



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



الرقم التسلسلي: 2022/.....

رقم التسجيل ط1:

رقم التسجيل ط2:

مصادقية المواقع الاخبارية في الجزائر

- دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في:

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبين:

د. بن عيسى الشيخ

- عمرو نعيمة

- هجرسي عبد الرزاق

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله و المؤمنون "

إلهي لا يطيب الليل الا بشكرك و لا يطيب النهار الا بطاعتك ..

و لا تطيب اللحظات الا بذكرك .. و لا تطيب الآخرة الا بعفوك ..

و لا تطيب الجنة الا برويتك ..

و الصلاة و السلام على من بلغ الرسالة وأدى الأمانة و نصح الأمة

نبي الرحمة سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كلهم الله بالهيبة والوقار وجعلهم نورا يضيئ لنا الدرب في الظلمات

إلى الوالدين الكريمين

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين

الحياة إلى الإخوة والاخوات

إلى اخوتنا التي لم تلههم أمهاتنا .. إلى الأصدقاء

إلى أساتذتنا الافاضل

إلى كل من يعرفنا من قريب أو بعيد

نقدم هذا العمل

عمرون

هجرسي

شكر

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا
على أداء هذا الواجب و وفقنا الى انجاز هذا العمل
لا بد لنا و نحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية
من وقفة نعود بها إلى أعوام قضيناها
في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين
جهودا جبارة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد
لذا نقدم أسمى آيات الشكر والعرفان لأساتذتنا الكرام ونخص بالتقدير
والشكر الأستاذ الدكتور "بن عيسى الشيخ" الذي أشرف على هذا العمل
كما نقدم شكرنا لجميع من قدم لنا يد العون
من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة

فهرس المحتويات

إهداء.....	
شكر.....	
فهرس الجداول.....	
فهرس الأشكال.....	
1.....	مقدمة
.....	الفصل الاول: دراسة الإطار المنهجي.....
5.....	1-1- الإشكالية.....
6.....	1-2- تساؤلات الدراسة.....
6.....	1-3- أهمية الدراسة.....
7.....	1-4- أهداف الدراسة.....
7.....	1-5- أسباب اختيار الموضوع.....
8.....	1-6- منهج الدراسة.....
8.....	1-7- أدوات جمع البيانات.....
9.....	1-8- مجتمع وعينة البحث.....
9.....	1-9- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.....
10.....	1-10- الدراسات السابقة والمشابهة.....
13.....	1-11- التعليق على الدراسات السابقة.....
.....	الفصل الثاني: مصداقية وسائل الإعلام.....
15.....	تمهيد.....
16.....	1- مصداقية وسائل الإعلام.....
16.....	1-1- مفهوم المصداقية.....
18.....	1-2- المصداقية في الاعلام الدولي.....

19	3-1- مفهوم الاعلام وأهميته
21	4-1- مفهوم مصداقية وسائل الاعلام وأهميتها
23	5-1- أبعاد مصداقية وسائل الاعلام.....
24	6-1- دور وسائل الاعلام في تقديم الخدمات العامة.....
26	خلاصة.....
	الفصل الثالث: المواقع الإخبارية الالكترونية.....
29	تمهيد.....
30	1- المواقع الالكترونية الإخبارية
30	1-1- مفهوم المواقع الإخبارية
30	1-2- نشأة وتطور المواقع الالكترونية الإخبارية.....
32	1-3- لمحة عن بعض المواقع الالكترونية الإخبارية.....
33	1-4- أنواع المواقع الإعلامية الالكترونية
35	5-1- خصائص ومميزات المواقع الالكترونية الإخبارية
36	6-1- استخدامات المواقع الالكترونية الإخبارية.....
37	7-1- أنواع المواقع الإلكترونية حسب المستويات.....
38	8-1- مصادر الأخبار على المواقع الالكترونية الاخبارية
39	9-1- معايير تقويم جودة الأخبار في المواقع الالكترونية الاخبارية
42	10-1- معايير جودة المواقع الالكترونية الاخبارية.....
44	خلاصة.....
	الجانب التطبيقي.....
	الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة
48	تمهيد.....
49	1- مجتمع الدراسة

53	2- عينة الدراسة
53	3- أدوات الدراسة.....
54	4- الخصائص السيكومترية للأداة
57	5- الأساليب الإحصائية المستخدمة
60	خلاصة.....
48	الفصل الخامس: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
62	تمهيد
63	1- مناقشة وتفسير نتائج المحور الاول
67	2- مناقشة وتفسير نتائج المحور الثاني
71	3- مناقشة وتفسير نتائج المحور الثالث
74	4- مناقشة وتفسير نتائج المحور الرابع
77	5- مناقشة وتفسير نتائج المحور الخامس
81	6- مناقشة وتحليل نتائج كل المحاور
84	استنتاجات عامة.....
85	توصيات الدراسة
88	الخاتمة
88	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
49	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	1
50	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	2
51	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	3
52	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الإعلامي	4
56	يوضح نتائج حساب الصدق المقارنة الطرفية لاستمارة الاستبيان	5
57	يوضح ثبات التجزئة النصفية لأداة الاستبيان	6
57	يوضح الثبات بمعادلة ألفا كرونباخ لأداة الاستبيان	7
63	يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الاول من استمارة الاستبيان الموجه للصحفيين	8
67	يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجه للصحفيين	9
71	يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجه للصحفيين	10
74	يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الرابع من استمارة الاستبيان الموجه للصحفيين	11
77	يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الخامس من استمارة الاستبيان الموجه للصحفيين	12
81	يبين نتائج الفرضيات ككل	13

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
49	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	1
50	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	2
51	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	3
52	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الإعلامي	4

مقدمة

مقدمة:

منذ أن توسعت الإنترنت في نشاطها وخرجت من المجال العسكري الذي ظلت حبيسة جدرانها لخدمة الأغراض العسكرية، انطلقت ثورة المعلومات و الاتصالات لتبدأ الإنترنت عصرا مدنيا جديدا يخدم الحضارة الحديثة و يحدث انقلابا في مجال الاتصال وانفجارا في المعلومات بشكل لم تعرفه البشرية من قبل.

وانعكست آثار ذلك على الإعلام، فخلقت الإنترنت أنماطا اتصالية جديدة جمعت بين القراءة والرؤية والسمع فيما يعرف بالإعلام الإلكتروني الذي كسر حواجز الزمان والمكان وجسد مقولة مارشال ماكلوهان صاحب مصطلح "القرية الكونية" الذي تنبأ به في عام 1945 من خلال إدراكه لتأثير التكنولوجيا و الإعلام الإلكتروني الذي يعمل على تكامل كوكب الأرض وهو ما يجعلنا اليوم لا نقف عند حدود مصطلح القرية الكونية بل نتعدى ذلك إلى القول بأن العالم أصبح غرفة أخبار واحدة.

وإذا كان ماكلوهان قد تنبأ بالقرية الكونية منذ عدة عقود فما نحن اليوم نعيشها واقعا ملموسا بفضل نظم الاتصال الحديثة ولا سيما الإنترنت التي أوجدت لنا ما يسمى بالمواقع الإلكترونية الإخبارية التي جعلت العالم بين أصابعك تقلبه كيف تشاء من خلال أجهزة الهاتف. وقد أتاحت المواقع الإخبارية للمستخدم الإبحار بكل سهولة و يسر بين مختلف المضامين و الأشكال الفنية و التعرف على الأخبار و الأحداث و الموضوعات المختلفة و بشكل تتوفر فيه عملية الإمتاع بسبب ما تتمتع به تلك المواقع من مميزات تقنية و فنية وفي مقدمتها الوسائط المتعددة.

ومع بداية تسعينيات القرن الماضي بدأ العديد من تجارب النشر الإلكتروني في الظهور، فكانت صحيفة هيلزنبورج داجبلا السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم، ثم توالى بعد ذلك الصحف الإلكترونية، فكانت شيكاغو أون لاين وبحلول منتصف عام 1996 و صل عدد الصحف الإلكترونية في أميركا 368 صحيفة كما ظهر العديد من الصحف الإلكترونية في فرنسا و بريطانيا وكندا.

