

من المراسلين الى المنصات الرقمية: تحولات في مصادر الأخبار الإعلامية في الجزائر -دراسة تحليلية لعينة من صحفيي جريدتي الخبر والشروق اليومية-

From Correspondents to Digital Platforms: Transformations in News Sources in Algeria –An Analytical Study of a Sample of Journalists from El Khabar and Echrouk Daily Newspapers



ط.د نعيمة موكس^{*1}

¹جامعة مولود معمري، (الجزائر)

naima.moukes@ummto.dz

أ.د أحمد بجاوي²

²جامعة الجزائر 3، (الجزائر)

bedrem@aol.com

تاريخ النشر: 2025/06/04

تاريخ القبول: 2025/04/14

تاريخ الارسال: 2025/03/10

ملخص: تسعى هذه الدراسة للتعرف على تحولات مصادر المعلومات في الصحافة الجزائرية، نتيجة التطورات الرقمية من خلال تحليل تجربة صحفيي جريدة الخبر والشروق اليومية. يركز عملنا هذا على الإجابة على الإشكالية البحثية التالية: ما طبيعة التحولات التي شهدها مصادر الأخبار في جريدتي الخبر والشروق في ظل التطورات التكنولوجية وتأثيرها على الممارسات الصحفية؟ ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية وكذلك تحقيق أهداف البحث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وعلى الاستمارة البحثية كأداة لتحليل دراستنا. توصلت الدراسة الى تكامل المصادر التقليدية والرقمية، مع تزايد الاعتماد على الوسائل التفاعلية.

الكلمات المفتاحية: صحافة مكتوبة؛ مصادر معلومات؛ مصادر حديثة؛ صحفي؛ أوسينت؛

Abstract: This study examines the transformation of news sources in Algerian journalism due to digital advancements, focusing on the experiences of journalists at El Khabar and Echrouk newspapers. It investigates the research question: What are the transformations in news sources at El Khabar and Echrouk in light of technological developments, and how have they impacted journalistic practices? Employing a survey methodology and a research questionnaire, the study concludes that traditional and digital sources have become increasingly integrated, with a growing reliance on interactive media in journalistic practices .

key words: Printed press; Information sources; Modern sources; Journalist; OSINT;

* نعيمة موكس.

.مقدمة:

تعتبر المعلومة الصحفية الركيزة الأساسية في العمل الصحفي، فهي المادة الخام التي يبني عليها الصحفي تقاريره وتحقيقاته وأخباره. ورغم أهمية المعلومة الصحفية، يبقى مصدرها لا يقل أهمية عنها بالنسبة لأي صحفي، كونه العنصر الأساسي الذي تنشأ من خلاله الرسالة الإعلامية.

وفي هذا الصدد، شهدت الصحافة الجزائرية تحولات جذرية نتيجة التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال الاعلام والاتصال، مما أثر بشكل مباشر على أساليب انتاج المحتوى الصحفي واستهلاكه. فقد أدى انتشار الانترنت وظهور الصحافة الرقمية إلى إعادة تشكيل العملية الإعلامية، حيث لم تعد الصحف الورقية، ووكالات الانباء المصدر الوحيد للمعلومات، بل برزت منصات رقمية توفر الأخبار والمعلومات في الوقت الفعلي. وقد أدى ذلك إلى تغيير أسلوب جمع المعلومات ونشرها، فأصبحت المؤسسات الإعلامية تعتمد على مصادر رقمية متطورة، مثل وكالات الانباء الالكترونية، الصحافة الرقمية، وشبكات التواصل الاجتماعي، التي أثبتت فعاليتها في نقل الأخبار بسرعة فائقة. في المقابل تواجه الصحافة المكتوبة تحديات تتعلق بالتكيف مع متطلبات العصر الرقمي لضمان استمراريته ومواكبة التطورات المتسارعة، مما عزز دور التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، وأدوات التحقق الرقمي في تحسين جودة المحتوى الصحفي. كما مكنت المنصات الالكترونية الصحف من الوصول إلى جمهور أوسع، وبات الابتكار الرقمي والتكيف مع التكنولوجيا الحديثة ضرورة حتمية للصحافة المكتوبة، ما يستوجب تطوير استراتيجيات توازن بين السرعة في نقل الأخبار والحفاظ على معايير الدقة والمصداقية.

وبناء على هذه المتغيرات فإن الصحفي الجزائري أصبح هو الآخر مطالب بولوج عالم وسائل الاعلام الجديد والتفاعل معه. باعتباره العنصر الفاعل والأساسي في أي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، خاصة على مستوى استخدام مصادر المعلومات الإعلامية الحديثة في اعداد مادته الصحفية وتبادل الأفكار والآراء عن طريق المشاركة في المنتديات والمؤتمرات، وكذا تبادل الآراء مع القراء والمهتمين، بواسطة الخصائص الاستثنائية التي يتيحها الانترنت والهاتف الذكي.

