في تطور الأحداث، لكن هذه المعلومات الأولية لا يُعتمد عليها عادة كمصادر نهائية لنقل الخبر، بل تُستخدم كمرجعية للمزيد من البحث والتحقق عبر المصادر التقليدية.

2- التأكد المستمر من المعلومات الرقمية: حيث أكد العديد من أفراد العينة أن المصادر الرقمية، خصوصًا شبكات التواصل الاجتماعي، تحتوي على كمية كبيرة من المعلومات غير الدقيقة أو المغلوطة (حسب رأي رئيس تحرير جريدة الخبر)، مما يتطلب عمليات تحقق مستمرة، على الرغم من سهولة الوصول إلى المعلومات عبر الإنترنت، إلا أن الصحف الجزائرية تفضل اللجوء إلى المصادر التقليدية مثل وكالات الأنباء، البيانات الرسمية، أو التصريحات المباشرة عندما يتعلق الأمر بتغطية الأخبار الدقيقة والموثوقة.

بناءً على نتائج الدراسة الميدانية، نستنتج أن الفرضية الثالثة لم تتحقق بشكل كامل. بالرغم من زيادة الاعتماد على المصادر الرقمية في الصحافة الجزائرية، إلا أن هذه المصادر لا تزال تستخدم بشكل أساسي كمصادر مساعدة أو استكشافية وليست كمصادر رئيسية. الصحف الجزائرية ما زالت تحفظ مكانة كبيرةً للمصادر التقليدية في العديد من القضايا الهامة، خاصة في المواضيع التي تتطلب دقة وموثوقية عالية. وبالتالي، يمكن القول إن التحول نحو المصادر الرقمية لم يصل بعد إلى مرحلة الاعتماد الكامل عليها كبديل للمصادر التقليدية، بل يبقى جزءاً من مزيج بين المصادر الرقمية والتقليدية.

● **الفرضية الثالثة:** تشهد غرف تحرير الصحف الجزائرية اليومية بروز علاقة تكاملية وتنافسية بين المصادر الرقمية (مواقع الإنترنت، الشبكات الاجتماعية) والمصادر التقليدية (وكالات الأنباء، التصريحات الرسمية) في جمع المعلومات وتغطية الأخبار.

من خلال نتائج الدراسة الميدانية، نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة، من رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية، يرون أن العلاقة بين المصادر الرقمية والمصادر التقليدية داخل غرف الأخبار تقوم أساساً على مبدأ التكامل وليس على مبدأ الإحلال أو الاستبدال. وقد عكست هذه النتيجة إجماعاً واضحاً من قبل أفراد العينة، حيث صرح 81.7% من المبحوثين بأنهم يعتبرون أن المصادر الرقمية تُكمل المصادر التقليدية ولا تلغيها، وذلك بغض النظر عن متغيرات السن، أو الخبرة المهنية، أو المستوى التعليمي.

هذا التوجه يُبرز وعياً مهنيّاً ناضجاً لدى أفراد العينة البحثية للواقع الجديد الذي فرضته التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث ينظر إلى المصادر الرقمية كأدوات تساهم في تسهيل الوصول إلى المعلومات بسرعة، لكنها تحتاج دائماً إلى أن تدعم وتستكمل بالمصادر التقليدية التي تُعد الضامن الرئيسي لمصداقية ودقة الأخبار. وبالتالي، لم يُسجل لدى عينة الدراسة توجه واضح نحو تبني المصادر الرقمية كمصادر بديلة بشكل كامل للمصادر التقليدية.

بناءً على ما سبق، يمكن التأكيد أن الفرضية الرابعة قد تم إثباتها وتأكيدتها، حيث كشفت الدراسة عن وجود علاقة تكاملية بين المصادر الرقمية والتقليدية في انجاز الرسالة الإعلامية في الصحف الجزائرية.

نتائج الدراسة الميدانية

استهدفت هذه الدراسة التعرف على واقع مصادر المعلومات الصحفية التي تعتمد عليها الصحافة المكتوبة الجزائرية في ظل التحولات التي فرضتها التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة من رؤساء تحرير هذه المؤسسات الصحفية قوامها 71 مفردة، وبعد تحليل البيانات ومناقشتها في ظل الفصول النظرية والدراسات السابقة، وفي سياق النظرية التي تم توظيفها لتأطير الدراسة، توصلنا الى النتائج التالية:

المحور الأول: مصادر المعلومات التقليدية

1- نتائج متعلقة بطبيعة استخدام مصادر المعلومات التقليدية في الصحف اليومية الجزائرية

1- ما يتعلق بالتساؤل الأول حول أنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في انجاز عمله في المؤسسات الصحفية اليومية. توصلت الدراسة إلى أن أغلبية رؤساء التحرير في المؤسسات الصحفية اليومية الجزائرية لا يزالون يعتمدون بشكل رئيسي على المصادر التقليدية في إنجاز عملهم الصحفي. تصدرت وكالات الأنباء، الهيئات الرسمية، والمؤتمرات الصحفية قائمة المصادر الأكثر استخداما، ما يعكس التفضيل المستمر لهذه المصادر التقليدية لما توفره من مصداقية وموثوقية عالية.

2- توصلت الدراسة الى وجود علاقة بين متغيري السن والخبرة المهنية وأنواع المصادر الصحفية اللذين يشكلان عاملين حاسمين في تحديد أنماط استخدام المصادر المعلوماتية داخل المؤسسات الصحفية، حيث تساهم الخبرة الطويلة في تعزيز القدرة على تنويع المصادر والدمج بينها، ما ينعكس إيجابا على جودة التغطية الصحفية، في حين يشكل ضعف الخبرة المهنية عائق للوصول إلى مصادر موثوقة، الأمر الذي يؤثر سلبا على مصداقية ودقة المحتوى الإعلامي.

3- تبين من نتائج الدراسة أن العوامل الديمغرافية والعملية، وعلى وجه الخصوص متغيري السن والخبرة المهنية، تعد من المحددات الرئيسية في درجة الاعتماد المستمر على المصادر الصحفية التقليدية، حيث يظهر تأثيرهما بوضوح في تشكيل أنماط استخدام هذه المصادر داخل الممارسة الصحفية اليومية. فكلما زادت سنوات الخبرة وتقدم العمر المهني، ازداد الميل إلى الحفاظ على المصادر التقليدية كمرجعية أساسية في العمل الصحفي، ما يعكس دور هذه العوامل في ترسيخ الممارسات المهنية التقليدية.

4- توصلت الدراسة الى اثبات أن هناك علاقة مباشرة وقوية بين متغيرات السن والخبرة المهنية وبين تفضيل رؤساء التحرير لوكالات الأنباء كمصدر تقليدي رئيسي، حيث تعكس هذه العلاقة تأثير الخبرة الطويلة والانتماء للفئة

العملية الأكبر على ترسيخ أساليب مهنية محافظة تميل إلى الاعتماد على المصادر الرسمية ذات المصداقية العالية، رغم التحولات التي فرضتها البيئة الرقمية.

5- توصلت الدراسة أيضا الى أن معايير اختيار رؤساء التحرير لمصادرهم الصحفية تركز أساسًا على المصداقية والموضوعية كأولوية أساسية، يليها معيار الدقة والتحقق من صحة المعلومات ما يؤكد استمرار الدور المحوري للمصادر التقليدية في دعم الاحترافية وتعزيز جودة الممارسة الصحفية داخل غرف التحرير الجزائرية.

2- نتائج متعلقة بتقييم مصادر المعلومات التقليدية

6- فيما يتعلق بالثقة في المصادر التقليدية، بنت الدراسة أن 87.3% من رؤساء التحرير في المؤسسات الصحفية اليومية الجزائرية يثقون بدرجة عالية في المصادر التقليدية، وهو ما يؤكد استمرار مكانتها كمصدر أساسي لجمع المعلومات، وتأتي هذه النتيجة ملائمة لما سبق وأظهرته النتائج المتعلقة بأن وكالات الأنباء والمقابلات الشخصية من أكثر المصادر استخداما من قبل أفراد العينة المبحوثة في ممارسة عملهم الصحفي.

7- كما أظهرت الدراسة أن الخبرة المهنية وتقدم العمر يعززان الثقة والاعتماد على المصادر التقليدية في العمل الصحفي، في حين أن المستوى التعليمي يؤثر بشكل أقل لكنه يؤدي إلى تقييم أكثر نقدية لهذه المصادر بين الحاصلين على شهادات عليا.

8- توصلت الدراسة الى أن أبرز الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في استخدام المصادر التقليدية تتعلق بالحصول المتأخر على المعلومات، حيث أشار عدد كبير من المبحوثين إلى وجود تأخير في توفير المعلومات، غياب الشفافية، وضعف التحديث. وتعتبر هذه العوامل من العوائق التي قد تؤثر على قدرة الصحفيين على التغطية السريعة والسليمة للأحداث، مما يستدعي الحاجة إلى تطوير وتحسين هذه المصادر لتواكب المتطلبات المتسارعة للعمل الإعلامي الحديث.

9- خلصت الدراسة إلى أن المستوى التعليمي والخبرة المهنية يمثلان محددتين رئيسيين في تشكيل وعي رؤساء التحرير بصعوبات الوصول إلى المصادر التقليدية، حيث يعزز التعليم العالي القدرة على التعامل المسبق مع هذه التحديات، بينما تساهم الخبرة الطويلة في تعميق إدراك أوجه القصور. بالمقابل، لم يظهر السن كعامل مستقل مؤثر، مما يؤكد أولوية العوامل المعرفية والمهنية في تفسير هذا النوع من التحديات الصحفية.

10- غالبية رؤساء تحرير الصحف الجزائريون (94.4%) يؤيدون فكرة ضرورة تحديث أو تطوير المصادر التقليدية.

11- كما توصلت الدراسة الى وجود علاقة تأثير مباشرة وقوية بين الخبرة المهنية ومواقف رؤساء التحرير اتجاه فعالية المصادر التقليدية، حيث تعد الخبرة العملية المتراكمة عاملاً أساسياً في تعزيز وعي مؤسساتي يدعم التوجه نحو تحديث

هذه المصادر. في المقابل، برزت العلاقة بين المستوى التعليمي وهذه المواقف كعلاقة ضعيفة وغير فاصلة، ما يعزز أولوية الخبرة العملية المباشرة كعامل تأثير رئيسي يتجاوز الفروقات الأكاديمية.

12- توصلت الدراسة الى أن 63.4% من أفراد العينة المبحوثة أعربوا على أن المصادر التقليدية تتوافق مع متطلبات الصحافة اليومية في جمع المعلومات وصياغة الأخبار.

13- كشفت الدراسة على أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة المبحوثة والمقدرة بـ 88.7% يؤيدون ضرورة تحديث المصادر التقليدية وأساليب توفيرها للمعلومات لتحسين كفاءة وجودة العمل الصحفي.

المحور الثاني: مصادر المعلومات الرقمية

1- نتائج متعلقة بطبيعة استخدام مصادر المعلومات الرقمية في الصحف اليومية الجزائرية

14- توصلت الدراسة الى أن الأغلبية الساحقة من أفراد عينة الدراسة والتي قدرت بـ 63.4% تستخدم الانترنت كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات والأخبار الصحفية.

15- كما كشفت الدراسة إلى أن الإنترنت يعد مصدرا صحفيا أساسيا يتميز بسرعة الوصول وتنوع المصادر، مما أحدث تحولا جذريا في طرق جمع وتحليل الأخبار. كما يتضح أن هذا التحول يتفاعل مع المتغيرات الديموغرافية والمهنية (السن، الخبرة المهنية والمستوى التعليمي)، حيث يزداد اعتماد الصحفيين على الإنترنت مع تقدم السن وتراكم الخبرة المهنية، بينما يؤثر المستوى التعليمي في مدى استيعاب وفهم مزايا هذا المصدر الحديث واستخدامه بشكل فعال.