وفي العالم العربي ومنذ منتصف التسعينيات ومع ظهور صحيفة الشرق الأوسط كأول صحيفة عربية لها موقع إلكتروني على الإنترنت في سبتمبر 1995م بدأت المواقع الإلكترونية في النمو و الانتشار، ومع ظهور قناة الجزيرة كأول فضائية عربية إخبارية متخصصة بدأت المواقع الإخبارية المرتبطة بالقنوات الإخبارية في الظهور أيضا وصاحب ذلك ظهور مواقع إخبارية غير مرتبطة بقنوات أو إذاعات إخبارية.

وفيما يتعلق بالصحافة الإلكترونية الجزائرية، فهي كمثيلاتها في الدول العربية بدأت في الظهور في أواخر عقد التسعينيات ورغم أنها كانت متأخرة نوعا ما، إلا أنها استطاعت أن تتخذ لها مكانة في السوق الإعلامية الجزائرية، مع العلم أن أول تجربة للصحافة الإلكترونية في الجزائر كانت عبارة عن نشر نسخ الكترونية للصحف الورقية المطبوعة، حتى صدرت تدريجيا صحف مستقلة بذاتها عن الصحف الورقية المطبوعة والتي انفردت بمضامين وأشكال وخصائص ميزتها عن باقي وسائل الإعلام التقليدية، فقد أتاحت تقنيات النشر الإلكتروني المتطورة للمتلقي خاصية التفاعل مع مضامينها وتحديد اتجاهاتهم نحو ما تعرضه من مواد إعلامية، إذ أن التفاعلية الحقيقية قد تشجع الجمهور على المشاركة الايجابية في استقبال المادة الإخبارية، فإذا تضمن الموقع الإخباري مميزات وخدمات تجذب بذلك المترددين عليه للعودة إليه مرة أخرى وعند ذلك سيصبح الموقع أكثر شهرة وأكثر جاذبية للمعلنين، وعليه فإن توافر إمكانيات التفاعلية في الموقع، وتوفير مضمون مناسب يلبي احتياجات المستخدم، وتعد من العناصر المهمة في نجاح التفاعلية في المواقع الإخبارية.

وتسعى الدراسة لرصد وتحليل أحد أهم الأنماط الإعلامية الجديدة وهي المواقع الإخبارية عبر الإنترنت في الجزائر وتركز على آلية من آليات الإعلام الجديد تتسم بالتخصص الإخباري وتتميز بالتفاعلية مع جمهور الإنترنت.

وفي هذا الإطار سعى الباحثان إلى تسليط الضوء على المواقع الإخبارية الجزائرية بصفة خاصة لمعرفة مسيرتها من حيث النشأة و التطور ومدى اتساق السياسات التحريرية للمواقع ومعرفة التقنيات المستخدمة فيها والكشف عن حقيقة التفاعلية وقدرة المواقع على

استخدام هذه الخاصية في إثراء العلاقة بين الموقع والجمهور، ومدى قياس المصادقية في طرح المواضيع ونقل الأخبار.

ومن أجل التعمق أكثر في موضوع الدراسة قمنا بتقسيم بحثنا إلى خمس فصول

كالتالي:

الفصل الأول: وفي دراسة الإطار المنهجي للدراسة، حيث تضمن إشكالية البحث وكذا

التساؤلات والاهمية وأهداف الدراسة، مع توضيح منهج الدراسة وأدواتها لنختمه بالدراسات السابقة والمثابفة وكذا التعليق عليها.

الفصل الثاني: وكان به الإطار النظري للدراسة حيث تضمن موضوع مصادقية وسائل

الإعلام، وذلك بما وضحنا فيه مفهوم المصادقية وكذا المصادقية في الاعلام الدولي ومفهوم الاعلام وأهميته.

الفصل الثالث: تضمن موضوع المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث قمنا بتعريف

المواقع الاخبارية الالكترونية وكذا توضيح أهميتها وكيف سهلت على العالم نقل الخبر وكذا وضحنا مدى قياس مصادقيتها.

الفصل الرابع: وكان مدخل للإطار التطبيقي، حيث تضمن الاجراءات الميدانية

للدراسة.

الفصل الخامس: وتضمن عرض ومناقشة نتائج الدراسة، لنختم بحثنا باستنتاجات

وتوصيات وكذا خاتمة شاملة لموضوع الدراسة.

الفصل الاول

دراسة الإطار المنهجي

1-1- الإشكالية:

نظرا لتنامي حجم مستخدمي وسائل الإعلام الجديد، وتزايد استخدامهم اليومي للحصول على الأخبار، ويقابله تعددية في الوسائل والتطبيقات انعكس ذلك على زيادة كمية الأخبار المنشورة بالمواقع الإخبارية وتزايد مستوى التطوير مضمونة وتقديمها، حيث أصبح لكل صحيفة مطبوعة نسخة إلكترونية، أو بوابة إخبارية على شبكة المعلومات الدولية، بالإضافة لتقديم خدمة إخبارية عبر الرسائل النصية للهواتف المحمولة وتطبيقاتها، وحتى المحطات التلفزيونية دخلت مضمار المنافسة، وأنشأت مواقع إلكترونية من أجل نيل ثقة المشاهدين وتلبية احتياجاتهم، ودخلت شبكات التواصل الاجتماعي المنافسة في نشر الأخبار، وبذلك يجد الفرد نفسه محاطة بعدد كبير من الوسائل الإعلامية، التي يتنوع نمط ملكيتها، وتختلف سياساتها التحريرية، فضلا عن كم هائل من الأخبار التي تتعدد مصادرها، لدرجة أنه قد يجد الخبر ونقيضه، إلا أن جمهور الوقت الحالي هو جمهور نشط يمتلك العديد من البدائل، والخيارات التي يستطيع من خلالها المقارنة بين المصادر الإخبارية، ومن ثم اختيار الوسيلة الإعلامية التي يثق فيها، ولا يمكن إنكار التوجه الأيديولوجي للفرد في اختيار الوسائل التي تتناسب مع توجهاته كل ذلك أثار تساؤلات كثيرة حول مدى المصادقية التي تتمتع بها المواقع الإخبارية. وهي حقيقة تقع بين طرفي المقصلة: تعددها من جهة وسعيها لتحقيق السبق من جهة أخرى. من خلال مراحل عمره المختلفة حتى أصبحت معيارا للحكم على الأشياء، يستعين به في تكوين آرائه واتخاذ قراراته، ولكن التساؤل المهم الذي تطرحه هذه الدراسة ماذا لو واجه الفرد مجموعة من الأخبار تتعارض مع نسقه المعرفي ومخزون خبراته؟ فقد تكون هذه الأخبار صحيحة، وقد تكون غير ذلك. فتعرض الفرد لمجموعة من الرسائل الإعلامية التي تتضمن معلومات وآراء وأفكار ورؤى ذات طبيعة مختلفة تصل في كثير من الأحيان إلى التناقض مما قد يترتب عليه خلق تشويش وعدم وضوح وتناقض وقلق لدى الجمهور، قد يصاحبه صراع بين النسق المعرفي لديه وما يتم استقباله من معلومات وأخبار، وهذا الشعور بالتناقض يعد دافعا ومحركا أساسيا لإعادة التوازن (الاتساق) المعرفي لدى الفرد.

ويعد الاعتماد على وسائل الإعلام ومدى الثقة فيها غاية في الأهمية خاصة عندما يتعرض الأفراد لمعلومات متضاربة حول الأحداث المختلفة من خلال التعرض للعديد من المضامين الإعلامية في وسائل الإعلام.

وفي ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام وطبيعة الأحداث التي تتميز بالسرعة في التغطية الإخبارية، أصبحت دراسة معايير مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن.