وهكذا يمكننا القول ان حاجة المؤسسة الإعلامية الى مصادر المعلومات هي مرحلة أساسية لإنجاز رسالتها الإعلامية، ومن هنا جاءت دراستنا الميدانية هذه لتسليط الضوء على التحولات التي شهدتها مصادر الأخبار في الصحافة الجزائرية، نتيجة التطورات التكنولوجية والرقمية، ومدى تأثيرها على ممارسات الصحفيين في جمع الاخبار والتحقق منها. وعليه جاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي:

ما طبيعة التحولات التي شهدتها مصادر الأخبار في جريدتي الخبر والشروق في ظل التطورات التكنولوجية وتأثيرها على الممارسات الصحفية؟

وبغية حل هذه الإشكالية قمنا بتفكيكها الى مجموعة من التساؤلات الفرعية، قمنا بصياغتها

كالتالي:

-ما أبرز مصادر الأخبار التقليدية التي يعتمد عليها صحفيي جريدتي الخبر والشروق في انجاز عملهم الإعلامي؟

- إلى أي مدى يعتمد الصحفي الجزائري على المصادر الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في إنتاج المحتوى الإخباري؟
- كيف ساهمت التطورات التكنولوجية في إعادة تشكيل دور الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟
فرضيات الدراسة:

- أدت التطورات التكنولوجية إلى تنوع مصادر المعلومات في جريدتي الخبر والشروق اليومية، مما غير أنماط جمع الأخبار وإنتاجها.
 - أدت التحولات الرقمية إلى إعادة تشكيل علاقة الصحفيين بمصادر المعلومات، مما جعلها أكثر تنوعاً وتنافسية في ظل التطور التكنولوجي.
 - تراجع الاعتماد على المصادر التقليدية، مثل المراسلين ووكالات الأنباء، مقابل تنامي دور المصادر الرقمية والتفاعلية في إنتاج الأخبار بالصحافة الجزائرية.
- أهداف الدراسة:**

يهدف هذا البحث إلى تحليل التحولات التي طرأت على مصادر الأخبار في الصحافة الجزائرية، من خلال دراسة مدى استمرار الاعتماد على المصادر التقليدية مثل المراسلين ووكالات الأنباء وشهود العيان، مقابل تنامي استخدام المصادر الرقمية الحديثة والتفاعلية. كما يستكشف البحث آليات تفاعل الصحفيين في جريدتي الخبر والشروق اليومية مع كلا النوعين، والعوامل المؤثرة في استخدامهم لها، وكذا انعكاسات ذلك على إنتاج الأخبار والممارسات التحريرية.

1. مفهوم مصادر المعلومات الصحفية:

في مجال الصحافة، يعد المصدر هو الشخص أو المنشور أو أي تسجيل أو مستند آخر يعطي معلومات في الوقت المناسب. كما تعرف بأنها الأداة التي تحصل من خلالها الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون على الخبر (أبو زيد، 2008)

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. (الفار، 2014)

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. (نعمات، 2006) تنقسم مصادر المعلومات الصحفية إلى:

1.1 المصادر الصحفية الكلاسيكية (التقليدية):

تشير إلى القنوات والوسائل التي يعتمد عليها الصحفيون في جمع الأخبار والمعلومات قبل ظهور الوسائل الرقمية. تعرف على أنها " المصادر التي تعتمد فيها الجريدة على هيئة مستخدمها في الحصول على الاخبار والمعلومات مثل المندوب والمراسل". (العمامرة و الهشلمون ، 1991)

2.1 أدوات المصادر الصحفية التقليدية:

تنقسم المصادر الصحفية التقليدية إلى عدة أنواع رئيسية يعتمد عليها الصحفيون في جمع الأخبار والتحقق من المعلومات، وهي:

- المصادر البشرية: تشمل المراسلين الصحفيين، شهود العيان، المسؤولين الحكوميين، الخبراء والمحللين، والمتحدثين الرسميين.
- المصادر المؤسسية: تضم كل من وكالات الأنباء، المؤسسات الحكومية، المنظمات الدولية، والشركات الكبرى.
- المصادر الوثائقية: تشمل التقارير الرسمية، الأبحاث الأكاديمية، الأرشيفات، القوانين، والإحصائيات.
- المؤتمرات والفعاليات: مثل المؤتمرات الصحفية، الندوات، الجلسات البرلمانية، والاجتماعات الرسمية.
- -وسائل الإعلام التقليدية: كالصحف، المجلات، الإذاعة والتلفزيون التي تقدم محتوى اعلامي تحليلي وتغطية مهنية للأحداث. (قندلجي، 2015)

2. المصادر الصحفية الرقمية (الحديثة):

