

## عنوان المذكرة

# القيم الإخبارية في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية دراسة تحليلية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

تحت اشراف الأستاذ:

\* بن عيسى الشيخ

من اعداد الطلبة :

- عبد السلام سعيدة
- خيذري نريمان

السنة الجامعية : 2023-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر وعرفان

قال تعالى: "لئن شكرتم لأزيدنكم"

الحمد لله كثيرا نشكره شكرا جزيلا، الذي كان فضله وعطاؤه كريما سهل لنا أمورنا وأعاننا على إتمام هذا العمل رغم الصعاب الذي نسأله أن يكون خالصا لوجهه الكريم.

نهدي هذا العمل الى كل من قدم لنا يد العون والمساعدة والمرافقة المادية والمعنوية.



## إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

يارب ليس بجدي وإجتهادي إنما بتوفيقك

شكرا أبي شكرا أمي

شكرا لقلوبكما ودعواتكما التي رافقتني طيلة مشواري الدراسي، كنتما خير

داعم لي وها أنا اليوم خريجتكم الأولى، قد تحقق حلم طلتما إنتظاره

لكما مني كل التقدير والإحترام أدامكما الله تاجا فوق رأسي .

سعيدة





## إهداء

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات نحمده ونشكره ونستعين به

أما بعد إلى من سهر الليالي من أجلي وكفكف الدموع التي تهطل من عيني إلى من هو  
السند والكتف الذي أتكى عليه أبي الغالي مصطفى أزف هذا العمل من أعماق قلبي لك  
فما هو إلا توفيق من الله تعالى ثم دعائك لي وحرصك على أن أصل إلى أعلى المراتب .  
إلى نبع الحنان إلى من تشعرتني بالحب والحنان أمي الحبيبة رقية إلى نجومى اللامعة  
في السماء إخوتي الكبار محمد وبلقاسم وإلى أخواتي أسيل ،زهرة، زهية ، سعيدة .

أهدي لكم هذا العمل والنجاح متمنية من الله أن أكون فخرا لكم ماحييت:

نريمان



## فهرس المحتويات

الصفحة

فهرس المحتويات

بسملة

شكر وعرهان

الإهداء

فهرس الموضوعات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

مقدمة

أ

### الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية

2. تساؤلات الدراسة

3. أهمية الدراسة

4. أسباب اختيار الدراسة

5. أهداف الدراسة

6. ضبط المفاهيم والمصطلحات

7. منهج الدراسة

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة

9. أدوات جمع البيانات

10. منظور الدراسة

11. الدراسات السابقة

### الفصل الثاني: الصحافة الإلكترونية

1\_ مفاهيم الصحافة الإلكترونية:

1-1- المفهوم الإتصالي

1-2- المفهوم التقني

2- نشأة الصحافة الإلكترونية

1-2- في العالم

2-2- في الوطن العربي

2-3- في الجزائر

3- أنواع الصحافة الإلكترونية

1-3- الصحف الإلكترونية المحضة

2-3- الصحف الإلكترونية التي لها أصل ورقي

3-3- تقسيمات أخرى

4- مزايا وعيوب الصحافة الإلكترونية

1-4- مزايا الصحافة الإلكترونية

29

29

30

31

31

36

39

40

40

40

40

41

42

### الفصل الثالث: الخبر الإلكتروني والقيم الإخبارية

47	1- مفاهيم القيم الإخبارية
47	1-1- تعريف القيم في الاعلام
47	1-2- تعريف القيم الإخبارية
49	1-3- عناصر القيم الإخبارية
52	2- مداخل القيم الإخبارية
53	2-1- المدخل النفسي
53	2-2- المدخل التنموي
54	2-3- المدخل الإيديولوجي
54	2-4- المدخل السياسي
54	2-5- المدخل التنظيمي
54	2-6- المدخل المؤسسي
55	3- العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية
55	3-1- السلطة السياسية
57	3-2- تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية
58	3-3- القيم الإخبارية والإيديولوجية
58	3-4- القيم الإخبارية والقيم المجتمعية
59	3-5- تأثير الموضوعية والقواعد المهنية على قيم الأخبار
60	4- ميزات وتحليل الخبر الإلكتروني
60	4-1- ميزات الخبر الإلكتروني
61	4-2- تحليل الخبر الإلكتروني

### الفصل الرابع : الاطار التطبيقي للدراسة

66	
67	عرض نتائج الدراسة التحليلية الكمية والكيفية لمضمون صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية
71	عرض وتحليل نتائج فئات الشكل لأعداد عينة الدراسة
80	عرض وتحليل فئات المضمون لأعداد عينة الدراسة
90	خاتمة
92	قائمة المراجع والمصادر
	ملخص الدراسة

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان
67	جدول رقم "1" : يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف طيلة مدة الدراسة
68	جدول رقم "2": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر ديسمبر
68	جدول رقم "3": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر جانفي
69	جدول رقم "4": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر فيفري
69	جدول رقم "5": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر مارس
70	جدول رقم "6": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر أبريل
71	جدول رقم "7": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني
73	جدول رقم "8": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني لشهر ديسمبر
73	جدول رقم "9": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني لشهر جانفي
73	جدول رقم "10": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني لشهر فيفري
74	جدول رقم "11": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني لشهر مارس
74	جدول رقم "12": يوضح فئة موقع الخبر لشهر أبريل
76	جدول رقم "13": يوضح نوع " طبيعة" الخبر الإلكتروني
78	جدول رقم "14": يوضح فئة طبيعة الأخبار الإلكترونية لشهر ديسمبر
78	جدول رقم "15": يوضح فئة طبيعة الخبر الإلكتروني لشهر جانفي
79	جدول رقم "16": يوضح فئة طبيعة الخبر الإلكتروني لشهر فيفري
79	جدول رقم "17": يوضح فئة طبيعة الخبر الإلكتروني لشهر مارس
79	جدول رقم "18": يوضح فئة طبيعة الخبر الإلكتروني لشهر أبريل
80	جدول رقم "19": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني
81	جدول رقم "20": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر ديسمبر
81	جدول رقم "21": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر جانفي
82	جدول رقم "22": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر فيفري
82	جدول رقم "23": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر مارس
82	جدول رقم "24": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر أبريل
83	جدول رقم "25": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني
84	جدول رقم "26": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني لشهر ديسمبر
84	جدول رقم "27": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني لشهر جانفي

85	جدول رقم " 28": يوضح مصادر الخبر الإلكتروني لشهر فيفري
85	جدول رقم " 29": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني لشهر مارس
85	جدول رقم " 30": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني لشهر أبريل
86	جدول رقم " 31": يوضح فئة القيم الإخبارية في الخبر الإلكتروني
87	جدول رقم " 32": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر ديسمبر
87	جدول رقم " 33": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر جانفي
88	جدول رقم " 34": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر فيفري
88	جدول رقم " 35": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر مارس
88	جدول رقم " 36": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر أبريل

## فهرس الاشكال

الصفحة	العنوان
67	شكل-1- فئة توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف طيلة مدة الدراسة.
71	شكل-2- فئة موقع الخبر الإلكتروني.
76	شكل -3- فئة نوع " طبيعة" الخبر الإلكتروني.
80	شكل-4- فئة موضوع الخبر الإلكتروني.
83	شكل -5- فئة مصادر الخبر الإلكتروني.
87	شكل-6- فئة القيم الإخبارية في الخبر الإلكتروني.

هفتاد و نه

مقدمة:

يشهد العالم اليوم تطورا تكنولوجيا هائلا في كافة مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والفكرية في ظل نظم الإتصالات الرقمية الحديثة واستخدام الإنترنت التي تعتبر نظام إتصال عالمي لنقل البيانات عبر انواع مختلفة من الوسائط، ويمكن وصفه بأنه شبكة عالمية تربط شبكات مختلفة سواء كانت شبكات خاصة أو عامة أو أكاديمية بتقنيات سلكية أو ألياف ضوئية، وتزايدت أهمية الإنترنت كوسيلة لا إكتساب المعلومات وسهولة تخزينها واسترجاعها، كما أثرت بشكل خاص على وسائل الإعلام التقليدية، فكان لصحافة نصيب كبير من التطور التقني شأنها شأن باقي وسائل الإعلام فامتزجت مع التكنولوجيا وظهر شكل جديد لها وهو الصحافة الإلكترونية أو النشر الإلكتروني الذي يعد نوع من الإتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الرقمي "الإنترنت" وشبكات المعلومات والإتصال الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وتقنيات المعلومات التي تناسب الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة إتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة، ومستويات مختلفة من التفاعل مع المتلقي لتقصي الأنباء والأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية بآنية وبسرعة نقل وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشيف إلكتروني يمكن القارئ من البحث في مئات الصفحات المنشورة سابقا، متجاوزة الحدود الجغرافية لتحظى بصفة الكونية ومساحات لا محدودة من الصفحات، وهو ما أصفر عن تحول كبير في الأداء الصحفي والممارسات الصحفية للصحفيين، حيث أصبح استخدام الإنترنت أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف الصحفي للحكم على مهاراته الصحفية، حيث وجد الصحفيين أنفسهم أمام وسيلة جديدة تفرض عليهم تحديات من نوع مختلف عن الممارسات التقليدية في تحرير الأخبار المزودة بالروابط التشعبية والمتعددة الوسائط ليحصل المتلقي على تفاصيل أكثر حول الخبر

المنشور، لكن كل هذا لم يسمح من أن تتمتع هذه الأخبار بحرية مطلقة نظرا لخضوعها بشكل أو بآخر لجملة من المعايير قبل تحريرها مما يسمح بضبطها وتحديد الأخبار القابلة للنشر من عدمها، هذه المقاييس أو المعايير التي تعرف باسم القيم الإخبارية والتي تعتبر مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور والتي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للإطلاع والمعرفة والفهم، وللقيم الإخبارية مجموعة من العناصر التي تقوم عليها كي تجعل من الحدث يرتقي إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور، إذن فهي تدل على وجود بنية معقدة للخبر على أساس أبعاد القيمة المتعددة، نظرية أو نفعية، فكرية أو إيديولوجية أو دينية لذلك يقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستنتقل للجمهور وتفاعلها مع الصحفيين مما جعل الكثير من الباحثين يعتقدون بإمكانية نشر كل الأخبار دون العودة لمثل هذه القيم، وهو سنحاول كشفه من خلال حيثيات هذه الدراسة، والتي تهدف للبحث في أهم القيم الإخبارية المستخدمة في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية كنموذج من نماذج الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وذلك انطلاقا من تتبع خطوات منهجية ضمن خطة تتشكل من العناصر التالية:

**الفصل الأول: الذي حمل عنوان الإطار المنهجي للدراسة الذي تضمن**

العناصر التالية

أولاً: تحديد موضوع الدراسة والذي تتدرج ضمنه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة وأهميتها، تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة وتتضمن نوع الدراسة، المنهج المتبع ومجتمع الدراسة وعينته، أدوات جمع البيانات ومنظور الدراسة.

**الفصل الثاني:** الذي حمل عنوان الصحافة الإلكترونية متضمنا مجموعة من العناصر صنفت ضمن: مفهوم الصحافة الإلكترونية ونشأتها في كل من العالم والوطن العربي والجزائر، أنواعها وأخيرا مزايا وعيوب الصحافة الإلكترونية.

أما الفصل الثالث فيحمل عنوان الخبر الإلكتروني والقيم الإخبارية مقسما إلى عنصرين أساسيين هما الخبر الإلكتروني الذي يتضمن مفهوم الخبر الإلكتروني ومميزاته إلى جانب تحريره، أما عنصر القيم الإخبارية فيحتوي على مفهوم القيم الإخبارية ثم أنواعها ليلبيها مداخلها وأخيرا العوامل المؤثرة فيها.

في حين أن الفصل الرابع حمل عنوان الدراسة الميدانية والتي تضمنت الدراسة التحليلية للقيم الإخبارية في صحيفة الشروق الإلكترونية، واحتوى هذا الفصل أيضا على عرض نتائج الدراسة الكمية والكيفية للصحيفة لتنتهي خطة الدراسة بخاتمة لخصت أهم النتائج لتليها قائمة المصادر والمراجع ثم الملاحق التابعة والداعمة للدراسة.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

### 1- الإشكالية:

يشهد المجتمع المعاصر في نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في كافة جوانب الحياة الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية خاصة مجال الإتصال والإعلام، حيث إحتلت الحاسبات الآلية والأقمار الصناعية وشبكات المعلومات الحديثة (الانترنت) دورا هاما في نقل المعرفة والمعلومات وكافة مواد الإتصال بين المجتمعات بشكل مباشر، فأصبح العالم في ظل هذا التطور التكنولوجي الهائل وإنفجار المعلومات قرية صغيرة، فكل ما يحدث في أي مجتمع يمكن نقله بالصوت والصورة إلى باقي المجتمعات لحظة حدوثه، باستغلال الشبكة العنكبوتية وما تتيحه من مميزات تتفرد بها، فأصبحت الأنترنت وسيلة لإكتساب المعلومات في أغلب المجتمعات خاصة التي يشيع فيها تقييد حرية التعبير وتبادل المعلومات اهتماما واسعا .

كما استفادت الصحافة هي الأخيرة بدورها أيضا بنصيب من التطور التقني التكنولوجي في تقديم محتوياتها بطرق مختلفة مما ولدنا الصحافة الإلكترونية أو كما يشاع عنها بالنشر الإلكتروني أو الصحافة الفورية، التي تتميز بعدة خصائص لعل أهمها: السرعة والآنية والتفاعلية وغيرها من الخصائص التي ساهمت بشكل فعال في نقل المضامين الإعلامية بصفة عامة والأخبار بصفة خاصة بطريقة مميزة . وتعد الأخبار الصحفية من بين أهم المضامين الإعلامية التي تحظى باهتمام كبير لدى الجماهير نظرا لأهميتها وارتباطها المباشر بحياتهم و رغبتهم الملحة في معرفة آخر المستجدات التي تحدث سواء في البلد الذي يعيشون فيه أو العالم أجمع، فهذه المكانة التي تحظى بها الأخبار الصحفية في أوساط الأفراد جعلتها محل إهتمام من طرف القائمين بالإتصال، نظرا لخصوصيتها وتأثيرها الكبير على الجماهير المستقبلية، فالمضامين الإعلامية بصفة عامة والأخبار بصفة خاصة

حظيت بنصيب وافر من الدراسات من قبل الباحثين والدارسين، غير أن ما سنسعى للبحث فيه من خلال دراستنا التحليلية هو محاولة دراسة الأخبار في ظل البيئة الإتصالية الرقمية المتمثلة في الأخبار الإلكترونية التي تحمل جملة من القيم الخبرية التي تحدد مسار الأخبار وتعطي أهمية له سواء بالسلب أو الإيجاب، لذلك فقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى إبراز مجموعة من القيم الخبرية التي تتضمنها الأخبار الإلكترونية لصحيفة الشروق الإلكترونية، بالإضافة إلى محاولة الكشف عن أهم القيم التي يمكن أن تؤثر على قرارات القائم بالاتصال في إختياره لجملة من الأخبار دون غيرها ونشرها على صفحات الجرائد الإلكترونية . وبناء على ما سلف ذكره نصل إلى طرح الإشكال التالي:

ماهي القيم الإخبارية المستخدمة في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية؟

### 2- تساؤلات الدراسة:

التساؤلات هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة يطرحها الباحث ويحاول الإجابة عليها في بحثه. وهي تساعد في تحديد البيانات التي يجب البحث عنها وجمعها، وفي إعداد أدوات جمع البيانات. إن الإجابة عن تساؤلات البحث يعتبر جزءاً رئيسياً في تحقيق أهداف البحث<sup>1</sup>.

وانطلاقاً من التساؤل الرئيسي تنطلق مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تساهم في الإجابة على إشكالية دراستنا وهي كالاتي:

1- ما هي أكثر القيم الإخبارية إعتقاداً في صحيفة الشروق اليومي

الإلكترونية؟

2- ما هي أهم مواقع الأخبار في صحيفة الشروق ؟

<sup>1</sup> مدحت أبو النصر، قواعد ومراحل البحث العلمي دليل إرشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه، مجموعة النيل العربية طباعة نشر وتوزيع، مصر، 2004، ص122.

3- ماهي أهم أنواع الأخبار في صحيفة الدراسة؟

4- ماهي أهم المواضيع التي تتناولها الأخبار في صحيفة الدراسة؟

5- ماهي أهم مصادر الأخبار في صحيفة الدراسة؟- ماهي أهم مصادر

الأخبار في صحيفة الدراسة؟

**3- أهمية الدراسة:**

من أهم النقاط التي تدرج عليها دراستنا هي:

-الكشف عن أهم القيم الإخبارية المتضمنة في الأخبار الإلكترونية في

الصحيفة محل الدراسة .

- الكشف فيما إذا كانت القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية قد تأثرت بما

تحمله التكنولوجيا الحديثة والتقنية الرقمية من تغيرات هائلة أو أنها بقيت محتفظة

بنفس القيم الإخبارية المعتمدة في أخبار وسائل الإعلام التقليدية .

- الكشف عن أهم التأثيرات والتغيرات التي يمكن أن يكون قد أثر بها

الفضاء الرقمي على الأخبار الإلكترونية سواء من ناحية الشكل أو المضمون .

-البحث في القيم الإخبارية التي يعتمد عليها كل نوع صحفي رقمي سواء كان

خاصا أو عاما، وهو ما يمكن الحصول عليه من خلال تحليل المضمون لصحيفة

الشروق الإلكترونية .

**4- أسباب إختيار الدراسة:**

تخضع أي دراسة علمية إلى دوافع وأسباب تؤدي إلى اختيار الموضوع الذي

تقوم عليها من طرف الباحث ما بين الذاتية والموضوعية، التي يقوم بعرضها

كالآتي:

### أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة في البحث في دراسة القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية لما تحمله هذه الدراسة من تميز وتنوع.
- الأهمية التي تحملها هاته الدراسة حيث تمت دراسة هذا الموضوع في الصحافة التقليدية لكن لم تتم دراستها في الصحافة الإلكترونية.
- الرغبة في البحث عن أهم القيم الإخبارية التي يعتمدها القارئون بالاتصال في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية.

### ب- الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث فيه منهجيا ومعرفيا وأهميته البالغة.
- إضافة رصيد أكاديمي للمهتمين بهذا المجال.
- جعل دراستنا كمرجع لبعض الدراسات الإعلامية المقبلة.

### 5- أهداف الدراسة:

- يسعى الباحثون عادة من خلال دراساتهم إلى تحقيق جملة من الأهداف التي تتنوع بتنوع المواضيع والأهداف المرجوة. ومن أهم الأهداف التي تدرج عليها دراستنا:
- معرفة أهم القيم الإخبارية الأكثر اعتمادا في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية.
- تحديد ترتيب هاته القيم.
- معرفة أهم مواقع نشر الأخبار في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية.
- معرفة أهم المواضيع المتداولة في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية.
- معرفة أهم المصادر التي تعتمد عليها صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية في أخبارها.
- معرفة طبيعة الأخبار المتداولة في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية.

### 6- ضبط المفاهيم والمصطلحات:

مصطلحات ومفاهيم البحث: لا بدّ لأيّ باحث من قيامه بتعريف المصطلحات Terms التي سوف يستخدمها في بحثه أو تفهم بدلالات غير دلالاتها المقصودة فيها بالبحث، فكثيرا ما تتعدّد المفاهيم والمعاني الخاصّة ببعض المصطلحات المستخدمة في الأبحاث، لذلك لا بدّ أن يحدّد الباحث المعاني والمفاهيم التي تتناسب وتتفق مع أهداف بحثه وإجراءاته<sup>1</sup>، ومن أهم المصطلحات المندرجة في دراستنا:

#### -القيم:

**لغة:** والقيمة: ثمن الشيء بالتقويم. تقول: تقاوموه فيما بينهم، وإذا انقاد الشيء واستمرت طريقته فقد استقام لوجه. ويقال: كم قامت ناقتك أي كم بلغت<sup>2</sup>.

**اصطلاحا:** يدخل مصطلح القيم في الكثير من المجالات وتتنوع المعاني الاصطلاحية له بحسب المجال الذي يدرسه، فالقيمة هي: "مقياس يحكم بها على الأفكار والأشخاص والأشياء والأعمال والموضوعات والمواقف الفردية والجماعية من حيث حسنها والرغبة فيها أو سوءها والرغبة عنها وكرهاتها"<sup>3</sup>.

#### الخبر الصحفي:

**لغة:** الخبر في اللغة: هو النبأ، {قَالَتْ مَنْ أَنْبَأَكَ هَذَا}، أي: من أخبرك بهذا؟<sup>4</sup> والخبر في اللغة العربية هو ما ينقل ويحدث به تحولا أو فعلا، وخبرت بالأمر أي علمته<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> مصطفى دمس، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص169.

<sup>2</sup> ابن منظور، لسان العرب، م 12، دار صادر، لبنان، ص500.

<sup>3</sup> صالح بن محمد الشعيلي، القيم الخلقية في الشعر العماني الحديث ديوان أبي مسلم البهلاني مثلا، الجمعية العمانية للكتاب والأدباء، عمان، 2022، ص15-16.

<sup>4</sup> القرآن الكريم، سورة التحريم، الآية 3.

<sup>5</sup> ابراهيم أحمد ابراهيم، فن كتابة الخبر والمقال الصحفي نظريا وعلميا، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص38.

**اصطلاحاً:** يعرفه فرايزر يوند "الخبر هو تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان والخبر الجيد الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء يعتبر خبر مهم".  
ويعرفه عبد اللطيف حمزة "الخبر هو الجديد الذي يتلفه القراء إلى معرفته والوقوف عليه بمجرد صدور الجريدة".<sup>1</sup>

### الخبر الإلكتروني:

يعرف الخبر الإلكتروني بأنه: "الخبر الذي يشير إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية، وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عملية تحديث مستمرة، وتزود شأنها شأن الأخبار الصحفية والتلفزيونية بالصور والخلفيات، إلى جانب ربطها بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات".<sup>2</sup>

### القيم الإخبارية:

يمكن تعريفها بأنها مجموعة العناصر والمعايير التي تقوم على أساسها الأخبار الصحفية، وتتداخل في عملية انتقاء أو رفض المحرر الصحفي للأحداث أو الوقائع المقبولة للنشر.<sup>3</sup>

### الصحافة الإلكترونية:

ترى منار فتحي محمد رزق أنه يمكن تعريف الصحيفة الإلكترونية بأنها "كل إصدار إلكتروني فوري يتم بثه عبر شبكة الويب، صمم باستخدام إحدى لغات الترمي، ليقوم القارئ بتصفحه والتفاعل معه على شاشة الحاسب الآلي، مستخدماً

<sup>1</sup> سالم محمد معوض، الصحافة الإعلامية وتقنياتها الإتصالية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص164.

<sup>2</sup> عبدالفتاح كنعان علي، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص92.

<sup>3</sup> ياسين عبدالمنعم ياسين، أنا صحفي كتاب في الصحافة، دار الكتب، مصر، 2019، ص96.

برنامجاً للتصفح، ويركز الإصدار على استخدام كل الفنون الصحفية وقوالب التحرير الصحفي التقليدية منها والمستحدثة<sup>1</sup>.

### 7- منهج الدراسة:

تدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية باعتبارها الأكثر ملاءمة للدراسة خاصة في المواضيع الجديدة، كما أنها تعتبر خطوة ضرورية كونها تمدنا بمعلومات عملية وحقائق يمكن أن تبنى عليها مستويات أعلى من الفهم العلمي، كما قد تساعد على التنبؤ بمستقبل الظواهر المختلفة من خلال تقديم صورة عن معدل التغير السابق في ظاهرة ما بما يسمح بالتخطيط للمستقبل<sup>2</sup>.