16- من أهم المصادر الرقمية التي تعتمد عليها الصحافة الجزائرية لإنجاز رسالتها الإعلامية هي:

- محركات البحث (مثل Google) بنسبة 25.2%.
- المواقع الإخبارية الرقمية بنسبة 21.3%.
- مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 18.6%.
- قواعد البيانات الالكترونية (مثل statista, data. gov) بنسبة 14.3%.
- تطبيقات الهواتف الذكية (مثل Mojo, Google News) بنسبة 10.9%.
- برامج الذكاء الاصطناعي بنسبة 6.2%.
- أدوات OSINT (Maltego, Shodan) بنسبة 3.5%.

17- تعتبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك الأكثر استخداما من قبل رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية بنسبة 38.7%، وهو ما يؤكد على أنها الشبكة الأكثر استخداما في الجزائر سواء من قبل رؤساء التحرير أو القراء.

18- كشفت الدراسة الى وجود علاقة تأثير قوية بين الخبرة المهنية ومستوى تبني صحافة الموبايل، حيث يفضل الأقل خبرة الأدوات السريعة والمرنة، بينما تميل الفئات الأكثر خبرة إلى المصادر الرقمية التقليدية الدقيقة. كما تشير النتائج إلى وجود فجوة في التكوين الرقمي بين حاملي شهادة الليسانس، ما يستدعي تعزيز برامج التدريب الرقمي لرؤساء التحرير لمواكبة التحولات التقنية في الإعلام.

- 19-** كشفت نتائج الدراسة إلى أن النصوص المكتوبة لا تزال تشكل الركيزة الأساسية للمحتوى الصحفي، رغم ظهور تدريجي للوسائط المتعددة مثل الفيديو في التغطيات الميدانية. كما تؤكد هذه النتائج وجود تأثير قوي لمستوى التأهيل التعليمي للمحررين على سرعة وتيرة التحول في بنية الإنتاج الصحفي.
- 20-** كما توصلت الدراسة الى وجود علاقة قوية بين السن، الخبرة المهنية، والمستوى التعليمي في تقييم جودة المحتوى الرقمي المنتج بالهواتف الذكية، فالخبرة المهنية تعزز القدرة على استخدام هذه الأدوات بفعالية، في حين يؤثر المستوى التعليمي على دقة التقييم. أما تأثير السن فيبقى محدودا ويختلف حسب طبيعة العمل الصحفي.
- 21-** (49.3%) من أفراد العينة المبحوثة يرون في المصادر الرقمية أنها تساهم في تحسين جودة المعلومات الصحفية، لأهميتها في دعم دقة وشمولية المحتوى الإخباري الذي يقدمونه.
- 22-** كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة يؤكدون أن استخدام المصادر الرقمية ساهم بشكل كبير في تسريع عملية جمع المعلومات الصحفية، حيث أفاد 83.1% منهم بأن الاعتماد على هذه المصادر ساهم في تقليص الوقت المستغرق للحصول على المعلومات، مما يعزز من كفاءة الأداء الصحفي في ظل بيئة إعلامية تتسم بالتسارع والمنافسة.
- 23-** توصلت الدراسة الى أن 67.6% لا يعتمدون على المصادر التكنولوجية بشكل كامل في جمع الأخبار والمعلومات الصحفية وذلك راجع لأن نسبة كبيرة من رؤساء التحرير الصحف الجزائرية لا يزالون يحافظون على تحقيق التوازن بين المصادر التقليدية والمصادر التكنولوجية الجديدة (الرقمية).
- 24-** أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن من أهم الفوائد المتحصل عليها من استخدام المصادر الرقمية تمثلت في تنوع المصادر، وسرعة جمع البيانات، وسهولة الوصول إلى المعلومات، حيث حازت هذه الفوائد على النسب الأعلى من اهتمام أفراد العينة، ما يعكس إدراكاً واضحاً ومهماً للدور الذي تلعبه المصادر الرقمية في تحسين جودة العمل الصحفي وتعزيز كفاءته، سواء من حيث تعدد زوايا المعالجة الإخبارية أو تسريع الوصول إلى المعلومات الدقيقة وفي الوقت المناسب، كما أشارت النتائج إلى أن قلة التكلفة اعتبرت أيضاً من بين الفوائد المهمة، وإن كانت بنسبة أقل مقارنة بالجوانب السابقة.

2- نتائج متعلقة بتقييم مصادر المعلومات الرقمية

25- تظهر نتائج الدراسة أن أغلبية رؤساء تحرير الصحف الجزائرية لم يسبق لهم مواجهة مشكلات نتيجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات (69%)، غير أن نسبة معتبرة منهم (31%) أقرت بوجود صعوبات مرتبطة أساسا بضعف موثوقية المعلومات وانتشار الأخبار الزائفة. وتعكس هذه النتائج وعيا مهنيا نسبيا لمخاطر البيئة الرقمية، رغم استمرار توظيف هذه المنصات كمصادر أولية للأخبار.

26- بينت نتائج الدراسة إلى أن غالبية رؤساء تحرير الصحف الجزائرية يعتمدون على المصادر الرسمية وشهود العيان للتحقق من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي، ما يعكس وعي بأهمية المصادقية والموثوقية في الممارسة الصحفية، خاصة في ظل انتشار الأخبار غير الدقيقة على المنصات الرقمية، غير أن النتائج كشفت، في المقابل، محدودية استخدام أدوات التحقق الرقمية، حيث أفاد 42.3% من المبحوثين بعدم اعتمادهم عليها بشكل دائم، بينما يلجأ 39.4% إلى استخدامها أحيانا فقط، وهو ما يشير إلى استمرار الاعتماد على الخبرة المهنية والآليات التقليدية للتحقق، أكثر من الاعتماد على الأدوات الرقمية المتخصصة.

المحور الثالث: نتائج متعلقة بعلاقة الوسائل الجديدة للإعلام والاتصال بمصادر المعلومات

- 27-** أغلبية رؤساء تحرير الصحف الجزائرية يعتبرون أن العلاقة بين المصادر الرقمية والمصادر التقليدية هي علاقة تكاملية بنسبة 81.7% وهو دليل على وعي رؤساء التحرير بأهمية الجمع بين المصادر المختلفة لتعزيز دقة المعلومات وجودتها في العمل الصحفي، بينما يرى 15.5% من أفراد العينة المبحوثة أن العلاقة بين هذين النوعين من المصادر تتسم بالتنافسية، وهو ما قد يرتبط بتغيرات البيئة الإعلامية وظهور منافسة قوية بين الوسائط التقليدية والرقمية. وذلك راجع للخلفيات والتفاصيل التي توفرها المصادر التقليدية كمكمل ضروري للسرعة والآنية التي تتيحها المصادر الرقمية.
- 28-** معظم رؤساء تحرير الصحف الجزائرية يفضلون اللجوء إلى استخدام المصادر عند جمع المعلومات الحساسة بنسبة 57.7% في حين يفضل 25.4% منهم استخدام المصادر عند التحقق من صحة المعلومات.
- 29-** معظم رؤساء تحرير الصحف الجزائرية (62%) لم يستفيدوا من دورات تكوينية متخصصة في مجال استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال واستثمارها في إطار المهنة في حين استفاد 38% فقط من هذه الدورات. وهو ما يعكس بوضوح ضعف في التكوين المتخصص في هذا المجال داخل المؤسسات الصحفية الجزائرية.

النتائج العامة للدراسة

سعت هذه الدراسة إلى استقصاء واقع استخدام مصادر المعلومات الصحفية في المؤسسات الصحفية المكتوبة الجزائرية، في ظل التحولات التي فرضتها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال. وبعد تحليل المعطيات ومقارنتها بالإطار النظري والدراسات السابقة، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج المهمة التي يمكن تلخيصها في المحاور التالية:

أولاً: استمرار مركزية المصادر التقليدية في العمل الصحفي

كشفت الدراسة عن استمرار الاعتماد الكبير على مصادر المعلومات التقليدية، مثل وكالات الأنباء، المؤتمرات الصحفية، والهيئات الرسمية، باعتبارها مصادر ذات موثوقية عالية، خصوصاً عند تغطية المواضيع الحساسة. ويظهر هذا الاتجاه تمسكاً بالممارسات المهنية الكلاسيكية، التي لا تزال راسخة لدى أغلبية رؤساء التحرير، وهو ما يعكس بعداً مؤسسياً محافظاً في التعامل مع المعلومة.

وقد تبين أن متغيري السن والخبرة المهنية يلعبان دوراً حاسماً في تشكيل أنماط الاعتماد على هذه المصادر، حيث تعزز الخبرة الطويلة الميل إلى الحفاظ على المرجعيات التقليدية، في حين يُظهر الصحفيون الأقل خبرة ميولاً أقل ثقة بهذه المصادر. وعلى الرغم من ثقة أغلب المبحوثين العالية بها، فقد أشار بعضهم إلى وجود صعوبات متعلقة بسرعة الحصول على المعلومات، وغياب الشفافية والتحديث المستمر.

ثانياً: تطور تدريجي نحو تبني المصادر الرقمية

أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية رؤساء التحرير يعترفون بتنامي أهمية المصادر الرقمية، وعلى رأسها الإنترنت، كمصدر أساسي وسريع للحصول على الأخبار. كما برز استخدام محركات البحث، والمواقع الإخبارية، ومواقع التواصل الاجتماعي، بدرجات متفاوتة، وفقاً لمتغيرات السن والخبرة والمستوى التعليمي.

ورغم الاعتراف بأهمية هذه المصادر في تسريع عملية جمع الأخبار وتحسين جودة المحتوى الصحفي، إلا أن التبني الكامل لها لا يزال محدوداً، خاصة فيما يخص أدوات صحافة الموبايل والذكاء الاصطناعي وأدوات OSINT. وقد برز تحفظ واضح من قبل الصحفيين تجاه الاعتماد الكلي على هذه الأدوات، بسبب مخاوف مهنية تتعلق بالدقة والمصداقية.

ثالثا: التوجه نحو التوازن والتكامل بين المصادر

أحد النتائج البارزة للدراسة هو ميول رؤساء التحرير إلى تحقيق نوع من التوازن بين المصادر التقليدية والرقمية، إدراكا منهم لحاجة العمل الصحفي إلى الجمع بين الدقة التي توفرها المصادر التقليدية، والسرعة والتنوع التي تتيحها المصادر الرقمية. وقد أكد أغلبهم على أن الاستخدام الذكي والمتكامل لهذين النوعين من المصادر هو السبيل الأمثل لضمان مهنية العمل الصحفي وجودته في بيئة رقمية متسارعة.

رابعا: الحاجة الملحة إلى التحديث والتأهيل الرقمي

أبرزت الدراسة توافقا واسعا بين المبحوثين حول ضرورة تحديث وتطوير آليات الحصول على المعلومات من المصادر التقليدية، وتحسين قنوات الاتصال بين الصحفيين والجهات الرسمية، وتعزيز الشفافية، واعتماد التكنولوجيا الحديثة، بما فيها الذكاء الاصطناعي. كما أظهرت النتائج وجود فجوة في التكوين الرقمي، خاصة لدى حاملي شهادة الليسانس، مما يستدعي وضع برامج تدريبية فعالة تستجيب لمتطلبات العصر الرقمي.

خامسا: الدور المحدد للخبرة والتعليم في تشكيل الممارسات الصحفية

أكدت الدراسة أن الخبرة المهنية والمستوى التعليمي هما العاملان الأكثر تأثيرا في تشكيل مواقف رؤساء التحرير وتوجهاتهم نحو استخدام مختلف أنواع المصادر، حيث تعزز الخبرة الوعي العملي والقدرة على التعامل مع التحديات، بينما يسهم المستوى التعليمي العالي في تطوير الفهم النقدي وتحقيق الاستخدام الفعال للأدوات الرقمية. أما السن، فقد أظهر تأثيرا محدودا، خاصة فيما يتعلق بالصعوبات أو تقييم جودة المحتوى الرقمي.