إن إدراك الأفراد لمصداقية الوسيلة الإعلامية يرتبط إيجابياً مع انتقائهم لوسيلة إعلامية دون أخرى كما يزيد من فاعلية ونجاح وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الأفراد، بل وتشكيل وصياغة الواقع الاجتماعي، لذا غنيت الدراسة الحالية بقياس مؤشرات معايير مصداقية المواقع الإخبارية كما يراها الصحفيين من خلال بناء استمارة تقيس مدى مصداقية المواقع الإخبارية.

ومما سبق يمكن طرح السؤال التالي:

- ما مدى مصداقية المواقع الإخبارية في الجزائر؟

1-2- تساؤلات الدراسة:

- ما هي مصادر الأخبار في المواقع الإخبارية في الجزائر؟
- هل تعتبر المواقع الإخبارية الجزائرية مصدراً أساسياً للمعلومات؟
- ما هي أنواع الأخبار عبر المواقع الإلكترونية في الجزائر؟
- ما هي الموضوعات المعالجة في المواقع الإخبارية في الجزائر؟
- ما هي العوامل المتعلقة بمصداقية المواقع الإخبارية في الجزائر؟

1-3 أهمية الدراسة:

إن الدراسة التي بين أيدينا لها أهمية قصوى، وذلك لأنها تسلط الضوء على مكانة المواقع الإخبارية الجزائرية وتأثير الكم الهائل من الأخبار المقدمة فيها على روادها، ناهيك التعرف على طرق تداول المعلومات والأخبار المنشورة عبر المواقع الإخبارية، كما أنها تتيح معرفة

تأثير المواقع الاخبارية من خلال مضامينها على المتلقي ويعتبر موضوع الدراسة جد مهم في الوقت الحالي كونه جزء لا يتجزأ من حياة المجتمع.

4-1- أهداف الدراسة:

- التعرف على مصادر الاخبار في المواقع الاخبارية في الجزائر.
- معرفة ما إذا تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا أساسيا للمعلومات.
- التعرف على أنواع الاخبار عبر المواقع الالكترونية في الجزائر.
- الكشف عن الموضوعات المعالجة في المواقع الاخبارية في الجزائر.
- الكشف عن العوامل المتعلقة بمصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر.

5-1- أسباب اختيار الموضوع:

أ/ أسباب ذاتية:

الرغبة والميل للبحث في مجال علوم الاعلام والاتصال عامة ومجال العلاقات العامة خاصة، كونه من مواضيع العصر الحديث بتكنولوجياته بهدف الكشف عن مكانة المواقع الالكترونية لدى المجتمع الجزائري ومدى تأثيرها على حياتهم عن طريق نقل الاخبار بجميع مصادرها. كذلك رغبة منا لإكمال مجموعة من البحوث والدراسات السابقة التي أنجزت في سابقا.

ب/ أسباب موضوعية:

باعتبار موضوع البحث جديدا ومعاصرا وجزءا من حياتنا تطرقنا إليه بكيفية مختلفة وهي التعرف على مميزات وصفات الخبر المنشور عن طريق المواقع الالكترونية وذلك مراعاة لجملة من الشروط التي تتم من خلالها ربط العناصر المكونة للأحداث والوقائع. كما أن المواقع الاخبارية تتيح الكتابة عليها بشكل خاص والإحساس الدائم بالمشكلة محل البحث والدراسة لاسيما عند تصفح المواقع بمختلف أشكالها ومحاولة الوقوف على أبرز النقاط التي تميز الأخبار والربط بين عناصرها وضوابط الارتقاء بمهنة الصحافة والاعلام من خلال احترام مقاييس الكتابة المهنية الجادة والإعلامية الصحيحة.

1-6- منهج الدراسة:

تعد منهجية البحث من أهم أسباب نجاح البحث العلمي، لذا يوليها الباحث أهمية عظيمة، قصد اختيار منهج يلائم طبيعة العمل والموضوع في آن واحد، لذلك اعتمدنا في دراستنا على:

أ- **المنهج المسحي:** في مسح العناصر والإمكانات التفاعلية المتاحة في المواقع الإخبارية الجزائرية.

ويعتمد المنهج المسحي على جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بجهة ما خلال فترة زمنية محددة بهدف تحليلها وتفسيرها والخروج بنتائج.

ويعرف الدكتور سمير حسين المنهج المسحي: "جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية". (سمير محمد حسين، 1995، ص147)

ب- المنهج الوصفي:

لكي يتمكن الباحث من كل جوانب الموضوع الذي يريد دراسته، عليه اختيار المنهج الذي تماشى وطبيعة البحث قصد الوصول إلى نتائج موضوعية، فالمنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن حقيقة العلوم بوسائط طائفية من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى تصل إلى نتيجة المعلومة.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي، والذي يتبر أكثر شيوعا في مثل هذه الدراسات الوصفية بصفة عامة، ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل تحليل تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق استخدامها وطرق الحصول عليها.

1-7- أدوات جمع البيانات:

بالنسبة لأدوات جمع البيانات فإن طبيعة البحث والمنهج في تناول المواضيع والظاهر المختلفة هي التي تفرض على الباحث التقنيات أو الأدوات الضرورية والمناسبة للتعامل مع مواضيع البحث.

وسنعمد في دراستنا هذه على استمارة الاستبيان، وهي تقنية مباشرة لاستجواب الأفراد بطريقة توجيهية، لأن أشكال الاجابات تكون محددة من قبل الباحث، فهي تعتبر أداة لدخول مع

المبحوثين واستجوابهم فردا بطريقة مثالية بهدف الوصول إلى نتائج تحدد حقائق معينة من طرف المبحوثين الذين هم عينة الدراسة. (أحمد بن مرسل، 2010، ص176)

8-1- مجتمع وعينة البحث:

تتكون عينة الدراسة من عينة عشوائية، وقد اختيرت هذه العينة التي تضم 30 فردا من الصحفيين لانتمائهم إلى قطاع المواقع التي تقدم أخبار يومية.

9-1- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

المصادقية:

لغة:

مصدر صناعي من مصداق: مطابقة الفعل للقول، جدارة الشخص أو الأمر بأن يكتسب الثقة. (قاموس المعاني الجامع، حرف الميم)

اصطلاحا:

هي الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها، وتعني أيضا احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل، ويرى آخرون أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة، فالمصادقية عند البعض تعني الأداء الصائب. (علم الدين محمود، 1989، ص11)

إجرائيا:

هي الوسيلة الاعلامية التي تتصف بالمصادقية، تلك التي يعرف عنها بث الاخبار الصحيحة والتثبت منها قبل بثها بطرق مختلفة.

المواقع الاخبارية:

اصطلاحا:

هي مجموعة النوافذ على شبكة الانترنت تعرض الأخبار المستحدثة و تعتمد بالأغلب على وكالات الأنباء أو المرسلين خاصين بالمواقع، إضافة إلى نشر المقالات الخاصة بالموقع أو نقلا عن مواقع أخرى، وقد تعهد بعضها إلى عقد بروتوكولات مع مواقع أخرى لتبادل الأخبار و الموضوعات الصحفية الأخرى، أو هي تلك الوسيلة الجديدة التي أوجدها التطور التقني في مجال الاتصالات وهي تقدم الخدمة الإخبارية عن طريق الإنترنت مستخدمة في ذلك ما أتاحتها النظم الرقمية الحديثة من وسائل للاتصال ووسائط تفاعلية مع الجمهور. (الديلمي عبد الرزاق، 2010، 173)

اجرائيا:

تعتبر المواقع الاخبارية تلك المصادر الالكترونية التي تقدم اخبار سريعة وحديثة للمجتمع، تتميز بسرعة تناقلها عبر شبكة الانترنت بغض النظر عن مدى مصداقيتها ومصدرها.

10-1- الدراسات السابقة والمشابهة:

الدراسة الأولى: سهيلي لامية بعنوان: التفاعلية في المواقع الاخبارية الجزائرية – دراسة تحليلية لموقعي الشروق والنهار اون لاين-

أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى وصف الإمكانيات التفاعلية المتاحة في المواقع الإخبارية الجزائرية بصفة خاصة، ومدى حرص مسؤولي هذه المواقع على توظيف أدوات التفاعلية للمستخدم.