### المنهج:

بصورة عامة المنهج هو الطريقة المنظمة في التعامل مع الحقائق والمفاهيم أو التصورات أو المعاني، وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى الحقيقة، أو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، وهو خطة منظمة لعدة عمليات ذهنية أو حسية أو بغية الوصول إلى الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها، أو هو مجموعة من الأسس والقواعد والخطوات المنهجية التي يستعين بها الباحث في تنظيم النشاط الذي يقوم به من أجل التقصي عن الحقائق العلمية أو الفحص الدقيق لها<sup>3</sup>، ولهذا فإننا سنعتمد في دراستنا على منهج أساسي في محاولة الكشف عن متغيرات الدراسة والربط بينها وصولاً لنتائج دقيقة وموضوعية وهو: المنهج الوصفي .

<sup>1</sup> فتحي حسين عامر، الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص22.

<sup>2</sup> عبدالمجيد سيد أحمد منصور، محمد بن عبدالمحسن التويجري، وآخرون، علم النفس التربوي علم النفس والاهداف التربوية سيكولوجية التعلم-سيكولوجية المتعلم التقويم التربوي-سيكولوجية التنظيم العقلي، ط9، دار العبيكان للنشر، السعودية، 2014، ص42.

<sup>3</sup> محمد عبدالسلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة نور، مصر، 2020، ص10.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي في جمع المعلومات وتحليلها، ويعتبر المنهج الوصفي طريقة منتظمة لدراسة حقائق راهنة، متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد، أو أحداث أو أوضاع معينة، بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة، وآثارها، والعلاقات التي تتصل بها، وتغيرها، وكشف الجوانب التي تحكمها.

يذهب تعريف آخر إلى أن المنهج الوصفي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا، عن طريق جمع معلومات، مقننة عن المشكلة وتصنيفها، وتحليلها، وإخضاعها للدراسة الدقيقة.<sup>1</sup>

ولدراسات الوصفية عدة أهداف كما هو الحال بالنسبة للمناهج الأخرى، ويمكن إجمالها فيما يلي:

- أ. جمع معلومات حقيقية ومفصلة لظاهرة موجودة فعلا في مجتمع معين.
- ب. تحديد المشاكل الموجودة أو توضيح بعض الظواهر.
- ج. إجراء مقارنة وتقييم لبعض الظواهر.
- د. تحديد ما يفعله الأفراد في مشكلة ما، والاستفادة من آرائهم، وخبراتهم في وضع تصور، وخطط مستقبلية، وإنجاز قرارات مناسبة في مشاكل ذات طبيعة مشابهة.
- هـ- إيجاد العلاقة بين الظواهر المختلفة.
- و- تقرير حقائق قائمة لموضوع أو ظاهرة معينة.
- ي- التعرف على العوامل المختلفة المسؤولة عن انتشار الظاهرة خلال مرحلة معينة.

<sup>1</sup> بلقاسم سلاطونية، حسان الجيلاني، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص133.

ك-الكشف عن العلاقة بين متغيرين أو تلك التي تنطلق من فروض معينة لإثبات صحتها.

ولا يكتفي المنهج الوصفي بوصف وتحليل الظاهرة المدروسة من جميع جوانبها بل يهدف إلى اكتشاف العلاقة بين المتغيرات، والخروج باستنتاج عام مستعينا في ذلك بالأدوات المنهجية المستعملة لهذا الغرض، كالملاحظة والاستمارة، والوثائق والسجلات<sup>1</sup>

### 8-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

#### مفهوم مجتمع البحث:

مجتمع البحث Research Population يعني جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث. فهو جميع الافراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوعا في البحث.<sup>2</sup> ويتمثل مجتمع البحث الخاص بدراستنا في دراسة مضمون صحيفة الشروق الإلكترونية من خلال الكشف عن مضمون الأخبار الذي تحمله كل صحيفة إلكترونية وما يحمله كل خبر صحفي إلكتروني في صحيفة الدراسة من قيم إخبارية متنوعة وفي دراستنا يتمثل مجتمع البحث المستهدف في دراسة أعداد صحيفة الشروق الإلكترونية وذلك في فترة زمنية امتدت من 05 ديسمبر 2022 إلى غاية 27 أبريل 2023.

**العينة:** وهي خطوة تأتي بعد تحديد مجتمع البحث ولهذا من أجل دراسة علمية لا بد ن وضع منهجية تتوافق مع طبيعة البحث، في إطار هذه المنهجية يتم تحديد نوع العينة المختارة كأساس للبحث، حيث يعرفها موريس أنجرس أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بلقاسم سلاطينية، المرجع السابق، ص 135.

<sup>2</sup> ذوفان عبيدات وصاحبه، البحث العلمي: مفهومه أدواته، وأساليبه، دار أسامة، السعودية، 1996، ص 109.

<sup>3</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: صحراوي بوزيد، وآخرون، ط6، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2004، ص 301.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً<sup>1</sup>.

وقد تم إختيار عينة من مجتمع الدراسة تتمثل في أعداد الصحيفة المبحوثة للفترة المحددة، وذلك عبر أسلوب الدورة وهو ما يسمى الأسبوع الصناعي الذي يتم من خلال إختيار عينة بشكل منتظم ومتسلسل بإختيار يوم عشوائي من الأسبوع الأول، ثم إختيار اليوم الذي يليه من الأسبوع الثاني وهكذا حتى نهاية الفترة الزمنية للبحث، وقد اخترنا الإثنين 05 ديسمبر 2022.

الأيام	الأعداد
الإثنين	الأسبوع الأول 05 ديسمبر 2022
الثلاثاء	الأسبوع الثاني 13 ديسمبر 2022
الأربعاء	الأسبوع الثالث 21 ديسمبر 2022
الخميس	الأسبوع الرابع 29 ديسمبر 2022
الثلاثاء	الأسبوع الأول 03 جانفي 2023
الأربعاء	الأسبوع الثاني 11 جانفي 2023
الخميس	الأسبوع الثالث 19 جانفي 2023
السبت	الأسبوع الرابع 28 جانفي 2023
الأربعاء	الأسبوع الأول 08 فيفري 2023
الخميس	الأسبوع الثاني 16 فيفري 2023
السبت	الأسبوع الثالث 25 فيفري 2023
الخميس	الأسبوع الأول 02 مارس 2023
السبت	الأسبوع الثاني 11 مارس 2023
السبت	الأسبوع الثالث 18 مارس 2023
الأحد	الأسبوع الرابع 26 مارس 2023
الإثنين	الأسبوع الأول 03 أبريل 2023
الثلاثاء	الأسبوع الثاني 11 أبريل 2023
الأربعاء	الأسبوع الثالث 19 أبريل 2023
الخميس	الأسبوع الرابع 27 أبريل 2023

ملاحظة:

تم تأخير الأعداد التي كانت بيوم الجمعة لليوم الذي يليها نظراً لأن الصحيفة لا تنشر الأعداد عبر موقعها يوم الجمعة.

<sup>1</sup> عبدالمجيد لطفي، علم الاجتماع، ط7، دار المعارف، مصر، 1996، ص353.

### حدود الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول للنتائج المرغوب فيها أخذت دراستنا

حدود كانت كالآتي:

#### 1-الحدود الزمنية:

تمت دراستنا خلال الموسم الجامعي 2022-2023 وقد قمنا بتحليل

مضمون لصحيفة الشروق الإلكترونية خلال الفترة الممتدة من ديسمبر 2022 إلى

غاية أبريل 2023..

#### 2-الحدود المكانية:

أجريت دراستنا على موقع الشروق باعتباره أحد المواقع التي تمارس نشاطا

إعلاميا على المستوى المحلي.

#### 9- أدوات جمع البيانات:

تم الإعتماد في دراستنا على تحليل المضمون كأداة جمع البيانات نظرا لكونها

الأداة المناسبة لموضوع ومنهج الدراسة والوسيلة الأنسب لجمع المعلومات والبيانات

من العينة البحثية حول موضوع الدراسة. ويمكننا تعريف تحليل المضمون بأنه أحد

أشكال البحث العلمي الذي يهدف إلى وصف المحتوى الظاهري وصولا إلى معرفة

المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية

للاحتياجات البحثية المصاغة في شكل تساؤلات البحث أو فروضه طبقا لمجموعة

من التصنيفات أو المحددات وذلك بهدف استخدام البيانات لوصف المنتج

الإعلامي والتي تعكس السلوك الإتصال العلني للقائمين بالإتصال لاكتشاف

المرجعية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة

الإعلامية، بعبارة أخرى فإن تحليل مضمون يهدف إلى التعرف على المقاصد

الإعلامية للقائمين بالإتصال وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل الإعلامي بصفة

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

منظمة أو وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.<sup>1</sup>

ومن خصائص تحليل المضمون أنه:

1-يسعى عن طريق تصنيف البيانات أو تبويبها إلى وصف المضمون الصريح أو المحتوى للمادة الإعلامية.

2-يعتمد على تكرارات ورود الجمل أو الكلمات أو المصطلحات أو المعاني المتضمنة في قوائم التحليل في المادة الإعلامية بناءً على ما يقوم به الباحث من تحديد موضوعي لفئات التحليل ووحداته.

3-لا يقتصر تحليل المضمون على الجوانب الموضوعية وإنما الشكلية .

4-ترتبط عملية تحليل المضمون من الناحية الفنية أو الشكلية والإجرائية بالمشكلة العلمية للبحث وظروفه وتساؤلاته وبالأهداف البحثية والأغراض التحليلية الشاملة.

5-إن تحليل المضمون هو أداة أو أسلوب للتحليل إلى جانب الأسلوب الآخر.

6-يجب أن يتميز تحليل المضمون بالموضوعية ويخضع للمنهجية.

7-يجب أن يكون منتظماً.

8-يركز على التحليل الكمي في عملية التحليل بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية.

9-يجب أن تكون نتائج تحليل المضمون مطابقة في حالة إعادة الدراسة التحليلية.

10-يجب أن تكون النتائج قابلة للتعميم.

<sup>1</sup> بسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص63.

11- تدمج نتائج تحليل المضمون مع بقية النتائج الأخرى بدراستها في إطار أعم وأشمل وتحليل المادة الإعلامية تحليلاً متكاملاً في سياقها العام وظروفها الموضوعية المحيطة بها<sup>1</sup>.

نشير إلى أنه لا توجد إستمارة نمطية صالحة لكل البحوث التي تستعمل تحليل المضمون.

وفي هذا الصدد يقوم الباحث بإختيار جملة من الوحدات والفئات المحددة لشكل إستمارة تحليل مضمون لذلك قمنا بالإعتماد على الفئات في تحديد إستمارة دراستنا والمكونة من

**أولاً: فئات الشكل: (كيف قيل؟)**

1- فئة موقع الخبر: وهي الفئة التي تشير إلى توزيع الأخبار الإلكترونية، أو المكان الذي التي تشغله على مستوى صحف الدراسة سواء من ناحية (أعلى، وسط، أسفل) التي تنقسم كل منها إلى (يمين، وسط، يسار)، وتفيد هذه الفئة في تحديد في أهمية الخبر الإلكتروني بحكم أن لكل موقع أهمية.

2- فئة نوع "طبيعة" الخبر: وهي الفئة التي تحدد نوع الأخبار الإلكترونية، مقسمة إلى معيار الزمان والمكان بنوعيه الأخبار الداخلية والخارجية، معيار الجمهور بنوعيه أخبار عامة وخاصة، معيار طبقاً لما يحمله الخبر من وقائع الأخبار البسيطة والمركبة، معيار على أساس طبيعة الخبر بنوعيه الأخبار الجادة والخفيفة.

<sup>1</sup> بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص 67.

ثانيا: فئات المضمون: (ماذا قيل؟)

1- فئة الموضوع: وهي الفئة التي تشير إلى تحديد المواضيع التي تتضمنها الأخبار الإلكترونية التي تنقسم إلى المواضيع التالية (سياسي إقتصادي، اجتماعي، ثقافي، صحي، رياضي، ديني، أخرى).

2- فئة مصدر الخبر: وهي الفئة التي تشير إلى مرجعية الخبر الإلكتروني والتي تنقسم إلى المصادر الداخلية التي تضم المراسل والمندوب، والمصادر الخارجية التي تضم وكالات الأنباء والصحف والنشرات، وأخيرا دون ذكر المصدر.

3- فئة القيم الإخبارية: وهي الفئة التي تشير المعايير التي يستدل من خلالها القائم بالإتصال على إختيار أهم الأخبار الإلكترونية، التي تتضمن مجموعة من القيم ذات المؤشرات المتنوعة وهي:

أ-السلبية: وهي الفئة التي تركز على نقل الأخبار السلبية منها: الفساد، الحروب، الصراع.....إلخ.

ب-الآنية: وهي الفئة التي تركز على نقل الأخبار حال حدوثها.

ج-الأهمية: وهي الفئة التي تتضمن عدد معتبر من المعلومات التي تخطر في أذهان الجمهور وتجذبهم.

د-القرب: وهي الفئة التي تركز على مدى قرب الخبر الإلكتروني من الجمهور سواء من الناحية العاطفية أو الجغرافية.

هـ-الضخامة: وهي الفئة التي تركز على حجم الخبر.

و-الإثارة: وهي الفئة التي تركز على الاخبار الخارجة عن المألوف .

ز-الغرابة: وهي الفئة التي تركز على الأخبار التي تثير دهشة الجمهور.

ح-الشهرة: وهي الفئة التي تركز على سمعة الأشخاص أو الأماكن

.....إلخ.

### 10- منظور الدراسة:

تلعب النظرية بما تحمله من خصائص ومميزات دورا بالغ الأهمية في تحديد أطر الدراسة التي يقوم بها الباحث، وذلك من خلال تحديد الإجراءات المنهجية التي تحدد اتجاه دراسته وتوجهه طيلة مساره البحثي انطلاقا من تحدي العلاقات التي تربط بين متغيرات دراسته، ضبط تساؤلات دراسته وفروضها، المنهج الذي يساهم بشكل فعال في إتمام إجراءات البحث... إلخ، للوصول إلى نتائج علمية دقيقة يمكن تعميمها بعد ذلك والتي قد تقضي إلى الوصول لحلول المشكلة المطروحة أو فتح الآفاق لتبني دراسات جديدة لباحثين آخرين في نفس السياق ولكن بمنظور جديد ومنطلقات بحثية مختلفة .

إذ تكمن طبيعة النظرية في إعداد التفسير الحقيقي في ما يخص الأحداث، الوقائع والظواهر أما وظيفتها فهي تعميم التفسيرات المعطاة للأحداث والظواهر لأنه من دون النظرية تظل العلاقات بين الظواهر مبهمة، كما أن النظرية تعمل على جعل الحقيقة منطقية ومصاغة في صياغ مرتب ومنظم، ومن هنا يمكننا القول بأن النظرية هي ممارسة عملية دقيقة بعيدة عن العشوائية ما دام البحث العلمي في غياب النظرية هو بحث أعمى<sup>1</sup>.

وتعتمد دراستنا على نظرية ترتيب الأولويات لأنها تسمح لنا بتحليل وتفسير معطيات الدراسة التي نسعى من خلالها إلى بحث العلاقة الارتباطية التي يمكننا التوصل إليها من خلال تحليل مضمون صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية والذي يقدم لنا ترتيبا لأهم القيم الإخبارية المتبناة في هاته الدراسة، وانطلاقا من هذه النتائج سنتمكن من الحصول على معلومات كافية حول أهم القيم الإخبارية التي

<sup>1</sup> لارامي وفالي، البحث العلمي في الإتصال، ترجمة: ميلود سفاري وآخرون، ط2، مخبر علم اجتماع الإتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2009، ص160.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تعتمدها الصحافة في إختيار الأخبار الصحفية الإلكترونية من قبل القارئين بالإتصال وترتيبها وفق جملة من المعايير المؤثرة في هذا الترتيب.

وتعد نظرية ترتيب (الأجندة) الأولويات من أهم النظريات أهمية كونها تبحث في العلاقة المتبادلة بين أولويات جمهور وسائل الإعلام وأولويات الوسائل الإعلامية نفسها، حيث أن هذه النظرية ترى بأن هناك تأثيراً من وسائل الإعلام على الجمهور في تحديد أولوياتهم تجاه القضايا اليومية، كما إنها تؤثر عليهم في تصنيف هذه القضايا كونها قضايا مهمة يجب متابعتها وأخرى أقل أهمية، وعلى الرغم من أن هذه النظرية اعتبرت من نظريات التأثير المعتدل والتي ظهرت في أواخر الستينيات، إلا أن البداية الحقيقية لها كانت للباحث (والتر ليبمان) lippman سنة 1922م عندما توصل في دراسته إلى نتائج أثبتت أن لوسائل الإعلام دوراً مهماً في توجيه اهتمامات الجمهور من خلال تحليل مضمون (1000) موضوع نشرته صحيفته (نيويورك تايمز الأمريكية خلال 36 شهراً للتعرف على الكيفية التي عالجت بها صحيفة رفيعة المستوى الثورة البلشفية، وانتهت الدراسة إلى القول بأن صحيفة الدراسة قدمت صورة زائفة للثورة الشيوعية، كما أشار ( والتر ليبمان ) في كتابه "الرأي العام"، عندما ناقش دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن العالم الخارجي، حيث أكد فيه أن هذه الوسائل تساعد على بناء الصورة الذهنية عن القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة لدى الجمهور، وبذلك تعمل على تشكيل الرأي العام حيال القضايا المختلفة لدى الجمهور.

تكاد تنتمي أغلب دراسات وبحوث الاتصال الجماهيري إلى دائرة التأثيرات الاجتماعية إذ بنيت كل بحوث الاتصال الجماهيري على افتراض مفاده وجود تأثيرات معينة تقع من جانب وسائل الاتصال الجماهيري على الفرد والمجتمع.

وعلى ذلك يرتبط مفهوم وضع الأجندة بدراسة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور في تحديد أولويات الاهتمام بالقضايا المثارة بالمجتمع، حيث يشير مفهوم وضع الأجندة بين الباحثين الإعلاميين إلى وجود علاقة ارتباطية بين كل من وسائل الإعلام (ترتيب أولويات القضايا بوسائل الإعلام)، وأجندة الجمهور (ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور)، بحيث تضع وسائل الإعلام أولويات اهتمامات الجمهور حول القضايا المختلفة من خلال إبرازها لهذه القضايا عبر المساحة والوقت المخصص لهذه القضايا وتقوم نظرية وضع الأجندة على افتراضية أساسية مؤداها أن وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحافة تقوم بعملية انتقاء واختيار لبعض القضايا والموضوعات المثارة بالمجتمع، ويتم التركيز عليها وإبرازها، مما يضعها في أولويات اهتمامات الجماهير بشكل تدريجي، وتشكل بالنسبة لهم أهمية نسبية عن باقي القضايا الأخرى أي: " كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على موضوعات وقضايا بعينها؛ ترتب على ذلك إدراك الجمهور لهذه الموضوعات والقضايا بوصفها قضايا بالغة الأهمية، وقد صاحب ظهور مفهوم وضع الأجندة تحولاً مهماً في مسار الدراسات الإعلامية من التركيز على دور وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات والسلوك (أي الدور الإقناعي) من خلال التركيز على دور وسائل الإعلام في التنمية المعرفية للأفراد من حيث ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الجمهور (أي الدور المعرفي) وبشكل آخر يفترض هذا المدخل أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع بمستوى واحد، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، ومن ثم تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً عن الموضوعات التي لا

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تطرحها وسائل الإعلام، وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعوداً أو هبوطاً لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف - أيضاً - صانعي القرار السياسي.

وقد أشارت العديد من الدراسات الإعلامية إلى أن دراسة العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات المثقف يعد تطوراً في دراسات وضع الأجندة والاتصال السياسي، وعلى الرغم من ذلك لم تتكرر هذه الدراسات حيث ينصب التركيز على دراسة العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الرأي العام وبناءً على ذلك تسهم وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحافة كثيراً في تشكيل الرأي العام ورؤيته للقضايا التي توجه للمجتمع، فمن خلال التركيز على قضية معينة وتجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد المجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متنوعة في المجتمع، فوضع الأجندة عملية تقوم بها وسائل الإعلام بإختيار ما يوصف بأنه أهم القضايا العامة والمختلفة، لكن قيامها بهذه الوظيفة لا يكون بطريقة مباشرة، كأن تخبر الجمهور بأن هذه القضية هي الأكثر أهمية، ولكن يكون ذلك من خلال تكرار تغطية هذه القضية بشكل أكبر مقارنة بالقضايا الأخرى، وتخصيص حيز زمني ومساحة أكبر أو بطريقة استعراضية تجعلها أكثر بروزاً، وغيرها من العوامل الأخرى.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> البشير الغول أحمد، نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) دراسة توثيقية، مجلة كلية الآداب، الجزء الأول، العدد الثاني والعشرون، جامعة الزاوية، ليبيا، 2016، ص 2-8.

11- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة فوزية عكاك (2011-2012) بعنوان: "القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة":

حيث قامت الباحثة في هذه الدراسة بتطرق إلى موضوع القيم الخبرية المتضمنة في الصحافة الجزائرية الخاصة، وذلك من خلال تحليل صحيفتي الخبر ويومية الشروق في الفترة الممتدة ما بين جانفي 2007 إلى غاية ديسمبر 2007 باعتبار أنهما قد ظهرتتا كنتيجة للتحول السياسي، الاقتصادي والاجتماعي في الساحة الجزائرية مطلع التسعينات، هذا الحدث الذي كان سببا في ظهور العديد من الصحف الجزائرية الخاصة، وانطلاقا من ظهور هذا الجيل الجديد أصبح من الضرورة البحث في الاختلاف الذي مس القيم الخبرية المصاحبة لهذا النوع من الصحف الخاصة حيث سعت الباحثة فوزية عكاك للبحث في أهم القيم الخبرية التي يلجأ إليها القارئون بالاتصال في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية، بالإضافة إلى الكشف عن أهم العوامل المؤثرة في تشكيل هذه القيم الخبرية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها ما يتعلق بالجانب التحليلي للدراسة ومنها ما يتعلق بالدراسة الميدانية للقائمين بالاتصال من بينهم:

تبنى الصحافة الجزائرية الخاصة لقائمة من القيم الخبرية التي يلجأ إليها القارئون بالاتصال في عملية انتقاءهم للأخبار الداخلية القابلة للنشر من عدمها، والتي تعد نتاجا لمجموعة متنوعة من العوامل على اختلاف أنواعها سواء أكانت داخلية أو خارجية.

إن طرح مصفوفة معينة من القيم الخبرية، يخضع للعديد من المعطيات المتعلقة بالمؤسسة الصحفية.

تخضع عملية إنتاج الأخبار إلى وجود كيان مؤسسي تتنوع فيه الأدوار على كافة العاملين في الصحافة فتخضع عملية انتقاء الأخبار لمجموعة من العوامل المؤثرة منها: القواعد التنظيمية، الضغوطات التي يفرضها المجتمع.....إلخ.

**الدراسة الثانية: دراسة سامية نجاعي(2021-2022) بعنوان: "القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية".**

قامت الباحثة في هذه الدراسة بتطرق إلى موضوع القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وذلك من خلال تحليل صحيفتي النهار والشعب في الفترة الممتدة من جانفي 2021 إلى غاية ديسمبر 2021 باعتبارهما صحيفتين مختلفتين إحداهما عامة والآخر خاصة، لذا من الضروري دراسة الاختلاف الذي يمس القيم الإخبارية المصاحبة لكلتا الصحيفتين المدروستين .

حيث سعت الباحثة سامية نجاعي لمحاولة الكشف عن أهم القيم الخبرية المتضمنة في الصحف الإلكترونية محل الدراسة والتي يسعى القارئ بالاتصال لمراعاتها أثناء تحريرهم لهاته الأخبار الإلكترونية أولا ثم اختيار الأخبار الإلكترونية التي تصلح للنشر بما يتوافق وهذه القيم الإخبارية، ومحاولة معرفة التغييرات التي حدثت في القيم الإخبارية المتضمنة في الأخبار الإلكترونية .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها ما يتعلق بالجانب التحليلي للدراسة ومنها ما يتعلق بالدراسة الميدانية للقائمين بالاتصال من بينهم:

- يشير إلى أن الواقع القيمي الإخباري الذي تستند إليه الصحافة الإلكترونية لا يختلف كثيرا عن نظيره في الصحافة المطبوعة.

- اختلفت الصحافة الإلكترونية الجزائرية عن نظيرتها الورقية في الشكل التحريري لكنها لم تختلف عنها في الشكل المضاميني التحريري.