وعليه نستخلص أن هذه الدراسة تبرز الحاجة الملحة إلى إعادة النظر في استراتيجيات التعامل مع مصادر المعلومات الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية، عبر تبني مقاربة تكاملية توفق بين المحافظة على مصادر الثقة التقليدية، والانفتاح على الإمكانيات التقنية التي تتيحها البيئة الرقمية الحديثة. ويتطلب ذلك رؤية مؤسسية واعية، تستثمر في التأهيل المستمر، وتُحدث البنى التحتية والمهنية، لضمان صحافة أكثر احترافية واستجابة للتحوّلات المتسارعة في مشهد الاتصال والإعلام.

خاتمة

خاتمة

في ضوء المعطيات الكمية والكيفية التي أفرزتها هذه الدراسة، يتضح أن واقع استخدام مصادر المعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية يشهد تحولا بنويا تدريجيا، لا يقوم على منطق القطيعة مع النماذج التقليدية بقدر ما يعكس مسارا تراكميا يتداخل فيه القديم والجديد ضمن سياق مهني وتنظيمي خاص. فقد أظهرت النتائج أن رؤساء تحرير الصحف الجزائرية ما زالوا يولون أهمية أساسية للمصادر التقليدية، خاصة المصادر الرسمية والمؤسسية، باعتبارها الضامن الأساسي للمصداقية والاستقرار في بيئة إعلامية تتسم بتزايد التعقيد وانتشار الأخبار الكاذبة والغير دقيقة.

في المقابل، كشفت الدراسة عن حضور ملحوظ ومتزايد للمصادر الرقمية في الممارسة الصحفية اليومية، خاصة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث، بوصفها مصادر تتيح سرعة الوصول إلى المعلومات، وتوسيع دائرة التغطية، وتنوع زوايا المعالجة الصحفية. غير أن هذا الحضور لا يترجم إلى اعتماد مطلق أو غير مشروط، بل يظل محكوما باعتبارات مهنية وأخلاقية وتنظيمية، حيث يميل رؤساء التحرير إلى توظيف هذه المصادر بصورة انتقائية وحذرة، مع الإبقاء على آليات التحقق التقليدية كمرجعية أساسية. ويعكس هذا السلوك المهني وعيا مهما بمخاطر البيئة الرقمية، أكثر مما يعكس رفضا للتجديد أو قصورا في استيعاب التحول الرقمي.

وفي هذا الصدد، أظهرت النتائج أن التكيف مع المصادر الرقمية داخل الصحافة المكتوبة الجزائرية لا يتم بصورة متجانسة، بل يخضع لجملة من المحددات الذاتية والمؤسسية، من بينها الخبرة المهنية لرؤساء التحرير، ومستواهم التعليمي، ودرجة التكوين في المجال الرقمي، فضلا عن الإمكانيات التقنية والتنظيمية المتوفرة داخل المؤسسات الصحفية. كما وتظهر هذه المحددات أن التحول الرقمي ليس عملية تقنية محضة، بل هو مسار اجتماعي ومهني معقد، يتطلب توفر شروط بشرية وتنظيمية مرافقة لضمان نجاحه واستدامته.

وفي هذا السياق، كشفت الدراسة عن محدودية توظيف أدوات متقدمة مثل تقنيات الاستخبارات مفتوحة المصدر (OSINT) وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث لا تزال هذه الأدوات محصورة في نطاق الاستخدام التجريبي أو الفردي، دون أن ترقى إلى مستوى الممارسة المؤسسية المنظمة داخل غرف التحرير. ويعكس هذا الواقع وجود فجوة واضحة بين الإمكانيات التقنية التي تتيحها هذه الأدوات وبين متطلبات إدماجها المنهجي في

الإنتاج الصحفي، سواء على مستوى التكوين المتخصص، أو البنية التنظيمية، أو السياسات التحريرية الداعمة للابتكار.

وعلاوة على ما ذكر سابقا، تؤكد النتائج على أن التحول الرقمي في الصحافة المكتوبة الجزائرية لا يمكن اختزاله في مجرد إدخال أدوات رقمية أو اعتماد مصادر معلومات جديدة، بل يستلزم إعادة تأطير شاملة للممارسة الصحفية، تقوم على تطوير الكفاءات الرقمية للصحفيين، وتحديث الهياكل التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية، ووضع سياسات واضحة تشجع على الاستخدام الرشيد للتكنولوجيات الحديثة، دون المساس بأسس المهنة وقيمها الأخلاقية، وعلى رأسها الدقة، والموضوعية، والمسؤولية الاجتماعية.

وعليه، يمكن القول إن هذه الدراسة قدمت إجابة مركبة على إشكالياتها البحثية، مفادها أن التكنولوجيات الحديثة لم تقص المصادر التقليدية، بل أعادت صياغة أدوارها ضمن منطق تكاملي يوازن بين سرعة الوصول إلى المعلومات وجودتها ومصداقيتها. وهو ما يعكس انتقال الصحافة المكتوبة في الجزائر من نموذج أحادي المصدر إلى نموذج تعددي، رقمي وتشاركي، يظل نجاحه رهينا بمدى قدرة المؤسسات الصحفية على استيعاب هذه التحولات وتأطيرها معرفيا وتنظيميا.

ويتضح من خلال هذه الدراسة، حاجة الباحثين الإعلاميين إلى تعميق البحث الأكاديمي في قضايا التحول الرقمي للصحافة الجزائرية، خاصة فيما يتعلق بتأثير أدوات الذكاء الاصطناعي و OSINT على أدوار الصحفي، وبمستقبل المصداقية المهنية في ظل بيئة إعلامية رقمية متسارعة. كما تفتح هذه النتائج آفاقا لدراسات مستقبلية مقارنة بين الصحافة المكتوبة والرقمية، أو بين التجربة الجزائرية وتجارب إعلامية عربية ودولية، بما يساهم في بناء رؤية علمية أكثر شمولاً حول تحولات مصادر المعلومات في العصر الرقمي.

توصيات

توصيات الدراسة

استنادا إلى النتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة، وفي إطار السعي إلى تطوير الممارسة الصحفية في المؤسسات الإعلامية المكتوبة الجزائرية، تقترح الدراسة جملة من التوصيات العملية التالية:

1. وضع استراتيجية وطنية واضحة لإدماج المصادر الرقمية في العمل الصحفي: توصي الدراسة بضرورة بلورة استراتيجية إعلامية وطنية تُحدد بشكل دقيق أدوار وحدود استخدام المصادر الرقمية داخل الصحافة المكتوبة، بما يضمن الانتقال من الاستخدام الفردي والاجتهادي إلى اعتماد مؤسسي منظم يخضع لمعايير مهنية وأخلاقية واضحة.
2. إرساء وحدات متخصصة في إدارة المصادر الرقمية داخل غرف التحرير: توصي الدراسة بإنشاء خلايا أو وحدات داخل المؤسسات الصحفية تُعنى حصرياً برصد المصادر الرقمية، تحليلها، والتحقق من محتواها، بما يسمح بتخفيف العبء عن الصحفيين، وتحسين جودة المعالجة الإخبارية، والحد من مخاطر الأخبار الزائفة.
3. إدماج التحقق الرقمي كمرحلة إلزامية في سلسلة الإنتاج الصحفي: تدعو الدراسة إلى إدراج التحقق من المعلومات الرقمية ضمن المسار التحريري الرسمي، باعتباره مرحلة أساسية لا تقل أهمية عن الجمع والتحرير، مع توحيد الأدوات والمعايير المعتمدة في التحقق داخل المؤسسة الواحدة.
4. مراجعة مناهج تكوين الصحفيين بما يتلاءم مع التحولات الرقمية: توصي الدراسة بضرورة تحديث البرامج الأكاديمية والتكوينية في معاهد وأقسام الإعلام والاتصال، من خلال إدماج وحدات تطبيقية حول الصحافة الرقمية، صحافة البيانات، OSINT، وأخلاقيات العمل الصحفي في البيئة الرقمية، بما يردم الفجوة بين التكوين النظري ومتطلبات الممارسة المهنية.
5. تعزيز الشراكات بين المؤسسات الصحفية والهيئات التكنولوجية: تشدد الدراسة على أهمية إقامة شراكات بين المؤسسات الصحفية المكتوبة والجهات المتخصصة في التكنولوجيا الرقمية، سواء كانت جامعات، مراكز بحث، أو شركات تكنولوجية، بهدف نقل المعرفة، وتبادل الخبرات، وتطوير حلول رقمية تتلاءم مع خصوصية السياق الإعلامي الجزائري.
6. دعم الاستثمار في البنية التحتية الرقمية للمؤسسات الصحفية المكتوبة: توصي الدراسة بضرورة توجيه استثمارات حقيقية نحو تحسين البنية التحتية التقنية داخل المؤسسات الصحفية، خاصة فيما يتعلق بجودة الاتصال بالإنترنت، والتجهيزات الرقمية، والبرمجيات المهنية، باعتبارها شرطاً أساسياً لنجاح أي تحول رقمي فعال.

7. تشجيع الدراسات التقييمية المستقبلية حول التحول الرقمي في الصحافة المكتوبة: تدعو الدراسة إلى إنجاز بحوث ميدانية دورية تقيم أثر إدماج المصادر الرقمية على جودة المحتوى الصحفي، ومصداقيته، وأداء المؤسسات الإعلامية، بما يسمح بتعديل السياسات والاستراتيجيات وفق معطيات علمية دقيقة ومتجددة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

أ- باللغة العربية

- 1- ابن منظور: لسان العرب المحيط، دار الجليل ودار لسان العرب، ط1، الجزء 3، بيروت، 1988.
- 2- أبو زيد فاروق: فن الخبر الصحفي، دار الشروق، جدة، 2008.
- 3- الحمامصي جلال الدين: دراسات صحفية من الخبر الى الموضوع الصحفي، دار المعارف، مصر، 1965.
- 4- أحمد حلمي جمعة، وآخرون: أساسيات البحث العلمي في العلوم الاقتصادية والمالية والإدارية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، د.ط، عمان، 1999.
- 5- عصام حسن أحمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح: البحث العلمي أسسه ومناهجه، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 6- احداث زهير: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 1993.
- 7- المذكور مرعي: الصحافة الإخبارية، دار الشروق، ط1، القاهرة، 2002.
- 8- الصباغ عماد: نظم المعلومات، ماهيتها ومكوناتها، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2000.
- 9- الصادق رابح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة 2004.
- 10- العمارة خالد والهشلمون نايف: الصحافة والاعلام-النظرية والتطبيق، الخليل منشورات الوطن، الخليل، ط1، 1991.
- 11- القضاة خالد: التقنيات الحديثة وانعكاساتها الاقتصادية والاجتماعية والنفسية والبيئية، ط 1، دار اليازوري العلمية، عمان، 1997. المصمودي مصطفى: النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العدد 94، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1985.
- 12- المزهر كمال هلال: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
- 13- المسلمي إبراهيم عبد الله: نشأة وسائل الاعلام وتطويرها، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005.

- 14- الشامي عبد الرحمن محمد: أفاق التفاعلية في ظل الإعلام الجديد، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، 2007.
- 15- أ. لارامي، ب. فالي، ترجمة فضيل دليو وآخرون: البحث في الاتصال عناصر منهجية، مخبر علم اجتماع الاتصال، الجزائر.
- 16- الهاشمي مجد: الإعلام الدولي: الصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2005.
- 17- الهوش أبو بكر محمود: دراسة في نظم وشبكات المعلومات، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 2001.
- 18- بوحوش عمار، الذنبيات محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 19- بوخريسة بوبكر: اقتراح نموذج تنظيمي مفتوح، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 2000.
- 20- بجيت السيد: الصحافة والانترنت، العربي للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2000.
- 21- بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط10، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 22- تواتي نور الدين: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
- 23- حاتم محمد جرجيس وبريع قاسم: مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري، د.ط، مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، مصر، 1998.
- 24- حسين سمير محمد بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 25- حسني نصر، سناء عبد الرحمان: الخبر الصحفي، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، دار الكتاب الجامعي، العين، الامارات، 2009.
- 26- حسني محمد نصر: الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2003.
- 27- حمدي محمد الفاتح وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، د.د.ن، د.س.ن.
- 28- حمدي حسين: الوظيفة الإخبارية لوسائل الاعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991.