منهج الدراسة:

المسحي المقارن.

عينة الدراسة:

موقعي الشروق والنهار أونلاين.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل مضمون لعينة عشوائية من المواقع الإخبارية الجزائرية - الشروق اون لاين و النهار اون لاين.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية استخدمت بشكل كبير خاصية تعدد الخيارات أمام المستخدم، من خلال مواقعها.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى انخفاض في توفير إمكانيات التفاعلية مثل تحديث المواقع الإخبارية لإخبارها، بالمقابل أشارت النتائج إلى ارتفاع في إتاحة خاصية إبداء الرأي من قبل زوار المواقع.

الدراسة الثانية: مصعب بلفار بعنوان: اتجاهات الصحفيين نحو مصداقية الاخبار في مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر.

تساؤلات الدراسة:

- هل تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا أساسيا للمعلومات؟
- هل تأثير هذه المواقع الاجتماعية على جمهورها غيب دور وسائل الاعلام المعروفة؟
- الى اي مدى تم تكريس مبدأ التشاركية بعد ظهور الاعلام البديل أو مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

- محاولة معرفة اتجاهات الصحفيين المحترفين وآرائهم تجاه مصداقية الاخبار.
- العمل على الاطلاع عن مدى وعي الصحفي المحترف بضوابط وأخلاقيات المهنة الإعلامية وشروطها والارتقاء بمهنة الاعلام والصحافة.

منهج الدراسة:

منهج المسح الوصفي.

عينة الدراسة:

30 مفردة لها صلة مباشرة بالبحث.

أدوات الدراسة:

استمارة الاستبيان.

نتائج الدراسة:

- تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات من خلال نشرها للوقائع بصفة سريعة.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تتاه قضايا معينة وذلك بنشر مضامين تساهم في تعزيز مصداقيتها مع مرور الوقت.

- زيادة مرونة الإعلام البديل وتفاعل الأفراد من خلال طبيعة المشاركة وإبداء وجهات النظر لينتهي بذلك ما يسمى ب: عهد الاتجاه الأحادي.

الدراسة الثالثة: آمال سعد المتولي بعنوان: المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.

أهداف الدراسة:

هدفها تقديم نظري لظاهرة الاتصال الإلكتروني وطبيعة الرسالة من خلال هذا الوسيط، بالإضافة إلى توصيف دور القائم بالاتصال وحارس البوابة وفقاً لها، ومدى إمكانية إتاحة الفرصة للاستقلال والتنوع الثقافي والفكري، مقابل أحادية التدفق الإعلامي، أم أن هذه الوسائل من قبيل فكرة الطفرة أو الموضة التي تصاحب دائماً ظهور أية وسيلة اتصالية حديثة قبل تعرضها للتقنين.

منهج الدراسة:

المنهج التحليلي المقارن

نتائج الدراسة:

توصلت الباحثة إلى نتيجتين أولها:

أن تعدد المواقع الإلكترونية لم ينعكس في استقلالية إخبارية وأن كانت إمكانات الإنترنت التي تتعامل مع الفضاء الإلكتروني المفتوح على مدار الساعة فرضت على هذه المواقع أن تملأ هذا الفراغ استجابة لدوافع المنافسة على جذب المتلقي مما دفع ببعض القنوات التي لا تستطيع المنافسة إلى الالتزام بما جاء في وكالات الأنباء العالمية الغربية (دون تصريح) وإعادة إنتاج ما جاء في هذه الوسائل بما يعني استمرار التدفق الإخباري في اتجاه واحد ودون أن تكون وسيلة أخرى لعرض وجهة النظر الأخرى، كما تميزت التغطية الإخبارية بالتلون إلى حد ما. أما النتيجة الثانية فهي أن المواقع الإخبارية من حيث طبيعة وسيلة العرض تعتمد على الإيجاز وتجزئة الحقيقة وترك الإبحار والتجوال داخل الشبكة على المتلقي وفقاً لحاجته.

11-1- التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة والمشابهة أن أغلب الدراسات ركزت على موضوع المواقع الاخبارية من حيث المصادقية والتفاعل، بالإضافة إلى أن معظم الدراسات اعتمدت المنهج المسحي التحليلي والمقارن الذي يخدم دراستنا الحالية، مع التركيز على الاهداف التي كانت شبيهة لأهداف دراستنا.

فخلاصة القول أن هذه الدراسات خدمت موضوع بحثنا بصفة شاملة، ووفرت علينا عناء البحث وسهلت أمورنا اتجاه موضوع دراستنا الحالية، ومنه فإن الدراسات السابقة والمشابهة التي اعتمدها كرسنا و خدمت بحثنا تماما خاصة من حيث الجانب النظري والتراث الفكري، وتبقى الاختلافات قائمة من حيث عينة البحث ومجمعه حيث كل دراسة تتميز بما يخدمها من عينة بحث تسيير وموضوع بحثها وبيئته وكذا الاطار الزماني والمكاني للدراسة.

الفصل الثاني

مصدقية وسائل الإعلام

تمهيد:

تتنوع وسائل الإعلام بأشكالها كافة، المرئية أو المسموعة، أو وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة مثل «فيس بوك» و«تويتر» وغيرهما، والإعلام هو الأداة التي من خلالها يكمن ويمكن تغيير سلوك الفرد أو المجتمع، كما أن لوسائل الإعلام الأثر الرائد في نشر سلوكيات وثقافات اجتماعية خلقة، سواء على صعيد الفرد أو المجتمعات، ذلك الأثر ينعكس على مستوى ونمط التفكير في الأمور الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية وغيرها. لكن اليوم يترنح الإعلام بين المصادقية أو استغلال فكر الأفراد وتسيير أفكارهم إلى اتجاهات قد تكون غير مرغوبة، وتصل أحياناً إلى الأفكار المشوهة، لأن تلك الوسائل الإعلامية هي الأسرع تأثيراً على مستوى الفرد أو حتى المجتمع. فمهما اختلف المستوى العلمي والفكري والثقافي في المجتمع، فإن الكل تحت تخدير تلك الوسائل، فالإعلام سلاح ذو حدين، إما أن يبني ويرتقي بالفرد والمجتمع أو يضلل الفرد والمجتمع ويرسخ القيم غير المرغوبة، حيث يحمل الإعلام على عاتقه الأمور الاقتصادية والاجتماعية والمعرفية وغيرها.

وتزداد أهمية مصادقية وسائل الإعلام المختلفة، خاصة في وقت حدوث الأزمات والتي تساهم في حاجتها إلى أداء من نوع خاص، سواء كان ذلك مهنيًا أو أخلاقياً أو حتى وطنياً.

وتمارس الوسائل الإعلامية دور الشفيع؛ أي المحامي عن كافة فئات المجتمع دون أن يكون هناك تهميش للفئات المهمشة، الذي يساهم في حق المعرفة الشاملة والكاملة والتي تساعد على التعبير عن ذاتهم، بحرية بعيدة عن سياسة الصمت الإعلامي.

1- مصداقية وسائل الإعلام:

1-1- مفهوم المصدقية:

تعد المصدقية واحدة من العوامل المؤثرة في الاعلام والعملية الاتصالية، وقد اختلفت رؤى الباحثين حول مفهومها فيرى البعض منهم أنها (تعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها وآخريين يرون أنها تعني احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل، وآخر يعتقد أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة، لذا فإن المصدقية عند البعض تعني الأداء الصائب للوسيلة. (علم الدين محمود، المرجع السابق، ص11)

عرفت المصدقية بأنها (المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير والمدى الذي يتم فيه الحكم عليه بناء على أنه يتصل مع الاخرين بدون تحيز كموضع ثقة وقد عدها الكسيس تان واحدة من ثلاث عوامل(المصدقية، الجاذبية، السلطة) تجعل المصدر / المتصل مؤثرا في إقناع الجمهور، حيث تؤدي مصداقية المصدر إلى تفاعلنا الداخلي مع الأفكار الجديدة وتؤدي جاذبية المصدر إلى التقمص وتؤدي القوة (السلطة/النفوذ) إلى الاذعان.(خليل أبو اصبع، 2006، ص227)

وهناك بعض الأبحاث تناولت فعالية المصدر- المتصل وتم استخلاص جملة من المبادئ منها ما يلي:(خليل ابو اصبع، المصدر السابق، ص228)

1-تنتج مصداقية المصدر المرتفعة تغيرا فوريا لدى المتلقي أسرع من المصادر ذات المصدقية المنخفضة، لا تؤثر مصداقية المصدر على تذكر الرسالة.