- أثرت المواضيع التي يركز عليها الجمهور الجزائري على الأخبار التي ينتقها القارئون بالاتصال في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

- ركزت الصحافة الإلكترونية الجزائرية على قيمتي الاهتمام والتنمية كأحد أهم القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

- أوضحت نتائج الدراسة تحلي القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية بالمسؤولية الاجتماعية والقيمية في نشرهم لأخبارهم الإلكترونية واعتمادهم على قيم إخبارية تخدم المجتمع .

**الدراسة الثالثة: دراسة بداني فؤاد (2014-2015) بعنوان: "سوسيولوجية القيم الإخبارية في الإذاعة الجزائرية، دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم .**

اهتمت هذه الدراسة بمحاولة فهم العمل الإذاعي ومعرفة من هو صانع الرسالة وكذا التحليل السوسيولوجي للقين الإخبارية بالإذاعة المحلية وذلك من خلال طرح الإشكالية التالية: " ماهي الخصائص السوسيولوجية لهيئات التحرير بالإذاعة الجزائرية-إذاعة مستغانم-، وما هو واقع الأداء الإخباري لصحفي الإذاعة، وماهي القيم الإخبارية الواردة في نشرات الأخبار الإذاعية بمستغانم وما العوامل التي تؤثر في تحديدها وهل تتوافق وقيم المجتمع المحلي؟"

وقد اعتمد الباحث من أجل الإجابة على هذا التساؤل على المنهج المسحي وتحليل المضمون، كما استخدم أداة تحليل المضمون والإستمارة بالمقابلة، حيث قام بتحليل مضمون نشرات الأخبار للفترة الممتدة من جويلية إلى سبتمبر 2014، أما الإستمارة فقد تم توزيعها على جميع صحفي الإذاعة وهذا لمحدودية عددهم وإمكانية دراستهم.

وقد خلصت هذه الدراسة مجموعة من النتائج نحاول تلخيصها في:

- أغلب صحفي إذاعة مستغانم شباب جامعيين وجنس ذكور، يعملون وفقا لسياسة الإعلامية المسطرة من طرف الدولة، كما أن ذات الإذاعة تعمل وفق شبكة أسبوعية وموسمية تنظم عمل الإذاعة.

- تتسم نشرات الأخبار بإذاعة مستغانم بعدم الإطالة من حيث المدة الزمنية وهذا قصد المحافظة على جمهور المستمعين.

- تعتمد إذاعة مستغانم بالدرجة الأولى عن قيم الصدق والآنية والجدة، وهذا راجع إلى اعتمادها على المصادر الرسمية في الحصول على الأخبار كما تتسم قيمها الإخبارية بإتجاه إيجابي عموما.

الدراسة الرابعة: دراسة ابراهيم حسين عبيد الله العزازمة (2012) بعنوان:

"القيم الإخبارية في صحيفة العد الأردنية":

سعى الباحث في هذه الدراسة للتعرف على المعايير التي يتحول بمقتضاها حدث ما إلى خبر صحفي يحظى بالنشر في صحيفة الغد، وهذه المعايير أو العناصر هي التي تسمى في الصحافة بالقيم الإخبارية، وباعتبار أن الصفحة الأولى من أي جريدة تحظى بأهمية كبيرة من قبل القارئ بالارتباط أو الجمهور فقد قام الباحث باختيار الصفحة الأولى من صحيفة الغد الأردنية، كما اعتمد الباحث كذلك على تحليل الخبر الصحفي فقط مما يجعل من نتائج الدراسة لا تعمم على باقي الفنون الصحفية الأخرى، وقد امتدت الحدود الزمنية للدراسة ما بين سنتي 2009-2010، ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- اهتمام صحيفة الغد الأردنية بالأخبار الجديدة حيث حرصت على أن تتوفر الصفحة الأولى على مجموعة من القيم الخبرية نذكرها على التوالي: الجدة، الأهمية، القرب.....إلخ

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

---

- توفيق الخبر السياسي على باقي المواضيع الاخرى وذلك بسبب اهتمام صحيفة الغد بشأن السياسي .
- إعتقاد صحيفة الغد الأردنية على نفسها في مصادر حصولها على المعلومات والأخبار .

# الفصل الثاني

## الصحافة الإلكترونية

### 1- مفهوم الصحافة الإلكترونية:

#### 1-1- المفهوم الاتصالي:

استوقفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية الكثير من الباحثين والدارسين في مجال الصحافة والإعلام وكان نتيجة ذلك أن ظهرت الكثير من التعريفات الخاصة بها، فعرف البعض الصحافة الإلكترونية بأنها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصفح ورقية مطبوعة Electroic Editions أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق Paper Online News وهي تتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص<sup>1</sup> والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير تعبير Oline Journalism تحديدا في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف أو المجلات الإلكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة).

ويقول الدكتور محمود علم الدين "الصحافة الإلكترونية هي تلك الصحف التي يتم إصدارها على شبكة الإنترنت وتكون كجريدة مطبوعة على شاشة الكمبيوتر وتشمل المتن والصورة والرسوم والصوت والصورة المتحركة، وقد تأخذ شكلا أو أكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية أو موجز بأهم محتويات الجريدة الورقية أو منابر ومساحات للرأي أو خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية" وتعرف الصحافة الإلكترونية أيضا بأنها: (منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر الإنترنت).

<sup>1</sup> مهند سليمان النعيمي، ألف باء تاء، صحافة، نشر شخصي للمؤلف، 2017، ص 147.

كما تعرف الصحافة الإلكترونية بأنها: عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الإنترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث الإذاعي والتلفزيوني والمطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت، وترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين).

### 1-2- المفهوم التقني

وعرفت الصحافة الإلكترونية أيضا بأنها : نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني . الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى . تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأبناء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة<sup>1</sup>.

ويمكن تعريف الصحافة الإلكترونية بشكل عام على أنها موقع على الإنترنت، له معايير وسمات وخصائص الصحف الورقية من حيث التحديث الدوري للمواد والصور والرسوم، ويقدم كافة قوالب العمل الصحفي بالإضافة إلى قوالب أخرى تفرضها طبيعة الإنترنت، ويطبق منهجية العمل التفاعلي لمحتويات الموقع، ويقدم خدمات صحفية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، ويقوم بتنفيذه فريق عمل متمثل في رئيس تحرير ومحررين

<sup>1</sup> مهند سليمان النعيمي، المرجع السابق، ص 148.

وصحفيين وخبراء في الوسائط المتعددة ويمكن استدعاؤه ومعالجته إلكترونياً، وقد يكون نسخة كربونية من صحيفة مطبوعة أو بوابة إخبارية وإعلامية وترفيهية ذات شخصية مستقلة.<sup>1</sup>

### 2- نشأة الصحافة الإلكترونية:

#### 2-1- في العالم الغربي:

باختراع جوتنبرغ للطباعة بالحروف منفصلة أصبحت الكلمة المطبوعة وسيلة مهيمنة على الإتصال الجماهيري، وقد تمتعت الصحيفة باعتبارها منتجا طباعيا وسيلة للإتصال الجماهيري بمزية احتكار سوق وسائل الإعلام والإتصال لعدة قرون حتى بدأت وسائل أخرى في الظهور مثل: الراديو والتلفزيون.

ولمواجهة انخفاض مقروئية الصحف منذ أواسط عقد الستينات، بدلت صناعة الجرائد الأمريكية مزيدا من الجهود للحد من هذا الإنخفاض، بل والعمل على زيادة عدد القراء، وعلاوة على تحسين أسلوب عرض المنتج الطباعي من خلال استخدام الصورالفتوغرافية الملونة، الرسوم المعلوماتية والإخراج الكتلي، قامت بعض الجرائد أيضا بتجريب عملية نشر قصص خبرية تتسم بالقصر والبساطة وعلى رأس هذه الجرائد نجد "يو أس إي توداي USA Today" وبالإضافة لذلك دخلت الجرائد مجال النشر الإلكتروني في بداية عقد السبعينات بتجريب الفيديو تكست.<sup>2</sup>

#### -التليتكست والفيديو تكست Telex & Videotext:

ويعد التليتكست نقلا للنص إلى المشاهدين في إتجاه واحد، وذلك عبر إشارة تلفزيونية لخطوط المسح غير المستخدم. وتقوم آلة خاصة بفك الشفرة موجودة بجهاز التلفزيون بفك

<sup>1</sup> مهند سليمان النعيمي، المرجع السابق، ص 149.

<sup>2</sup> درويش اللبان شريف، الصحافة الإلكترونية- دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع-، الدار اللبنانية المصرية، مصر، 2005، ص 21.

شفرة البيانات، لتظهر هذه البيانات في شكل صفحات من النص يستطيع المشاهد أن يتخير من بينها مايشاء.

ويعد الفيديو تكست نظاما تفاعليا يعتمد أساسا على أجهزة الكمبيوتر، ويتيح هذا النظام للمشاهدين الوصول إلى بنك المعلومات Data bank يحوي معلومات ضخمة، ويوجد تطبيق عملي متزايد لهذا النظام بشكل أكبر من التلكتكست ؛ لأنه يمكن من خلاله تخزين مزيد من المعلومات.

ويجب أيضا أن ينتظر مستخدمو التلتيكتكست الذين يستخدمون شاشة التلفزيون صفحة ما حتى يتم إرسالها قبل أن يلتقطوها، في حين أن مستخدمو الفيديو تكست الذين يستخدمون شاشة الكمبيوتر يستطيعون الوصول إلى كم هائل ومتنوع من المعلومات في الحال، غير أن ذلك لم يمنع من وجود نقد موجه إلى الفيديو تكست ممثلا في عدم الراحة في الوصول إلى الكلمات من خلال الجلوس أمام شاشة، وصعوبة الحصول على نظرة عامة للأخبار التي وقعت اليوم، حيث أنه لم يتح الجلوس في الاسترخاء والقيام بمسح أخبار الصفحة الأولى<sup>1</sup> من الجريدة اليومية أو مشاهدة نشرة أخبار التلفزيون.

وبدأت فكرة خدمة الفيديو تكست التجارية عندما كان يزور علماء بريطانيون "سوق عالم نيويورك"المقام عام 1964 م، والذي عرضت فيه شركة التليفون المرئي AT Picturephone.وعلى الرغم من أن هؤلاء العلماء رأوا أنه لا توجد قيمة كبيرة في المحادثة التليفونية وجها لوجه، إلا أن فكرة ربط شاشات التلفزيون بشبكة التليفون جذبت اهتمامهم.ومن هنا جاءت فكرة عرض المعلومات على الشاشة بدلا من عرض الوجوه.

وفي الحقيقة فإن أولى التجارب لنشر الأخبار الإلكترونية بدأت عام 1971 م، عندما قام "مكتب البريد العام" في المملكة المتحدة من خلال الشروع في العمل بما يسمى خدمة "بريستل " ومع إتاحة هذه الخدمة للجمهور عام 1979 م، فقد قدمت ما يلي: نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل، حجز تذاكر الطيران، ومعلومات أخرى

<sup>1</sup> درويش اللبان شريف، المرجع السابق، ص 23.

بواسطة خاصة تشبه شاشات التلفزيون. وقد اقتصرت هذه الخدمة على 65 ألف فرد أغلبهم يعملون وكلاء لشركات السياحة بسبب الكلفة المرتفعة وغيرها من العوامل الأخرى وبسبب ذلك فقد انخفض معدل استخدام الخدمة ليصل عدد المشتركين إلى 30 ألف مشترك فقط، مما أدى إلى إيقاف المشروع سنة 1993م. وظهرت سيفاكس Ceefax خلال السبعينات، وعلى النقيض من "بريستل" فقد استمرت الخدمة وحافظت على بقائها وازدهارها. حيث قامت هيئة الإذاعة البريطانية BBC بتطوير هذه الخدمة بعد جهد بحثي لكي تتيح برامجها للصحف. ونشير هنا إلى أن من أهم أسباب استمرار هذه الخدمة هو انخفاض أسعار أجهزة الكمبيوتر، التطور في تكنولوجيا الذاكرة الأساسية للحاسبات، وغيرها من أوجه التقدم الأخرى في نقل البيانات... الخ.<sup>1</sup> أما التلكست فقد كان تبنيه بطيئاً في البداية، حيث لم تصل هذه الخدمة إلى ما نسبته 30% من المنازل البريطانية بحلول ديسمبر 1981م. وفي الثمانينات زادت نسبة نموه وانتشاره والتي بلغت 17% سنة 1987م. أما حالياً فإن نشرات التلكست أصبحت تصل إلى الجمهور العريض، فحوالي 60% من المنازل البريطانية تمتلك على الأقل تلفزيون يستقبل هذه الخدمة. حيث تستخدم هذه الخدمة يوميا من قبل 4.9 مليون فرد. وأسبوعيا من قبل 2.19 مليون فرد في بريطانيا.

وفي الوقت ذاته بدأت شركة "نايت رايدر" الأمريكية في تجريب نظام إلكتروني آخر باسم "فيوترون". وتم اختباره في ميامي عام 1981. غير أنه لم يكتب لهذه المبادرة بالنجاح. فالتلفزيون الكابلي الرخيص، والذي أصبح متاحا بشكل كبير في ذلك الوقت عمل على الحد من مبيعات شاشات "فيوترون". وبالرغم من استمرار الشركة في تقديم هذه الخدمة سنوات عديدة إلا أنه قد تم إيقافها بشكل نهائي سنة 1986 م بعد تعرضه لخسائر كبيرة. واستطاع الفرنسيون أن يحققوا نجاحا ملحوظا من خلال نظام "مينيتيل للمعلومات الإلكترونية ودليل التلفون" عام 1981م، ويرجع سبب ذلك النجاح إلى سببين رئيسيين هما:

<sup>1</sup> درويش اللبان شريف، المرجع السابق، ص24.

أولهما: توزيع الشاشات مجاناً من قبل الحكومة الاشتراكية التي كانت موجودة آنذاك. ثانيهما: ان الخدمة أعطت للناس ما يريدونه ويحتاجونه، وهو نظام الاستعلام التلفوني، والذي تم تصميمه ليحل محل النظام غير الفعال المستخدم في ذلك الوقت. وقام الملايين بالاشتراك في هذه الخدمة عبر البلاد. وقدم نظام "مينيتيل"، النموذج الأول للجريدة الورقية التي يمكن الوصول إليها بشكل إلكتروني، عندما استخدمت صحيفة "ليبيراسيون" هذه الوسيلة لنشر نتائج منافسات دورة لوس أنجلوس الأولمبية الصيفية عام 1984م. حتى قبل أن تظهر الطبعة الأولى من الصحيفة في شوارع باريس. وفي تطور مشابه تم التركيز بعد ذلك على إمكانية الوصول للأخبار على الخط المباشر من قبل صناعة المعلومات. وبداية بصحيفة "جارديان" البريطانية شنت شركة "ورلد ريبورتر World reporter" والتي يطلق عليها الآن FT Profile عام 1985م حملة تستهدف رؤية النص الكامل على شاشة الكمبيوتر لكل صفحات الصحيفة. حيث شاركت معظم الصحف النصفية البريطانية وعدد من الصحف الإقليمية في الخدمة بحلول عام 1997م. وفي حدث مهم ظهرت صحيفة "فايننشال تايمز" على الخط المباشر على هذه الخدمة قبل طرحها في منافذ التوزيع.<sup>1</sup>

ورغم عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ نشوء أول صحيفة إلكترونية فإنه يمكن القول ان صحيفة (هيلزنبرج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الانترنت عام 1990 وفي عام 1992 أنشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين وبحسب كاواموتو فإن موقع الصحافة الإلكترونية الأولى على الانترنت أنطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أونلاين Palo Alto وألحق به موقع آخر في 19 يناير 1994 هو ألتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة". وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة

<sup>1</sup> درويش اللبان شريف، المرجع السابق، ص 25-26.

ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الانترنت مجانا في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم بحيث أصبحت الصحافة جزءا من تطور وتوزيع شبكة الانترنت. "وبدأت غالبية الصحف الاميركية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي 1994-1995 وزاد عدد الصحف اليومية الاميركية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996".

وتعد صحيفة "واشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعا كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة، وأطلق على هذا المشروع أسم "الحبر الورقي" والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف هي (الصحف الالكترونية) التي تخلت للمرة الاولى في تاريخها عن الورق والاحبار والنظام التقليدي للتحريير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وامكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نظم وسائط الاعلام المتعدد (Multi media)، وماتحقق من تنام لشبكة الانترنت عمودياً وأفقياً واتساع حجم المستخدمين والمشاركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول اخرى عديدة خصوصاً في الغرب، والبدء قبل ذلك بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات، ومنها معلومات اخبارية متخصصة مثل الرياضة والعلوم وغير ذلك. ".

وفي شهر نيسان عام 1997 "تمكنت صحيفتا لوموند وليبراسيون من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، الصحيفتان صدرتا على مواقعها في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي وكما هو الحال اليومي للاصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كل يوم، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي إلا انهم شعروا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي وذلك لإحساسهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة".

وحول موضوع تزايد عدد الصحف الالكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور عبدالستار فيكي: "لقد تزايد الاتجاه في الصحف على مستوى العالم الى التحول الى النشر الالكتروني بسرعة كبيرة، ففي عام 1991 لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الأنترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996 وقد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الانترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما ان حوالي 99% من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الاميركية قد وضعت صفحاتها على الانترنت".<sup>1</sup>

### 2-2- في الوطن العربي :

يرتبط انتشار الصحافة الالكترونية بنمو ظاهرة الانترنت ووصولها إلى أكبر عدد من المستخدمين في أماكن العمل والمنازل والمراكز الخاصة بالأنترنت، وهو الامر الذي يفسر أسباب انتشار الصحافة الالكترونية في البلدان الغنية قبل الدول الاخرى وخصوصا في الولايات المتحدة التي يشترك 70% من سكانها بشبكة الانترنت. في الوطن العربي لم تحظ التقنيات الحديثة حتى الان بالسعة التي تجعلها من الصحافة الالكترونية ظاهرة ملموسة ومؤثرة، حتى مع وجود العديد من المواقع الالكترونية الصحفية او الشاملة مثل الشبكة العربية، (ارابيا اون لاين)، (بلانيت ارابيا)<sup>2</sup> (نسيج)، (البوابة)، (مكتوب) (أين)، (اراب فيستا)، (محيط) ومواقع شاملة او متخصصة أخرى.

وتشير التقديرات الى أن عدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي بلغ حوالي مليوني شخص مع نهاية العام 1999 وأن هذا الرقم مرشح لأن يصل الى 12 مليون مع نهاية عام 2004. وهو رقم يبقى ضئيلا وهامشيا اذا ما قورن بعدد سكان الوطن العربي البالغ اكثر من 300 مليون نسمة. أي أن 3% فقط من العرب سيحصلون على خدمة

<sup>1</sup> عبد العزيز خالد الشريف، الإعلام الإلكتروني، دار يافا العلمية، الأردن، 2014، ص31-32.

<sup>2</sup> محمد يونس، الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي النشأة والتطور، الدار المصرية اللبنانية المصرية، مصر، 2014، ص 28.

الانترنت بحلول ذلك التاريخ وتسهم عوامل عديدة في عرقلة الانتشار السريع لتقنية الانترنت في الوطن العربي ناهيك عن تفاوت الحاد في توزيع المتوفر منه في الأقطار العربية ويعود ذلك أساسا إلى سوء البنية التحتية للاتصالات في أغلب الأقطار العربية، وبطء عملية التنمية وسوء الإدارة التقنية بشكل عام، إلى جانب الانتشار الواسع للأمية الأبجدية التي تبلغ محدود 40% من المواطنين العرب ويقود هذا النمط المختل لانتشار تقنية الانترنت في الوطن العربي، ونصيبه المحدود جدا من حجم الانتشار العالمي لهذه التقنية بشكل تلقائي إلى محدودية انتشار الصحف الإلكترونية فيه ناهيك عن تطورها ومنافسيتها لصحافة الورقية، وتشير التقديرات إلى أنه بحلول عام 2005 سيبلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم نحو ألف مليون مستخدم. نصيب العرب منه حوالي 1% فقط وهي نسبة لا يمكن أن تقود إلى أي توقعات مستقبلية بانتشار الصحافة الإلكترونية على المستوى الشعبي، لكن ذلك لا يلغي حقيقة وجود صحافة إلكترونية عربية الآن بنمطها، حيث أسست معظم الصحف العربية اليومية والأسبوعية مواقعها على الشبكة، وفيها مواقع ذات أهمية معلوماتية شاملة مثل مواقع الصحف (البيان، الأهرام، الحياة، الشرق الأوسط، ...)، غير أن معظم الصحف العربية تكتفي أما ببث مضامينها المنشورة في الطبعة الورقية، أو أنها تكتفي بوضع نصوص مختارة في هذه الطبعة على<sup>1</sup> مواقعها الإلكترونية دون أن تأسس أقساما أو إدارات تحرير مستقلة لنسخة الإلكترونية كما فعلت صحف عالمية عديدة، وكثير من هذه الصحف تستخدم تقنيات بدائية، إذ لا توجد آليات متقدمة للبحث في الأرشيف، ولم يتطور نظام الإعلان الإلكتروني فيها، إلى جانب خلو معظم مواقع الصحف العربية من الخدمات كالإعلانات المبوبة وأسعار العمولات والأسهم وحالة الطقس ومساحات الحوار وغير ذلك مما توفره الانترنت وربما لا تشجع محدودية مستخدمي المواقع غالبية الصحف على المنافسة أو استثمار أموالها في تعزيز وتطوير مواقعها على الشبكة لأنها لا تنتظر عائدات

<sup>1</sup> محمد يونس، المرجع السابق، ص 29.

جزئية لكن هذه الحقيقة لا تمنع القول أن النسخ الإلكترونية لبعض الصحف العربية تميزت بتقديم كما جيدا من المعلومات وخدمات أرشيف جيدة للمستخدمين مثل موقع جريدة البيان. أما الصحف الإلكترونية المنشورة عبر الانترنت فقط فقد بدأ إصدارها في مطلع العام 2000 بصور صحيفة (الجريدة) في أبوظبي في الأول من كانون الثاني في ذلك العام، وصدرت بعدها عدة صحف إلكترونية أخرى، من أهمها : اتجاهات (سعودية)، باب وبوابة (الأردن)، إسلام أون لاين (مصر) لكن عدد هذه الصحف يبقى محدودا وبعضها مجرد مواقع إخبارية أكثر من كونها صحفا بالمعنى الذي استقر لصفح الإلكترونية . وبالرغم أن الصحف المحدودة التي برزت من بين الصحف الإلكترونية العربية تسعى إلى تقديم خدمات على نفس النمط الذي عرف عالميا، وتشهد تطورات وتحديثات مستمرة إلا أن تجربة هذه الصحافة في الوطن العربي تعترضها بعض المصاعب أو الإخفاقات، ومن بينها

- 1- قلة المستخدمين العرب بسبب ما أشرنا إليه من محدودية انتشار تقنية الانترنت وتوزيعه فير المتكافئ في الوطن العربي.<sup>1</sup>
- 2- نقص العاملين من صحفيين ومهنيين وتقنيين ذو صلة بمهنة صحافة ويتقنون في الوقت ذاته مهارة اصدار الصحيفة على الانترنت من الناحيتين التحريرية والتقنية.
- 3- عدم الدقة في ذكر أسماء المواقع والأماكن والوقائع أحيانا.
- 4- ومما يمكن الإشارة إليه أيضا، أن حجم الإعلانات في الصحف الإلكترونية العربية قليل جدا ولا يدر بالتالي موارد مع احتياجات هذه الصحف المالية لأغراض التشغيل والتقنيات وأجور العاملين والكتاب وحجز المواقع على الانترنت، الامر الذي يدعو للتساؤل عن مصادر تمويل هذه الصحف، خاصة وأنها تعمل من خلال مواقع مجانية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد يونس، المرجع السابق، ص 30.

<sup>2</sup> محمد يونس، المرجع السابق، ص 34.