هي الوسائل والأدوات الرقمية التي يعتمد عليها الصحفيون للحصول على المعلومات والأخبار 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 الكترونيا على وسائط ممغنطة (Magnetic Tape Disk) " (قندلجي و وآخرون، مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الانترنت، 2000)

1.2 أدوات المصادر الصحفية الرقمية:

عرفت الصحافة تطورا كبيرا مع ظهور التكنولوجيا الرقمية، مما أدى إلى تنوع مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الصحفيون في جمع الأخبار والمعلومات، وفي مقدمتها

- الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومة: قدمت الانترنت 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 الانترنت 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. فالانترنت ليست فقط أداة ولكن وسيلة إعادة توزيع البطاقات وهي وحدها تجمع وتقوم بجميع أدوار وسائل الاعلام الأخرى بشكل منفصل، فالانترنت يلخص 150 سنة من تاريخ وسائل الاعلام.

- مواقع التواصل الاجتماعي: تضم فيسبوك، تويتر (x) حاليا، انستغرام، تيك توك وغيرها. وهي عبارة عن منصات أساسية لمتابعة الأخبار العاجلة والتفاعل مع الجمهور. (Ball , 2007)

شكل رقم 01: نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر (جانفي 2025)



المصدر: تقرير مؤسسة StatCounter (Mobile Social Media Stats in Algeria, 2025)

يشير التقرير الذي أصدرته مؤسسة StatCounter Global Stats المعنية بقياس حركة الانترنت واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الى أن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر قد شهد تطورا ملحوظا. حيث بلغ عدد مستخدمي فيسبوك في الجزائر حتى جانفي 2025 ما نسبته 62.51% من اجمالي المستخدمين، وهذا ما يؤكد احتلال فيسبوك الصدارة كأكثر المواقع استخداما في الجزائر، يلها موقع انستغرام بنسبة 17.67%، ثم يوتوب بنسبة قدرت بـ 13.71%. وبعدها تويتر (x) حاليا بنسبة قدرها 3.97%.

تؤكد هذه الاحصائيات على زيادة اعتماد الجزائر على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للتواصل والمعلومات في الجزائر. كما تعكس هذه الاتجاهات تحولا ملحوظا نحو الانفتاح على الفضاءات الرقمية العالمية، مما يشير الى تطور متسارع في استخدام الانترنت وتكنولوجيا المعلومات في الحياة اليومية للمواطنين. ومع انتشار الهواتف الذكية وسهولة اتصالها بالانترنت زاد عدد مستخدمي الانترنت عبر الهواتف المحمولة بـ (92% من جميع مستعملي الانترنت)، ولكن لا تزال الحواسيب تلعب دورا هاما في الاتصال بالانترنت، وكانت قد كشفت بيانات StatCounter أن حوالي 53% من عمليات البحث عبر محركات البحث تأتي الان من الهواتف المحمولة. (Social Media Stat in Algeria, 2025)

- المواقع الإخبارية الالكترونية: تشمل الصحف الرقمية مثل الخبر أونلاين، الشروق أونلاين، والمواقع المستقلة التي تقدم تقارير وتحليلات إخبارية.

- وكالات الأنباء الرقمية: هي عبارة عن وكالات تقوم بتوفير محتوى أو مضمون إخباري محدث على مدار الساعة، مثل رويترز، فرانس برس، ووكالة الأنباء الجزائرية. (Gauthier, 2010)

- منصات البيانات المفتوحة: هي مصادر متوفرة ومفتوحة للجميع تسمح بالحصول على بيانات رسمية وتحقيقات معمقة مثل Wikileaks, Data gov. (كومار، 2024)

• البث المباشر: هي عبارة عن تقنية تتيح للصحفيين نقل الأحداث الحية بشكل مباشر من موقع الأحداث، بفضل منصات مثل "يوتيوب لايف" و"فيسبوك لايف" وتغطيتها للمؤتمرات الصحفية على سبيل المثال، وهذا ما يعزز الشفافية والمصداقية.

• تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI): أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي مصدرا مهما للمعلومات في الصحافة الحديثة، حيث تساهم في جمع البيانات، وتحليلها والتحقق من صحتها بسرعة ودقة. كما تساعد الصحفيين في رصد الأخبار، والتعرف على الأنماط، واستخلاص المعلومات من مصادر ضخمة مثل التقارير والسجلات العامة. كما تستخدم في أتمتة كتابة التقارير الإخبارية وتحليل الصور والفيديوهات. مما يعزز دقة وسرعة إنتاج المحتوى الصحفي. (حاج محمد، 2024)