2- على النقص من فرضية "التأثير النائم فإن الموافقة مع المصدر ذي المصدقية المنخفضة لا تزداد مع امتداد الوقت، كما أن المصادر المتحيزة في الغالب أقل تأثيراً من المصادر المتحيزة.

3- المصادر الجذابة غالباً ما تكون أكبر تأثيراً من المصادر غير الجذابة، وتقوم الصفات مثل الجاذبية الجسدية والشبه والألفة والود كصفات إيجابية لتغيير الآراء.

4- مصداقية المصدر لها تأثير أكبر من جاذبيتها، ونحن نتأثر أكثر إذا كان المصدر خبيراً أكثر من كونه واحداً من زملائنا.

تتساءل الدكتورة " فريال مهنا": (فيما إذا كان افتقار المصدر إلى المصدقية يؤثر سلباً على عملية الإقناع أي أنه إذا كانت هناك رسائل متطابقة ولكنها متباينة التأثير فهل هذا يعني أن السبب يعود إلى انتسابها إلى مصدر اعتبر قابلاً للتصديق؟ أم غير قابل؟

إن هذا التساؤل على جانب كبير من الأهمية لجهة إعداد أية حملة؟ في دراسة قاما بها هوفلاند وويس لمعرفة مدى تأثير العامل المرتبط بالمصدر عندما أعد رسائل متطابقة حول موضوع واحد ولكنهما نسباه إلى مصادر مختلفة واتضح لهما أن التأثيرات على فئات متجانسة من الجمهور كانت متباينة.

إلا أن النتيجة الأكثر إثارة للاهتمام أن المؤد التي نسبت لمصدر ذي مصداقية عالية ينتج تبدلات في الرأي أكثر بكثير من الرسائل التي نسبت إلى مصادر ضعيفة المصدقية. (مهنا فريال، 2002، ص164)

إن هذه الدراسة وغيرها من الدراسات تؤكد أن مشكلة مصداقية المصدر ليست في الكمية الفعلية للمعلومات التي تلقاها الجمهور ولكن بقبول مؤشرات ترافق هذه المعلومات.

ويعتمد قياس مصداقية المرسل أو القائم بالاتصال على عنصرين أساسيين هما الخبرة وزيادة الثقة بالقائم بالاتصال، ويفسر مفهوم الخبرة بمدرجات المتلقي عن معرفة المصدر للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب والتجربة، القدرة، الذكاء، الإنجاز المهني والمركز الاجتماعي. (الطيب عيساني، 2008، ص72)

والشخص الخبير هو الذي يمتلك المعلومات الصادقة والحقيقة عن الموضوع الذي يتحدث فيه أو يناقشه مع المتلقي ويشير عنصر الثقة إلى إدراك المتلقي عن المرسل أو المصدر بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي ودون تحيز.

1-2- المصدقية في الاعلام الدولي:

الذي يبحث مشكلة الصدق في الاعلام الدولي سوف يواجه أمران كما عبر عن ذلك المفكر هارولد لاسكي، (أولهما تعقد هذه المشكلة وثانيها أن جمع الاخبار ونشرها عمل لا يراعى فيه العرض الموضوعي للوقائع والايخبار سرعان ما تصبح دعائية عندما تتمكن مادتها من التأثير في السياسة، كما يميل مضمون الأخبار في المجتمع الحديث المتفاوت إلى فائدة من بيدهم مقاليد السلطة الاقتصادية. (مجموعة من الباحثين، 2004، ص71)

لقد تناقست مصداقية وسائل الاعلام خلال التسعينيات من القرن الماضي (حيث أكدت استطلاعات الرأي العام أن الثقة في وسائل الاعلام قد تناقصت، حيث أكدت هذه الاستطلاعات أن أعداد متزايدة من الجمهور أصبحوا لا يصدقون الصحافة ولا يثقون في المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الاعلام. (صالح سلمان، 2007، ص147)

يحدد الباحثون ميريل وبلاك وبريانت العوامل التي أدت إلى تناقص مصداقية وسائل الإعلام وهي ما يلي: (صالح سلمان، المصدر السابق، ص146)

- 1- عدم حساسية الصحفيين وغرورهم وسلوكهم السيء أحياناً.
- 2- عدم الدقة وعدم الشمول في تغطيتهم للأحداث والممارسات المهنية السيئة.
- 3- اعتماد الصحفيين بشكل مكثف على المصادر المجهولة، غير المحددة.
- 4- عدم رضاء الجمهور عن انتهاك وسائل الإعلام لحق المواطنين في الخصوصية.
- 5- عدم حساسية وسائل الإعلام لآراء الجمهور وشكواهم.
- 6- إحساس الجمهور بأن الصحفيين أصبحوا جزءاً من طبقة النخبة الليبرالية.

1-3- مفهوم الإعلام وأهميته:

تحتل وسائل الإعلام في كل الأوقات مكانة متميزة انطلاقاً من طبيعتها ووظائفها وتأثيرها على الإنسان (كفرد أو مجتمع أو كدولة)، حيث أصبحت دول العالم المتطورة في عصرنا الحاضر تعتمد على ثلاث أركان رئيسية في بنائها إلا وهي السياسة والاقتصاد والإعلام) ومما ضاعف تأثير وسائل الإعلام على بناء شخصية الإنسان هو تداخل وظائفها مع جميع طبقات المجتمع لما تقدمه من معلومات عبر مساحات كبيرة وعلى مدار الساعة من خلال مختلف وسائلها سواء ان كانت مسموعة كالراديو أو مقروءة كالصحف والمجلات أو مرئية كالتلفزيون الفضائية وتسهم هذه الوسائل في بناء القناعات والاتجاهات والمعتقدات عند الفرد وكذلك التأثير على التنشئة الاجتماعية التي تؤثر بدورها على بناء الإنسان الفكري والاجتماعي والنفسي.

وتختلف وسائل الإعلام من حيث تأثيرها على الإنسان فهي إما أن تكون بطريقة مباشرة من خلال برامج ذات اتجاهات واضحة يفهمها المتلقي كما هو موجود في برامج الاذاعات

الدينية او يكون تأثيرها بطريقة تراكمية عبر الامتداد الزمني الذي يسهم بدوره برسم صورة عن الاشياء والأشخاص من حولنا وكذلك التأثير في اتجاهاتنا وسلوكنا حيال الواقع المحيط بنا. (الحريري منى سعيد، 2003)

لذا فان الاعلام تطور عبر الوقت وعلى النحو الآتي: (الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، 2005)

1. في عقد الستينات من القرن العشرين: ركز الكتاب والباحثون على الجانب الاخباري للإعلام.

2. وفي عقد السبعينات: اشارت التعريفات الى جوانب الاستطلاع والتفاعل مع البيئة المساعدة في تكوين رأي وسلوك لدى الجمهور.

3. وفي عقد الثمانينات: أولت الكتابات اهتماما اكبر بمجالات تبادل المعلومات والآراء، حيث صار ينظر للإعلام كاتصال جماهيري يعتمد المشاركة مع الجمهور المستهلك، فهو المعبر عنهم والذي يؤثر ويتأثر بهم.

4. أما عقد التسعينات: سارت الكتابات بنفس الاتجاه مع التأكيد على كون الاعلام هو اداة بلوغ الهدف الملتزم بالمبادئ والاحكام والقواعد والضوابط التي يقرها المجتمع، فالإعلام هو تعبير عن سمو الهدف ويعكس عقلية الجماهير وروحها، ميولها واتجاهاتها.