### 2-3- نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر :

تعد جريدة "interface algeria" هي الجريدة الإلكترونية الأولى عبر شبكة الانترنت أسسها احد الإعلاميين "نور الدين خلاصي" صحفي سابق في جريدة "nation la" وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة إصدار جريدة مستقلة في عام 1996<sup>1</sup>، تقدم التقارير والأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية "sida" تم التخلي لاحقا عن الفكرة وتحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الإنترنت إختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والانجليزية في مجال النشر الإلكتروني، ويرى "جوفان" وهو احد السويديين انه "لولا الإنترنت لما تمكنا من الصدور أبدا وتمول الصحيفة من قبل وكالة "سيدا" ومساعدة مركز "الفابالم" الدولي إنطلقت جريدة "الجيري انترفاس" في العمل في نوفمبر 1999، وكان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير وحرية الصحافة والدفاع عن حقوق الإنسان وتعزيز القيم الديمقراطية، وتحولت الجريدة من الصدور من أسبوعين إلى مرة واحدة كل أسبوع تعد تجربة الجزائر في مجال استخدام الإنترنت في عالم الصحافة المكتوبة متأخرة بعض الشيء عن زميلاتها في الوطن العربي، فقد بدأت جريدة الشرق الوسط على الانترنت يوم 9/9 /1995،

أما الجزائر فكان السبق لجريدة الوطن "watan el" باللغة الفرنسية في نوفمبر 1997 ثم جريدة "liberté" في جانفي 1998 فجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998، وتلتها جريدة "الخبر" باللغة العربية، وهي اكبر جريدة من حيث التوزيع في الجزائر في ذلك الوقت الملاحظ على الساحة الإعلامية الجزائرية تأخر الصحف الورقية من الظهور على شبكة الانترنت مقارنة بدول العربية وهذا راجع لعدة صعوبات كانت منها شبكة الإنترنت من

<sup>1</sup> صونية قراروي، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية عن عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة، قسم: العلوم الإنسانية، محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012، ص 230.

## الفصل الثاني: الصحافة الإلكترونية

إنقطاعات متكررة بالإضافة إلى نقص الفنيين والتقنيين في مجال التحرير على شبكة الإنترنت، وهذا ما جعل الصحافة الإلكترونية تتأخر نوعا ما في الجزائر .

ابتداء من عام 2000 إلى غاية 2010 تعددت الجرائد الإلكترونية الجزائرية على شبكة الإنترنت وفي مختلف التخصصات والميادين وتطورت مواقعها وأصبحت في متناول العديد من الفئات في المجتمع وأصبحت أغلبية الصحف الصادرة بالجزائر سواء باللغة العربية أو باللغة الفرنسية تمتلك موقع إلكتروني عبر النت، بالإضافة إلى الروابط التفاعلية الموجودة من أجل التعليق والمشاركة في المنتديات ومن بين الصحف الموجودة حاليا عبر شبكة الإنترنت نجد الخبر، الخبر الأسبوعي، آخر ساعة، الشروق.<sup>1</sup>

### 3- أنواع الصحافة الإلكترونية:

يوجد نوعان أساسيان من الصحف الإلكترونية هما :

**3-1- الصحف الإلكترونية المحضنة:** وهي الصحف التي يتم إنتاجها وتحريرها وتوزيعها (بثها) إلكترونيا وليس لديها نسخة ورقية، وجمهور أو قراء هذا النوع من الصحف هم متصفحون الانترنت. من أمثلة هذا النوع من الصحف الإلكترونية صحيفتا word و saloa وفي العالم العربي صحف: إيلاف، المراسل المصرية، وصحيفة الشارع العربي . وتعطي الصحف الإلكترونية البحتة عادة مجالات الأخبار كافة من: سياسة وإقتصاد ورياضة وسينما وموسيقى . وتحاول هذه الصحف أن تستفيد من تقنيات تصميم الصفحة لمزيد من التنوع، وهي صحف يومية يتم تحديث موادها الإخبارية آنيا وصفحتها يوميا.

**3-2- الصحف الإلكترونية التي لها أصل ورقي:** وهي صحف إلكترونية تحمل اسم الصحيفة الورقية، أي الشكل الإلكتروني من الصحيفة الورقية، فهذه الصحف وإن كانت

<sup>1</sup> صونية قراروي، المرجع السابق، ص 231-232.

تصدر وتطبع بطريقة المعتادة، إلا أن لديها نسخا إلكترونية تبث عبر الأنترنت، وينتمي إلى هذا النوع غالبية الصحف الإلكترونية العربية<sup>1</sup>.

وبعض الصحف من هذا النوع تعتبر صحفا إلكترونية قائمة بذاتها، وإن كانت تحمل اسم الصحيفة (الأم) الورقية، ولكنها تتميز عن الصحيفة الأم بتقديم خدمات لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها مثل البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الانترنت، وخدمات الرد الفوري، والربط بالمواقع الأخرى، وتقديم خدمات الوسائط المتعددة التي تجمع بين النص والصوت والصورة، بالإضافة من الخدمات الإعلامية والتقليدية التي تؤديها الصحيفة الورقية والبعض الآخر، يقتصر على مجرد نسخة إلكترونية من الصحيفة الورقية فهي مواقع للصحف الورقية على الشبكة، وتقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية، مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل: خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية، وخدمة تقديم الإعلانات لها، والربط بالمواقع الأخرى.

إلى جانب هذين النوعين من الصحافة الإلكترونية، هناك مواقع إخبارية أخرى على شبكة المعلومات الدولية، من أبرزها :

### 3-3- تقسيمات أخرى:

مواقع الويب التي تقدم خدمات إخبارية مثل: موقع ياهو، وموقع ميكروسوفت، أرابيا ومحيط ونسيخ .

-مواقع الإذاعات والتلفزيونات، ومن أشهرها: موقع هيئة الإذاعة البريطانية، وموقع أكبر شبكة إخبارية في العالم وهي شبكة CNN الأمريكية، وقناة الجزيرة الفضائية، وقناة العربية.

-مواقع وكالات الأنباء المحلية والإقليمية والعربية مثل: موقع رويترز، وموقع وكالة أنباء الشرق الأوسط<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> الشفيح عمر حسنين، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، مركز الإمارات لدراسات والبحوث الاستراتيجية، الإمارات، 2011، ص 270.

### 4- مزايا وعيوب الصحافة الإلكترونية

#### 4-1- مزايا الصحافة الإلكترونية:

خصائص الصحافة الإلكترونية ترتبط بخصائص الانترنت، إذ أن الكتابة لصحافة الانترنت تختلف عن كتابة النص العادي، ويجب التفكير في كافة الأشكال التي يمكن استخدامها في القصة الإخبارية لتتجاوب مع خصائص الانترنت. ومزاياها كالتالي :

#### -تعدد الوسائط :

الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم النص والصوت والصورة معا بشكل مترابط وفي قمة الإنسجام والإفادة المتبادلة ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبر طبيعة واحدة بغض النظر عما اذا كانت صوتا أو صورة أو نصا ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفا رقميا على حاسب أو موقع بالانترنت بداخله نص أو صوت أو صورة والتحدي الأكبر امام الصحفي هنا هو امتلاك مهارات التعامل مع الأدوات والأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع سهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور.<sup>2</sup>

#### - التفاعل والمشاركة:

الصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، وينتهي بإمكان توجيه الأسئلة للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع، من خلال إيداء الملاحظات والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ، أو

<sup>1</sup> شفيق عمر حسنين، المرجع السابق، ص 271.

<sup>2</sup> علي عبدالفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2014، ص 27.

المشاركة في استطلاعات الرأي التي تعطي مساحة كبيرة للقارئ من إبداء رأيه دون قلق لتكسر بذلك حاجز الخوف من الرقابة .

وتوفر النقد والتعليق على الخبر الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية يزيد من مستوى مشاركة الفرد في صنع القرار .

### التمكين والتشبيك والقدرة على التحكم في ظروف التعرض:

الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كانت أخبار أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة للقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار بينها.<sup>1</sup>

### السرعة والفورية والتحديث المستمر :

تتميز الصحافة الإلكترونية بسرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى أكبر شريحة في أسرع وقت وأقل تكاليف، والتحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث، وسرعة تعديل وتجديد الخبر الإلكتروني .وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع الإلكتروني .

### الشخصنة:

بإمكان الصحافة الإلكترونية أن تجعل كل زائر للموقع قادر على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد ان يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخرى، ويقوم بكل ذلك في اي وقت يرغبه، بإمكانه أيضا تعديله في اي وقت، وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته وليس ما يقوم الموقع ببثه.

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، المرجع السابق، ص 28.

### الحدود المفتوحة:

تتوفر خاصية الحدود المفتوحة في الصحافة الإلكترونية فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا هناك قيود تتعلق بالمساحة او بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيات الانترنت -خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة - تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات.

### الأرشفة:

توفر الصحافة الإلكترونية أرشيفا وقاعدة معلوماتية للصحفي والقارئ في كل وقت.

### توفير الوقت والجهد والمال:

الصحافة الإلكترونية توفر الوقت والجهد والمال لمتابعها. كما ان مؤسسة الصحافة الإلكترونية ليست بحاجة إلى مقر واحد ثابت يحوي كل الكادر.<sup>1</sup>

### 4-2- عيوب الصحافة الإلكترونية:

#### ضرورة السرعة في نشر الأخبار الإلكترونية :

وهو سلاح ذو حدين قد يؤدي إلى فقدان المصداقية في حالة عدم التأكد والتثبت من صحة ما نشر، بعكس الصحافة الورقية التي لديها وقت أكثر للتأكد من مصداقية المنشور - عدم خضوعها للرقابة:

بالرغم من أنها قد تكون ميزة للصحف الإلكترونية، إلا أنها قد تصبح سلبية في عدد من الصحف غير المسؤولة بقواعد الضمير الصحفي المهني، فتعتمد لنشر أخبار غير صحيحة او مضللة او تهدد السلم الأمني او الاجتماعي.

#### - نقص العمالة البشرية:

عدد من المؤسسات الصحفية الإلكترونية عمدت إلى تناقص الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية، لعدم حاجتهم إليها في الوضع الجديد .

<sup>1</sup> علي عبدالفتاح كنعان، المرجع السابق، ص 29-30.

### - الفوارق التقنية:

عدم توفر الإمكانيات التقنية في الدول النامية، ومنها بعض الدول العربية، نتج عنه فروق في جودة شكل ومضمون ما يقدم في الصحيفة الإلكترونية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عصام الدين مصطفى صالح، الصحافة الإلكترونية وأثرها على المؤسسات المعلوماتية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2020، ص 226.

# الفصل الثالث

الخبر الإلكتروني والقيم الإخبارية

### 1- مفاهيم القيم الإخبارية

#### 1-1- القيم في الإعلام:

يورد محمد منير حجاب في الموسوعة الإعلامية معنى القيمة فهي "المبدأ، أو المستوى، أو الخاصية التي تعد ثمينة، والتي تساعدنا على تحديد ما إذا كانت بعض الموضوعات جيدة، أو رديئة، حسنة أو سيئة، صحيحة أو خاطئة، مفيدة أو عديمة، مهمة أو عديمة الأهمية".<sup>1</sup>

أما المعجم الإعلامي لمحمد جمال الفار، فيكشف أن القيم ما هي إلا "الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد، أو غير جيد، أو خطأ أو صحيح، أو مرغوب، أو غير مرغوب".<sup>2</sup>

#### 1 - 2 - تعريف القيم الإخبارية:

تعددت التعريفات الخاصة بالقيم الإخبارية، ومنها أنها المعايير التي تستخدم في عملية المفاضلة بين خبر خبر وآخر عند النشر، على أساس عناصره، وصفاته ودلالاته ومغزاه، إلخ، أو تلك العناصر التي تحدد أسبقية النشر لخبر ما أو التي إذا توافرت في أحد الأخبار زادت فرضته في النشر، أو هي قياس أهمية الأخبار والمفاضلة بينها في النشر، وتحديد موضوعاتها، وطريقة بناء المادة الإخبارية وذلك على ضوء محدودية الموارد والوقت والمساحة المحددة للنشر، وغزارة الأخبار المتدفقة يوميا.<sup>3</sup>

- ويقصد بالقيم الإخبارية: "مجموعة العناصر أو المعايير التي تقوم على أساسها الأخبار الصحفية، وتتداخل في عملية تحديد ترتيب أولويات نشر الأخبار على صفحات الجريدة. فكل خبر نشر بالجريدة يتضمن عنصراً أو عدة عناصر أو حكمة كانت وراء انتقائه وتفضيل نشره على صفحات الجريدة دون غيره من الأخبار الأخرى المنافسة في ذات

<sup>1</sup> محمد منير الحجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 209.

<sup>2</sup> جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 118.

<sup>3</sup> علي عبد الفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار البازوري، الأردن، 2016، ص 100.

## الفصل الثالث: الخبر الإلكتروني والقيم الإخبارية

المجال. هذا العنصر أو العناصر أو الحكمة، هي التي نطلق عليها "القيم الإخبارية"، وكما أشرنا من قبل، فإن دراسة هذه القيم والكشف عنها تعد مدخلا مهما لا لفهم عملية انتقاء ونشر الأخبار فحسب، ولكن للتعرف على معالم السياسة التحريرية بكل صحيفة وفعالية الأخبار المنشورة وقوتها التأثيرية.

- وتعرف القيم الإخبارية بأنها: "المعيار الذي يمارس بموجبه المحترفون في وسائل الإتصال أحكامهم التقويمية وتفضيلهم لشيء على شيء مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقديمها".<sup>1</sup>

وهي: "مجموعة المعايير المادية والذهنية التي يتم على أساسها تحويل الحدث إلى خبر صحفي، وهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث وبين الجمهور، التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الإجتماعي، أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والفهم والمعرفة".

- وهناك من يعرف القيم الإخبارية بأنها: "مجموعة المعايير التي يعتمدها الصحفيون في اختيارهم الخبر، وهذه المعايير ليست فردية تنسب إلى صحفي دون سواه، بل إنها مجموعة قيم متعارف عليها لدى أمة من الأمم، ففي كل مجتمع هناك مجموعة من الأفكار والمعتقدات وطرائق السلوك تسمى بالقيم، وإن مجموع هذه القيم أو المعايير التي تعتمد في إصدار حكم قد تصل إلى مستوى نظام قيمي ينظر إليه نظرة تعميمية بمعنى أن قيمة معايير عامة لدى المجتمع أو المجموعة، وهي كتاب الأخبار هنا".

- وهناك من يرى بأن القيم الإخبارية هي: "المبادئ التي تكون لدى الإعلاميين الحس الإنتقائي للأخبار، وهي ليست قواعد مكتوبة أو مقننة، يسترشد بها محرر الأخبار في انتقاء مادة الأخبار، بل إنه يتعلم، ويفهم، عن طريق ممارسة المهنة والمبادئ التي يسير على وفقها النظام الإخباري".

<sup>1</sup> سامية نجاعي، القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي النهار والشعب الإلكترونيتين، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والإتصال قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021-2022، ص 167.

- ويقول الدكتور "سليمان صالح" أن عملية انتقاء ونشر الأخبار في جميع الصحف ووسائل الإعلام في العالم كله، تتم طبقا لمعايير تم وضعها في الغرب، وأطلق عليها القيم الإخبارية، ويتم استخدام هذه القيم أو المعايير في الحكم على صلاحية الأخبار للنشر بواسطة حراس البوابات، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر.<sup>1</sup>

### 1-3 - عناصر القيم الإخبارية :

هي الخصائص التي يتميز بها الخبر، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد هذه العناصر (الخصائص)، وهناك اجتهادات حول عدد عناصر الخبر، فذهب البعض إلى أن عدد عناصر الخبر خمسة وهي: التوقيت، القرب، الحجم أو الضخامة، الأهمية والفائدة أو المصلحة الشخصية، فيما ذهب بعض آخر إلى أن عددها ثلاثة: الأهمية، القرب والشهرة، وقال آخرون أن عدد عناصر الخبر أربعة عشر عنصرا. فيما ذهب فريق رابع إلى أن عددها عشرون عنصرا.

ورغم تعدد الاتجاهات والاجتهادات إلا أن اتفاقا حول العناصر الأساسية للخبر يفرض نفسه على الجميع، ويمكن القول أن العناصر الأساسية للخبر هي:

#### 1- الآنية:

تعني الجدة في الخبر الصحفي أنه من الضروري أن يكون الخبر جديدا بمعنى أن يكون مجاريا للأحداث لأن الخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف أو الفساد، ولا تعني جدة الخبر على الإطلاق أنك اكتشفت وثائق أو معلومات عن أخبار أو أحداث وقعت في الماضي أنها غير مهمة أو لا تصلح أن تنشر على شكل أخبار جديدة بعد إضافة عناصر هامة إليها.

<sup>1</sup> سامية نجاعي، المرجع السابق، ص 168.

### 2- الاهتمامات الإنسانية:

أي ما يثير اهتمام أكبر قدر ممكن من الناس على اختلاف مشاربهم ويمكن أن نعرف الإهتمام الإنساني بأنه مجموعة العناصر التي تضي على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا وإنسانيا وأن يكون لها تأثيرها .

العنصر الإنساني في الخبر هو ذلك العنصر الذي يثير أو يحرك العواطف الإنسانية عند القارئ سواء بالحب أو العطف أو الشفقة وغير ذلك من العواطف الإنسانية المتبادلة.<sup>1</sup>

1- **القرب** : وهذا أمر طبيعي جدا حيث يهتم الناس بالمقام الأول بأخبارهم وأخبار المجتمعات والمدن التي تحيط بهم ثم تتسع الدائرة لتشمل كل أنحاء العالم .

4- **الغربة**: من أهم عناصر التشويق الإخباري هي طرافة الخبر طرافته، فالخبر الغريب المدهش الذي لا يمكن حدوثه ولكنه حدث يستحوذ على إهتمام جمهور الأخبار بشكل يستثير دهشتهم وإهتمامهم.

5- **الإثارة**: وإذا ما توفر عنصر الإثارة في خبر ما، فإن التفاصيل المتلاحقة لذلك الخبر تضمن له استمرار لأيام أو أسابيع أو أكثر شرط أن يكون هناك جديدا في كل مرة كضمانة لشد انتباه أعداد كبيرة من القراء .وهو ما يحدث في أخبار الاغتيالات السياسية الكبرى وأخبار الجرائم والفضائح.

6- **المنافسة**: وتحتل المنافسات في المسابقات الرياضية مساحات واسعة من التغطية الخبرية في كل أنحاء الدنيا وتكفي متابعة ملايين العرب لمباريات برشلونة وريال مدريد لتؤكد من حضور عنصر المنافسة كعنصر أساسي وقوي في الخبر والحال نفسه ينطبق على المنافسة بين فرق تمثل بلدانها في المسابقات الكروية أو الرياضية عموما.

6- **الفائدة/الضخامة**: يوجد عنصر الفائدة أو المصلحة في الخبر عندما يتضمن الحدث الذي يعرضه الخبر معلومات أو بيانات تمس مصالح عدد كبير من القراء بغض النظر عن كونها مصالح سياسية ام إقتصادية أم اجتماعية .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عصام الدين مصطفى صالح، المرجع السابق، ص 222-223.

7- الأهمية: عنصر الأهمية في الخبر ناتج عن إتحاد مجموعة من العناصر الأخرى منها) الشهرة والضخامة) أي أن عنصر الأهمية قد يختزل أكثر من عنصر من عناصر الخبر ولكنه يملك قدرا كبيرا من التميز عن العناصر الأخرى بحيث لا يمكن وصف أي خبر أو حادث غريب بأنه هام لأن الشخصية هي التي تصنع خبرا، بل قد يكون الخبر نفسه والجمهور في كل مكان في العالم يتابعون أخبار الشخصيات وخصوصا الشخصيات العامة الوزراء والمشاهير.... لأن حياتهم الشخصية لم تعد ملكا لهم ومن حق كل مواطن أن ينتقده في حدود أهميتها لهذا المواطن .

8- الشهرة : أن أهمية خبر عن رئيس دولة أو ملك أو زعيم سياسي أو ديني كبير تختلف عن أهمية خبر عن وزير او نائب في البرلمان، وهي كذلك تختلف عن أخبار الناس العاديين، وكلما زادت شهرة الشخص الذي يتناوله الخبر زادت أهمية الخبر وازدادت فرصة الخبر لأن يحتل مكانا بارزا عن صفحات الجريدة، وعنصر الشهرة لا يقتصر فقط عن أخبار الناس وإنما أخبار الأماكن الأثرية والتاريخية قد يكون لها نفس القيمة<sup>2</sup>.

9- التشويق: الخبر المشوق هو الخبر الذي يدفع القارئ إلى متابعة تفاصيله للوقوف على تطوره وهو أن يكون الخبر في حد ذاته مشوقا ليجذب القارئ إلى الإطلاع عليه وقراءته .

10- التوقيت : إن توقيت وقوع الحدث يضيف أهمية مضاعفة عليه أو قد يقلل من أهمية الخبر إذا تزامن مع حدث أكثر منه أهمية<sup>3</sup>.

11- السلبية : تعطى هذه الألقاب لهذا النوع المسيطر على الأخبار، وتراوحت هذه الألقاب بين الأخبار السيئة، الأخبار المروعة، الأخبار العنيفة، الأخبار القاسية، الأخبار الساخنة، الأخبار العدوانية، الأخبار المحبطة، الأخبار المظلمة، الأخبار الدامية، الأخبار البائسة أو أخبار البؤس، الأخبار المفرمة، ويرجع اهتمام وسائل الإعلام بهذه القيمة الخبرية قد لما

<sup>1</sup> مهند سليمان نعيمي، المرجع السابق، ص 68.

<sup>2</sup> مهند سليمان النعيمي، المرجع السابق، ص 69.

<sup>3</sup> مرجع نفسه، ص 70.

تطرحه الأخبار التي تتضمن هذا العنصر من إثارة وما تخلقه من مناقشات وإختلافات في وجهات النظر لدى قراء هذا النوع من الأخبار.<sup>1</sup>

### 2- مداخل دراسة القيم :

تعرف القيم الخبرية على أنها مجموعة العناصر أو المعايير التي يجب توافرها كلها أو بعضها في الحدث لكي يرقى إلى مستوى الخبر.

فالمحرر الذي يجلب الخبر أو يتلقاه من مصادره المختلفة يقوم بأول عملية تقييم يتعرض لها الخبر حيث يزداد اهتمامه بهذا الخبر أو يقل، وبالتالي يبحث

عن مزيد من التفاصيل والحقائق أو يهملها . وعندما يقوم بصياغة وقائع الخبر فإنه قد يهمل أحدها في حين يهتم بأخرى، وقد يبرز عناصر معينة ويضعها في

صدر الخبر ويهمل عناصر أخرى فلا يذكرها أو يضعها في نهاية الخبر . ليأتي دور رئيس القسم، فتبدأ عملية التقييم من جديد وقد تنتهي إلى استبعاد أخبار كثيرة

وتقديم أخبار بذاتها على أخبار أخرى. ثم يعاد تقييم كل خبر على حده، وتتكرر عملية التقييم من جديد عندما يعاد صياغة تلك الأخبار، وفي مرحلة الثالثة يأتي دور رئيس التحرير

أو نائبه لتقرير ما يجب أن ينشر أو يستبعد، وما يستحق النشر في الصفحة الأولى أو الأخيرة، وما يوضع في الصفحات الداخلية، دون أن ننسى دور سكرتير التحرير في اختيار

المحددات الفنية المتمثلة في مكان نشر الخبر والصورة المرافقة له إلى نوع البنط وعناصر الإبراز.<sup>2</sup>

ولا تتوقف أهمية القيم الخبرية في توجيه عملية جلب وتلقي الصحفيين للأخبار ولكن في قياس أهمية هذه الأخبار والمفاضلة بينها في النشر، أو في تحديد طبيعة هذه الأخبار وتوجهاتها العامة.

<sup>1</sup> سامية نجاعي، المرجع السابق، ص 175.

<sup>2</sup> فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي - ديسمبر 2007، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011-2012، ص121.

ونظرا لأهمية العناصر أو القيم الخبرية في ترشيح الأحداث لكي تصبح أخبارا، ومن ثم تحقيق الجدارة الإخبارية بالنسبة للأخبار الصحفية، سعى الباحثون إلى دراستها والكشف عنها، وبيان وتوضيح عناصرها، ورصد تأثيراتها في بناء المادة الإعلامية، حيث تشعبت المداخل التي اهتمت بدراسة القيم الخبرية.