- 29- حمدي محمود: حق الصحفي في الحصول على المعلومات ومدى تأثيره على حق الجماهير في المعرفة والاعلام، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 2010.
- 30- حلمي جمعة أحمد، وآخرون: أساسيات البحث العلمي في العلوم الاقتصادية والمالية والإدارية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، د.ط، عمان، 1999.
- 31- جوزيف س كاسي، جون دوناهير: الحكم في عالم نحو العولمة، ترجمة محمد شريف الطرح، مكتبة العبيكات، ط1، لمملكة العربية السعودية، 2002.
- 32- جاسم محمد جرجيس، بديع القاسم، مصادر المعلومات في مجال الاعلام والاتصال الجماهيري، مصر مركز الاسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، 1998.
- 33- جلاب مصباح، ديدوش الهاشمي: مفاهيم حول تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسيولوجية والتنمية الإدارية، المجلد 2، العدد 2، 2019.
- 34- خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين، للطبع والنشر والتوزيع القاهرة، ط1، 2005.
- 35- خندقجي محمد عبد الجبار، نواف عبد الجبار خندقجي: مناهج البحث العلمي "منظور تربوي معاصر، ط1، عالم الكتب الحديث، بيروت، 2012.
- 36- خوجة أشرف فهمي: المصادر الصحفية في عصر المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011.
- 37- خوجة أشرف فهمي: الصحفيون ومصادر الأخبار، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، إسكندرية، 2007.
- 38- دليو فضيل: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، ديوان المطبوعات الجامعية منتوري، قسنطينة-الجزائر - 2003.
- 39- دليو فضيل: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة- الجزائر، 2003.
- 40- دليو فضيل: الاتصال، مفاهيمه، نظرياته ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 41- دليو فضيل: التكنولوجيا الجديدة للاعلام والاتصال، مخبر علم الاجتماع، قسنطينة، 2007.
- 42- دليو فضيل: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

- 43- ديفلر ملفين وروكيثش ساندرا: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤف، دار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991.
- 44- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 45- رحومة علي محمد: الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية، دراسة الوحدة العربية، لبنان، 2005.
- 46- رزاق عبد العالي: الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2004.
- 47- زيان محمد عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط5، دار الشروق، جدة، د.ت.
- 48- سبعون سعيد: الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2017.
- 49- سيف الإسلام سعد عمر: الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، دار الفكر، دمشق، 2009.
- 50- شاهين شريف كامل: مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2000.
- 51- شتينر كفال: إجراء المقابلات، ترجمة عبد اللطيف محمد خليفة، ط2، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2018.
- 52- شطاح محمد: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة-الجزائر، 2006.
- 53- شلبي كرم: الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق للنشر، جدة، 1988.
- 54- شحاتة عاطف: مصادر المعلومات في العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2010.
- 55- شفيق محمود عبد اللطيف: وكالات الأنباء رؤية جديدة، دار المعارف، ط1، القاهرة، 1994.
- 56- صالح عصام مروي: الإعلام الإلكتروني، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 57- صلاح زين الدين: تكنولوجيا المعلومات والتنمية، طريق إلى مجتمع المعرفة ومواجهة الفجوة الرقمية، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2002.
- 58- عابد زهير عبد اللطيف: بحوث إعلامية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

- 59- عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008.
- 60- عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، 2004.
- 61- عبد الحميد محمد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
- 62- عبد الهادي محمد فتحي: مراكز المعلومات الصحفية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1996.
- 63- عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989.
- 64- عبد الحميد صفوت: الإعلام الرقمي: المفاهيم والتطبيقات. دار الفكر العربي، القاهرة، 2018.
- 65- عبد الله مي: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط 1، لبنان، 2006.
- 66- عبيدات محمد، أبو نصار محمد، مبيضين عقلية: منهجية البحث العلمي، ط 2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999.
- 67- عيشور نادية، وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية "دليل الطالب في انجاز بحث سوسيولوجي"، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017.
- 68- علم الدين محمود: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2005.
- 69- علم الدين محمود: تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، المجلد 23، العدد الأول، يوليو-نوفمبر، 1994.
- 70- عوض النوايسة غالب: مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2009.
- 71- عزي عبد الرحمان وآخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- 72- فهمي محمد سيد: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006.
- 73- قنديلجي إبراهيم عامر: مصادر المعلومات الإعلامية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط 2، عمان، 2015.

- 74- كارول ريتش، ترجمة عبد الستار جواد: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، دار الكتاب الجامعي، فلسطين، 2006.
- 75- لبيب سعد: تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، ط 1، القاهرة، 2003.
- 76- ليوناردو راي تيل: مدخل الصحافة والاعلام، جولة في قاعة التحرير، ترجمة حمدي عباس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، دون سنة النشر.
- 77- لعقاب محمد: مجتمع الإعلام والمعلومات، دار هومة، الجزائر، 1998.
- 78- محمد نصر مهنا: مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، مركز الإسكندرية للكتاب، 2007.
- 79- محمد فريد محمود عزت: مدخل إلى الصحافة، د.د.ن.، القاهرة، 1993.
- 80- محمود سمير محمد: الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، مصر، 1997.
- 81- محي الدين إسماعيل، الديهي محمد: تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، جامعة القاهرة، 2015.
- 82- مرفت محمد كامل: محل إلى صحافة الأطفال، دار الفكر العربي، ط 1، القاهرة، 2003.
- 83- مكايي حسن عماد: نظريات الاتصال المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998. ميلفن مينتشر ترجمة أديب خضور: تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1998.
- 84- موسى عبد الحليم: الصحافة والقيم والتوزيع، ط 1، الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
- 85- ميلفن مينتشر: تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1998.
- 86- نعمات عثمان: الخبر ومصادره في العصر الحديث، دار المعرفة الجامعية، ط 1، مصر، 2006.
- 87- هيربرت سترنز ترجمة سميرة أبو سيف: المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 88- وائل مختار إسماعيل: مصادر المعلومات، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط 1، عمان، 2010.

ب- باللغة الفرنسية

- 1- Ahmed BENZELIKHA : **Presse Algérienne, éditoriaux et démocratie**, édition Dar El Gharb, Oran.
- 2- Ahmed ANCER : **Encre rouge, le défi des journalistes Algériens**, éditions El Watan,
- 3- Achour CHEURFI : **La presse Algérienne, genèse, confit et défis**, éditions Casbah, Algérie.
- 4- Belkacem Mohand Saïd : **le guide du cyberjournaliste**, BMS édition ; Alger ;2001.
- 5- Belkacem MOSTEFAOUI : **Médias et liberté de l'expression en Algérie**, El Dar el Othmania, Alger, 2013.
- 6- Benot Gauthier : **Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données**, 5^e édition, presses de l'université du Québec, Canada, 2009.
- 7- Brahim BRAHIMI : **Le pouvoir, la presse, et les intellectuels en Algérie**. Edition l'Harmattan, France. 1990.
- 8- Brumo havas, stephane resterer: **droit de l'information et de la communication**, ellipses marketing, paris, 2006.
- 9- Dominique Cardon : **Réseaux sociaux de l'internet**, cultures du Numérique, Edition Points d'essais, Centre EDGAR MORIN, revue communication, N°88, Paris, 2011.
- 10- Francis BALLE : **Dictionnaire des médias**, Larousse Bordas, 1998.

- 11- Godefroy Macaire Chabi, **Le journaliste dans le processus de recherche d'information sur le Web**, Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de Maître ès sciences (Communication, option générale), Université de Montréal, août 2014.
- 12- Manuel Castells: **The Rise of the Network Society**, Wiley-Blackwell, 2010.
- 13- Ministère de la communication et de la culture : **Annuaire de la presse nationale**, octobre 1998.
- 14- Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), *Vers les sociétés du savoir : la science et la culture*, Paris, UNESCO, 2005.
- 15- Patrick EVENO : **La Presse**. Que sais-je ?, 1^{ère} édition, 2010.

ت- باللغة الانجليزية

- 1- Berry, Richard: (2006). **Podcasting: A New audio medium for journalism**, *Journalism Practice*, 10(3).
- 2- Marcel Danesi: **Dictionary of media and communication**, M.E.Sharpe, Armonk, Newyork, 2009.
- 3- Webster Illustrated **Contemporary Dictionary on Encyclopedic**, ed. Ferguson Publishing Co., USA, 1982.
- 4- William and Hemingway Betin, *Encyclopedia, INS*, vol. 18, USA, 1975.

ثانيا: القواميس والمعاجم:

- 1- التميمي أسد الدين: معجم مصطلحات الانترنت والحاسوب، دار أسامة للتوزيع والنشر، عمان، 2009، ص 2014.
- 2- الصالح مصلح: قاموس الشامل، قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، انجليزي عربي، ط 1، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية، 1999.
- 3- الفار محمد جمال: معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها، دار أسامة للتوزيع والنشر، عمان، 2014.
- 4- الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب، قاموس المحيط، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، بيروت، ط.8، 2005.
- 5- قاري عبد الغفور عبد الفتاح: معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، السلسلة الثالثة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000.
- 6- مجمع اللغة العربية: المعجم الفلسفي، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، ط.1، 1983.
- 7- محمد الشامي احمد ، حسب الله سيد: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، دار المريخ، الرياض، 1988.

ثالثا: الأطروحات والرسائل الجامعية:

- 1- بحري خولة: الصحافة المكتوبة الجزائرية بين الاثارة والمسؤولية الاجتماعية: دراسة تحليلية لجرائد: الخبر. الشروق اليومي. النهار الجديد في الفترة من 2012 إلى 2016، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2020.
- 2- بنحيت محمد: تأثير تكنولوجيا الاتصال في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الخامس، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008.
- 3- بحوالي محمد: إشكالية التكامل والتنافر بين وسائل الاعلام الكلاسيكية ووسائل الاعلام الجديدة، دراسة مسحية تحليلية لوسائل الاعلام الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2021.

- 4- بن زيدون جميلة: الوضعية الاجتماعية المهنية للصحافيين الجزائريين في مرحلة التعددية الإعلامية، دراسة مسحية على عينة من الصحافيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016.
- 5- بوعزيز بوبكر: استعمال وسائل الاعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2017.
- 6- ردمان الدناني عبد المالك: تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- 7- سلام كهينة: جمهور الصحافة المكتوبة اليومية في ظل التحولات التكنولوجية الجديدة: دراسة مسحية لعينة من قراء الصحافة اليومية الورقية والالكترونية بالجزائر العاصمة، وفق مدخل الاستخدامات واشباع الرغبات، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- 8- هادف نور الدين: أثر استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في تكريس القيم الإخبارية عند الصحفيين (دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين)، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2014.

رابعا: المجلات والدوريات

- 1- الزرن موسى : صحافة المواطن، المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51-52، 2009.
- 2- الموسى عصام سليمان: ثورة وسائل الاتصال وانعكاساتها على مراحل تطور الاعلام، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، عدد 27، القاهرة، 2000.
- 3- بطرس أنطوان : جادة المعلومات: خيار مستقبلي أم شر قادم، مجلة العربي، عدد 43 ، الكويت، سبتمبر 1994.
- 4- بومعيل سعاد، فارس بوباكرا: أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجمت، جامعة تلمسان، العدد 03، مارس 2004.
- 5- حسن أحمد: دور الانترنت كمصدر للمعلومات في البحث العلمي، المجلة العربية للمعلومات، 15(2)، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2019.

- 6- ريتشارد ديفيس وديانا أوين: الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية، في عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد، دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الاكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك، العدد الثاني، 2007.
- 7- شبري محمد: السياسة الإعلامية في الجزائر والخدمة العمومية في وسائل الاعلام من المنظور التعددي والالتزام الأخلاقي، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 33، الجزء 1، مارس 2019.
- 8- شبري محمد: الصحافة الالكترونية في الجزائر، بين القانون العضوي للإعلام 2012 وأخلاقيات المهنة -رؤية نقدية، مجلة العلوم والاجتماعية والإنسانية، المجلد 11، العدد 02، 2021.