وعليه فإن التطور الهام الحاصل في مجال تعريف الاعلام هو خروجه من حدود الاخبار والابلاغ (الاتجاه الأحادي) الى مجال الاتصال الواسع (الجماهيري) بمعنى اهتمامه بالثنائية (او التجاوبية) متمثلة بالتغذية العكسية من البيئة المحيطة.

ومما تقدم يمكن في النهاية تعريف الإعلام بأنه "نشاط انساني موجه يمارس من قبل منظمات متخصصة (أيا كانت جهة عائداتها) بتقديم منتجات متنوعة (مادية وخدمية)

جوهرها المعلومات (اخبار / أفكار / قضايا وطروحات ... الخ) من خلال وسيلة او اكثر (بث مرئي او مسموع/ مطبوعات بأنواعها الى الجمهور المستهلك في ضوء رسالة عليا واهداف محددة وفق ضوابط المجتمع (الموه اليه الاعلام او الذي تعمل فيه تلك المنظمات) في علاقة تفاعلية ايجابية (كاتصال واسع) مع البيئة المحيطة).

أما اهمية الاعلام فقد لعب دورا بارزة في تغير المجتمعات نظرا لقدرته في احداث تغيرات لكل من: (جلس، موسى عبد الرحيم ومهدي، 2010، ص146)

الأفراد: الترفيه والتثقيف والتنوير والتنمية (بناء الشخصية).

الشعوب: المحافظة على الهوية الوطنية) وتدعيم روابط الصداقة بين الشعوب.

الحكومات: كأهمية سيادية وكأداة للتغيير والتنمية.

1-4- مفهوم مصداقية وسائل الاعلام وأهميتها:

نشأت فجوة المصدقية الاعلامية منذ نهاية الخمسينيات كنتيجة لزيادة عدد الرسائل الاعلامية التي تبثها وسائل الاعلام العديدة واتساع نطاقها وتدفق معلوماتها وتنوعها والتي تسعى الى جذب انتباه جمهور أكثر.

فقد كانت اول عقود الألفية الجديدة المقولة الشهيرة محط جدل واسع هي (إنك قد تخدع 90% من الناس لمدة 90% من الوقت، ولكنك لا تستطيع خداع كل الناس طوال الوقت) لذا فإن انخفاض مصداقية وسائل الاعلام يشكل قلقا بدايته كانت في دائرة اخلاقيات المهنة الصحفية.(المصري عربي، 2006)

وعليه فإن مفهوم المصدقية من منظور الوسيلة التي تنقل المعلومات بأنها: ادراك الرسائل الاخبارية كانعكاس يقبل للأحداث التي وصفها المراسل. اما مفهوم المصدقية من منظور المتلقي فإنها الدرجة التي يحكم عندها الفرد على ادراكاته بأنها انعكاس صادق للواقع.

كما أن المصدقية تشير الى تلك المؤشرات التي تساعد على تحديد مصداقية المضمون الصحفي مثل (التوازن في مقابل التحيز) والتعددية في مقابل الاحادية، والثقة في مقابل التشكيك والتكامل والشمولية في مقابل التجزئة فضلا عن الكفاءة المهنية والوضوح وحرية الممارسة الاعلامية ومراعاة اهتمام الجمهور ومراعاته الأخلاقيات العاملة.

تعود أهمية مصداقية وسائل الاعلام الى ثقة واعتماد جماهير القراء أو المستمعين أو المشاهدين اليها عندما لا يثق الجمهور بوسائل الاعلام ويعتمده كمؤسسة من مؤسسات المجتمع ولا يقنع بالمعلومات التي تقدمها معتقدة أنها تشوه او تحرف الحقيقة فأنهم يلجؤون إلى مصادر اخرى غير رسمية للمعلومات قد تكون الاصدقاء او بعض المصادر غير الموضوعية والاسوأ قد يصنعون المعلومات من مخيلتهم الخاصة.(مصطفى هويدا، 2003، ص36)

لهذا تعد مصداقية الاتصال بعامة والاتصال الجماهيري بخاصة هي المكون الأساسي لنجاح عملية الاتصال فضلا عن انها احد المعايير المميزة بين وسيلة الاتصال واخرى، فإذا كانت المصدقية والثقة مسائل مهنية لدى المهتمين بأخلاقيات وسائل الاعلام في الأوقات العادية، فإنها توضع على المحك في أوقات الأزمات والصراعات والحروب اذ ان وسائل الاعلام تتحول في هذه الأوقات إلى وسائل اخبارية متخصصة ويتحول جمهورها من متعرض بشكل تقليدي الى نشط يبحث عن المعلومات والحقائق ويهتم بمصداقيتها فدور

الإعلامي هو أكثر من جمع وإرسال الأخبار والآراء لأنه في جميع ما يفعله ويقوله ويكتبه عليه أن يتسم الصدق. (مكاوي حسن عماد، 2002)

1-5- أبعاد مصداقية وسائل الإعلام:

وتتمثل تلك الأبعاد في: (صلاح الدين خالد، 2005، ص84)

1. **مصداقية الوسيلة:** تباينت الأبحاث والدراسات حول تأثير نوع الوسيلة على مصداقية الرسالة الإخبارية، سواء فيما يتعلق بحداثتها تقليدية كانت أو معاصرة وسواء كانت مطبوعة أو مرئية أو مسموعة.

2. **مصداقية المصدر:** وترتبط بالدرجة الأولى بقدرة الرسالة التأثيرية فقد أشارت الدراسات إلى أنه كلما حظي المصدر بثقة الجمهور واحترامه وعدم انحيازه كلما ازدادت الثقة والمصداقية به من هنا فإن الثقة بالمعلومات من حيث كونه المصدر صادقا أو غير صادق أو مزيفا أو واقعيًا يظهر أنه أكثر تأثيرا في المتلقي من مصدر هذه المعلومات. (محمد عزة عبد العظيم، 2006، ص445-496)

3. **مصداقية المضمون:** وتشمل: (Heikkila. Heikki, 2010, P274-284)

أ- وضوح الرسالة.

ب- السهولة.

ج- نشر الحقائق بكل أبعادها السلبية.

د - الثقة في تناول الخبر.

هـ- العمل لصالح الحقيقة وليس لصالح الحكومة.

ي- تناول الحقائق.

و- عدم التسرع في نشر الحقيقة. (Koetsenruijter, 2011, 74- 82)

4. مصادقية الجمهور: احتلت خصائص الجمهور الديمغرافية والشخصية واتجاهاتهم في التأثير والحكم على مصادقية وسائل الاعلام سواء كانت هذه الحقائق مرتبطة بنوع الجمهور المستهدف أو عمره أو مستواه الاجتماعي أو مستواه العلمي أو مكان اقامته.

1-6- دور وسائل الاعلام في تقديم الخدمات العامة:

تزايد الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في حياة الفرد والمجتمع في وقتنا الراهن، بسبب ما تشهده تلك الوسائل من تنوع وتطور هائل وملحوظ وسهولة في الاستخدام، بما يعزز من حضورها وإمكانيتها بإثارة اهتمام المتلقي بالقضايا والمشكلات المطروحة في المجتمع، ومنها دورها في الترويج او تقديم الخدمات العامة.

تمثل الخدمة العامة أي نشاط تقوم بإدارته مؤسسات الدولة بهدف تقديم منفعة عامة لأفراد المجتمع فضلا عن مراقبتها، وتضم حزمة كبيرة وغير متجانسة من الخدمات الجماعية المنظمة من طرف الدولة ويمكن تصنيفها كما يلي: (الرفاعي، محمد خليل، 2011، ص689)

- الخدمات الادارية: مثالها الخدمات المدنية التي تقدمها المؤسسات البلدية في المجتمع والمحاكم.

- الخدمات الاجتماعية والثقافية: مثالها المؤسسات التعليمية والصحية.