### 2-1- المدخل النفسي:

يهدف هذا المدخل إلى الكشف عن القيم الخبرية من خلال البحث عن كل ما من شأنه استهواء النفس البشرية وتلبية الغرائز الإنسانية وتشويق القارئ، ويمكن أن يدرج ضمن هذا المدخل، كل المحاولات التي قُدمت لتصنيف أو وضع مصفوفة بالقيم الخبرية محاولة من خلال ذلك التركيز على عناصر كالشهرة،

الغرابة، الغرائز، الصراع، الضخامة، الفائدة، القرب الجغرافي أو النفسي.

بصفة عامة، يركز هذا المدخل على كل الأخبار التي تؤثر تأثيرا مباشرا أو غير مباشر في مشاعر القارئ ونفسيته، فتحمله على الارتياح أو على الأسف .  
فصناعة الأخبار هنا يمكن أن تؤدي المهمة المتمثلة في خلق الجو العام لتكريس اتجاهات نفسية معينة نحو قضية ما، تأييدا أو رفضا.

### 2-2- المدخل التنموي:

يستدل من عنوان هذا المدخل أنه يحاول الكشف على نوعية خاصة من القيم الخبرية والتي تنطوي تحتها جميع الأخبار المتعلقة بالتنمية، إذ ينطلق القائم<sup>1</sup> بالاتصال في بحثه من منظور الوظيفة الاجتماعية والتنموية للخبر، وهنا تتحدد قيم مثل الأهمية المجتمعية، والنفع العام، والتنقيف، والتكامل، والشمول، كقيم خبرية.

يركز على هذا المدخل في عملية انتقاء واختيار الأخبار خاصة في دول العالم الثالث، التي تسعى إلى ترسيخ مبدأ تسخير الإعلام لخدمة الأهداف التنموية، ومن هنا يمكن

<sup>1</sup> فوزية عكاك، المرجع السابق، ص 122.

اعتبار التنمية قيمة أساسية، إذ أن كل ما من شأنه توصيل معلومات إلى الجماهير، رغبة في أن تكون لديهم وجهة نظر في الحياة، كما يراد لها أن تعاش، تعد أخباراً.

### 2-3- المدخل الإيديولوجي:

يسعى هذا المدخل إلى تحديد القيم الخبرية من منظور مدى الالتزام بسياسة الصحيفة ومبادئ الدولة أو الحزب أو الجماعة التي تملك الصحيفة وتديرها بصرف النظر عن الجوانب النفسية أو التنموية للواقعة، وفي ظل هذا المنحنى، يعد كل ما من شأنه خدمة مصالح هذه الأطراف ومبادئها قيمة خبرية تدعم قابلية الخبر للنشر والمنافسة مع الأخبار الأخرى، أي أن كل ما يدعم القيم الإيديولوجية السائدة يعد خبراً.

### 2-4- المدخل السياسي:

إن الانتماء السياسي لصحيفة ما، يفرض عليها تبني مجموعة من القيم دون سواها، وذلك بما يخدم سياسة الصحيفة، ومن ثم فإن الأحداث التي تصب في هذا الطرح السياسي للصحيفة تعد أخباراً صالحة للنشر، وما يعكس غير ذلك يجب استبعاده أو تجاهله.<sup>1</sup>

### 2-5- المدخل التنظيمي:

ينطلق هذا المدخل من أن ضغوط الإنتاج، والهيكل التنظيمي للمؤسسة الإعلامية، يفرض معايير معينة للقيم الخبرية، مما ينعكس على تفضيل وترشيح نوعيات معينة من الأخبار دون غيرها، فالتسلسل التنظيمي يفرض أخباراً معينة، وأن مكانة قسم معين في الصحيفة، تؤثر في فرض أخباره عن قسم آخر وأن الاجتماعات ومراجعة الطباعات ومواعيد الطبع... الخ تضيف أو تستبعد أخباراً معينة عن سواها.

### 2-6- المدخل المؤسسي:

تعمل المؤسسات الصحفية في إطار نظام اجتماعي وسياسي وثقافي واقتصادي. وتعد هذه المؤسسات مكوناً فرعياً من مكونات هذا النظام العام، تتأثر به وتؤثر فيه بما يعني أن

<sup>1</sup> فوزية عكاك، المرجع السابق، ص 123.

دور الصحف تشكل نظما مفتوحة على المجتمع، تأخذ في اعتبارها عند تحديد سياساتها الاتصالية أهداف هذا المجتمع وتوجهاته وضغوط القوى السياسية والفكرية السائدة به، فعلاقة المؤسسة الإعلامية بباقي مؤسسات وتنظيمات المجتمع يملئ عليها اختيار مصفوفة معينة من القيم وإهمال أخرى، فهذه المؤسسات تأثيرا في تشكيل منظومة القيم لصحيفة ما أو لوسائل الإعلام بصفة عامة.<sup>1</sup>

### 3- العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية :

في دراسة العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية نجدتها تختلف من عوامل سياسية وفكرية واقتصادية واجتماعية وأيضا أخلاقية، سوف نتطرق في البداية إلى العوامل السياسية والفكرية أي علاقة البنية الفكرية للسلطة وللمؤسسة الإعلامية وتأثيرها المباشر في القيم الإخبارية، ثم ننظر في العوامل الأخرى وهي أقل تأثيرا أو ذات تأثير غير مباشر.

#### 3-1- السلطة السياسية :

إن العلاقة الموجودة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام موجودة في كل دول العالم وتطرح على أنها إشكالية تتمثل في تحكم السلطة السياسية في وسائل الإعلام وهذا التحكم يرجع إلى الطبيعة البنوية للمؤسسة السلطوية المتمثلة في الدولة أو الحكومة والتي تقوم على أساس ممارسة السلطة الحكم، في حين أن المؤسسة الإعلامية تقوم على الإسهام في تشكيل وعي الأفراد ولها دور فعال في تشكيل الرأي العام وبالتالي لا بد أن تقوم السلطة السياسية في محاولة لاستمرارها بالهيمنة على وسائل الإعلام والسيطرة على إنتاج الأفكار والمعلومات لتكييفها حسب رأي السلطة<sup>2</sup>، حيث أن هناك تحكم في وسائل الإعلام بميكانيزمات تختلف من دولة إلى أخرى وتتمثل في : الميكانيزم التشريعي، الميكانيزم المالي وميكانيزم الرقابة .

<sup>1</sup> فوزية عكاك، المرجع السابق، ص 124.

<sup>2</sup> السعيد بومعيزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 8، 1992، ص 109.

### أ- عن طريق التشريع (الميكانيزم التشريعي):

- حيث تسن السلطة مجموعة من القوانين يجب على الرسالة الإعلامية التقيد بها، والسلطة الجزائرية مثلا تعتقد أن ( دفع الصحافة نحو الالتزام أكثر بالمسؤولية يمر عبر تضيق أكثر لهامش الحرية من خلال سن قوانين رديعية، كما حدث في تعديل قانون العقوبات وإجراءات تعسفية ومساومات سياسية وتجارية )<sup>1</sup>.

### ب- عن طريق التمويل (الميكانيزم المالي):

ونعني بها سلطة المال، حيث أن تمويل وسائل الإعلام يعود إلى المصلحة الذاتية للممول مهما كانت : السلطة السياسية أو الجماعات المالية أو جماعات الضغط وسلطة المال لها فاعلية كبيرة حيث أن السيطرة المالية تجعل من وسائل الإعلام في موضع التأييد للممول دائما وتضع قيم الممول في موضع قيمها وفي الجزائر دائما ( يكفي توقيع الإشهار الممنوح وتواطؤ المطابع وحدهما لبيان طبيعة الضغوط وتفسير الخط المنتهج ). هذا الخط المنتهج من طرف الدولة سوف يؤثر في إيجاد حرية خرافية للتعبير، فاحتكار الدولة للإشهار المؤسساتي والمطابع تعد عراقيل أمام حرية التعبير.

### ج- عن طريق الرقابة (ميكانيزم الرقابة) :

وهو أن الأنظمة السياسية تستدعي فرض رقابة معينة لا تتعارض مع إيديولوجيتها، ففي الغرب يؤكد على ما يريده الجمهور بينما في دول العالم الثالث فيركز على ما يحتاج إليه الجمهور ولا شك أن ممارسة هذه الرقابة يؤدي إلى انعدام المراقبة الذاتية وطبعا إلى توجيه القيم الإخبارية للمؤسسة الإعلامية بمراقبة ما ينشر وما لا ينشر.

- وفي دول العالم الثالث والوطن العربي خصوصا هناك من الرقابة المفروضة على

الأداء الإعلامي ما يحد من حرية الإعلام ويجعل القيم الإخبارية خاضعة للدولة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فؤاد بداني، سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران 2، وهران، 2015-2016، ص107.

<sup>2</sup> فؤاد بداني، المرجع السابق، ص 107-108.

### 3-2- تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية:

- ذلك لكونها دائما تعبر عن السلطة السياسية والإيديولوجية الفكرية لها أو أنها تحمل أفكارا أخرى تريد أن توصلها إلى الناس حتى وإن كانت تناقض الحكومة- فالوسيلة الإعلامية عنصر من العناصر المؤسسة الإعلامية يعد عنصرا فاعلا في إنتاج المعلومات وانتقائها وهو يعمل بمنطلق خضوعه للسياسة الإعلامية للمؤسسة التي ينتمي إليها وللسلطة السياسية ويظهر تأثير الضغوط التي تتعرض لها غرفة التحرير الأخبار في تحديد ما الذي سيتم استخدامه وما الذي سيتم حذفه والقائم بالاتصال يتعرض منذ البدء في جمع وانتقاء الأخبار إلى نوعين من التأثير : تأثير هامشي يتمثل في الضمير الصحفي وقيمه، ثانيا تأثير مركزي يتمثل في تأثير النظام السياسي وقوانينه والنظام الاجتماعي وقاعة التحرير وسياسة النشر والخط السياسي للمؤسسة الإعلامية.

وتأثير السياسة الإعلامية يبرز لنا من خلال طريقة التعامل مع الأحداث وكيفية إيصال الرسالة الإعلامية بما يكون متكيفا في الغالب مع النظام السياسي والاجتماعي، ويكون ذلك باستعمال القائم بالاتصال للأسلوب التالي ذكره :

أ- **الأسلوب اللفظي** : حيث تستعمل هنا الألفاظ ذات الأبعاد والدلالات التي تعبر عن السياسة المتبعة والإيديولوجية المسيطرة على الإعلام، فيكون انتقاء الألفاظ دقيقا ومعينا يعطي الرسالة الإعلامية بعدها الإيديولوجي والسياسة المتبعة لدى السلطة وفي تلك المؤسسة.

ب- **أسلوب الصورة** : سواء كانت الصورة الفوتوغرافية أو الكاريكاتيرية أو التلفزيونية فلها دور بارز في ما يراد إيصاله من الرسالة الإعلامية، وهذه الصورة يمكن أن تؤدي دورا أكبر من نص الخبر وهي أبلغ من كل تعبير.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> فؤاد بداني، المرجع السابق، ص 108-110.

### 3-3- القيم الإخبارية والإيديولوجية :

- أن القيم الإخبارية هي عبارة عن قيم موافقة للإيديولوجية ولكي يصبح الحدث في مستوى الخبر ليذاع أو ينشر عبر وسائل الإعلام يجب أن يتضمن قيمه الإيديولوجية والفكرية أي أن تأثير الإيديولوجية يبرز في عملية اتخاذ القرار بشأن الأحداث التي يجب تغطيتها، وهذه العملية تكون في أيدي رؤساء التحرير والناشرين والمحريين وحتى المخبرين أثناء جمع الأخبار.

وتكون لديهم غالبا أفكار محددة في الطريقة الواجب إتباعها أثناء التحرير، وحتى وإن كان القائم بالاتصال يتمتع بالحرية والاستقلالية إلا أن هناك طريقة ما للتعرض لإيديولوجية ما.<sup>1</sup>

### 3-4- القيم الإخبارية والقيم المجتمعية:

يرى 'جيرالد يونغ' أنه من العيب محاولة الفصل بين القيم الإخبارية والقيم العامة في أي مجتمع، فالقيم الإخبارية تتكون بنفس العملية التي تتكون بمقتضاها قيم المجتمع، وما يستنتج من هذا القول أن هناك علاقة ديناميكية جدلية بين القيم الإخبارية والاجتماعية فنشاط القيم الإخبارية في أي مؤسسة إعلامية لها أساسها ومرجعيتها في قيم المجتمع كما يمكن أن نجد هذه الأخيرة متضمنة في الأخبار، فعندما تصطدم تلك القيم الموجودة في الأخبار مع قيم المجتمع العامة يؤدي ذلك إلى التجلي أو عدم التجلي إذا عكست القيم الموجودة في المجتمع وعدم التجلي إذا لم تعكسها ولا يمكننا أن نتصور أي وسيلة إعلامية يمكن أن تعادي النظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه وجود ودائما الاختلاف يمكن أن يكون في الشكل أو في الأسلوب أو في الدرجة .

فمثلا في المجتمعات الإسلامية أو التي تسود فيها التعاليم الدينية بصفة عامة، نجد أن الجنس كقيمة إخبارية يفقد دلالاته، لأن قيم المجتمع لا تسمح بوجود تلك القيمة في الأخبار وبالتالي إلى عدم التجلي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> مرعى مدكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، مصر، ب-ت، ص 31.

### 3-5- تأثير الموضوعية والقواعد المهنية على قيم الأخبار:

الموضوعية في الإعلام تعني الكثير، فهي عدم تحريف الخبر بالإضافة أو الحذف، وكذلك اختيار الأخبار بدون تدخل القيم الخاصة للقائم للاتصال، ويرى البعض أنها ممكنة في الإعلام بينما يرى آخرون أنها عبارة لا أساس لاستعمالها في الأخبار لأن القائم بالاتصال لا يمكن أن يبقى بعيدا عن قيمه وإيديولوجيته وعن رؤيته الشخصية سواء في جمعه للأخبار أو تصنيفها أو تضمينها في الصفحات أو النشرات الإخبارية.

لكن الصحفيين الجدد يرون أن الكاتب أو المحرر يستطيع فصل ذاتيته والعمل بنوع من الموضوعية وهناك بعض المعايير والإجراءات التي تمكنه من ذلك وهي تقديم كل وجهات النظر حول الحدث المغطى، استعمال أقوال الآخرين، وتقديم أدلة محسوسة عما يقال .

وبناء على ما سبق فإن الأخبار ليست مجرد<sup>2</sup> حقائق يعاد صياغتها بأسلوب لفظي لأن هذا الأسلوب يختلف من محرر إلى آخر ويتأثر من مؤسسة إلى أخرى، وما يسمى بالموضوعية أمر صعب المنال لا يمكن تحقيقه، مما جعل بعض الكتاب والنقاد يتحدث عن النزاهة والدقة وتقليل التحيز واحترام القواعد المهنية والأخلاق المهنية للصحفي والموضوعية تتمثل في عدم التحيز بتناول موضوعات محددة بطابع ما أو برؤية واحدة للأحداث.<sup>3</sup>

### نوع الملكية والقيم الإخبارية :

هناك نوعان من الملكية لوسائل الإعلام، الملكية العامة أي ملكية الدولة أو القطاع العام وملكية الخواص أو الملكية المستقلة، إضافة إلى وجود الملكية المشتركة بين الدولة والأشخاص، وتتأثر الوسيلة الإعلامية بنوع الملكية، حيث يبقى القائمون بالاتصال فيها حاملين لإيديولوجية وصورة من يسيطر على الإعلام.

<sup>1</sup> فؤاد بداني، المرجع السابق، ص 113.

<sup>2</sup> عبد العزيز شريف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص 141.

<sup>3</sup> عبد العزيز شرف، المرجع السابق، ص 141.

## الفصل الثالث: الخبر الإلكتروني والقيم الإخبارية

- وقيم الأخبار في وسائل الإعلام العمومية يجب أن تعكس نظاما اجتماعيا يحقق مفهوم ومضمون الخدمة العامة وتتأثر القيم الإخبارية لوسائل الإعلام العمومية بالسلطة السياسية لأنها هي الممول الرئيس وصاحب الملكية التامة، كما أن إشهار المؤسسات الوطنية يتوجه إلى الإعلام المساند للسلطة، وتبقى الصحافة الحزبية مرهونة بوجود الحزب وغير معنية بالإشهار؛ أما وسائل الإعلام المستقلة فتتأثر أيضا بمن يسيطر عليها سواء المالك أو صاحب المؤسسة أو التمويل والإشهار، حيث تصبح اعتبارات السوق هي الأولى في الإنتاج الإعلامي.<sup>1</sup>

### 4- ميزات وتحليل الخبر الإلكتروني

#### 4-1 ميزات الخبر الإلكتروني:

ينفرد الخبر الصحفي الإلكتروني بعدد من الميزات مقارنة بالأخبار المنشورة في الوسائل الإعلامية الأخرى وأبرزها:

#### 1. تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار:

إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطوقة والصورة المتحركة كما هو الحال في الخبر الإذاعي والتلفزيوني، فالخبر الإلكتروني يقدم مزودا بكل الوسائط السابقة، إذ يشمل الكلمة المطبوعة والصور الثابتة والمتحركة، كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع للخبر صوتيا .

#### 2. تعدد المصادر وتنوعها:

إذ لا يكون المستخدم كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية مكرها على التعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبو الصحيفة وتعكس وجهة نظرهم وتقديرهم الشخصي للأحداث، ويستطيع التنقل بين المواقع للتعرض لمختلف الروايات في الحدث الواحد.

<sup>1</sup> فؤاد بداني، المرجع السابق، ص 114.

3. التحديث المستمر للأخبار: على مدار الساعة.

4. البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو في شبكة الانترنت.

5. ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع أو في المواقع الاخرى، وتقديم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والشخصيات والأماكن الواردة في الخبر.

6. إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم من خلال الاشتراك في خدمة النشرات الإلكترونية كما أن تناول الخبر على الانترنت "يتميز بحرية أكثر بكثير من تناوله في الصحف الورقية فلا يوجد أي رقيب يمنع أو يراجع حتى في حالة عمل فلتر أو حجب الموقع<sup>1</sup>.

### 4-2- تحرير الخبر الإلكتروني:

يعتقد كثيرون أنه "ليس ثمة أسلوب خاص للكتابة في الانترنت، وتتبع كتابة النص للشبكة تلك القواعد نفسها التي يتطلبها النص المطبوع، ولكن هناك بعض السمات الخاصة، والمقصود بالسمات الخاصة انعكاس الإمكانيات الكبيرة التي توفرها المواقع الإلكترونية من مزايا تفاعلية في تحرير الخبر الصحفي.

وتتألف بنية الخبر الإلكتروني في المواقع الإلكترونية من :

-**العنوان:** تظهر الأخبار الإلكترونية في الصفحة الرئيسية لموقع الويب على شكل عناوين رئيسية قصيرة وبلغية، وعادة ما "تتكون هذه العناوين ليس من أكثر من 10 كلمات تسعى لتمثيل فكرة كاملة من قصة، وتم تصميم العناوين لفهم يسر وتسهيل التمتع بها".

وهناك مجموعة من القواعد التي يراعيها محررو عناوين الأخبار الإلكترونية وأهمها:

**العنوان:** يعبر عن نفسه بنفسه: بمعنى أنه يكفي للمستخدم أن يقرأ عنوان الموضوع فقط، حتى يتعرف على الفكرة الأهم دونما حاجة إلى قراءة التفاصيل.

<sup>1</sup> محمد خليل الرفاعي، فلك صبيبة، تحرير الصحافة الإلكترونية، من منشورات الجامعة السورية الافتراضية، سوريا، 2020، ص 148.

**العنوان:** سيظهر في نتائج محركات البحث: وعلى رأسها Google، أو عبر خدمة RSS، أو يتم نشره ومشاركته على شبكات التواصل الاجتماعي Facebook، Twitter. استخدم الكلمات المفتاحية: وهي الكلمات المهمة في الموضوع المنشور، فعلى العنوان أن يحتوي على كلمة مفتاحية واحدة على الأقل. لا تحكي القصة كاملة في العنوان: حتى لا يتحول إلى ملخص، بل يكفي أن يكون قصيرا وواضحا .

اختر أفضل فكرة أو معلومة لتبرز في العنوان: أول شيء يراه القارئ ويقوده إلى داخل الموضوع لذلك اجعل العنوان مثيرا للانتباه. اكتب عنوانا عمليا لا ذكياً: إنك تكتب لقارئ يبحث عن المعلومة بسرعة، فاجعل العنوان واضحا وليس مبهما، فقد يبرز عبر شريط إخباري في الشبكات الاجتماعية أو الأجهزة المحمولة كما أنه متاح للقراءة في فترات زمنية مختلفة، وقد يصل قارئ ما إلى موضوعك<sup>2</sup> بعد مرور سنوات عبر محركات البحث، لذلك من المهم استخدام الكلمات المفتاحية وذات الدلالة.

### 2. المقدمة (المدخل، الصدر، الاستهلال):

تشكل المقدمة مدخلا لقراءة الخبر الإلكتروني حيث توعده المستخدم بمعلومات مهمة حيث تشكل الجملة الأكثر أهمية في القصة وتغطي الحدث الرئيسي وأحيانا الحدث الثانوي، وتصف الفاعلين ومكان الحدث..، والعبارة الأولى تركز على القيم الإخبارية. وتخبر المقدمة القراء "كيف تؤثر القصة بهم"، لذلك يجب "بناؤها بعبارات واضحة بسيطة بمعدل من فقرة إلى فقرتين من القصة الخبرية، والفقرة يجب أن تكون قصيرة كالجملة" بحيث تسهل على القارئ استيعاب الخبر والرغبة في الحصول على مزيد من المعلومات.

من الأفضل أن تجيب مقدمة الخبر الإلكتروني عن الأسئلة الخمسة وهي: (من، ماذا، أين، متى، لماذا).

وأشهر أنواع مقدمات الأخبار:

المقدمة الملخصة: تلخص أهم المعلومات التي يحتويها الخبر.

المقدمة الاقتباسية: تضم أهم معلومات في تصريح المصدر.

المقدمة القنبلة: عبارة عن جملة واحدة أو فقرة مختصرة جدا ولكن فيها المعلومة التي يبحث عنها الناس وينتظرونها بشغف.

المقدمة المجاز: تعتمد على استخدام الكلمات بمعان مجازية.

المقدمة المثل والحكمة: تحوي أمثالاً شعبية وحكما متداولة.

المقدمة الغريبة أو الطريفة: عادة ما تكون في الأخبار التي يكون فيها عنصر الغرابة والطرافة مرتفعا.

المقدمة الوصفية: التي تصف كيفية وقوع الحادث ومكانه.

المقدمة السؤال: عبارة عن عدة أسئلة إجاباتها في صلب الخبر.

المقدمة الحوار: عادة ما تكون في أخبار المناظرات واجتماعات البرلمانات.

المقدمة التناقضية: تقوم على المفارقات والمتناقضات.

الصلب (الهيكل، الجسم، الوسط):

صلب الخبر يعد "الكتلة الرئيسية في الخبر، وهو الخبر الذي يتضمن جميع الوقائع والتفاصيل المتعلقة بجميع العناصر الإخبارية بالحدث والذبيريد أن يعرف بالضبط حقيقة ماحدث ولذلك فهو موجه أساسا للقارئ المعني.

ويقوم جسم الخبر الإلكتروني على ما يلي:

تجزئة الموضوع إلى فقرات (فقرة لكل فكرة): وهذا بهدف تسهيل مهمة تنقل عيم المستخدم بين الفقرات، ويتم ذلك بفصل الموضوع إلى فقرات قصيرة تفصل بينها فراغات، ولا تتجاوز الفقرة ثلاثة أو أربعة أسطر، على أن تحتوي كل فقرة على فكرة أو معلومة، وفي حال تعددت الفقرات فمن الأفضل ترتيبها في أقسام ومحاور بعناوين فرعية تفصل بينها وباقي الأقسام.