خامسا: المنشورات

- 1- عبد المؤمن علي معمر: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية " الأساسيات والتقنيات والأساليب"، منشورات جامعة 7 أكتوبر، الإدارة العامة للمكتبات، مصر، 2008.

سادسا: القوانين والمراسيم:

- 1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجريدة الرسمية، العدد 06، القانون 01، المؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق لـ 06 فيفري 1982.
- 2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: القانون العضوي للإعلام رقم 12-05، المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير 2012.

سابعا: المقابلات

- 1- مقابلة مع رئيس تحرير جريدة الخبر بوعاتي جلال، بتاريخ 2025/01/02، بمقر الجريدة، حيدرة، على الساعة 14h20.

ثامنا: المواقع الالكترونية

أ- باللغة العربية

- 1- الجزيرة نت: البلوتوث تقنية متعددة الاستخدامات، تاريخ الاطلاع 2020/04/11، الساعة 20:05، الرابط [: https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology](https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology)
- 2- لهاتف الذكي... العالم كله بجهاز واحد، تاريخ الاطلاع 2020/04/11، الساعة 17:47، الرابط : <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/economy>
- الاتحاد الدولي للاتصالات: (ITU) صفحة الإحصاءات، تاريخ الاطلاع 2024/12/25، الساعة 16:32، الرابط <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat>
- 3- الجزائرية للضبط (سلطة ضبط البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال): صفحة مؤشرات الإنترنت في الجزائر، تاريخ الاطلاع 2025/01/22، الرابط <https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>
- 4- العرب المتطوعون: (arab.volunteering.world.org) صفد، حسام حمودي: علاقة الصحفي بمصادر معلوماته، تاريخ الاطلاع 2016/04/14، الساعة 15:35، الرابط www.arab.volunteering.world.org
- 5- النهار (جريدة): الجريدة الأكثر تطوراً ومبيعاً في الجزائر، تاريخ الاطلاع 2024/05/16، الساعة 20:03، الرابط [: https://www.ennaharonline.com/](https://www.ennaharonline.com/)
- 6- الشروق (جريدة): الصحف العربية تتراجع والشروق تصدر الصحافة، تاريخ الاطلاع 2024/05/16، الساعة 21:23، الرابط [: https://www.echoroukonline.com/](https://www.echoroukonline.com/)
- 7- الشعب (جريدة): مشروع إنشاء المؤسسة الوطنية للطباعة في مراحله النهائية، 2024/01/22، الرابط [: https://www.djazairiess.com/echchaab](https://www.djazairiess.com/echchaab)
- 8- الوزارة - وزارة الاتصال الجزائرية: التحول الرقمي في وسائل الإعلام هو محرك للتنمية، تاريخ الاطلاع 2025/05/23، الساعة 06:59، الرابط [: https://www.ministerecommunication.gov.dz/](https://www.ministerecommunication.gov.dz/)
- 9- العدل - بوابة القانون الجزائري (وزارة العدل): منصة القوانين والتشريعات الجزائرية، تاريخ الاطلاع 2024/02/15، الساعة 14:13، الرابط [: https://c/68282f75-f4b8-8002-abc1](https://c/68282f75-f4b8-8002-abc1)

قائمة المراجع

- 10-** الغيثي، أسامة: مواقع التواصل الاجتماعي تضيق الخناق على وسائل الإعلام، تاريخ الاطلاع 2020/12/11، الساعة 16:33، الرابط <https://althawra-news.net/news>
- 11-** المكتبة العربية (مكتبنا): أبو زيد، فاروق :*الصحافة المتخصصة*، تاريخ الاطلاع 2020/12/01، الساعة 15:29، الرابط <http://www.makbttna2211.com/book> :
- 12-** ميساء صالح: تقنيات الاتصال الحديثة، تاريخ الاطلاع 2020/04/12، الساعة 10:07، الرابط <https://mawdoo3.com>
- 13-** ويكيبيديا: الحكومة الإلكترونية، تاريخ الاطلاع 2020/10/16، الساعة 13:57، الرابط <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
- 14-** بلوتوث، تاريخ الاطلاع 2020/04/11، الساعة 20:27، الرابط <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 15-** دراسات - موقع دراسات:(drasah.com) عبد الله المبرز نظرية انتشار الابتكارات وتأثيرها في تبني استخدام الإنترنت للأغراض الأكاديمية، تاريخ الاطلاع 2025/05/18، الرابط <https://drasah.com/Description>
- 16-** ندوة الإعلام السعودي - ستار تايمز: محمد بن سعود بن خالد :مصادر المعلومات بين التقليد والواقعية - التجربة السعودية، تاريخ الاطلاع 2019/12/05، الساعة 17:04، الرابط <https://www.startimes.com/>
- 18-** 4shared: محمد لعقاب : مجتمع الإعلام والمعلومات - دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين، تاريخ الاطلاع 2017/03/12، الساعة 15:25، الرابط <http://www.4shared.com/document/> :
- 19-** وكالة الأنباء الجزائرية:(APS) وزير الاتصال يجتمع بممثلي العمال ومسؤولي المطابع العمومية، 2024/01/22، الرابط <https://www.aps.dz/ar/algerie/> :

ب- باللغة الفرنسية

- 1- Alain Joannes: le journalisme à l'ère électronique, consulté le 03/12/2018 à 14h47, sur le site <https://journals.openedition.org/>
- 2- DataReportal-Digital2025 : Algeria, consulté le 22/05/2025 à 07h38, sur le lien <https://datareportal.com/reports/>
- 3- Datareportal : Digital 2025 : Algeria, 03/03/2025, consulté le 22/05/2025/à 17h20, sur le lien <https://datareportal.com/reports/digital-2025-algeria>
- 4- Florence Le Cam : **Les Journalistes et Internet : Usages et attitudes ; construction d'un questionnaire et entrevues qualitatives de validation**, date de lecture 11/03/2017, 13h20, <http://www.nlc-bnc.ca/obj/s4/f2/dsk3/ftp04/MQ57818.pdf>
- 5- - Info-dz, **Le Taux des journaux en Algérie**, 2025, consulté le 12/05/2025, disponible sur <https://www.dz-algerie.info/>
- 6- Média social : le grand dictionnaire terminologique, office québécois de la langue française, consulté le 20/05/2024 à 17h02, sur le lien <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv>.
- 7- World bank group : Mobile cellular subscriptions- Algeria, consulté le 22/05/2025 à 05h10, sur le lien <https://data.worldbank.org/>

ت- باللغة الإنجليزية:

- 1- Baoutelman, Chantal : (2024). *Artificial Intelligence and Journalism: Challenges and opportunities*. Consulté le 25/12/ 2024 à 14h41, sur le lien Ijnet: <https://ijnet.org/fr/story/intelligence-artificielle-et-journalisme-d>
- 2- - Bounegru , Liliana; Gray, Jonathan (2024). *The Data Journalism Handbook: Towards a critical Data practice*, PDF. Consulté le 26/12/

2024 à 6h38, sur le lien Books:

<https://library.oapen.org/bitstream/handle>

3- Bounegru, (Liliana; gray, Jonath; Chambers, Lucy: (2012). *The Data Journalism Handbook: How Journalist Can Use Data to improve the News*. Consulté le 28/12/2024 à 6h52, sur le lien books:

<https://books.google.dz/>

4- Burum, Ivo; Quinn , Stephen (2016). *MOJO: the Mobile Journalism Handbook: How to make Broadcast Video with an Iphone or Ipad*.

Consulté le 13/12/ 2024 à 18h3, sur le lien Mobil Journalism Handbook: <file:///C:/Users/Utilisateur/Downloads/>

5- Data Hub: **Algeria Universal and Meaningful Connectivity**, (consulté le 17 mai 2024, disponible sur:

<https://datahub.itu.int/dashboards/>

6- Nacer Eddine LAYADI : **The Costs of clientelism**, in M.T. Al-Raw (Ed.), Arab Media Systems, Algeria, 2021. Open Book Publishers. Available at <file:///C:/Users/Utilisateur/Downloads>

7- Nacer Eddine LAYADI : **The Costs of clientelism**, in M.T. Al-Raw (Ed.), Arab Media Systems, Algeria, 2021 . Open Book Publishers. Available at <file:///C:/Users/Utilisateur/Downloads/>

8- Pavlik, John V: (2013). *Journalism and New Media* (éd. 2nd). Columbia: University Press. Consulté le 24/12/2024 à 15h25, sur le lien <https://cup.columbia.edu/book/>

9- Singh , Akshita ; Sinha, Ojas : (2024). **OSINT in journalism:Tools, challenges, and opportunities**, *Journal of Electrical Systems*, 20(10),

- 10- Statcounter Globalstats : Social Media Stats in Algeria - April 2025, consulté le 22/05/2025 à 17h12, sur le site <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/algeria>
- 11- Tech Plicy : **Global Digital policy roundup** : April2025, consulté le 5/03/2025, disponible sur <https://www.techpolicy.press/global>
- 12- The Global Economy.com : Algeria Mobile phone subscribers, consulté le 22/05/2025 à 08h15, sur le lien <https://www.theglobaleconomy.com/Algeria/Mobile>
- 13- U.S Department of state: **2020 Investment climate statements: Algeria**, consulté le 5/04/2025, disponible sur <https://www.state.gov/reports/2020-investment-climate-statements/algeria/>

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01)

جامعة الجزائر -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الاعلام

استمارة استبيان حول:

واقع مصادر المعلومات الإعلامية في وسائل الإعلام الجزائرية في

ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

دراسة تحليلية لعينة من رؤساء تحرير الصحف اليومية الجزائرية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: علوم

تحت اشراف:

البروفيسور أحمد بجاوي

إعداد الطالبة:

موكس نعيمة

العام الجامعي: 2024_2025

ملاحظة: بيانات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شكرا على تعاونكم

ضع علامة (x) أمام الإجابة التي تختارها

المحور الأول: الخصائص الديمغرافية

- (1) السن: ☐ أقل من 25 سنة ☐ من 26-35 سنة ☐ 36-45 سنة ☐ أكثر من 46 سنة
- (2) الخبرة المهنية: أقل من سنة ☐ من 2-5 سنوات ☐ من 6-10 سنوات ☐ من 11-15 سنة ☐ أكثر من 16 سنة
- (3) المستوى التعليمي: ☐ ليسانس ☐ ماستر ☐ دراسات عليا

المحور الثاني: مصادر المعلومات التقليدية

- 1- طبيعة استخدام مصادر المعلومات التقليدية في الصحف اليومية الجزائرية
- 1- ماهي أنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في انجاز عمله في مؤسستكم؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

- ☐ وكالات الأنباء ☐ - المؤتمرات الصحفية
- ☐ المقابلات الشخصية ☐ - الوثائق الرسمية (تقارير، أبحاث)
- ☐ الهيئات الرسمية ☐ - المراسل والصحفي، المندوب
- ☐ شهود عيان ☐ - وسائل الاعلام الأخرى (إذاعة، تلفزيون)

أخرى أذكرها:

- 2- ما مدى اعتمادكم على المصادر التقليدية في عملكم الصحفي؟

- ☐ دائما ☐ نادرا ☐ أبدا

- 3- ما هو أكثر من المصادر التقليدية تفضلونه في انجاز عملكم؟

.....

4- ولماذا؟

.....