3. المصادر الصحفية التي تستخدمها جريدتي "الخبر والشروق" اليومية

تدخل هذه الدراسة في إطار الدراسات الإعلامية الاستكشافية، والتي تهدف من ورائها الوصول إلى نتائج كشفية عن التحولات في مصادر المعلومات التي تعتمد عليها جريدتي "الخبر والشروق" اليومية في كتابة رسالتها الإعلامية، ورصد مدى الاعتماد على المصادر التقليدية والرقمية، وكذا تحليل العوامل المؤثرة في هذا التغير. وقد استخدمنا المنهج المسحي الذي يعتبر واحد من أبرز المناهج الأساسية في البحوث الوصفية الاستكشافية، باستخدام استمارة بحثية موجهة الى عينة من الصحفيين العاملين في جريدة الخبر والشروق اليومية، حيث قمنا بتوزيع 60 استمارة على الصحفيين العاملين بالجرائد السابقة الذكر، واسترجعنا منها 46 استمارة وهذه العملية تمت على النحو التالي:

• جريدة الشروق وزعنا 30 استرجعنا 21 استمارة.

• جريدة الخبر وزعنا 30 استرجعنا 25 استمارة.

جدول رقم 01: توزيع عينة البحث حسب الخصائص والتوزيع

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	30	65.21
أنثى	16	34.78
المجموع	46	100
المنصب	التكرار	النسبة المئوية
رئيس تحرير	02	4.34
صحفي	37	80.43
مراسل	07	15.21
المجموع	46	100
الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	04	8.69
من 2-5 سنوات	17	36.95
من 6-10 سنوات	11	23.91
من 11-15 سنة	9	19.56

أكثر من 16 سنة	5	10.86
المجموع	46	100

المصدر: من اعداد الباحثة

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب أفراد عينة البحث حسب متغير "الجنس"، هم من الذكور بنسبة قدرت بـ 65.21% في مقابل 34.78%، وتعد فئة الصحفيين، الفئة الأكبر في عينتنا حسب متغير "المنصب" إذ بلغت نسبتهم 80.43%، وهذا ما يعكس دورهم المحوري في إنتاج المحتوى الإعلامي، في المقابل تمثل فئة المراسلين نسبة قدرها 15.21%، ما يشير الى أهمية التغطية الميدانية، أما رؤساء التحرير هم أقل عددا بنسبة لا تتعدى 4.34%. وهذا ما يعكس دورهم الاشرافي والتوجيهي لضمان جودة المحتوى الإعلامي. وفيما يخص متغير "الخبرة المهنية" يتبين لنا أن أعلى نسبة سجلت قدرت بـ 36.95% لمن خبرتهم (من 2-5 سنوات)، تليها من خبرتهم (من 6-10 سنوات) بنسبة 23.91%، ثم من خبرتهم (11-15 سنة) بنسبة قدرت بـ 19.56%، بعدها من خبرتهم (تتعدى 16 سنة) بنسبة بلغت 10.86%، لتأتي ما نسبته 8.69% في المرتبة الأخيرة لمن خبرتهم (أقل من سنة واحدة).

جدول رقم 02: وسائط الاعلام الجديدة المستخدمة من قبل جريدتي "الخبر والشرق" اليومية

الصحيفة	HTML	فيسبوك	X	يوتوب	لينكد إن	غوغل +	تطبيق الموبايل	الايميل
الخبر	x	X	x	x	x	x	x	x
الشرق	x	X	x	x	x	x	x	x

المصدر: من اعداد الباحثة

يعتبر هذا الجدول كمدخل لدراستنا، حيث من خلاله قمنا بإجراء مسح لكل الوسائط الإعلامية الجديدة التي تستخدمها صحيفتي "الخبر والشرق" اليومية بمختلف أنواعها وأشكالها. فقمنا بدراسة وتحليل كل جريدة على حدة وإحصاء والتأكد من الشبكات المستعملة، فالكثيرون يقومون بالدخول الى شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي والبحث عن الصفحة الرسمية لصحيفة معينة من خلال محرك بحث الشبكة الاجتماعية الخاص وهذا شائع ومتكرر، حيث أن من خلال هذه العملية البحثية يمكننا إيجاد العشرات من الصفحات التي تحمل نفس اسم الصحيفة، غير أن كلها قد تكون غير رسمية. ولا تمتد بصلة للصحيفة، بل هي من إنشاء أفراد عاديين أو صحفيين من تلك الصحيفة دون إذن الإدارة المسئولة، وهو الأمر الذي أدى إلى خلق الكثير من الصفحات التي تحمل اسم وشعار الصحيفة، فمثلا إذا دخلنا على موقع "فيسبوك" وكتبنا داخل محرك بحثه «Echoroukonline» (الشرق أونلاين، 1991) فإنه يعطي لنا العديد من الصفحات التي تحمل اسم وشعار الصحيفة وهي كلها غير رسمية وليست لها صلة بالجريدة الحقيقية. هذا الخطأ قمنا باجتنابه حيث قمنا باتباع الخطوة الصحيحة لمعرفة الصفحات الرسمية للجرائد