## الفصل الثالث: الخبر الإلكتروني والقيم الإخبارية

العناوين الفرعية: أحيانا يكون الموضوع الصحفي طويلا بعض الشيء ويتناول محاور عدة، ومن الأفضل وضع عنوان فرعي خاص بكل محور حتى تساعد القارئ على تصفح الموضوع بطريقة سهلة.<sup>3</sup>

النقاط والقوائم: فهي تساعد على فهم واستيعاب الأفكار عبر ترتيبها في نقاط وقوائم، بدل أن تكون على شكل فقرة بجمل مترابطة.

استخدام الروابط الداخلية أو الخارجية: ضع روابط داخل النص بدون إفراط في ذلك، فالروابط الداخلية هي التي تربط بين النص و صفحة في نفس الموقع. أما الروابط الخارجية، فتربط النص بصفحات تتبع مواقع أخرى.

استخدام مربعات الاقتباسات: بعد الإجابة عن الأسئلة الخمسة في مقدمة الخبر الصحفي تأتي معلومات المستوى الثاني من حيث الأهمية، حيث ينطلق الصحفي للتعلم والإسهاب في الموضوع فيحتاج إلى الاستشهاد بتصريحات الأطراف المعنية بالخبر الصحفي عبر نقل كلامهم في شكل اقتباسات تلفت نظر القارئ، ومن الأفضل إبراز الاقتباسات المهمة

داخل مربعات أو صناديق جانبية في أعلى الصفحة أفضل من الاقتباسات التي تظهر داخل النص، ويتم استخدام الاقتباسات بكثرة في الصحافة الإلكترونية نظرا للمساحة المفتوحة المتاحة في الصفحة مقارنة بالصحافة المكتوبة التي تلتزم بإطار مكاني محدد سلفا .

# الفصل الرابع

## الإطار التطبيقي للدراسة

### تمهيد:

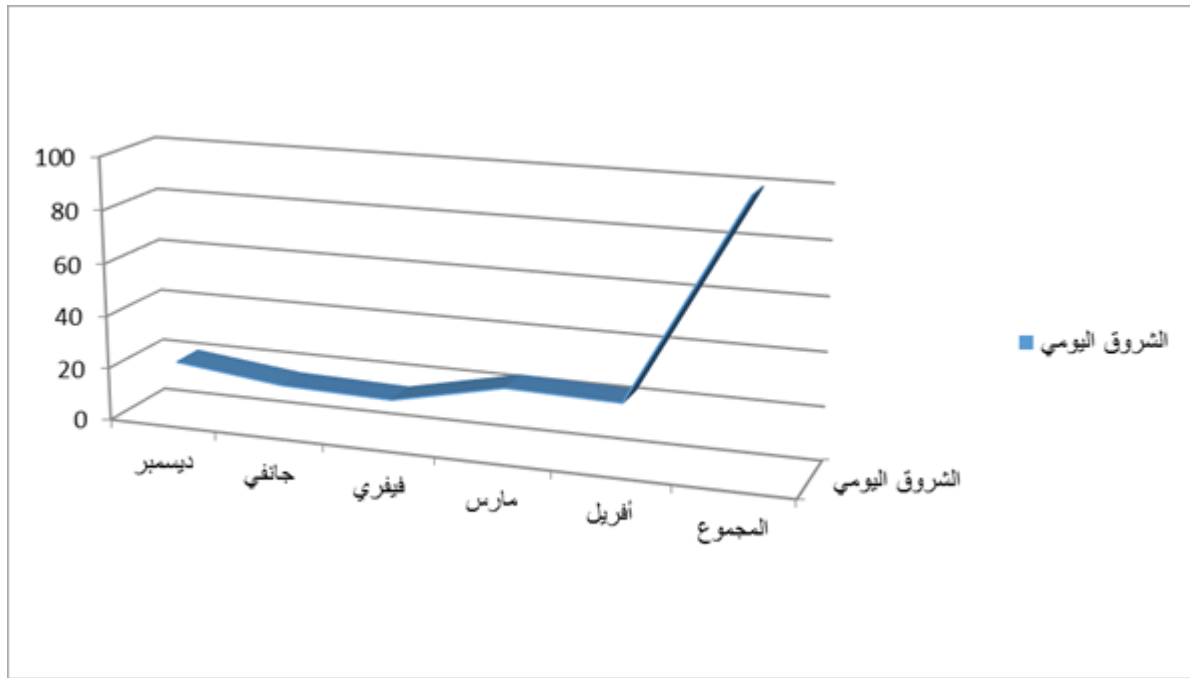
صحيفة الشروق اليومي هي صحيفة وطنية جزائرية مستقلة تأسست سنة 1990 كانت تسمى الشروق العربي، اتجاهاها السياسي وطني نوعها إخبارية شاملة فهي تهتم بجميع الأخبار السياسية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية...إلخ، شعارها "قناة كل العائلة"، وهي تصدر عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر تصدر باللغة العربية ولها نسخة إلكترونية متوفرة على موقعها [echoroukonlin.com](http://echoroukonlin.com) كما أن لها نسختين إلكترونيتين باللغة الفرنسية والإنجليزية، مقرها الرئيسي بدار الصحافة عبدالقادر سفير القبة، رئيس تحريرها عبد الحميد عثمانى و الناشر رشيد فضيل .

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

### 1- عرض نتائج الدراسة التحليلية الكمية والكيفية لمضمون صحيفة الشروق اليومي الالكتروني

جدول رقم "1" : يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف طيلة مدة الدراسة:

الصحيفة		التكرار	الأشهر
النسبة المئوية	التكرار		
21,06	235	ديسمبر	
16.30	182	جانفي	
15.23	170	فيفري	
24.20	270	مارس	
23.21	259	أفريل	
100	1116	المجموع	



شكل-1- فئة توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف طيلة مدة الدراسة.

تم الإعتماد في هذه الدراسة على تحليل صحيفة الشروق اليومي وبعد تحليلها تم الحصول على مجموعة من الأخبار بلغ عددها 1116 خبرا، وتشير الإحصائيات التي

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وصلنا لها إلى الحجم الكبير للتعداد الإخباري المعتمد من قبل الصحيفة، حيث اعتمدنا في كل صفحاتها الإلكترونية على فن الخبر الصحفي دون الفنون الصحفية الأخرى .  
وتبعاً إلى ما ورد في صحيفة الدراسة فقد قمنا بحصر كل الأخبار الواردة في الصحيفة محل الدراسة ما جعلنا نتحصل على الكم الإخباري السالف الذكر (1116).

### جدول رقم "2": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر ديسمبر:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار/النسبة المئوية العدد
30,63	72	العدد 1
27,23	64	العدد 2
20,43	48	العدد 3
21,70	51	العدد 4
100	235	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن توزيع الأخبار لشهر ديسمبر بأعداده الأربعة المختارة المقدر بـ 235 خبراً كان بشكل متفاوت بسبب التقارب النسبي بين الأجزاء المدروسة حيث سجل العدد الأول أعلى نسبة بـ 30,63% بتكرار 72 مرة يليه العدد الثاني كثاني أعلى نسبة بـ 27,23% بتكرار 64 ثم العدد الرابع الذي سجل نسبة 21,70% بتكرار 51 مرة وأقل نسبة كانت للعدد الثالث بـ 20,43% بتكرار 48 مرة، ونستخلص أن عدد الأخبار المنشورة في بداية الشهر أكثر من نهايته .

### جدول رقم "3": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر جانفي:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار/النسبة المئوية العدد
29.12	53	العدد 1
20,33	37	العدد 2
18,68	34	العدد 3
31,87	58	العدد 4
100	182	المجموع

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه نرى بأن الأعداد لشهر جانفي توزعت بشكل متفاوت وذلك بسبب التقارب النسبي بين هاته الأجزاء حيث ترأس العدد الرابع أعلى نسبة بـ 31,87% بتكرار 58 مرة ليليه العدد الأول الذي قدرت نسبته بـ 29,12% بتكرار 53 مرة ثم العدد الثاني بنسبة 20,33% بتكرار 37 مرة وأخيرا العدد الثالث الذي تحصل على أقل نسبة قدرت بـ 18,87% بتكرار 34 مرة.

### جدول رقم "4": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر فيفري:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار/النسبة المئوية العدد
24,41	50	العدد 1
38,82	66	العدد 2
31,76	54	العدد 3
/	/	العدد 4
100	170	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نرى بأن الأعداد لشهر فيفري توزعت بشكل متفاوت وذلك بسبب التقارب النسبي بين هاته الأجزاء حيث ترأس العدد الثاني أعلى نسبة بـ 38,82% بتكرار 66 مرة ليليه العدد الثالث الذي قدرت نسبته بـ 31,76% بتكرار 54 وأخيرا العدد الأول الذي تحصل على أقل نسبة قدرت بـ 24,41% بتكرار 50 مرة.

### جدول رقم "5": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر مارس:

النسبة المئوية	التكرار	التكرار/النسبة المئوية العدد
27,03	73	العدد 1
26,30	71	العدد 2
19,63	53	العدد 3
27,03	73	العدد 4
100	270	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نرى بأن الأعداد لشهر مارس توزعت بشكل متفاوت وذلك بسبب التقارب النسبي بين هاته الأجزاء حيث ترأس العدد الأول والرابع أعلى نسبة

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

ب%27,03 بتكرار 73 مرة ليليه العدد الثاني الذي قدرت نسبته ب%26,30 بتكرار 71 مرة وأخيرا العدد الثالث الذي تحصل على أقل نسبة قدرت ب %19,63 بتكرار 53 مرة.

جدول رقم "6": يوضح توزيع المادة الخبرية على مستوى عينة الصحف لشهر أفريل:

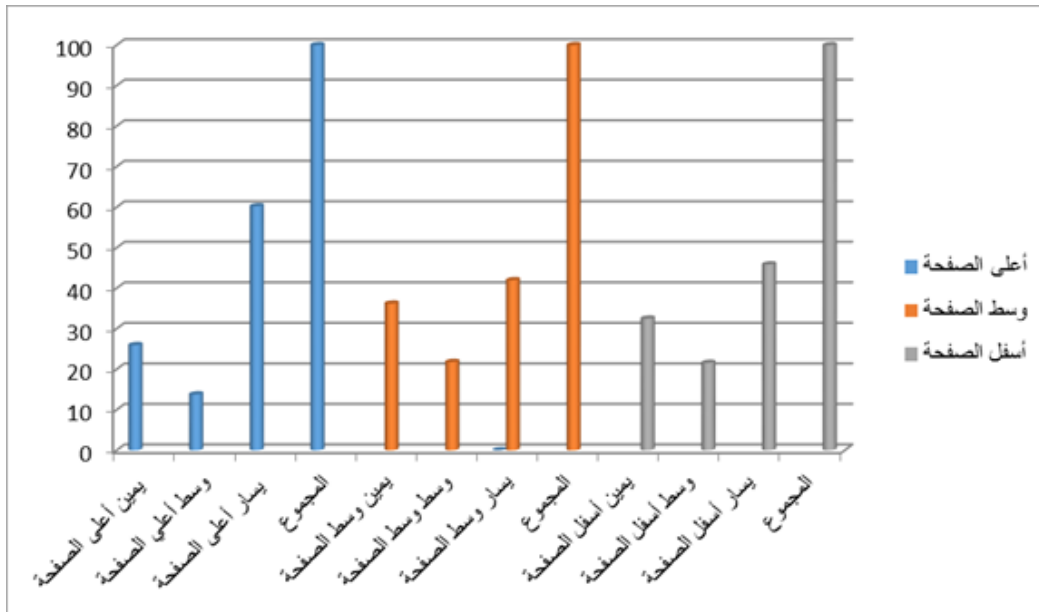
العدد	التكرار/النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
العدد 1	64	24,71	
العدد 2	48	18,53	
العدد 3	77	29,73	
العدد 4	70	27,03	
المجموع	259	100	

من خلال الجدول أعلاه نرى بأن الأعداد لشهر أفريل توزعت بشكل متفاوت وذلك بسبب التقارب النسبي بين هاته الأجزاء حيث ترأس العدد الثالث أعلى نسبة ب%29,73 بتكرار 77 مرة ليليه العدد الرابع الذي قدرت نسبته ب%24,71 بتكرار 70 مرة ثم العدد الأول بنسبة %24,71 بتكرار 64 مرة وأخيرا العدد الثاني الذي تحصل على أقل نسبة قدرت ب %18,53 بتكرار 48 مرة.

2- عرض وتحليل نتائج فئات الشكل لعينة الدراسة

جدول رقم "7": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني:

صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية		فئة موقع الخبر الإلكتروني	
النسبة المئوية	التكرار		
25,97	47	يمين أعلى الصفحة	أعلى الصفحة
13,81	25	وسط أعلى الصفحة	
60,22	109	يسار أسفل الصفحة	
100	181	المجموع	
36,21	176	يمين وسط الصفحة	وسط الصفحة
21,81	106	وسط وسط الصفحة	
41,98	204	يسار وسط الصفحة	
100	486	المجموع	
32,52	146	يمين أسفل الصفحة	أسفل الصفحة
21,60	97	وسط أسفل الصفحة	
45,88	206	يسار أسفل الصفحة	
100	449	المجموع	



شكل 2- فئة موقع الخبر الإلكتروني.

توزعت الأخبار المتواجدة على صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية بشكل متفاوت على موقع هاته الصحيفة وذلك بسبب التقارب النسبي بي كل الأجزاء المدروسة، حيث ترأس قسم وسط الصفحة الإلكترونية أعلى النسب المقدرة بـ 43,55% بتكرار 486 مرة، ليليه قسم أسفل الصفحة الإلكترونية بنسبة 40,23% بتكرار 449 مرة، ثم قسم أعلى الصفحة الإلكترونية 16,22% يتكرر 182 مرة. أما فيما يتعلق بأهم الأجزاء التي حظت بأعلى نسب النشر الإخباري تمثلت في كل من الجزء الأيمن والأيسر للصحيفة، حيث تمركزت أغلب الأخبار في الجانب العلوي في يسار الصحيفة الإلكترونية بنسبة 60,22% بتكرار 109 مرة، ليليه الجزء الأيمن بنسبة 25,97% بتكرار 47 مرة، ثم وسط أعلى الصفحة الذي كانت نسبته قليلة 13,81% بتكرار 25 مرة وهذا راجع لتقسيم أعلى الصفحة لجزأين فقط في أغلب الأحيان. وفيما يتعلق بالقسم الوسطي للصفحة الإلكترونية تم التركيز بشكل أكبر في نشر الأخبار على اليسار 41,98% بتكرار 204 مرة، ليليه الجزء الأيمن بنسبة 36,21% بتكرار 176 مرة، بعد ذلك الجزء الوسط بنسبة 21,81% بتكرار 106 مرة، وفيما يتعلق بالجانب السفلي م التركيز على الجزء الأيسر بنسبة 45,88% بتكرار 206 مرة، ليليه الجزء الأيمن بنسبة 32,52% بتكرار 146 مرة، وأخيرا الجزء الوسط بنسبة 21,60% بتكرار 97 مرة، ونلاحظ للمرة الثالثة أنه تم التركيز على الجزأين الأيمن والأيسر مع إهمال الجزء الوسط.

ونستخلص مما سلف ذكره أن صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية تركز على الجانب العلوي في من صفحاتها الإلكترونية لنشر الأخبار الأكثر أهمية وذلك لأن عين القارئ تقع دائما على أعلى موقع الصفحة، أما فيما يتعلق بالجانب الوسطي فتركز الصحيفة على نقل مختلف الأخبار، أما بخصوص الجانب السفلي فيعتبر ثان أهم موقع لنشر الأخبار على مستوى الصحيفة مع التركيز على نشرها في الجانب الأيسر لأنه الأكثر تأثيرا على زاوية النظر بالنسبة للقارئ إذ أن عينه خلال مرورها بالصفحة من اليسار لليمين تلتقط الخبر.

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

### جدول رقم "8": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني لشهر ديسمبر:

أسفل الصفحة		وسط الصفحة						أعلى الصفحة										
يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين		
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	
29,55	13	40,91	9	37,5	12	21,86	7	33,33	9	27,66	13	27,27	6	0	0	33,33	3	العدد 1
27,27	12	18,18	4	21,86	7	37,5	12	18,52	5	31,111	15	31,82	7	0	0	22,22	2	العدد 2
20,45	9	22,73	5	21,86	7	18,75	6	22,22	6	19,15	9	22,73	5	0	0	22,22	2	العدد 3
	10	18,18	4	18,75	6	21,86	7	25,93	7	21,28	10	18,18	4	0	0	22,22	2	العدد 4
100	44	100	22	100	32	100	32	100	27	100	47	100	22	100	0	100	9	المجموع

### جدول رقم "9": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني لشهر جانفي:

أسفل الصفحة		وسط الصفحة						أعلى الصفحة										
يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين		
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	
31,25	10	35,71	5	40	10	28,57	12	20	3	25,92	7	22,22	4	33,33	1	33,33	2	العدد 1
25	8	21,42	3	28	7	21,42	9	26,66	4	33,33	9	22,22	4	33,33	1	33,33	2	العدد 2
28,12	9	28,57	4	32	8	23,80	10	20	3	18,51	5	33,33	6	33'33	1	16,67	1	العدد 3
15,62	5	14,28	2	0	0	26,19	11	33,33	5	22,22	6	22,22	4	0	0	16,67	1	العدد 4
100	32	100	14	100	25	100	42	100	15	100	27	100	18	100	3	100	6	المجموع

### جدول رقم "10": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني لشهر فيفري:

أسفل الصفحة		وسط الصفحة						أعلى الصفحة										
يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين		
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	
34,78	8	26,67	4	28,57	6	29,54	13	29,41	5	32	8	30,77	4	16,67	1	33,33	2	العدد 1
39,13	9	46,67	7	38,09	8	36,37	16	41,18	7	40	10	46,15	6	50	3	50	3	العدد 2
26,08	6	20	3	33,33	7	34,09	15	29,41	5	28	7	23,08	3	33,33	2	16,67	1	العدد 3
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	العدد 4
100	23	100	15	100	21	100	44	100	17	100	25	100	13	100	6	100	6	المجموع

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

### جدول رقم "11": يوضح فئة موقع الخبر الإلكتروني لشهر مارس:

أسفل الصفحة				وسط الصفحة						أعلى الصفحة									
يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين			
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك		
27,27	15	30,43	7	29,03	9	22,22	12	25,71	9	28,57	8	32	8	42,85	3	33,33	4	العدد	1
20	11	26,08	6	29,03	9	27,77	15	31,42	11	21,42	6	24	6	57,14	4	16,66	2	العدد	2
16,36	9	21,73	5	12,90	4	27,77	15	17,14	6	21,42	6	12	3	0	0	33,33	4	العدد	3
36,36	20	21,73	5	29,03	9	22,22	12	25,71	9	28,57	8	40	10	0	0	16,66	2	العدد	4
100	55	100	23	100	31	100	54	100	35	100	28	100	25	100	7	100	12	المجموع	

يمثل الجدول أعلاه نسبة موقع الخبر لشهر مارس حيث سجل يمين أعلى الصفحة أعلى نسبة في العدد الأول والثالث بـ 33%، 33 وأقل نسبة بالعدد الثاني بـ 16%، 6، أما أعلى وسط الصفحة فسجل أعلى نسبة في العدد الثاني بـ 57%، 14 في حين تتعدم في العدد الثالث والرابع، أما أعلى يسار الصفحة فسجل أعلى نسبة في العدد الأول بـ 32% أما أقلها في العدد الثالث 12. وسط يمين الصفحة سجل أعلى نسبة في العدد الأول بـ 28%، 57 أما أقلها في العدد الثاني والثالث بـ 21%، 42 أما وسط وسط الصفحة سجل أعلى نسبة في العدد الأول والرابع بـ 25%، 71 أما أقلها في العدد الثالث بـ 17%، 14، أما وسط يسار الصفحة فسجل أعلى نسبة في العدد الثاني والثالث بـ 27%، 77. وأسفل يمين الصفحة نجد أن النسب متساوية تقريبا في العدد الأول والثاني والرابع بـ 29%، 03 وأقلها في العدد الثالث بـ 12%، 9، أما أسفل الصفحة سجل أعلى نسبة في العدد الأول بـ 30%، 43 وأقلها بـ 21%، 73 أما أسفل يسار الصفحة سجل أعلى نسبة في العدد الأول بـ 27%، 27 وأقلها في العدد الرابع بـ 36%، 36 .

### جدول رقم "12": يوضح فئة موقع الخبر لشهر أبريل:

أسفل الصفحة				وسط الصفحة						أعلى الصفحة									
يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين		يسار		وسط		يمين			
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك		
25	13	26,08	6	27,02	10	31,25	10	26,31	5	23,80	10	32,25	10	33,33	3	28,57	4	العدد	1
25	13	30,43	7	21,62	8	25	8	31,57	6	26,29	11	25,80	8	33,33	3	21,42	3	العدد	2
10,23	10	21,73	5	24,32	9	21,87	7	15,78	3	21,42	9	19,32	6	22,22	2	35,71	5	العدد	3
30,76	16	21,73	5	27,02	10	21,87	7	26,31	5	28,57	12	22,58	7	11,11	1	14,28	2	العدد	4
100	52	100	23	100	37	100	32	100	19	100	42	100	31	100	9	100	14	المجموع	

يمثل الجدول أعلاه نسبة موقع الخبر لشهر أبريل حيث سجل يمين أعلى الصفحة أعلى نسبة في العدد الثالث بـ 35,71% وأقل نسبة بالعدد الرابع بـ 14,28%، أما أعلى

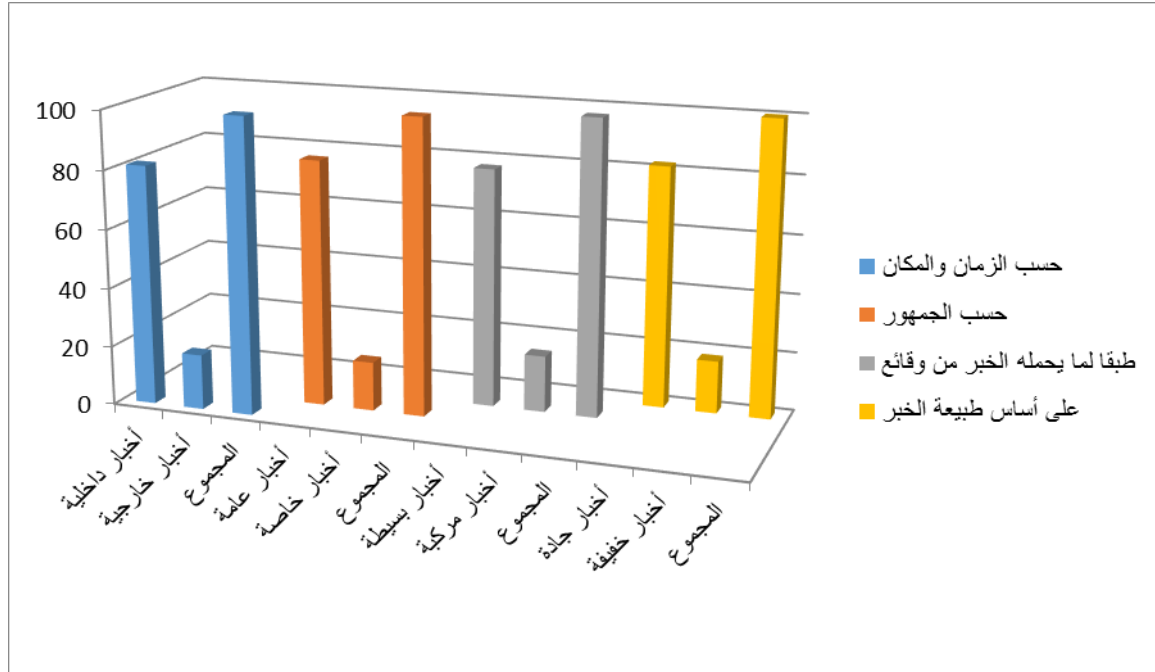
## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

وسط الصفحة ف سجل أعلى نسبة في العدد الاول والثاني ب%33,33 وأقل نسبة سجلها العدد الرابع ب %11,11، أما أعلى يسار الصفحة ف سجل أعلى نسبة في العدد الأول ب%32,25 أما أقلها في العدد الثالث %19,32. أما جزء وسط يمين الصفحة سجل أعلى نسبة في العدد الرابع ب%28,75 أما أقلها في العدد الثالث ب%21,42 أما وسط وسط الصفحة سجل أعلى نسبة في العدد الثاني ب %31,75 أما أقلها في العدد الثالث ب%15,78، أما وسط يسار الصفحة ف سجل أعلى نسبة في العدد الأول ب%31,25 وأقل نسبة كانت للعدد الثالث والرابع بنسبة %21,78. وأسفل يمين الصفحة سجل العدد الأول والرابع أعلى نسبة ب%27,02 وأقل نسبة كانت للعدد الثاني ب %21,62 اما أسفل وسط الصفحة ف سجل العدد الثاني أعلى نسبة%30,42 أما أقل نسبة ف سجلها العدد الثالث والرابع بنسبة%21,73، أما أسفل الصفحة سجل العدد الرابع أعلى نسبة والعدد الثالث سجل أقل نسبة.