2- تقييم مصادر المعلومات التقليدية

5- ما مدى ثقتك بالمصادر التقليدية؟ (اختر التقييم المناسب)

- موثوق ☐ غير موثوق ☐

6- هل يواجه صحفيو مؤسستكم صعوبات في الوصول إلى المصادر التقليدية؟

- نعم ☐ لا ☐

7- إذا كانت الإجابة بـ "نعم"، فيما تكمن هذه الصعوبات؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

- تأخير الحصول على المعلومات (صعوبة الوصول إلى المعلومات الفورية) ☐

- نقص التحديث في المعلومات (غير ملائمة للأحداث الجارية) ☐

- تكاليف جمع المعلومات (كشراء تقارير مطبوعة أو الوصول إلى أرشيفات معينة) ☐

- الإخفاء المتعمد للمعلومات ☐

- عدم تعاون الجهات الرسمية ☐

- محدودية التنوع ☐

- الوقت والجهد ☐

8- هل تعتقد أن المصادر التقليدية تحتاج إلى تحديث أو تطوير؟

- نعم ☐ لا ☐

9- ما أبرز التحديات التي تواجهكم أثناء استخدامكم للمصادر التقليدية؟

.....
.....

10- ما مدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية؟

- متوافق ☐ غير متوافق ☐

11- هل ترى أنه هناك ضرورة لتطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل؟

- نعم ☐ لا ☐

حلل ذلك:

.....

المحور الثالث: مصادر المعلومات الرقمية

1- طبيعة استخدام مصادر المعلومات الرقمية في الصحف اليومية الجزائرية

12- هل تعتمد على الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية؟

- دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

13- ماهي المصادر الرقمية التي يعتمد عليها صحفيو جريدتكم في جمع المعلومات الصحفية؟ (يمكن اختيار

أكثر من إجابة)

- محركات البحث (مثل Google) ☐

- مواقع التواصل الاجتماعي ☐

- قواعد البيانات الالكترونية (مثل statista, data. gov) ☐

- المواقع الإخبارية الرقمية ☐

- أدوات OSINT (Maltego, Shodan) ☐

- برامج الذكاء الاصطناعي ☐

- تطبيقات الهواتف الذكية (مثل Mojo, Google News, Mojo) ☐

14- ماهي شبكة التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها جريدتكم بشكل أكبر؟ (يمكن اختيار أكثر من

خيار)

- Facebook ☐

- X ☐

- Instagram ☐

- TikTok ☐

أخرى أذكرها:

15- هل تعتمدون على صحافة الموبايل "Mojo" في انجاز عملكم الصحفي؟

- نعم ☐ لا ☐

16- ما مدى اعتمادكم على صحيفة الموبايل " Mojo " في جمع المعلومات الصحفية؟

اعتماد كلي ☐ اعتماد جزئي ☐ اعتماد ضعيف ☐

17- ما نوع المحتوى الذي تعتمدونه في التحرير الصحفي؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

مقاطع الفيديو ☐ - صور فوتوغرافية ☐

مقاطع صوتية ☐ - نصوص مكتوبة ☐

18- كيف تقيم جودة المحتوى الذي تنتجه باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى؟

جودة عالية ☐ نفس الجودة ☐ جودة أقل ☐

19- ماهي أبرز الصعوبات التي تواجهونها عند استخدامكم الهاتف الذكي في عملكم الصحفي؟

ضعف الانترنت ☐ - نفاذ البطارية ☐

مشكلات تتعلق بالخصوصية والأمان ☐

أخرى أذكرها:

20- هل تعتقد أن المصادر الرقمية ساهمت في تحسين جودة المعلومات الصحفية؟

نعم ☐ الى حد ما ☐ لا ☐

21- كيف أثرت المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات؟

زادت بشكل كبير ☐ زادت بشكل طفيف ☐ لم تؤثر ☐

22- إذا توفرت لديك أخبارا حول موضوع ما، هل تبحث عن المزيد من التفاصيل (تقارير، بيانات،

احصائيات) عبر المصادر الرقمية؟

نعم أبحث عن التفاصيل ☐

لا أبحث، أكتفي بما أحصل عليه فقط ☐

23- هل يمكن الاعتماد كلياً على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات؟

نعم ☐ لا ☐

لماذا؟

.....

24- ماهي أبرز الفوائد التي حصلت عليها من استخدام المصادر الرقمية؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

- ☐ - سهولة الوصول الى المعلومات
- ☐ - سرعة جمع البيانات
- ☐ - تنوع المصادر
- ☐ - قلة التكلفة

أخرى أذكرها:

2- تقييم مصادر المعلومات الرقمية

25- هل سبق وأن واجهتم مشكلة بسبب الاعتماد على معلومات من وسائل التواصل الاجتماعي؟

- نعم ☐ لا ☐

يرجى التوضيح:

.....

26- كيف تتحقق من المعلومات التي تحصل عليها من وسائل التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

(خيار)

- ☐ - الرجوع الى مصدر رسمي
- ☐ - التواصل مع شهود عيان
- ☐ - البحث عن مصادر أخرى

27- هل تستخدمون أدوات التحقيق الرقمي مثل (Fact Check) للتحقق من صحة المعلومات

والاخبار

- نعم دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

المحور الرابع: علاقة الوسائل الجديدة للإعلام والاتصال بمصادر المعلومات

28- كيف ترى العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية؟

- تكاملية ☐ تنافسية ☐ تبادلية ☐

علل ذلك:

29- ماهي الحالات التي تفضل فيها جريدتكم استخدام المصادر التقليدية بدلا من الرقمية؟

☐

- عند جمع معلومات حساسة

☐

- عند اعداد تقارير معمقة

☐

- عند التحقق من صحة المعلومات

أخرى أذكرها:

.....

30- هل يحصل صحفيو جريدتكم على دورات تدريبية حول كيفية استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام

والاتصال واستثمارها بفعالية في إطار المهنة؟

☐

لا

☐

نعم

31- إذا كانت الإجابة "نعم" ماهو طابع هذه الدورات التكوينية؟

.....

.....

Université d'Alger 3

Faculté des sciences de l'Information et de la Communication

Département des Sciences de l'Information

Formulaire de questionnaire sur :

**La réalité des sources d'information médiatique dans les
médias algériens à l'ère des technologies modernes de
l'information et de la communication
Étude analytique des opinions d'un échantillon de rédacteurs en
chef de journaux quotidiens algériens**

**Thèse présentée en vue de l'obtention du doctorat en Sciences de
l'information et de la communication
Spécialité : Information**

Fait par MOUKES Naima :

Encadré par :BEDJAOUI Ahmed

Remarque : Les données de ce questionnaire sont confidentielles et ne seront utilisées qu'à des fins de recherche scientifique.

Année universitaire : 2024_2025

Merci pour votre coopération

Veuillez cocher (×) la réponse de votre choix.

Section 1: Données personnelles

- 1) **Age:** Moins de 25 ans ☐ De 26 à 35 ans ☐
De 36 à 45 ans ☐ Plus de 46 ans ☐

2) **Expérience professionnelle :**

- Moins d'un an ☐ De 2 à 5 ans ☐
De 6 à 10 ans ☐ De 11 à 15 ans ☐ Plus de 16 ans ☐

3) **Niveau d'études :**

- Licence ☐ Master ☐ Études supérieures ☐

Deuxième section : Les sources d'information traditionnelles

Nature de l'utilisation des sources d'information traditionnelles dans les journaux quotidiens algériens

- 1) Quels sont les types de sources journalistiques sur lesquelles le journaliste s'appuie pour accomplir son travail au sein de votre institution ?

(Plusieurs réponses possibles)

- Agences de presse ☐ Conférences de presse ☐
Entretiens personnels ☐ Documents officiels (rapports, études) ☐
Organismes officiels ☐ Correspondant, journaliste, délégué ☐
Témoins oculaires ☐ Autres médias (radio, télévision) ☐

Autres

- 2) Dans quelle mesure vous appuyez-vous sur les sources traditionnelles dans votre travail journalistique ?

- Toujours ☐ Rarement ☐ Jamais ☐

- 3) Quelle est la source traditionnelle que vous préférez le plus dans l'accomplissement de votre travail ?

.....

- 4) Pourquoi ?.....

.....

2- Évaluation des sources d'information traditionnelle

5) Quel est votre degré de confiance envers les sources traditionnelles ?

Fiables ☐ Non fiables ☐

6) Les journalistes de votre institution rencontrent-ils des difficultés pour accéder aux sources traditionnelles ?

Oui ☐ Non ☐

7) Si vous avez répondu « Oui », quelles sont ces difficultés ?

(Plusieurs réponses possibles)

- Retard dans l'obtention des informations (difficulté d'accès à l'information immédiate) ☐
- Manque de mise à jour des informations (inadaptées aux événements en cours) ☐
- Coûts liés à la collecte d'informations (achat de rapports imprimés ou accès à certaines archives) ☐
- Dissimulation délibérée des informations ☐
- Manque de coopération des autorités officielles ☐
- Manque de diversité des sources ☐
- Temps et efforts requis ☐

8) Pensez-vous que les sources traditionnelles ont besoin d'être mises à jour ou développées ?

Oui ☐ Non ☐

9) Quels sont les principaux défis que vous rencontrez lors de l'utilisation des sources traditionnelles ?

.....
.....

10) Dans quelle mesure les sources traditionnelles répondent-elles aux besoins et exigences de la presse quotidienne ?

Compatible ☐

Peu compatibles ☐

Non compatibles ☐

11) Pensez-vous qu'il est nécessaire de développer les mécanismes d'accès aux sources traditionnelles à l'avenir ?

Oui ☐ Non ☐

Analysez cela :.....
.....

Troisième section : Les sources d'information numériques

1- Nature de l'utilisation des sources d'information numériques dans les journaux quotidiens algériens

12) Vous appuyez-vous sur Internet comme source principale d'informations journalistiques ?

Toujours ☐ Parfois ☐ Rarement ☐

13) Quelles sont les sources numériques sur lesquelles les journalistes de votre journal s'appuient pour collecter des informations ?
(Plusieurs réponses possibles)

- Moteurs de recherche (comme Google) ☐
- Réseaux sociaux ☐
- Bases de données électroniques (ex. : Statista, Data.gov) ☐
- Sites d'information numériques ☐
- Outils OSINT (ex. : Maltego, Shodan) ☐
- Logiciels d'intelligence artificielle ☐
- Applications mobiles (ex. : Mojo, Google News, Smart Recorder) ☐
- Autres (veuillez préciser) :

14) Quelle(s) plateforme(s) de réseau social votre journal utilise-t-il le plus ?
(Plusieurs réponses possibles)

- Facebook ☐
- X (anciennement Twitter) ☐
- Instagram ☐
- TikTok ☐

Autres (veuillez préciser) :

15) Utilisez-vous le journalisme mobile (« Mojo ») dans l'accomplissement de votre travail journalistique ?

Oui ☐ Non ☐

16) Dans quelle mesure vous appuyez-vous sur le journalisme mobile (« Mojo ») pour la collecte d'informations journalistiques ?

Dépendance totale ☐ Dépendance partielle ☐ Faible dépendance ☐

17) Quel type de contenu utilisez-vous dans la rédaction journalistique ?
(Plusieurs réponses possibles)

Vidéos ☐ Photographies ☐
Enregistrements audio ☐ Textes écrits ☐

18) Comment évaluez-vous la qualité du contenu produit à l'aide du smartphone par rapport à celui produit avec d'autres outils ?

Haute qualité ☐ Qualité équivalente ☐ Moindre qualité ☐

19) Quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez lors de l'utilisation du smartphone dans votre travail journalistique ?
(Plusieurs réponses possibles)

Faible connexion Internet ☐
Décharge rapide de la batterie ☐
Problèmes liés à la confidentialité et à la sécurité ☐
Autres (veuillez préciser) :

20) Pensez-vous que les sources numériques ont contribué à améliorer la qualité de l'information journalistique ?

Oui ☐ Dans une certaine mesure ☐ Non ☐

21) Quel a été l'impact des sources numériques sur la rapidité de la collecte d'informations ?

Augmentation significative ☐
Légère augmentation ☐
Aucun impact ☐

22) Si vous disposez déjà d'informations sur un sujet, recherchez-vous davantage de détails (rapports, données, statistiques) via des sources numériques ?

Oui, je recherche des détails supplémentaires ☐
Non, je me contente des informations dont je dispose ☐

23) Peut-on se fier entièrement aux sources technologiques pour la collecte d'informations ?