المدرسة داخل مواقع التواصل الاجتماعي وكان ذلك بالدخول إلى الموقع الرسمي للجريدة وهناك نجد روابط رسمية نحو فضائها داخل مواقع التواصل الاجتماعي والنتيجة كما هي موضحة داخل الجدول. من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن كل من جريدتي "الخبر والشروق" اليومية يستخدمون عدة دعائم تكنولوجية جديدة، كما هو موضح في الجدول أعلاه (فيسبوك، X، يوتيوب، إيميل...). (الخبر، 1990) جدول رقم 03: عدد متابعي جريدتي "الخبر والشروق" اليومية عبر مواقع التواصل

الاجتماعي إلى غاية 02 فيفري 2025

الصحيفة	X	فيسبوك	يوتيوب
الخبر	100	3.496.657	211.000
الشروق	92.273	3.002.288	730.000

المصدر: من اعداد الباحثة

يوضح الجدول أعلاه، أن شبكة "فيسبوك" هي الشبكة رقم واحد من حيث الاستعمال مقارنة بالشبكات الاجتماعية الأخرى، وهو ليس بالأمر الغريب إذا علمنا أنها الشبكة الاجتماعية الأولى في العالم من حيث عدد مستعمليها. والجدول أعلاه يبين عدد المعجبين بالجريدة داخل الشبكات الاجتماعية، وهو معيار قياس لمدى شعبية الصفحة داخل شبكة التواصل الاجتماعي، وبالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ مدى التفاوت بين الصحف في عدد المعجبين لكل جريدة "الخبر والشروق" اليومية. مع إضافة فتح موقع "الماسنجر" لكافة المواطنين للتواصل مع الجريدة بالنسبة لجريدة الشروق، اذ يمكن فتح الموقع مباشرة بالضغط على الرابط من موقع الجريدة الرسمي على الانترنت. (الشروق أونلاين، 1991) وهذا دليل على تبني الجريدة نموذج الاعلام التفاعلي الذي يعزز العلاقة بين المؤسسة الصحفية وقراءها، مما يتيح للجمهور المشاركة في العملية الصحفية عبر تقديم الملاحظات، أو ارسال الأخبار والمعلومات، ما يعكس تحولا نحو صحافة أكثر انفتاحا ومرونة.

جدول رقم 04: يبين أنواع المصادر الصحفية التقليدية التي يعتمد عليها صحفي

جريدتي "الخبر والشروق" اليومية في انجاز عملهم

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
وكالات الانباء	39	18.48
المؤتمرات الصحفية	35	16.58
المقابلات الشخصية	22	10.42
الوثائق الرسمية، تقارير	32	15.16
الصحفي، المراسل، المندوب	46	21.80
شهود عيان	22	10.42
وسائل الاعلام الأخرى	15	7.10
المجموع	211	100

المصدر: من اعداد الباحثة

يمثل الجدول أعلاه ترتيب أنواع المصادر المعلومات الصحفية التي يعتمد عليها الصحفي في انجاز عمله في المؤسسة الصحفية، وقد جاء الصحفي، المراسل والمندوب في المرتبة الأولى بإجماع كل الصحفيين بنسبة 21.80%، كما وافق كل الصحفيين على أن وكالات الأنباء هي ثاني أهم مصدر بنسبة 18.48% أما المرتبة الثالثة فقد عادت للمؤتمرات الصحفية بنسبة 16.58% وقد حصلت الوثائق الرسمية، تقارير وأبحاث على المرتبة الرابعة بنسبة 13.3% لتحصل كل من المقابلات الشخصية وشهود عيان على المرتبة الخامسة بنسبة 10.42%، أما 7.10% من الصحفيين فقد أدرجوا وسائل الاعلام الأخرى في مؤخرة مصادر المعلومات والاخبار التقليدية.

وهنا يظهر جليا ترتيب المصادر تفضيل الصحفيين للمصادر الموثوقة والمباشرة، مع تقليل الاعتماد على المصادر غير المباشرة أو الثانوية.

4. نتائج الدراسة

1- نتائج الفرضية الأولى

● أدت التطورات التكنولوجية إلى تنوع مصادر المعلومات في جريدتي الخبر والشروق اليومية، مما غير أنماط جمع الأخبار وإنتاجها.