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم "13": يوضح نوع " طبيعة" الخبر الإلكتروني:

صحيفة الشروق الإلكترونية		فئة طبيعة الخبر	
النسبة المئوية	التكرار		
81,36	908	أخبار داخلية	حسب الزمان والمكان
18,64	208	أخبار خارجية	
100	1116	المجموع	
83,42	931	أخبار عامة	حسب الجمهور
16,58	185	أخبار خاصة	
100	1116	المجموع	
80,82	902	أخبار بسيطة	طبقاً لما يحمله الخبر من وقائع
19,18	214	أخبار مركبة	
100	1116	المجموع	
82,08	916	أخبار جادة	على أساس طبيعة الخبر
17,92	200	أخبار خفيفة	
100	1116	المجموع	



شكل -3- فئة نوع " طبيعة" الخبر الإلكتروني.

تم في هذه الفئة تقسيم الخبر إلى أنواع حسب مجالات متعددة لها وهو ما يوسع نقطة البحث في جزئيات مختلفة لطبيعة الخبر، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية تعتمد على أنواع محددة من الخبر الإلكتروني على حسب إختلاف

طبيعتها ومنها تركز الصحيفة الإلكترونية على الأخبار الداخلية أو المحلية التي بلغت نسبتها %81,36 بتكرار 908 مرة في حين بلغت الأخبار الخارجية نسبة %18,64 بتكرار 208، أما ما يتعلق بطبيعة الأخبار حسب الجمهور فقدت اتجهت الصحيفة بتناول الأخبار العامة للجمهور العام ب%83,42 بتكرار 931 مرة كما اتجهت نحو الإعتماد على الأخبار البسيطة بنسبة %80,82 بتكرار 902 مرة ليليه استخدام الأخبار المركبة بنسبة قليلة %19,18 بتكرار 214 مرة، أما بالنسبة للتقسيم على أساس طبيعة الخبر فقد مالت الصحيفة الإلكترونية للأخبار الجادة والتركيز عليها التي بلغت نسبتها %82,08 بتكرار 916 مرة، لتقابلها الأخبار الخفيفة التي تلم تعتمد عليها الصحيفة بشكل كبير حيث بلغت نسبتها %17,92 بتكرار 200 مرة.

- **تصنيف الأخبار الإلكترونية حسب الزمان والمكان:** تناولت الصحيفة الإلكترونية الأخبار الداخلية بشكل كبير مقارنة بالأخبار الخارجية كونها تسعى للاهتمام بما يحصل داخل المجتمع بشكل كبير باعتبارها تقدم أهم المستجدات التي تحدث داخله للجمهور والتي ترتبط بحياتهم اليومية على حسب موضوع الخبر في حين أن الأخبار الخارجية كانت بنسبة اهتمام أقل لدى الصحيفة الإلكترونية وهذا لأنها لا ترتبط بحياة الأفراد الجزائريين لهذا يكون اهتمامها بها ضئيل.

- **تصنيف الاخبار حسب الجمهور:** فيما يخص هذا التقسيم فقد اهتمت الصحيفة بنشر الاخبار العامة لأنها تتناول الشأن العام ولأنها تخص فئة كبيرة من الجمهور على عكس الأخبار الخاصة التي تلفت انتباه فئة معينة قد تدخل ضمن مجال اهتمامهم .

- **تصنيف الاخبار طبقا لما يحمله الخبر من وقائع:** تعتمد الصحيفة على الاخبار البسيطة بشكل أكبر بكثير من الأخبار العامة نظرا لأن البيئة الرقمية تعتمد على الدقة والسرعة والآنية والإختصار مع ضرورة أن يتضمن الخبر كافة المعلومات التي تجيب على الأسئلة الستة أما الاخبار المركبة فلم تعتمد عليها الصحيفة بشكل كبير لتجنب الروابط التشعبية.

- **تصنيف الاخبار على أساس طبيعة الخبر:** ركزت الصحيفة على الأخبار الجادة من كونها تسعى لنقل الحقائق كما جرت وهذا لتزويد الجمهور بمختلف الأحداث المحيطة بهم

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

من أجل التأثير على حياتهم اليومية، في حين أنها لم تركز على الأخبار الخفيفة بشكل كبير باعتبارها تؤثر على نفسية الجماهير لأنها تتناول أخبار المشاهير .

### جدول رقم "14": يوضح فئة طبيعة الأخبار الإلكترونية لشهر ديسمبر:

على أساس طبيعة الخبر		طبقا لما يحمله الخبر من وقائع						حسب الجمهور				حسب الزمان والمكان					
												أخبار خارجية		أخبار داخلية			أخبار خاصة
ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م
37,84	14	29,29	58	29,78	14	31,38	59	25,64	10	31,63	62	44,44	12	28,85	60	العدد 1	
21,62	8	28,28	56	25,53	12	27,13	51	25,64	10	27,55	54	14,81	4	28,85	60	العدد 2	
21,62	8	20,20	40	21,27	10	20,21	38	25,64	10	19,39	38	22,22	6	20,19	42	العدد 3	
18,91	7	22,22	44	23,40	11	21,27	40	23,07	9	21,43	42	18,52	5	22,11	46	العدد 4	
	37	100	198	100	47	100	188	100	39	100	196	100	27	100	208	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل طبيعة الخبر في الأعداد المختارة من شهر ديسمبر نلاحظ أن الأخبار الداخلية كانت مرتفعة في العدد الأول والثاني بنسبة 28%، 85 بتكرار 60 مرة ليليه العدد الرابع بنسبة 22%، 11 بتكرار 5 مرات، ثم اخر نسبة للعدد الرابع في الأخبار الداخلية قدرت ب 20%، 19، بتكرار 42 مرة .

أما الأخبار الخارجية فقد سجلت في العدد الأول 44%، 44 بتكرار 12 مرة وهي أعلى نسبة مقارنة بالعدد الثالث المقدر ب 22%، 22 بتكرار 6 مرات، والعدد الرابع ب 18%، 52 بتكرار 5 مرات والعدد الثاني الذي يحمل كأقل نسبة وهي 14%، 81 بتكرار 4 مرات فقط .

في حين أن الأخبار الخاصة كانت نسبها متساوية تقريبا بنسبة 25,64% بتكرار 10 مرات نظرا لن الصحيفة تعنى بالأخبار التي تهم الشأن العام أكثر من الخاص.

كما أن الأخبار البسيطة قد حمل العدد الأول فيها أكبر نسبة ب 31,38% بتكرار 59 مرة وآخر نسبة كانت للعدد الثالث والرابع. أما الأخبار المركبة فالعدد الأول يحمل أكبر نسبة قدرت ب 29,78% بتكرار 14 مرة، اما أقل نسبة كانت للعدد الثالث ب%

### جدول رقم "15": يوضح فئة طبيعة الخبر الإلكتروني لشهر جانفي:

على أساس طبيعة الخبر		طبقا لما يحمله الخبر من وقائع						حسب الجمهور				حسب الزمان والمكان					
												أخبار خارجية		أخبار داخلية			أخبار خاصة
ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م
28,12	9	29,33	44	10	2	30,86	50	24	6	28,02	44	27,27	6	29,38	47	العدد 1	
25	8	19,33	29	30	6	19,13	31	12	3	21,66	34	13,64	3	21,25	34	العدد 2	

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

28,12	9	17,33	26	20	4	18,52	30	20	5	18,47	29	18,18	4	18,75	30	3	العدد
21,87	7	34	51	35	7	31,48	51	32	8	31,85	50	40,91	9	30,63	49	4	العدد
100	32	100	150	100	20	100	162	100	25	100	157	100	22	100	160		المجموع

### جدول رقم "16": يوضح فئة طبيعة الخبر الإلكتروني لشهر فيفري:

حسب الزمان والمكان		حسب الجمهور				طبقا لما يحمله الخبر من وقائع				على أساس طبيعة الخبر				العدد			
أخبار داخلية		أخبار عامة		أخبار خاصة		أخبار بسيطة		أخبار مركبة		أخبار جادة		أخبار خفيفة					
ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م				
33	27,97	17	32,69	42	29,37	8	29,63	43	30,71	7	23,33	39	28,68	11	32,35	1	العدد
38	32,22	16	30,77	46	32,17	8	29,63	40	28,57	14	56,67	44	32,35	10	29,41	2	العدد
47	39,83	19	36,54	55	38,46	11	40,74	57	40,71	9	30	53	38,97	13	38,25	3	العدد
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	4	العدد
118	100	52	100	143	100	27	100	140	100	30	100	136	100	34	100		المجموع

### جدول رقم "17": يوضح فئة طبيعة الخبر الإلكتروني لشهر مارس:

حسب الزمان والمكان		حسب الجمهور				طبقا لما يحمله الخبر من وقائع				على أساس طبيعة الخبر				العدد			
أخبار داخلية		أخبار عامة		أخبار خاصة		أخبار بسيطة		أخبار مركبة		أخبار جادة		أخبار خفيفة					
ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م				
44	25,14	29	30,53	49	25,65	24	30,38	56	26,29	17	29,82	46	25,14	27	31,03	1	العدد
48	27,43	23	24,21	51	26,70	20	25,32	61	28,64	10	17,54	49	26,78	22	25,29	2	العدد
39	22,28	14	14,74	42	21,99	11	13,92	40	18,78	13	22,81	42	22,95	11	12,64	3	العدد
44	25,14	29	30,52	49	25,65	24	30,38	56	26,29	17	29,82	46	25,13	27	31,03	4	العدد
175	100	95	100	191	100	79	100	213	100	57	100	183	100	87	100		المجموع

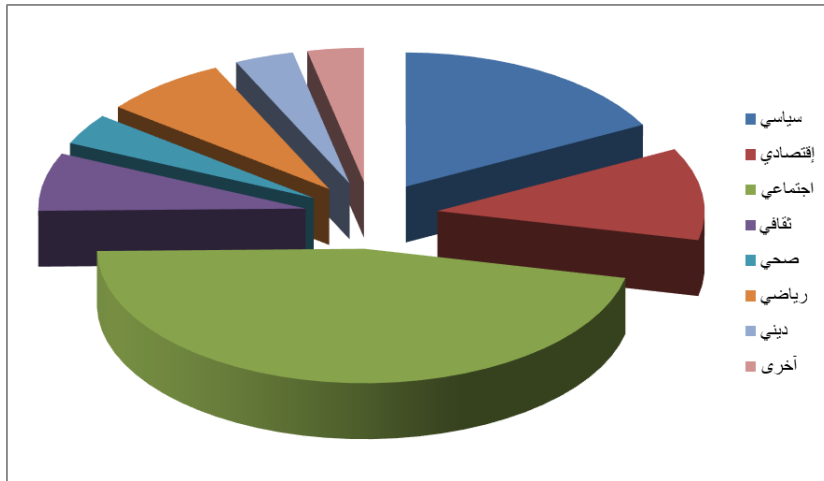
### جدول رقم "18": يوضح فئة طبيعة الخبر الإلكتروني لشهر أبريل:

حسب الزمان والمكان		حسب الجمهور				طبقا لما يحمله الخبر من وقائع				على أساس طبيعة الخبر				العدد			
أخبار داخلية		أخبار عامة		أخبار خاصة		أخبار بسيطة		أخبار مركبة		أخبار جادة		أخبار خفيفة					
ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م				
48	23,30	16	30,18	57	25,11	7	23,33	61	25,20	3	17,65	55	25	9	23,08	1	العدد
39	18,93	9	16,98	44	19,38	4	12,12	46	19	2	11,76	42	19,09	6	15,38	2	العدد
62	30,10	15	28,30	65	28,63	10	30,30	70	28,92	7	14,18	64	29,09	13	33,33	3	العدد
57	27,67	13	24,52	61	26,87	9	27,27	65	26,86	5	29,41	59	26,82	11	28,21	4	العدد
206	100	53	100	227	100	30	100	242	100	17	100	220	100	39	100		المجموع

3- عرض وتحليل نتائج فئات المضمون لعينة الدراسة

جدول رقم "19": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني:

صحيفة الشوق اليومي الإلكتروني		فئة الموضوع
النسبة المئوية	التكرار	
17,38	194	سياسي
11,11	124	إقتصادي
46,24	516	اجتماعي
6,99	78	ثقافي
3,76	42	صحي
7,53	84	رياضي
3,58	40	ديني
3,41	38	أخرى
100	1116	المجموع



شكل-4- فئة موضوع الخبر الإلكتروني.

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تناول هذا الجدول فئة أهم المواضيع التي تم تناولها في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية، حي اختلفت نسبة تناول المواضيع الإخبارية وهو ما توصلت إليه نتائج الدراسة، حيث ركزت صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية بشكل كبير على المواضيع الاجتماعية كأحد أهم أولوياتها بنسبة بلغت %46,24 بتكرار 516 مرة نظرا لأن هذا النوع من المواضيع عادة ما يحمل في طياته عنصر الأنية والفورية في نقل الأحداث التي تخص المجتمع أول بأول من إصلاحات أو طرح إنشغالات المواطنين، لتركز بعد ذلك على المواضيع السياسية كثاني أهم أولوياتها الموضوعاتية بنسبة %17,38 بتكرار 194 مرة نظرا لما تحمله من مواضيع تهم الشأن العام للمجتمع الجزائري وتشغل حيزا هاما من اهتمامات الجمهور، أما المواضيع الإقتصادية فقد كانت ثالث ترتيب بنسبة قدرت بحوالي %11,11 بتكرار 124 مرة لما تحمله من أهمية بالغة تخص مشاريع جديدة أو تقلبات أسعار السوق وغيرها، لتليها باقي المواضيع بنسبة قليلة مقارنة بباقي المواضيع السابقة التي كانت كالتالي : المواضيع الرياضية %7,53 بتكرار 84 مرة، المواضيع الثقافية %6,99 بتكرار 78 مرة، المواضيع الصحية %3,76 بتكرار 42 مرة، المواضيع الدينية %3,58 بتكرار 40 مرة، أما المواضيع الأخرى كأقل نسبة قدرت ب %3,41 بتكرار 38 مرة.

### جدول رقم "20": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر ديسمبر:

العدد	سياسي		اقتصادي		اجتماعي		ثقافي		صحي		رياضي		ديني		أخرى	
	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م
العدد1	9	32,14	8	42,11	35	27,34	8	42,11	3	50	5	35,71	1	20	4	25
العدد2	8	28,57	4	21,05	30	23,44	5	26,33	1	16,67	2	14,29	3	60	7	43,75
العدد3	5	17,86	3	15,79	32	25	3	15,79	1	16,67	4	28,57	0	0	3	18,75
العدد4	6	21,43	4	21,05	31	24,22	3	15,79	1	16,67	3	21,43	1	20	2	12,5
المجموع	28	100	19	100	128	100	19	100	6	100	14	100	5	100	16	100

### جدول رقم "21": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر جانفي:

العدد	سياسي		اقتصادي		اجتماعي		ثقافي		صحي		رياضي		ديني		أخرى	
	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م
العدد1	9	29,03	4	22,22	25	26,60	2	22,22	2	40	3	25	2	25	2	40
العدد2	6	19,35	3	16,67	22	23,40	2	22,22	1	20	2	16,67	2	25	0	0
العدد3	3	9,68	1	5,55	20	21,28	2	22,22	0	0	2	16,67	1	12,5	1	20
العدد4	11	35,48	5	27,78	27	28,72	3	33,33	2	40	5	41,67	3	37,5	2	40
المجموع	31	100	18	100	94	100	9	100	5	100	12	100	8	100	5	100

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

### جدول رقم "22": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر فيفري:

العدد	سياسي		اقتصادي		اجتماعي		ثقافي		صحي		رياضي		ديني		أخرى	
	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك
العدد1	9	28,12	5	25	21	28	2	25	3	37,5	5	41,66	4	44,44	2	33,33
العدد2	10	31,25	6	30	25	33,33	2	25	3	37,5	3	25	1	11,11	3	50
العدد3	13	40,62	9	45	29	38,66	4	50	2	25	4	33,33	4	44,44	1	16,66
العدد4	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	32	100	20	100	75	100	8	1000	8	100	12	100	9	100	6	100

يمثل الجدول أعلاه نسبة موضوع الخبر لشهر فيفري حيث سجل العدد الثالث أعلى نسبة المواضيع السياسية بـ 40%، 62 وأقل نسبة في العدد الأول بـ 28%، 12، أما المواضيع الاقتصادية أعلى نسبة بها 45% وأقلها 25 في العدد الأول، المواضيع الثقافية سجل العدد الثالث أعلى نسبة بـ 50، المواضيع الصحية أعلى نسبة بها 37%، 5 للعدد الثاني والأول أما العدد الثالث فقد سجل أدنى نسبة بـ 25، المواضيع الرياضية أعلى نسبة بها 41%، 66 في العدد الأول وأدناها في العدد الثالث بـ 25، المواضيع الدينية أعلى نسبة بها 44%، 44 في العدد الأول والثالث وأدناها العدد الثاني بـ 11%، 11، المواضيع الأخرى أعلى نسبة بها في العدد الأول بـ 35%، 33 وأدناها 16%، 66.

### جدول رقم "23": يوضح فئة موضوع الخبر الإلكتروني لشهر مارس:

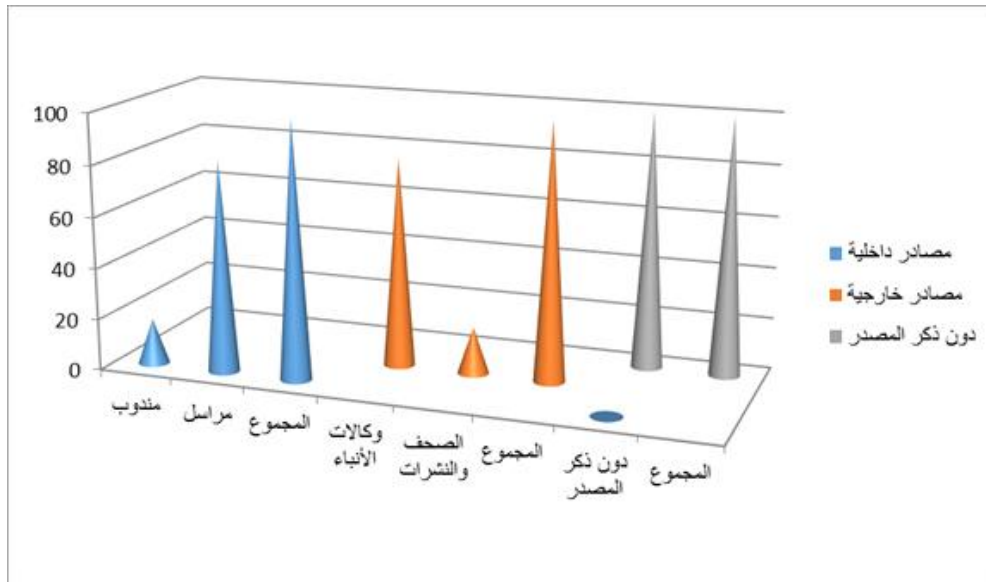
العدد	سياسي		اقتصادي		اجتماعي		ثقافي		صحي		رياضي		ديني		أخرى	
	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك
العدد1	15	28,84	9	26,47	31	26,95	2	28,57	4	17,39	5	23,80	3	21,42	0	0
العدد2	11	21,15	7	20,58	31	29,95	1	14,28	5	21,73	7	33,33	4	28,57	2	50
العدد3	10	19,23	9	26,47	21	18,26	2	28,57	8	34,78	4	19,11	3	21,42	1	25
العدد4	16	30,76	9	26,47	32	27,82	2	28,57	6	26,08	5	23,80	4	28,57	1	25
المجموع	52	100	34	100	115	100	7	100	23	100	21	100	14	100	4	100

### جدول رقم "24": يوضح موضوع الخبر الإلكتروني لشهر أبريل:

العدد	سياسي		اقتصادي		اجتماعي		ثقافي		صحي		رياضي		ديني		أخرى	
	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك
العدد1	11	21,57	8	24,24	25	24,04	5	20	1	11,11	4	21,05	2	18,18	3	42,86
العدد2	7	13,72	5	15,15	23	22,11	4	16	1	11,11	3	15,79	4	36,36	1	14,28
العدد3	18	35,29	11	33,33	29	27,88	9	36	4	44,44	7	36,84	3	27,27	2	28,57
العدد4	16	31,37	9	27,28	27	25,96	7	28	3	33,33	5	26,31	1	9,09	1	14,28
المجموع	51	100	33	100	104	100	25	100	9	100	19	100	11	100	7	100

جدول رقم "25": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني:

صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية		فئة مصادر الخبر	
النسبة المئوية	التكرار		
17,58	167	المندوب	مصادر داخلية
82,42	783	المراسل	
100	950	المجموع	
81,82	99	وكالات الأنباء المحلية والعالمية	مصادر خارجية
18,18	22	الصحف والنشرات الخارجية	
100	121	المجموع	
100	45	دون ذكر المصدر	
100	45	المجموع	



شكل 5- فئة مصادر الخبر الإلكتروني.

تم تقسيم هذه الفئة إلى ثلاثة أجزاء كانت على النحو التالي :

الجزء الأول والذي تضمن المصادر الداخلية حي تم الإعتماد بشكل كبير على المراسل الصحفي كأحد أهم المصادر الداخلية وهو ما أشارت إليه نسبة الدراسة 82,42% بتكرار 783 مرة، أما فيما يتعلق بالمصدر الثاني للأخبار الإلكترونية فقد حظي المنسوب بنسبة قليلة لم تتجاوز 17,58% بتكرار 167 مرة، وما يرتبط بالجزء الثاني فقد تضمن المصادر الخارجية التي انقسمت بدورها إلى مصدرين حيث اعتمدت صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية بشكل كبير على وكالات الأنباء المحلية والعالمية بنسبة 81,82%

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

بتكرار 99 مرة على عكس مصدر الصحف والنشرات الخارجية التي كانت بنسبة قليلة 18,18% بتكرار 22 مرة، في حين ركز الجزء الثالث على الأخبار التي لم تذكر مصادرها بنسبة أقل إذا ما قارناها بالمصادر الداخلية والخارجية والتي تكررت 45 مرة فقط.

ويعود سبب استخدام صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية للمصادر الداخلية كونها تبعث بالمصداقية والموثوقية التي تميز الخبر المنقول لدى الجمهور، حيث كلما كان المراسل والمندوب أسرع في التقاط الخبر كلما منحوا الصحيفة سبق الصحفي والآنية في نقل الأخبار. أما ما يرتبط بالمصادر الخارجية فلم يتم الإعتماد عليها بشكل كبير بسبب أن مضمون أخبار هذه المصادر يكون متماثلاً في الصحف الإلكترونية الأخرى ولا يمكن الإختلاف فيه إلا إذا اختلف المضمون، وهو ما يجعل نوعاً من الروتين والملل على هذه الأخبار، لهذا تلجأ الصحيفة للإعتماد على مصادرها الداخلية في جمع الأخبار ساعية لتمييز في نقل أخبارها الإلكترونية عن غيرها ولإبراز سياستها التحريرية في حين أن الأخبار التي لم يرد ذكر مصدرها كون الصحيفة تعلم أن عدم ذكر المصدر يعرض الخبر للتظليل والإشاعة ويقلل من مصداقية الصحيفة.