-الخدمات الصناعية والتجارية: مثالها خدمات مؤسسة المياه والكهرباء.

لما كانت وسائل الاعلام بأنواعها المتعددة تمثل حلقة اتصال بين طرفين احدهما مقدم الخدمة أي كان نوعها، والثاني المنفعين من تلك الخدمة، بذلك فإنها تسهم ببناء صورة ذهنية لدى المنفعين، تعمل باتجاه تغيير وتوجيه ثقافتهم الاستهلاكية، سواء بالارتقاء بفكرهم وتطوير وعيهم وتقويمه، أو باتجاه تعزيز مظاهر استهلاكية سلبية لا تتوافق مع مصلحة المجتمع، هذا الأمر يجعل من وسائل الاعلام من أكثر ادوات التغيير قوة وسلطة على فئات المجتمع بشرائه المتنوعة.

على ذلك، يمكن تصنيف الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام بأنواعها في ثقافة استهلاك المجتمع للخدمات العامة على ثلاث اصناف هي كالتالي: (حطس، موسى عبد الرحيم، المرجع السابق، ص146)

المجموعة الأولى: تقوم بعض وسائل الاعلام بالترويج لثقافة استهلاكية هدفها الترشيد والاعتدال وعدم التبذير بهدف تحقيق الاستدامة في الاستهلاك، لمنفعة الجيل الحالي والاجيال القادمة.

المجموعة الثانية: تشترك وسائل الاعلام مع منظمات المجتمع المدني كجمعيات حماية المستهلك وغيرها الى وضع وتنفيذ خطط وبرامج منسقة لتقويم انماط الاستهلاك.

المجموعة الثالثة: الترويج المخادع والمظلل الذي تقوم به وسائل الاعلام لتوجيه الثقافة الاستهلاكية بعيدا عن الترشيد في استهلاك الخدمة العامة سعيا لتحقيق مكاسب مادية على حساب مصلحة المجتمع.(نجم طه، 1996، ص153)

خلاصة:

قد تستطيع خداع بعض الناس لبعض الوقت، لكنك لن تستطيع خداع كل الناس طوال الوقت .. هذه هي القاعدة الذهبية في الإعلام المهني النظيف.

مما سبق ذكره في هذا الفصل، يتبين لنا أن «المصدقية» تعد إحدى أهم مقومات المادة الخبرية التي يتم تداولها في وسائل الإعلام، وهو التحدي الذي لم تستطع وسائل التواصل الاجتماعي التي تمثل «الإعلام البديل» للصحف الورقية والراديو والتلفزيون مواجهته، بل هي بالفعل تفتقر إليه، ونقطة الضعف الرئيسية فيها.

فالأخبار التي يتم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى المواقع الاخبارية عموما يصعب التأكد من مصادر المعلومات فيها ودقتها، خصوصا بعد أن يسرت أساليب التصوير والمونتاج التلاعب في الصورة الفوتوغرافية والصوت والمادة الفيلمية، فأصبح من السهل جدا نشر شائعات كاذبة لا تمت للحقيقة بصلة، ويمكن أيضا توثيقها بالصور الكاذبة.

الفصل الثالث

المواقع الإخبارية الالكترونية

تمهيد:

أتاحت المواقع الإخبارية للمستخدم الإبحار بكل سهولة و يسر بين مختلف المضامين و الأشكال الفنية و التعرف على الأخبار و الأحداث و الموضوعات المختلفة و بشكل تتوفر فيه عملية الإمتاع بسبب ما تتمتع به تلك المواقع من مميزات تقنية و فنية و في مقدمتها الوسائط المتعددة.

إنّ المواقع الإخبارية تنتم بالسرعة مقابل وسائل الإعلام التقليدية التي هجرها الجمهور، وهي تفصح عن أسماء صحافيينها، وتعتمد على آراء خبراء و محللين يتحملون مسؤولية تصريحاتهم عكس بعض المواقع الاجتماعية التي عادة ما يلجأ مستعملوها إلى الرموز والأسماء المستعارة.

والإعلام الالكتروني، رغم أنه حتى اليوم غير مقنن ولا يخضع لتشريعات تنظم طرق العمل به، إلا أنه وخلال السنوات القليلة الماضية، شهد إقبالا منقطع النظير، ومن هذا المنطلق فإن الاتجاه إلى تقنين الصحافة الالكترونية أمر حتمي، سيكون له بالغ الأثر على تطوير المشهد الإعلامي بصورة عامة، وإعطاء الشرعية اللازمة للإعلام الالكتروني، كما أنه يجب سنّ قوانين و اتفاقيات دولية تضمن حق الناشطين في هذا المجال وتيسر طرق عملهم.

وفي هذا الصدد سنحاول التطرق للمواقع الاخبارية الالكترونية في هذا الفصل، والذي سنتكلم فيه بالتفصيل عن ما يميز هذه المواقع وعن مدى مصداقيتها في طرح مواضيعها ونقل أخبارها للمتلقي.

1- المواقع الالكترونية الإخبارية:

1-1- مفهوم المواقع الإخبارية:

هي مجموعه من النوافذ على شبكة الانترنت تعرض الأخبار المستحدثة وتعتمد بالأغلب على وكالات الأنباء أو مراسلين خاصين بالموقع أو نقلا عن مواقع أخرى، وقد يقوم بعضها بعقد بروتوكولات مع مواقع أخرى لتبادل الأخبار والموضوعات الصحفية الأخرى. (الدلمي، عبد الرزاق محمد، 2010، ص173)

وهي عنوان للمشروعات عبر شبكة الانترنت وهو عنوان افتراضي لأنه لا يحدد مواقع المشروعات على أرض الواقع ولكنه يحددها على شبكة الانترنت.

حسب التعريف الوظيفي للموقع الالكتروني فقبل أنه يعد بديلا لعنوان البريد الذي يحدد عنوان شخص بعينه أو موقع شركة على شبكة الانترنت.

والمواقع الإلكترونية هي مجموعة من الصفحات المتصلة على الشبكة العالمية، والتي تعتبر كيان واحد يمتلكه عادة شخص واحد أو منظمة واحدة، ويكرس لموضوع واحد أو عدة مواضيع وثيقة الصلة. (www.mawdoo3.com:13 22 a 27.04.2018 le)

1-2- نشأة وتطور المواقع الالكترونية الإخبارية:

حفز بروز الصحافة الإلكترونية وطغيانها عبر شبكة الإنترنت الأجواء لانطلاق شكل جديد من الصحافة أطلق عليه المواقع الإلكترونية الإخبارية، التي لم تخرج عن كونها صحيفة متكاملة من حيث مضامينها وتخضع لذات المحددات الإلكترونية تبويبا، وكذلك في طريقة عرضها لموضوعاتها، وأسلوب تحرير موادها في بيئة الفضاء التفاعلي (Interactive Space).

ولعل أي تعريف للصحافة عبر الأنترنت بمسمياتها المختلفة لابد أن يراعي عددا من الاعتبارات:

أولها؛ خصائص الأنترنت بوصفه وسيلة اتصال.