في قراءة متعلقة بجدول الفرضية، تؤكد نتائج التحليل ان التطورات التكنولوجية الجديدة للإعلام والاتصال أدت فعليا الى تنوع مصادر المعلومات في جريدتي "الخبر والشروق" اليومية بنسبة مرتفعة قدرت ب 82.85%، مما أحدث تحولا إيجابيا في آليات جمع الاخبار وطريقة انتاجه. فقد أصبح الصحفيون يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعية والمواقع الإخبارية المتخصصة، وكذا المنصات الرقمية الأخرى. مما ساهم في توسيع نطاق التغطية الإخبارية وزيادة دقة المحتوى الإعلامي. كما ساعدت الأدوات الرقمية الحديثة الى تطوير أساليب انتاج الاخبار، حيث أصبح المحتوى أكثر تفاعلية وتعددا في الوسائط، مما عزز وصوله الى الجمهور بطرق أكثر فعالية. وبناءا على هذه المعطيات، يمكن تأكيد الفرضية بأن التطورات التكنولوجية كان لها دور إيجابي في تنوع المصادر وتحسين العمليات الصحفية، مما ينعكس إيجابا على جودة الاخبار وكفاءة العمل الإعلامي.

2- نتائج الفرضية الثانية

● أدت التحولات الرقمية الى إعادة تشكيل علاقة الصحفيين بمصادر المعلومات، مما جعلها أكثر تنوعا وتنافسية في ظل التطور التكنولوجي.

أفرزت نتائج الجدول المتعلقة بهذه الفرضية، أن جل الصحفيين في جريدتي "الخبر والشروق" اليومية يعتبرون العلاقة بين المصادر الكلاسيكية التقليدية والمصادر الحديثة الرقمية على أنها علاقة تكاملية بنسبة قدرها 72.45% وهي الأغلبية الساحقة في مقابل 24.02% يعتبرونها منافسة لها. وما يمكن استخلاصه من النسب المتحصل عليها بأن المؤسسة الصحفية الجزائرية تعتمد على مزيج من المصادر المختلفة في جمعهم للأخبار والمعلومات لضمان دقة الأخبار وشموليتها التي تتميز بها المصادر

التقليدية من جهة، وسرعة الوصول والتحديث التي توفرها المصادر الرقمية الحديثة لمواكبة التطورات التكنولوجية الجديدة وتلبية احتياجات الجمهور المتزايدة من جهة أخرى.

3- نتائج الفرضية الثالثة

● تراجع الاعتماد على المصادر التقليدية، مثل المراسلين ووكالات الأنباء، مقابل تنامي دور المصادر الرقمية والتفاعلية في إنتاج الأخبار بالصحافة الجزائرية

أظهرت نتائج هذا الجدول على أن التحولات الرقمية لم تؤدي إلى تراجع كامل في الاعتماد على المصادر التقليدية مثل المراسلين ووكالات الأنباء، بل أعادت تشكيل دورها ضمن بيئة إعلامية أكثر تنوعا. فعلى الرغم من تنامي دور المصادر الرقمية والتفاعلية، لا تزال المؤسسات الصحفية الجزائرية تعتمد على المصادر التقليدية لضمان المصداقية والدقة، وبالتالي فإن التحول الرقمي لم يلغ دور المصادر التقليدية، بل جعلها أكثر تكاملا مع الأدوات الحديثة في إنتاج الأخبار. وهذا ما تؤكدته النتائج لاحقا.

كما استقرت هذه الدراسة على جملة من النتائج التي أجبنا من خلالها على تساؤلات الدراسة جاءت كالآتي:

- 1- أظهرت الدراسة أن الصحفيين في جريدتي "الخبر والشروق" اليومية، يهتمون باستخدام المصادر التقليدية في تغطيتهم الصحفية بنسبة 43.49%.
- 2- أكثر مصادر المعلومات التقليدية استخداما من قبل المبحوثين بالنسبة لجريدة "الشروق" هي وكالات الأنباء بنسبة 31.01%، تليها الهيئات الرسمية بنسبة 15.26%، وفي المركز الثالث المقابلات الشخصية بنسبة 12.06%، لتأتي وسائل الاعلام الأخرى في المركز الرابع بنسبة 06.47%، وشهود العيان في المركز الأخير بنسبة 05.08%، في مقابل جريدة "الخبر" أكثر مصادر المعلومات التي يستخدمها المبحوثين هي الهيئات الرسمية بنسبة 27.01%، تليها وكالات الأنباء بنسبة 25.64%، ثم المقابلات الشخصية بنسبة 20.93%، فيما حصلت كلا من وسائل الاعلام الأخرى وشهود العيان على أدنى نسبة تقدر بـ 12.50%.
- 3- غالبية الصحفيين الجزائريين يميلون بشكل ملحوظ إلى استخدام وكالات الأنباء، وكذا المقابلات الشخصية كمصادر رئيسية للمعلومات في عملهم الصحفي، وهذا ما يعكس اهتمامهم بالحصول على معلومات موثوقة.
- 4- ان الصحفيين الجزائريين في جريدتي "الخبر والشروق" اليومية لديهم اهتمامات استخدام المصادر التقليدية بصفة نادرة بما نسبته 72.64%، في مقابل 27% من الصحفيين ليس لهم اهتمام حيال استخدام المصادر التقليدية نهائيا.
- 5- توصلت الدراسة إلى أن الصحفيين الجزائريين في جريدتي "الخبر والشروق" اليومية، يواجهون صعوبات كبيرة في الحصول على الاخبار والمعلومات من المصادر التقليدية بنسبة قدرها 89.63%، أبرزها:
 - تأخير الحصول على المعلومات الفورية بنسبة 58.23%.