### جدول رقم "26": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني لشهر ديسمبر:

دون ذكر المصدر		مصادر خارجية				مصادر داخلية				
دون ذكر المصدر		صحف ونشرات		وكالات الأنباء		مراسل		مندوب		
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	
72,72	8	100	2	30,43	7	26,90	46	39,28	11	العدد1
9,09	1	0	0	26,09	6	28,07	48	17,86	5	العدد2
9,09	1	0	0	26,09	6	21,05	36	23,43	6	العدد3
9,09	1	0	0	17,39	4	23,98	41	23,43	6	العدد4
100	11	100	2	100	23	100	171	100	28	المجموع

### جدول رقم "27": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني لشهر جانفي:

دون ذكر المصدر		مصادر خارجية				مصادر داخلية				
دون ذكر المصدر		صحف ونشرات		وكالات الأنباء		مراسل		مندوب		
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	
20	1	25	1	29,41	5	24,41	28	22,58	11	العدد1
0	0	25	1	23,52	4	23,89	27	23,25	10	العدد2
40	2	0	0	17,76	2	20,35	23	16,28	7	العدد3
40	2	50	2	35,29	6	30,97	35	34,88	15	العدد4
100	5	100	4	100	17	100	113	100	43	المجموع

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

### جدول رقم "28": يوضح مصادر الخبر الإلكتروني لشهر فيفري:

دون ذكر المصدر		مصادر خارجية				مصادر داخلية				
دون ذكر المصدر		صحف ونشرات		وكالات الأنباء		مراسل		مندوب		
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	
16,67	1	0	0	31,25	5	32,14	36	28,12	9	العدد 1
33,33	2	50	2	31,25	5	35,71	40	62,40	13	العدد 2
50	3	50	2	37,5	6	32,14	36	31,25	10	العدد 3
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	العدد 4
100	6	100	4	100	16	100	112	100	32	المجموع

### جدول رقم "29": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني لشهر مارس:

دون ذكر المصدر		مصادر خارجية				مصادر داخلية				
دون ذكر المصدر		صحف ونشرات		وكالات الأنباء		مراسل		مندوب		
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	
30	3	0	0	27,27	6	30,96	61	28,57	10	العدد 1
20	2	50	3	22,73	5	24,87	49	25,71	9	العدد 2
0	0	16,66	1	18,18	4	12,25	34	20	7	العدد 3
50	5	33,33	2	38,81	7	26,90	53	25,71	9	العدد 4
100	10	100	6	100	22	100	197	100	35	المجموع

### جدول رقم "30": يوضح فئة مصادر الخبر الإلكتروني لشهر أبريل:

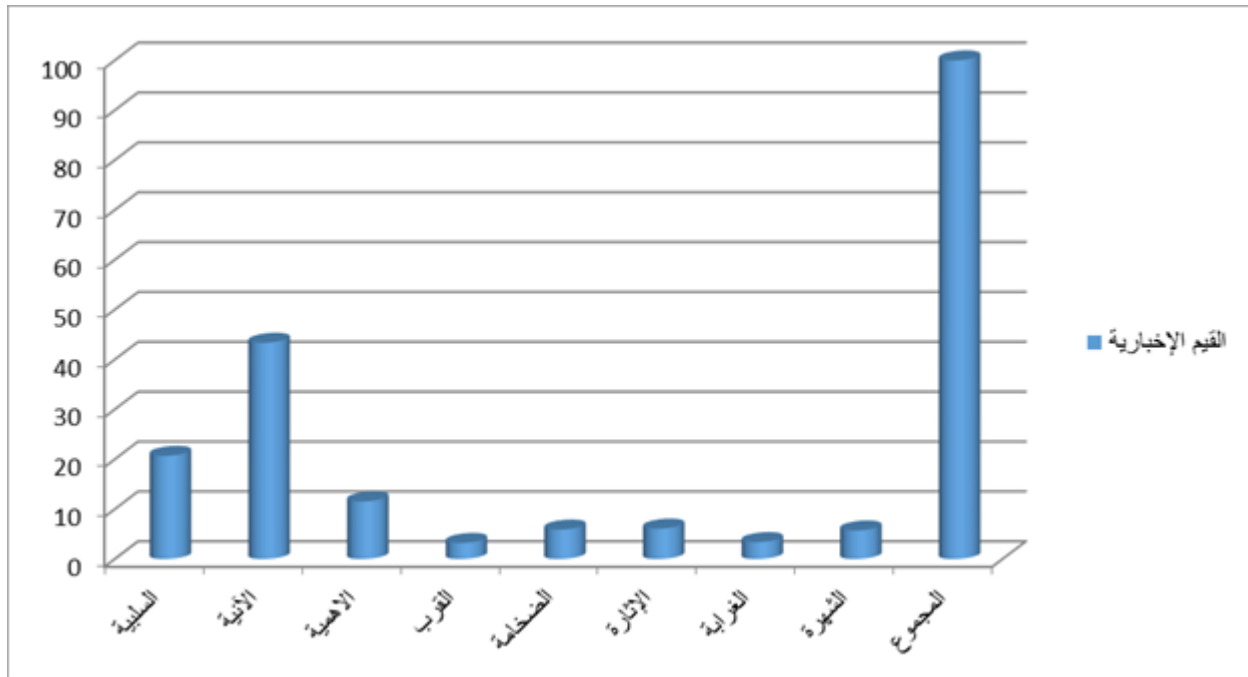
دون ذكر المصدر		مصادر خارجية				مصادر داخلية				
دون ذكر المصدر		صحف ونشرات		وكالات الأنباء		مراسل		مندوب		
ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	
41,67	5	60	3	21,74	5	22,10	42	27,59	8	العدد 1
25	3	0	0	21,74	5	21,57	41	17,24	5	العدد 2
33,33	4	20	1	30,43	7	30,52	58	31,03	9	العدد 3
0	0	20	1	26,09	6	25,79	49	24,13	7	العدد 4
100	12	100	5	100	23	100	190	100	29	المجموع

يمثل الجدول أعلاه نسب مصادر الخبر الإلكتروني لشهر أبريل حيث نرى أن أعلى نسبة في المصادر الداخلية كانت في العدد الثالث لكل من المندوب بـ 31%، 03 بتكرار 9 مرات والمراسل بـ 30%، 52 بتكرار 58 وأقل نسبة موجودة في العدد الثاني فالمندوب نسبته 17%، 24 ونسبة المراسل 21%، 57، أما المصادر الخارجية فوكالات الأنباء المحلية والعالمية سجلت أعلى نسبة بها في العدد الثالث بـ 30%، 43 وادنى نسبة 21%، 74 في العدد الأول والثاني، أما الصحف والنشرات العالمية أعلى نسبة بها 60% وأدناها في العدد الثالث والرابع . في حين دون ذكر المصدر سجل أعلى نسبة في العدد الأول 41%، 64 في العدد الثاني بتكرار 25 .

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

### جدول رقم "31": يوضح فئة القيم الإخبارية في الخبر الإلكتروني:

صحيفة الشروق اليومية الإلكترونية		فئة القيم الإخبارية
النسبة المئوية	التكرار	
20,70	231	السلبية
43,37	484	الآنية (الفورية)
11,56	129	الأهمية
3,23	36	القرب
5,91	66	الضخامة
6,10	68	الإثارة
3,40	38	الغرابة
5,73	64	الشهرة
100	1116	المجموع



### شكل-6- فئة القيم الإخبارية في الخبر الإلكتروني.

أشارت نتائج الجدول أعلاه إلى أن صحيفة الشروق الإلكترونية قد استخدمت قيمة الآنية كأكثر قيمة إخبارية في الأخبار بنسبة 43,37% بتكرار 484 مرة، وذلك راجع إلى محاولة الصحيفة إطلاع الجمهور بالأخبار حال حدوثها وتحقيق سبق الصحفي على نظيراتها من الصحف الإلكترونية الأخرى، لتركز بعد ذلك على قيمة السلبية كثاني أهم أولوياتها بنسبة 28,70 % بتكرار 231 مرة نظرا لما تحمله الأخبار ذات عنصر السلبية

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

من قضايا فساد وصراع وتبييض أموال وإختلاسات مكانة عالية في المجتمع الجزائري خاصة في فترة الانتقال إلى الجزائر الجديدة ومحاربة الفساد المالي وأما قيمة الأهمية فكانت ثالث ترتيب بنسبة قدرت ب%11,56 بتكرار 129 مرة كون الصحيفة تعنى بالآخبار المهمة والتي لها صدى كبير في المجتمع قيمة الإثارة فنسبتها %6,10 بتكرار 68 مرة حيث تلجأ صحيفة الدراسة لاستخدامها في أخبار المثيرة للجدل لضمان التربع على قاعدة جماهيرية واسعة وضمان تفاعل الجمهور معها، لتليها باقي القيم الأخرى بنسب قليلة متفاوتة مقارنة مع بالقيم السابقة الذكر والتي كانت كالتالي قيمة الضخامة لا تتجاوز %5,91 بتكرار 66 مرة تقلل منها الصحيفة لكونها تستخدم الأخبار البسيطة والتي تحمل قدرا أقل من المعلومات على الآخبار المركبة، في حين أن نسبة الشهرة لم تتعدى %5,73 بتكرار 64 مرة، ثم قيمة الغرابة بنسبة %3,40 بتكرار 38 مرة وهذا لأن الأخبار الخارجة عن المؤلف نادرا ما تحدث، لنصل إلى آخر وهي قيمة القرب التي سجلت %3,23 بتكرار 36 مرة وهذا إحصاءا لقيمة القرب العاطفي أكثر من الجغرافي لأنها صحيفة جزائرية فمن البديهي أن أغلب الأخبار محلية .

### جدول رقم "32": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر ديسمبر:

	السلبية		الآتية		الأهمية		القرب		الإثارة		الشهرة		الضخامة		الغرابة	
	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م
العدد1	16	31,37	20	20,99	9	33,33	7	63,64	4	30,77	4	25	6	33,33	6	50
العدد2	14	27,45	25	28,74	7	25,92	1	9,09	4	30,77	5	31,25	6	33,33	2	16,67
العدد3	10	19,61	20	22,99	6	22,22	1	9,09	3	23,08	3	18,75	3	16,67	2	16,67
العدد4	11	21,57	22	23,99	5	18,52	2	18,18	2	15,38	4	25	3	16,67	2	16,67
المجموع	51	100	87	100	27	100	11	100	13	100	16	100	18	100	12	100

### جدول رقم "33": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر جانفي:

	السلبية		الآتية		الأهمية		القرب		الإثارة		الشهرة		الضخامة		الغرابة	
	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م
العدد1	9	25,71	22	25	5	25	2	33,33	3	27,27	1	12,5	2	22,22	1	20
العدد2	8	28,86	22	25	5	25	1	16,67	3	27,27	2	25	1	11,11	0	0
العدد3	7	20	19	21,59	4	20	0	0	1	9,09	2	25	2	22,22	1	20
العدد4	11	31,42	25	28,41	6	30	3	50	5	45,45	3	37,5	4	44,44	3	60
المجموع	35	100	88	100	20	100	100	100	11	100	8	100	9	100	5	100

## الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

### جدول رقم "34": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر فيفري:

الغرابية	الضخامة		الشهرة		الإثارة		القرب		الأهمية		الأنية		السلبية		العدد	
	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك		
40	2	40	4	33,33	3	20	3	16,66	1	31,51	6	30,13	22	27,27	9	1
20	1	20	2	33,33	3	26,66	4	50	3	47,36	9	32,87	24	24,24	8	2
40	2	40	4	33,33	3	53,33	8	33,33	2	21,05	4	36,98	27	48,48	15	3
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	4
100	5	100	10	100	9	100	15	100	6	100	19	100	73	100	33	المجموع

### جدول رقم "35": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر مارس:

الغرابية	الضخامة		الشهرة		الإثارة		القرب		الأهمية		الأنية		السلبية		العدد	
	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك		
25	2	28,57	4	16,67	3	16,67	2	16,67	1	29,03	9	27,13	35	32,69	17	1
12,5	1	7,14	1	11,11	2	8,33	1	0	0	22,58	7	23,25	30	21,15	11	2
37,5	3	21,42	3	38,87	7	50	6	50	3	22,58	7	19,38	25	17,31	9	3
25	2	42,86	6	33,33	6	25	3	33,33	2	25,80	8	30,23	39	28,85	15	4
100	8	100	14	100	18	100	12	100		100	31	100	129	100	52	المجموع

يمثل الجدول أعلاه نسبة القيم الإخبارية لشهر مارس، حيث أن قيمة السلبية بلغت في العدد الأول نسبة 32%، 69 بتكرار 17 مرة، وفي العدد الثالث نزلت، لتصل 1731% بتكرار 9 مرات، أما قيمة الأنية فأعلى نسبة بها في العدد الرابع ب 19%، 38 في العدد الثاني بتكرار 25،

قيمة الأهمية أعلى نسبة بها 25%، 03 في العدد الأول وأدنى نسبة في كل من العدد الثاني والثالث ب 22%، 58، قيمة القرب أعلى نسبة هي 33%، 33 بتكرار 2 في العدد الرابع وأقل قيمة بها هي 16%، 67 في العدد الأول بتكرار مرة، قيمة الأثارة أعلى نسبة بها في العدد الثالث ب 5 بتكرار 6 وأدنى قيمة ب 6%، 33 في العدد الثاني، قيمة الضخامة أعلى نسبة بها 42%، 86 بتكرار 6 وأدنى قيمة ب 7%، 14 بتكرار مرة فقط، قيمة الغرابية أعلى نسبة بها 37%، 5 بتكرار " في العدد الثالث وأقل قيمة ب 12%، 5، قيمة الشهرة أعلى نسبة بها 38%، 87 وأقل قيمة ب 11%، 11.

### جدول رقم "36": يوضح فئة القيم الإخبارية في الأخبار الإلكترونية لشهر أبريل:

الغرابية	الضخامة		الشهرة		الإثارة		القرب		الأهمية		الأنية		السلبية		العدد	
	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك	ن.م	ك		
0	0	20	3	23,07	3	16,65	3	14,28	1	18,75	6	26,16	28	35	21	1
37,5	3	20	6	23,07	2	16,65	3	14,28	1	12,5	4	23,36	25	21,66	13	2
12,5	1	40	3	15,38	2	41,18	7	42,86	3	37,5	12	21,50	23	11,67	7	3
50	4	20	3	38,47	5	23,53	4	28,57	2	31,25	10	28,97	31	31,67	19	4
100	8	100	15	100	13	100	17	100	7	100	32	100	107	100	60	المجموع

خاتمة

خاتمة:

إن الانتقال من الصحافة الورقية إلى الصحافة الإلكترونية بمفهومها الحديث قد مرت بمراحل تاريخية عديدة في استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة حيث بدأت الصحف منذ الستينات في استخدام أنظمة الجمع الإلكتروني، وفي بداية التسعينات بدأت أجهزة الحاسوب والأنترنيت تدخل بشكل مكثف إلى غرفة الاخبار حتى صارت وسيلة أساسية في جمع المعلومات والأخبار والاتصال، وهو ما أسفر عن تحول كبير في الأداء الصحفي والممارسات الصحفية فإرضاء نمط تحريري إخباري جديد يختلف عن الصحف الورقية من الناحية الشكلية من خلال النص الفائق والوصلات التشعبية متجاوزة حاجز المساحة الذي يعيق الصحفيين، كما أتاح مجال واسع لحرية الرأي لهم جعل التحلي بالمسؤولية اتجاه المجتمع واحترام الخصوصيات واجبا عليها.

حيث ما نستنتج من دراستنا التحليلية أن النمط التحريري في الصحافة الإلكترونية الجزائرية لا يختلف عن الصحافة الورقية، فصحيفة الشروق اليومي الإلكترونية عبارة عن نسخة طبق الأصل عن نظيرتها الورقية، لم يختلف فيها النمط التحريري والنمط القيمي "القيم الإخبارية" التي تخضع له الأخبار أثناء عملية التحرير عن الصحافة الورقية، حتى من الجانب الشكلي يمكن القول أن الصحفيين المحررين لم يستغلوا التقنيات الحديثة التي أتاحها الصحافة الإلكترونية من خاصية دمج النص والصوت والصورة والفيديو وميزة الروابط التشعبية مما يجعل القارئ الإلكتروني يشعر بنوع من الملل والرتابة.

وفي الأخير نستخلص أن الصحافة الإلكترونية في الجزائر لا تحمل المعنى الحقيقي الحديث لها، إنما تحمل معنى النشر الإلكتروني للصحيفة الورقية على الشبكة المعلوماتية فقط .

# قائمة المراجع والمصادر

### قائمة المصادر والمراجع:

#### أولاً:

- القرآن الكريم، سورة التحريم، الآية 3.  
1. ابن منظور، لسان العرب، م 12، دار صادر، لبنان.

#### ثانياً: المراجع

1. ابراهيم أحمد ابراهيم، فن كتابة الخبر والمقال الصحفي نظرياً وعلمياً، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2009.  
2. بسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.  
3. بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلاني، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.  
4. جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2006 ن 118.  
5. درويش اللبان شريف، الصحافة الإلكترونية- دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع-، الدار اللبنانية المصرية، مصر، 2005.  
6. ذوفان عبيدات وصاحبه، البحث العلمي: مفهومه أدواته، وأساليبه، دار أسامة، السعودية، 1996.  
7. سالم محمد معوض، الصحافة الإعلامية وتقنياتها الإتصالية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2019 .  
8. الشفيق عمر حسنين، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والإنعكاسات، مركز الإمارات لدراسات والبحوث الاستراتيجية، الإمارات، 2011.  
9. صالح بن محمد الشعيلي، القيم الخلقية في الشعر العماني الحديث ديوان أبي مسلم البهلاني مثالا، الجمعية العمانية للكتاب والأدباء، عمان، 2022.  
10. عبد العزيز خالد الشريف، الإعلام الإلكتروني، دار يافا العلمية، الأردن، 2014.

## قائمة المراجع والمصادر

11. عبد العزيز شريف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للنشر والتوزيع، مصر، 2000.
12. عبدالفتاح كنعان علي، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
13. عبدالمجيد سيد أحمد منصور، محمد بن عبدالمحسن التويجري، وآخرون، علم النفس التربوي علم النفس والاهداف التربوية سيكولوجية التعلم-سيكولوجية المتعلم التقويم التربوي- سيكولوجية التنظيم العقلي، ط9، دار العبيكان للنشر، السعودية، 2014.
14. عبدالمجيد لطفي، علم الاجتماع، ط7، دار المعارف، مصر، 1996.
15. عصام الدين مصطفى صالح، الصحافة الإلكترونية وأثرها على المؤسسات المعلوماتية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2020.
16. علي عبد الفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار اليازوري، الأردن، .
17. علي عبدالفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2014.
18. فتحي حسين عامر، الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
19. لارامي وفالي، البحث العلمي في الإتصال، ترجمة: ميلود سفاري وآخرون، ط2، مخبر علم اجتماع الإتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2009.
20. محمد خليل الرفاعي، فلك صبيبة، تحرير الصحافة الإلكترونية، من منشورات الجامعة السورية الافتراضية، سوريا، 2020.
21. محمد عبدالسلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مكتبة نور، مصر، 2020.
22. محمد يونس، الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي النشأة والتطور، الدار المصرية اللبنانية المصرية، مصر، 2014.
23. مدحت أبو النصر، قواعد ومراحل البحث العلمي دليل إرشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه، مجموعة النيل العربية طباعة نشر وتوزيع، مصر، 2004.
24. مرعى مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، مصر، ب-ت.
25. مصطفى دعمس، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

## قائمة المراجع والمصادر

26. مهند سليمان النعيمي، ألف باء تاء، صحافة، نشر شخصي للمؤلف، 2017.
27. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: صحراوي بوزيد، وآخرون، ط6، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004.
28. ياسين عبدالمنعم ياسين، أنا صحافي كتاب في الصحافة، دار الكتب، مصر، 2019.

### الرسائل الجامعية :

- 1- سامية نجاعي، القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي النهار والشعب الإلكترونيتين، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021-2022.
- 2- صونية قراروي، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية عن عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة، قسم: العلوم الإنسانية، محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012.
- 3- فؤاد بداني، سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران 2، وهران، 2015-2016.
- 4- فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي جانفي - ديسمبر 2007، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011-2012.

## قائمة المراجع والمصادر

---

### المجلات :

- 1- البشير الغول أحمد، نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)دراسة توثيقية، مجلة كلية الآداب، الجزء الأول، العدد الثاني والعشرون، جامعة الزاوية، ليبيا، 2016.
2. السعيد بومعيزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 8، 1992.
3. محمد منير الحجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003.

## ملخص الدراسة:

جاءت دراستنا للبحث في أهم القيم الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية معتمدين عن المنهج الوصفي بأسلوب تحليل مضمون بحيث قمنا بتحليل أعداد من صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية و ذلك بتقسيم العمل التطبيقي إلى فئتين هما فئات الشكل التي تناولنا فيها طبيعة الخبر وموقعه، وفئات المضمون التي تناولنا فيها مواضيع الخبر و مصادره إلى جانب أهم القيم الإخبارية المستخدمة فيه، و توصلت الدراسة لجملة من النتائج أهمها:

أن النمط التحريري و النمط القيمي "القيم الإخبارية" التي تخضع له الأخبار أثناء عملية التحرير في صحيفة الشروق اليومي الإلكترونية لا يختلف عن نظيرتها الورقية ، حتى من الجانب الشكلي لم تستخدم الصحيفة مميزات وتقنيات الصحافة الإلكترونية المتمثلة في تعدد الوسط والروابط التشعبية..... إلخ.

**الكلمات المفتاحية:** القيم الإخبارية، الصحافة الإلكترونية، الخبر الإلكتروني، الشروق اليومي.

## Summary

**Our study came to research the most important news values in the Algerian electronic press in the electronic daily newspaper Al-Shorouk relying on the descriptive approach in a content analysis method so that we analyzed the numbers of the electronic daily newspaper Al-Shorouk by dividing the applied work into two categories, namely the categories of form in which we dealt with the nature of the news and its location, and the content categories in which we dealt with the topics of the news and its sources in addition to the most important news values used in it, and the study reached a number of results, the most important of which are:**

**The editorial style and value style "news values" to which news is subjected during the editing process**

**In the electronic daily newspaper Al-Shorouk is no different from its paper counterpart, even from the formal side, the newspaper did not use the advantages and techniques of electronic journalism represented in the multiplicity of the medium and hyperlinks ..... Etcetera.**

**Keywords:** news values, electronic journalism, electronic news, daily sunrise.



Faculty of Humanities and Social Sciences  
Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2023/

### تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): حسين بن عبد الحادي

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دأخر): طاللة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 2023 15832

الصادرة بتاريخ: 14-3-2023 عن دائرة: جبل عساعيد

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والإتصال

تخصص: سوسيولوجيا الإعلام تحت رقم التسجيل: 18183908750

والمكلف بإنجاز أعمال بحث( مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه) .

عنوانها: القيم الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية

المجلة العربية من أجل تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر  
والإعلام وثقافة

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة  
الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2023-06-12

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences  
Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2023/

## تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيد(ة): عبد السلام سعويدي

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث داور): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 208383634

الصادرة بتاريخ: 2022/10/09 عن دائرة: سيدي عامر

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة و إلكترونية تحت رقم التسجيل: 181835086612

والمكلف بإنجاز اعمال بحث( مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه) .

عنوانها: النظام الإخباري في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

دراسة تحليلية لصحيفة الشروق اليومية الإلكترونية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2023/06/12

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



1985  
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
العلوم الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



**Faculty of Humanities and Social Sciences**  
Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

### وثيقة ايداع مذكرة ماستر

#### الموضوع:

التقييم الإحصائي في المصنوعات البلاستيكية الجزائرية  
دراسة تحليلية لتأثير جودة المواد البلاستيكية ونسبة

#### إعداد الطلبة:

1- جنتي يميني منصور بوزيان رقم التسجيل: 18.1835.0877.50

2- عبد السلام مدعوية رقم التسجيل: 18.1835.0866.10

القسم: علوم الأحياء (نقل الشعب): التخصيص: صياغة مطبوعات إلكترونية  
إشراف: يميني بشيخ الرتبة: أستاذ

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2022-  
2023 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص  
  
رئيس القسم

موافقة وإمضاء الاستاذة (المشرفة):