Oui ☐ Non ☐

24) Quelles sont les principaux avantages que vous avez tirés de l'utilisation des sources numériques ? (*Plusieurs réponses possibles*)

- Facilité d'accès à l'information ☐
- Rapidité de collecte des données ☐
- Diversité des sources ☐
- Coût réduit ☐

Autres :

2- Évaluation des sources d'information numériques

25) Avez-vous déjà rencontré un problème à cause de la dépendance aux informations provenant des réseaux sociaux ?

Oui ☐ Non ☐

Veillez Précisez :

.....

26) Comment vérifiez-vous les informations obtenues via les réseaux sociaux? (*Plusieurs réponses possibles*)

- Consulter une source officielle ☐
- Contacter des témoins oculaires ☐
- Rechercher d'autres sources ☐

27) Utilisez-vous des outils de vérification numérique tels que le « Fact Check » pour valider l'exactitude des informations et des nouvelles ?

Oui, toujours ☐ Parfois ☐ Jamais ☐

Quatrième section : La relation entre les nouveaux médias et technologies de communication et les sources d'information.

28) Comment percevez-vous la relation entre les sources traditionnelles et les sources numériques ?

- Complémentaire ☐ Concurrentielle ☐

- Réciproque ☐

Justifiez votre réponse :.....
.....

29) Dans quels cas votre journal préfère-t-il utiliser des sources traditionnelles plutôt que numériques ? (*Plusieurs réponses possibles*)

- Lors de la collecte d'informations sensibles ☐
- Lors de la préparation de rapports approfondis ☐
- Lors de la vérification de l'exactitude des informations ☐

Autres (veuillez préciser) :
.....

30) Les journalistes de votre journal reçoivent-ils des formations sur l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et sur la manière de les exploiter efficacement dans le cadre de leur profession ?

Oui ☐ Non ☐

31) Si la réponse est « oui », quelle est la nature de ces formations ?

.....
.....

الملحق رقم (03):

الجدول يوضح تحليل ثبات أسئلة الاستبيان وفق معامل ألفا كرونباخ

Statistiques de total des éléments				
Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	
.853	-.050-	256.520	120.2254	السن
.859	-.176-	261.827	119.1268	الخبرة المهنية
.850	-.001-	255.517	121.3521	المستوى التعليمي
.849	-.039-	256.208	121.8592	ماهي أنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في إنجاز عمله في مؤسستكم؟ وكالات الأنباء
.848	.063	255.209	121.8169	المؤتمرات الصحفية
.847	.282	252.683	121.7887	المقابلات الشخصية
.847	.231	253.042	121.7606	الوثائق الرسمية(تقارير-أبحاث)
.848	.072	255.171	121.8310	الهيئات الرسمية
.846	.291	251.167	121.5352	المراسل والصحفي- المندوب
.845	.412	249.167	121.4648	شهود عيان
.845	.384	249.821	121.5634	وسائل الاعلام الأخرى(إذاعة-تلفزيون)
.847	.270	252.009	121.1831	أخرى أذكرها
.848	.079	254.531	121.5915	ما مدى اعتمادكم على المصادر التقليدية في عملكم الصحفي؟
.840	.521	224.598	120.3380	ماهو أكثر من المصادر التقليدية تفضلونه في إنجاز عملكم؟
.842	.443	239.025	120.9437	لماذا؟
.848	.154	254.189	121.8028	ما مدى ثقتك بالمصادر التقليدية؟
.845	.361	249.959	121.4085	هل يواجه صحفيو مؤسستكم صعوبات في الوصول الى المصادر التقليدية؟

قائمة الملاحق

.843	.393	243.085	120.8310	إذا كانت الاجابة ب"نعم" فيما تكمن هذه الصعوبات؟ تأخير الحصول على المعلومات (صعوبة الوصول الى المعلومات الفورية)
.843	.429	243.913	120.6620	نقص التحديث في المعلومات) غير ملائمة للأحداث الجارية)
.844	.411	246.596	120.5211	تكاليف جمع المعلومات) كشرء تقارير مطبوعة أو الوصول الى أرشيفات معينة)
.844	.350	244.834	120.7746	الاخفاء المتعمد للمعلومات
.842	.472	242.417	120.6901	عدم تعاون الجهات الرسمية
.843	.436	244.150	120.6338	محدودية التنوع
.844	.379	246.159	120.5915	الوقت والجهد
.847	.237	254.141	121.8732	هل تعتمد أن المصادر التقليدية تحتاج الى تحديث أو تطوير؟
.842	.454	230.880	120.5493	ما أبرز التحديات التي تواجهكم أثناء استخدامكم للمصادر التقليدية؟
.850	-.058-	256.621	121.5634	ما مدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية؟
.847	.227	253.552	121.8169	هل ترى أنه هناك ضرورة لتطوير آليات الوصول الى المصادر التقليدية في المستقبل؟
.838	.561	227.899	120.6056	حلل ذلك
.844	.511	247.365	121.5493	هل تعتمد على الأنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية؟
.848	.099	254.990	121.8451	ماهي المصادر الرقمية التي يعتمد عليها صحفيو جريدتكم في جمع المعلومات الصحفية؟محرركات البحث(مثل Google
.845	.442	249.157	121.6056	مواقع التواصل الاجتماعي
.846	.317	250.651	121.4507	قواعد البيانات الالكترونية) مثل-statita (data-gov)
.847	.243	252.526	121.7042	المواقع الاخبارية الرقمية
.847	.261	253.054	121.0563	أدوات Maltego-Shodan OSINT
.845	.407	250.361	121.1549	برامج الذكاء الاصطناعي

قائمة الملاحق

.846	.332	250.536	121.3239	تطبيقات الهواتف الذكية (مثل Fliphoard -Google News)
.846	.323	251.468	121.7042	ماهي شبكة التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها جريدتكم بشكل أكبر؟ Facebook
.847	.167	253.054	121.4930	X
.846	.288	251.675	121.1972	Instagram
.846	.368	250.876	121.1549	Tik Tok
.848	.167	253.804	121.0986	أخرى أذكرها
.847	.228	252.093	121.3662	هل تعتمدون على صحيفة الموبايل "Mojo" في انجاز عملكم الصحفي؟
.847	.238	250.150	120.6338	ما مدى اعتمادكم على صحيفة الموبايل "Mojo" في جمع المعلومات الصحفية؟
.847	.233	252.242	121.6056	ما نوع المحتوى الذي تعتمدونه في التحرير الصحفي؟ مقاطع الفيديو
.846	.269	251.425	121.4789	صور فوتوغرافية
.846	.310	250.759	121.4085	مقاطع صوتية
.847	.281	252.846	121.8028	نصوص مكتوبة
.847	.231	249.225	121.0563	كيف تقيم جودة المحتوى الذي تنتجه باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى؟
.848	.190	249.290	121.0986	ماهي أبرز الصعوبات التي تواجهونها عند استخدامكم الهاتف الذكي في عملكم الصحفي؟
.845	.363	249.588	121.4085	هل تعتقد أن المصادر الرقمية ساهمت في تحسين جودة المعلومات الصحفية؟
.846	.381	250.649	121.7465	كيف أثرت المصادر الرقمية على سرعة جمع المعلومات؟
.849	-.086-	256.798	121.7887	إذا توفرت لديك أخبارا حول موضوع ما- هل تبحث عن المزيد من التفاصيل (تقارير- بيانات- احصائيات (عبر المصادر الرقمية؟
.847	.238	252.163	121.2535	هل يمكن الاعتماد كليا على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات؟

قائمة الملاحق

.841	.490	230.988	120.5915	لماذا؟
.846	.337	251.079	121.6761	ماهي أبرز الفوائد التي حصلت عليها من استخدام المصادر الرقمية؟ سهولة الوصول الى المعلومات
.847	.209	252.983	121.7042	سرعة جمع البيانات
.847	.250	252.520	121.7183	تنوع المصادر
.846	.311	250.825	121.5211	قلة التكلفة
.847	.330	252.713	121.0282	أخرى أذكرها
.848	.083	254.499	121.2394	هل سبق وأن واجهتكم مشكلة بسبب الاعتماد على معلومات من وسائل التواصل الاجتماعي؟
.844	.383	238.523	120.8169	وضح
.850	-.168-	257.485	121.8310	كيف تتحقق من المعلومات التي تحصل عليها من وسائل التواصل الاجتماعي؟ الرجوع الى مصدر رسمي
.846	.321	250.595	121.4648	التواصل مع شهود عيان
.848	.153	253.251	121.4507	البحث عن مصادر أخرى
.849	.106	252.874	120.6901	هل تستخدمون أدوات التحقق الرقمي مثل (Fact Check) للتحقق من صحة المعلومات والأخبار؟
.845	.371	250.148	121.7183	كيف ترى العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية؟
.843	.393	240.393	120.9155	علل ذلك؟
.850	.051	253.691	121.2254	ماهي الحالات التي تفضل فيها جريدتكم استخدام المصادر التقليدية بدلا من الرقمية؟
.844	.536	247.474	121.3099	هل يحصل صحفيو جريدتكم على دورات تدريبية حول كيفية استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال واستثمارها بفعالية في اطار المهنة؟
.850	.393	220.939	116.4789	اذا كانت الاجابة ب "نعم" ماهو طابع هذه الدورات التكوينية؟

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

ملخص الدراسة

خطة الدراسة

09.....	مقدمة
10.....	الإطار المنهجي
10.....	1- إشكالية الدراسة
12.....	2- تساؤلات الدراسة
13.....	3- فرضيات الدراسة
13.....	4- أسباب اختيارها
14.....	5- أهداف الدراسة
15.....	6- أهمية الدراسة
16.....	7- طبيعة الدراسة
16.....	8- منهج الدراسة
17.....	9- أدوات الدراسة
21.....	10- الصدق والثبات
23.....	11- مجتمع البحث
25.....	12- وعينة الدراسة
29.....	13- مجال الدراسة
30.....	14- مفاهيم الدراسة
35.....	15- الدراسات السابقة

الإطار النظري

50..... الفصل الأول: نظرية انتشار المبتكرات.....

51..... المبحث الأول: مفهوم نظرية انتشار المبتكرات ونشأتها.....

54..... المبحث الثاني: مراحل تبني الأفكار واتخاذ القرار للنظرية وأهميتها.....

59..... المبحث الثالث: مزايا نظرية انتشار المبتكرات والانتقادات الموجهة لها.....

60..... المبحث الرابع: علاقة النظرية بموضوع الدراسة.....

63..... الفصل الثاني: ماهية التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.....

63..... المبحث الأول: مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وأهميتها.....

69..... المبحث الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخصائصها.....

81..... المبحث الثالث: وظائف التكنولوجيات الجديدة في العمل الصحفي.....

83..... المبحث الرابع: تأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على العمل الصحفي.....

87..... المبحث الخامس: وسائل التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.....

97..... الفصل الثالث: الإطار المفاهيمي لمصادر المعلومات الصحفية.....

97..... المبحث الأول: مفهوم المعلومات الإعلامية.....

100..... المبحث الثاني: مفهوم مصادر المعلومات ومدى أهميتها في العمل الصحفي.....

102..... المبحث الثالث: خصائص مصادر المعلومات الإعلامية.....

104..... المبحث الرابع: تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية.....

117..... المبحث الخامس: طبيعة العلاقة بين الصحفي ومصادر المعلومات.....