- نقص في تحديث المعلومات بنسبة 52.46%.
- الاخفاء المتعمد للمعلومات بنسبة 50.86%.
- عدم تعاون الجهات الرسمية بنسبة 45.71%.
- الوقت والجهد بنسبة 37.58%.

كل هذه العوائق دفعت بالصحفيين الجزائريين للبحث عن مصادر بديلة، مثل المصادر الرقمية الحديثة.

6- يرى ما نسبته 83.58% من الصحفيين الجزائريين، بأن المصادر التقليدية لا تتوافق بشكل كامل مع احتياجات ومتطلبات الصحافة اليومية، نظرا لبطئها وصعوبة الوصول إليها مقارنة بسرعة الأحداث في العصر الحديث، ومع ذلك يمكن تحقيق التكامل بينها وبين المصادر الحديثة الرقمية لتعزيز الموثوقية والسرعة. مما يجعل الصحافة أكثر توازنا وشمولية.

7- معظم الصحفيين في جريدتي "الخبر والشروق" اليومية يستخدمون الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومة وذلك بنسبة 93.05%. ما يعكس التحول الرقمي في الاعلام.

8- جل الصحفيين في جريدتي "الخبر والشروق" اليومية يهتمون باستخدام وسائل الاعلام الجديدة بشكل واسع، ويظهر ذلك جليا في امتلاكهم لحسابات خاصة في أكثر من شبكة اجتماعية بنسبة قدرت بـ 86%.
9- 37.96% من صحفيي جريدتي "الخبر والشروق" اليومية يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة بهدف الحصول على الأخبار، تليها في المرتبة الثانية للتفاعل مع الجمهور بنسبة 30.56%، ثم تبادل الآراء مع الصحفيين بـ 15.84%، ليكون الوصول الى جمهور أوسع في المرتبة الرابعة بـ 10.13%، وفي المرتبة الأخيرة بهدف تحديث الأخبار بنسبة 05.02%.

10- غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون استخدام موقع فيسبوك بنسبة 32.07%، الأمر الذي يؤكد زيادة هذا الموقع وهيمنته كمنصة رئيسية للتواصل ونشر المحتوى الصحفي، يليها موقع تويتر بما نسبته 30.72% والتي تعكس انفتاح الصحفيين على المنصات الجديدة لتحقيق أهدافهم المهنية، ثم موقع انستغرام بنسبة 10.16%، وبعدها موقع تيك توك بنسبة قدرها بـ 09.58%، في حين نجد أن نسبة 07.09% من الصحفيين يندر استخدامهم لموقع لينكد ان ويوتوب. اجمالا تعكس هذه النتائج مرونة الصحفيين في التكيف مع الأدوات الرقمية المختلفة لتلبية احتياجات جمهورهم المتغير.

11- غالبية الصحفيين لديهم اهتمامات اتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة الصحفية بصفة دائمة بما نسبته 35.75%، وأحيانا بنسبة مئوية قدرت بـ 31.25%، وبعدها نادرا بـ 23.21%، بينما نجد ما نسبته 07.07% ليس لديهم اهتمام حيال استخدامها نهائيا كمصدر للمعلومة الصحفية.

12- فيما يخص مدى اعتمادهم على أدوات OSINT في جمعهم للمعلومات الصحفية فقد أكد معظم الصحفيين على أنهم يعتمدون عليها بشكل ضعيف بنسبة 60.45% في حين نجد أن ما نسبته 20.76% من

الصحفيين الجزائريين يعتمدون عليها اعتمادا كليا. تكشف هذه النتائج أن استخدام أدوات OSINT (استخبارات المفتوحة المصدر) في الصحافة الجزائرية تحظى باهتمام متزايد بين الصحفيين، لكن استخدامها لا يزال محدودا، هذا راجع لضعف التكوين والتدريب على استخدام الأدوات الرقمية في العمل الصحفي.

13- من أهم أنواع المحتوى المستخدم في التحرير الصحفي نجد:

- مقاطع الفيديو، بنسبة 33.96%.

- الصور الفتوغرافية، بنسبة 31.51%.

- مقاطع صوتية، بنسبة 20.42%.

- نصوص مكتوبة، بنسبة 17.05%.