الفصل الرابع: التحول الرقمي في جمع المعلومات الصحفية.....	121
المبحث الأول: التحول الرقمي وأثره على أدوات جمع المعلومات.....	121
المبحث الثاني: مفهوم المصادر الرقمية وأهميتها.....	127
المبحث الثالث: خصائص المصادر الرقمية.....	129
المبحث الرابع: تطور مصادر المعلومات في ظل التطورات التكنولوجية للإعلام والاتصال.....	130
المبحث الخامس: تحديات استخدام المصادر الرقمية في العمل الصحفي.....	138
الفصل الخامس: تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر في ظل التحولات التشريعية التكنولوجية.....	141
المبحث الأول: تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر من الاستقلال الى ما بعد قانون الإعلام لسنة 1990.....	142
المبحث الثاني: انعكاسات القانون العضوي للإعلام 2012 والتطورات التكنولوجية على واقع الصحافة المكتوبة.....	150
المبحث الثالث: التحول الرقمي للصحافة المكتوبة في الجزائر الأشكال والاستراتيجيات.....	153
المبحث الرابع: التحولات التنظيمية والاقتصادية للصحافة المكتوبة في الجزائر (2023-2025).....	155
المبحث الخامس: الصعوبات التي تواجه الصحافة المكتوبة الجزائرية في البيئة الرقمية.....	157
الإطار التطبيقي للدراسة: التحليل الكمي والكيفي للبيانات والمعطيات المرتبطة بالدراسة الميدانية لواقع استخدام مصادر المعلومات في الصحف اليومية الجزائرية في ظل التحول الرقمي.....	159

المحور الأول: مصادر المعلومات التقليدية.....	160
3. طبعة استخدام مصادر المعلومات التقليدية في الصحف اليومية الجزائرية.....	160
4. تقييم مصادر المعلومات التقليدية.....	185
المحور الثاني: مصادر المعلومات الرقمية.....	215
3. طبعة استخدام مصادر المعلومات الرقمية في الصحف اليومية الجزائرية.....	215
4. تقييم مصادر المعلومات الرقمية.....	263
المحور الثالث: علاقة الوسائل الجديدة للإعلام والاتصال بمصادر المعلومات.....	273
نتائج على ضوء الفرضيات.....	286
نتائج الدراسة الميدانية.....	289
النتائج العامة.....	296
خاتمة.....	299
توصيات.....	302
قائمة	
المراجع.....	305
الملاحق.....	322
فهرس المحتويات.....	341

فهرس المحتويات

فهرس الجداول		
الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
جداول الإطار المنهجي والنظري		
01	cronbach's Alpha خاص بتحليل ثبات أسئلة الاستمارة	23
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	26
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	27
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	28
05	يوضح الفرق بين مراحل اتخاذ القرار ومراحل تبني الابتكار	58
06	يوضح تطور استخدام الجزائريين لشبكة الانترنت	122
07	يوضح تطور استخدام الهاتف المحمول في الجزائر	125
08	يمثل اليوميات الجزائرية الصادرة من 1962 إلى 1965 حسب الترتيب الزمني	143
09	يوضح اليوميات الصادرة في تلك الفترة (1979-1988)	146
10	عدد الصحف الورقية في الجزائر حتى سنة 2025	156
جداول الإطار التطبيقي		
01	يبين أنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في إنجاز عمله في مؤسسة المبحوثين	160
02	يوضح مدى اعتماد المبحوثين على المصادر التقليدية في عملهم الصحفي	161
03	يوضح المصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً من قبل المبحوثين في إنجاز عملهم	162
04	يمثل أسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية	163
05	جدول مركب يوضح العلاقة بين متغير السن وأنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في إنجاز عمله	165

فهرس المحتويات

06	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في إنجاز عمله	167
07	جدول مركب يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وأنواع المصادر الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في إنجاز عمله	169
08	جدول مركب يوضح العلاقة بين متغير السن ومدى اعتماد المبحوثين على المصادر التقليدية في إنجاز عملهم الصحفي	170
09	جدول مركب يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى اعتماد المبحوثين على المصادر التقليدية في إنجاز عملهم الصحفي	172
10	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى اعتماد المبحوثين على المصادر التقليدية في إنجاز عملهم الصحفي	173
11	يوضح العلاقة بين متغير السن والمصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً من قبل المبحوثين في إنجاز عملهم	174
12	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية والمصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً من قبل المبحوثين في إنجاز عملهم	176
13	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والمصادر التقليدية الأكثر تفضيلاً من قبل المبحوثين في إنجاز عملهم	177
14	يوضح العلاقة بين متغير السن وأسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية	179
15	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية	181
16	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وأسباب تفضيل عينة الدراسة للمصادر التقليدية	183
17	يوضح مدى ثقة المبحوثين بالمصادر التقليدية	185
18	يمثل الصعوبات التي يواجهها صحفيو المؤسسة في الوصول إلى المصادر التقليدية	186

فهرس المحتويات

187	يبين طبيعة الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في الوصول إلى المصادر التقليدية	19
189	يمثل آراء الباحثين حول ضرورة تحديث أو تطوير المصادر التقليدية	20
190	يمثل أبرز التحديات التي تواجه الباحثين أثناء استخدامهم للمصادر التقليدية	21
191	يمثل مدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية	22
192	يمثل ضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل	23
193	يوضح الدوافع الأساسية لتطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل	24
194	يوضح العلاقة بين متغير السن ومدى ثقة الباحثين بالمصادر التقليدية	25
195	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى ثقة الباحثين بالمصادر التقليدية	26
196	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى ثقة الباحثين بالمصادر التقليدية	27
197	يوضح العلاقة بين متغير السن والصعوبات التي يواجهها صحفيو المؤسسة في الوصول إلى المصادر التقليدية	28
198	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية والصعوبات التي يواجهها صحفيو المؤسسة في الوصول إلى المصادر التقليدية	29
199	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والصعوبات التي يواجهها صحفيو المؤسسة في الوصول إلى المصادر التقليدية	30
201	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وطبيعة الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في الوصول إلى المصادر التقليدية	31
203	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وطبيعة الصعوبات التي يواجهها الصحفيون في الوصول إلى المصادر التقليدية	32

فهرس المحتويات

205	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وآراء المبحوثين حول ضرورة تحديث أو تطوير المصادر التقليدية	33
207	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وآراء المبحوثين حول ضرورة تحديث أو تطوير المصادر التقليدية	34
208	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية	35
209	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى توافق المصادر التقليدية مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية	36
211	يوضح العلاقة بين متغير السن وضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل	37
212	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل	38
213	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وضرورة تطوير آليات الوصول إلى المصادر التقليدية في المستقبل	39
215	يمثل اعتماد المبحوثين على الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية	40
216	يمثل المصادر الرقمية المعتمدة من قبل صحفيي الجريدة المبحوثة في جمع المعلومات الصحفية	41
217	يمثل مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر اعتمادًا من قبل الجريدة المبحوثة	42
219	يمثل مدى اعتماد المبحوثين على صحيفة الموبايل (Mojo) في إنجاز عملهم الصحفي	43
220	يمثل مستوى اعتماد المبحوثين على صحيفة الموبايل (Mojo) في جمع المعلومات الصحفية	44
221	يمثل نوع المحتوى المعتمد من قبل المبحوثين في التحرير الصحفي	45

فهرس المحتويات

222	يمثل تقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى	46
223	يمثل الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الهاتف الذكي في إنجاز عملهم الصحفي	47
224	يمثل آراء المبحوثين حول مدى مساهمة المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية	48
225	يمثل توزيع آراء المبحوثين حول تأثير المصادر الرقمية على سرعة عملية جمع المعلومات الصحفية	49
226	يمثل اتجاهات المبحوثين بشأن البحث عن تفاصيل إضافية (تقارير، بيانات، إحصائيات) عبر المصادر الرقمية	50
227	يمثل رأي رؤساء التحرير في مدى إمكانية الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات الصحفية	51
287	يوضح الأسباب التي تدفع بالصحفيين الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات.	52
229	يمثل أبرز الفوائد المتحصل عليها من استخدام المصادر الرقمية من وجهة نظر المبحوثين	53
230	يوضح العلاقة بين متغير السن واعتماد المبحوثين على الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية	54
231	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية واعتماد المبحوثين على الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومات الصحفية	55
233	يوضح العلاقة بين متغير السن ومدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في إنجاز عملهم الصحفي	56
234	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في إنجاز عملهم الصحفي	57

235	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في إنجاز عملهم الصحفي	58
237	يوضح العلاقة بين متغير السن ومستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في جمع المعلومات الصحفية	59
238	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومستوى اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل (Mojo) في جمع المعلومات الصحفية	60
239	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ونوع المحتوى المعتمد من قبل المبحوثين في التحرير الصحفي	61
241	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى	62
243	يوضح العلاقة بين متغير السن وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى	63
244	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى	64
246	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى	65
247	يوضح العلاقة بين متغير السن وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى	66
248	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى	67
249	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وتقييم المبحوثين لجودة المحتوى الصحفي المنتج باستخدام الهاتف الذكي مقارنة بالأدوات الأخرى	68

فهرس المحتويات

69	يوضح العلاقة بين متغير السن الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الهاتف الذكي في انجاز عملهم الصحفي	251
70	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية والصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الهاتف الذكي في انجاز عملهم الصحفي	252
71	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي والصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدام الهاتف الذكي في انجاز عملهم الصحفي	253
72	يوضح العلاقة بين متغير السن وأراء المبحوثين حول مدى مساهمة المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية	254
73	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأراء المبحوثين حول مدى مساهمة المصادر الرقمية في تحسين جودة المعلومات الصحفية	255
74	يوضح العلاقة بين متغير السن وأراء المبحوثين حول تأثير المصادر الرقمية على سرعة عملية جمع المعلومات الصحفية	257
75	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأراء المبحوثين حول تأثير المصادر الرقمية على سرعة عملية جمع المعلومات الصحفية	258
76	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وأراء المبحوثين حول تأثير المصادر الرقمية على سرعة عملية جمع المعلومات الصحفية	259
77	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ورأي رؤساء التحرير في مدى إمكانية الاعتماد الكلي على المصادر التكنولوجية في جمع المعلومات الصحفية	260
78	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأبرز الفوائد التي حصلت عليها من استخدام المصادر الرقمية	261
79	يمثل مدى تعرض المبحوثين لمشاكل نتيجة الاعتماد على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي	263

264	يوضح أسباب المشاكل التي واجهت الصحفيين نتيجة اعتمادهم على معلومات مأخوذة من مواقع التواصل الاجتماعي	80
265	يمثل أساليب تحقق المبحوثين من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي	81
266	يمثل مدى استخدام المبحوثين لأدوات التحقيق الرقمي مثل (Fact Check) للتحقق من صحة المعلومات والايخبار	82
267	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى تعرض المبحوثين لمشاكل نتيجة الاعتماد على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي	83
268	يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ومدى تعرض المبحوثين لمشاكل نتيجة الاعتماد على معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي	84
269	يوضح العلاقة بين متغير السن وأساليب تحقق المبحوثين من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي	85
270	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وأساليب تحقق المبحوثين من المعلومات المستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي	86
271	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية ومدى استخدام المبحوثين لأدوات التحقيق الرقمي مثل (Fact Check) للتحقق من صحة المعلومات والايخبار	87
273	يمثل طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية	88
274	يمثل تحليل المبحوثين لطبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية	89
275	يمثل حالات تفضيل المبحوثين لاستخدام المصادر التقليدية على المصادر الرقمية في الصحف الجزائرية اليومية	90

فهرس المحتويات

276	يمثل مدى استفادة صحفيي الجرائد الجزائرية من دورات تكوينية في استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال وتوظيفها في العمل الصحفي	91
277	يمثل طابع الدورات التكوينية التي تلقاها المبحوثين في مجال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال	92
278	يوضح طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية ومتغير السن	93
279	يوضح طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية ومتغير الخبرة المهنية	94
280	يوضح طبيعة العلاقة بين المصادر التقليدية والمصادر الرقمية من منظور رؤساء تحرير الصحف الجزائرية اليومية ومتغير المستوى التعليمي	95
282	يوضح العلاقة بين متغير السن وحالات تفضيل المبحوثين لاستخدام المصادر التقليدية على المصادر الرقمية في الصحف الجزائرية اليومية	96
284	يوضح العلاقة بين متغير الخبرة المهنية وحالات تفضيل المبحوثين لاستخدام المصادر التقليدية على المصادر الرقمية في الصحف الجزائرية اليومية	97