14- يعكس ترتيب أنواع المحتوى المستخدم في التحرير الصحفي، أولوية للمحتوى البصري (الفيديو والصورة) على النصوص المكتوبة، مما يتماشى مع التوجهات الحديثة نحو صحافة مرئية تفاعلية، تلي احتياجات الجمهور الرقمي.

15- أما عن الثقة في الأخبار المنشورة على المنصات الرقمية فقد أظهرت النتائج في جريدتي "الخبر والشرق" اليومية يتحققون من المعلومات المتحصل عليها من هذه المنصات عن طريق الرجوع الى المصدر الأصلي بنسبة 48.25%، أو التواصل المباشر مع المصدر بنسبة 26.67%، أو استخدام أدوات التحقق الرقمية (مثل Fact Check) بما نسبته 19.35%، أو البحث عن مصادر أخرى بنسبة 04.63%. وهذا دليل على أن الصحافة الجزائرية تتفادى نوعا ما معلومات دون التأكد من مصادرها خوفا من الوقوع في مشكلا قانونية، وانما تفضل الاستفادة من هذه المضامين الرقمية مع الاحتفاظ بدورها في التأكد من مصدر المعلومة.

16- 48.89% من الصحفيين الجزائريين في جريدتي "الخبر والشرق" اليومية يواجهون صعوبات عند استخدامهم للمصادر الرقمية. يمكن حصرها في إمكانية رفضها من قبل رئيس التحرير بالدرجة الأولى، ثم عدم مصداقية المصدر من جهة أخرى.

الخاتمة:

كخلاصة لهذه الدراسة يمكن القول أن مصادر الأخبار الإعلامية في الجزائر عرفت تحولات جوهرية في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة وانتشار المنصات الرقمية. فمن الاعتماد التقليدي على المراسلين والصحفيين كمصدر رئيسي للأخبار، انتقل المشهد الإعلامي الى بيئة إلكترونية رقمية حديثة تعتمد بشكل متزايد على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والمنصات التفاعلية. ما أدى الى إعادة تشكيل العمل الصحفي، حيث أظهرت هذه الدراسة التحليلية أن الصحفي الجزائري يواجه تحديات وفرصا جديدة في جمع الأخبار والمعلومات، كما أصبح مطالبا بالتكيف مع الأدوات التكنولوجية الحديثة

والتحقق من المعلومات المتدفقة عبر الفضاء الإلكتروني. من خلال التدريب المستمر أو تطوير سياسات تحريرية تضمن جودة المحتوى الإخباري ما يعكس إعادة تشكيل دور الصحفي في العصر الرقمي.

قائمة المراجع العربية

- 1- أبو زيد، ف. (2008). *فن الخبر الصحفي*. جدة: دار الشروق.
- 2- العميرة، خ. &، الهشلمون، ن. (1991). *الصحافة والإعلام- النظرية والتطبيق* (éd. ط1). (الخليل: الخليل منشورات الوطن).
- 3- الفار، م. (2014). *معجم المصطلحات الإعلامية: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها*. عمان: دار أسامة للتوزيع والنشر.
- 3- حاج محمد، ع. (2024). أبريل 02. (تمكين الحقيقة: دليل استخدام الذكاء الاصطناعي لتعزيز العمل الصحفي Consulté le 01 03, 2025, sur Ijnet: <https://ijnet.org/ar/story/%D8%AA%D9%85%D9%83%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9>
- 4- عثمان نعمات. (2006). *الخبر ومصادره في العصر الحديث*، دار المعرفة الجامعية (الإصدار ط1). مصر: دار المعرفة الجامعية.
- 5- قندلجي، ع. (2015). *مصادر المعلومات الاعلامية* (éd. ط2). (عمان: دار الميسرة للطباعة والنشر والتوزيع).
- 6- قندلجي، ع. &، وآخرون. (2000). *مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الانترنت* (éd. ط1). (مصر: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع).
- 7- كوماز، س. (2024). نوفمبر 18. (أساسيات استخدام أدوات الاستخبارات مفتوحة المصدر للصحفيين Consulté le 25, 2024, sur Ijnet: <https://ijnet.org/ar/story/%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D8%A3%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D9%81%D8%AA%D9%88%D8%AD%D8%A9-%D8%A7>

قائمة المراجع الاجنبية

- 1- Ball , f. (2007). *Médias et Sociétés* (éd. 13ieme édition). Paris: Montchrestien.
- 2- Gauthier, G. (2010). Le journalisme de communication : expression de conviction et moralisme. *Les cahiers du journalisme*(N°21), pp. P 254-255.
- 3- *Mobile Social Media Stats in Algeria*. (2025). Consulté le 02 05, 2025, sur StatCounter: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/algeria>.
- 4- *Social Media Stat in Algeria*. (2025, January). Consulté le 02 05, 2025, sur StatCounter: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/mobile/algeria>