وثانيها؛ السمات التي تميز هذه الصحافة عن الصحافة التقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون، وكذلك طبيعتها التكميلية المعتمدة على أكثر من وسيلة لتقديم الأخبار والتقارير والمعلومات. (موسى شيرين، 2015، ص30)

كما هو الأمر مع المواقع الإلكترونية التي تعتمد على الإنترنت كمجال لعملها، وهي مواقع شاملة متخصصة في الأخبار، بالإضافة إلى تقديم خدمات ترفيهية واجتماعية وخدماتية من أحوال الطقس وشريط الأحداث. (الحجار أمل، 2008، ص16)

بينما يتسم الموقع الإلكتروني (موقع الأنترنت web site)، بإمكانية تصفح المحتوى الجديد، وإتاحة الأرشفة والبحث في المحتوى القديم، وإمكانية الوصول عبر محركات البحث، ووجود شخصية مميزة للمنبر الإعلامي، مع إمكانية السيطرة على كل ما ينشر، وإمكانية التفاعل مع القراء. (علم الدين محمود، 2008، ص209)

وبدأ تطور المواقع الإلكترونية في الازدهار الكبير بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، الذي استفاق العالم فيه على وقع حدث مهول في أمريكا، إذ استطاعت الصحف الإلكترونية كالمواقع الإخبارية الإلكترونية أن تنتقل بالكلمة والصوت والصورة ذلك الحدث التاريخي بدقة وكفاءة نادرة، بينما تعثرت بعض الصحف والفضائيات التقليدية وأثبتت فشلها في تلك المهمة. حيث بدأت شبكات الإذاعة والتلفزيون المشهورة مثل: (B.B.C) و (C.N.N) و (الجزيرة) تخصص مواقع مستقلة لها لتحكم ما يصلها من بيانات وأخبار لكل

من يريد أن يتصفحها . أيضا بدأت الصحف المهمة هي الأخرى تظهر على شاشات شبكة المعلومات من خلال المواقع التي أعدتها لذلك، والتي لاقت إقبالا كبيرا من جانب رواد الانترنت الذين وجدوا فيها ضالتهم المنشودة واستغنوا بها عن الصحف الورقية المأثورة.

وفضلا عن ذلك، بدأت المواقع الإلكترونية البحتة أو الخالصة تظهر إلى حيز الوجود، سواء في الدول الأجنبية أو في البلاد العربية. (شفيق محمد، 1999، ص49)

وأصبح القارئ الرقمي يفضل الاطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار، وتوفرها على كم هائل من المعلومات ويتم اقتنائها بطرق تفاعلية مختلفة.

وبعد تفوق بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية العالمية والتي أصبحت كمرجعية إخبارية في الظروف الجادة والحرجة، نجد من الطبيعي أن يلجأ إليها الفرد العادي والمهتم أو المختص في السياسة وغيرها، كمرجعية موثوقة وذات مصداقية لهم، جذبت الكثير من الأنظار إليها لمميزاتها وخصائصها المنوعة.

1-3-1-لمحة عن بعض المواقع الإلكترونية الإخبارية:

1-3-1-1- الخبر: يومية وطنية خاصة تأسست يوم 01 نوفمبر 1990 بعد إقرار التعددية الإعلامية منذ صدور قانون 1990 للإعلام، تعد أول يومية خاصة صادرة باللغة العربية، تهتم بالأخبار كما تخصص صفحات للأصناف الصحفية الأخرى كما تمتلك بالإضافة إلى النسخة الورقية من اليومية موقعا الكترونيا مع صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أنشأت موقعها الإلكتروني في أبريل 1998، (www.Elkhabar.com)، باللغات: العربية، الفرنسية، الإنجليزية .

1-3-2- الشروق أون لاين: موقع إخباري يصدر من الجزائر، ويوفر تغطية آنية ومستمرة للأحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم، باللغات العربية، الانجليزية والفرنسية وهو يمثل النسخة الالكترونية لجريدة الشروق اليومي. (www.echoroukonline/ara) ، تأسس موقع الشروق أون لاين عام 2005 وابتداء من 2009 شرعت إدارة الموقع في استراتيجية جديدة لتحويل الموقع إلى صحيفة الكترونية مستقلة.

1-3-3- موقع كل شيء عن الجزائر (TSA): يعتبر أول جريدة إخبارية الكترونية التي تأسست في الجزائر، يصدر باللغة الفرنسية، (www.tsa-algerie.com) أطلق لأول مرة في شهر جوان 1997، قدر عدد متصفحيه خلال شهر مارس 2003 حوالي 3.5 مليون زائر، يحتوي على الأركان التالية: الأحداث، الأحاديث، رياضة، بيانات صحفية، قراءة الصحف، فيديوهات والشغل، يعتمد على التحديث الآني لمضامينه.

1-4- أنواع المواقع الإعلامية الالكترونية:

صنف الباحثون المواقع الالكترونية وفق عدة اعتبارات مهنية وفنية، فيرى البعض أن "الصحف الالكترونية" تتنوع وفق المضامين المقدمة فيها، ويرى آخرون أنها تتنوع وفقا لخدماتها الاتصالية والإعلامية، بينما يقسم "المواقع الالكترونية" حسب طبيعتها الإخبارية وواقع مؤسساتها الإعلامية، لذا يمكن تقسيم المواقع الإعلامية الالكترونية المنشورة على شبكة الانترنت إلى عدة أنواع من حيث المحتوى والشكل والاختصاص ويمكن حصرها على النحو الآتي:

1-4-1-1 مواقع الصحف المطبوعة تتضمن نسخا الكترونية:

وهي نوعين: (نصر حسني، 2003، ص101-103)

1-1-4-1-1 الصحف الالكترونية الكاملة: وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم)، ويمتاز هذا النوع من الصحف الالكترونية بتقديم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها، وتقدم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها مثل خدمات البث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الربط الفوري والأرشفيف، وأيضا تقدم خدمات الوسائط المتعددة النصية، والصوتية، والمصورة.

1-1-4-1-2 النسخ الالكترونية من الصحف الورقية: ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات والربط بالمواقع الأخرى.

1-1-4-1-3 مواقع المؤسسات الإعلامية: المواقع التابعة لمؤسسات إعلامية، مثل: (مواقع وكالات الأنباء، ومحطات الراديو والتلفزيون)، تخاطب بما جمهور الانترنت الذي يتزايد بصورة كبيرة عالميا، وهذه المواقع امتدادا لها، وتحتوي على ما ينشر في تلك المؤسسات، مثل الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها ودعم دورها الإعلامي سواء كان دورا إذاعيا أم فضائيا.

1-4-1-4- المواقع الالكترونية الإخبارية: هي تلك الوسيلة الجديدة التي أوجدها التطور التقني في مجال الاتصالات وهي تقدم الخدمة الإخبارية عن طريق الانترنت مستخدمة في ذلك ما أتاحتها النظم الرقمية الحديثة من وسائل الاتصال ووسائط تفاعلية مع الجمهور. (الدليمي، مرجع سابق، ص173)

وقد أنشأت عدة مواقع إخبارية عربية مثل: (الجزيرة نت، والعربية نت، والبوابة العربية الأخبار التقنية)، وهذا كله على سبيل المثال لا الحصر، الأمر الذي دفع باتجاه ضرورة التمييز بين "الصحيفة الالكترونية" وبين الموقع الالكتروني الإخباري، وعدم الخلط بينهما. (نصر، مرجع سابق، ص97)

1-5- خصائص ومميزات المواقع الالكترونية الإخبارية:

- تدعيم الديمقراطية عبر إتاحة الفرصة للجمهور للنقاش والتعبير عن آرائه.
- إتاحة الفرصة للتوجهات المختلفة للوصول إلى الجمهور.
- إتاحة مساحة الاختيار والتعرض أمام الجمهور عبر العديد من المواقع الإخبارية متنوعة المضامين والأنواع.
- ساهمت في بناء أولويات الجمهور عبر تركيزها على أحداث وقضايا معينة، إلى جانب المشاركة في وضع الأولويات للجهات المسؤولة.
- ساهمت في تفعيل الحوار السياسي بين أفراد المجتمع عبر قدرتها على الانتشار والوصول إلى مختلف فئات الجماهير خاصة الشباب، وتفعيل المشاركة الاجتماعية عبر توظيفها لأدوات التواصل الاجتماعي. (موسى، مرجع سابق، 2014، ص55)

1-6- استخدامات المواقع الإلكترونية الإخبارية:

تتعدد استخدامات المواقع الإلكترونية الإخبارية انطلاقاً من الهدف من إنشائها، وهوية القائمين عليها، وتوجهاتهم السياسية والفكرية، والجهات الممولة، مما أوجد أشكالاً متعددة من تلك المواقع سواء الإخبارية الصرفة، أو التي تميل إلى العمل الحزبي الخالص، دون أية التزامات مهنية أو موضوعية.

وأصبحت المواقع الإخبارية الإلكترونية تتفوق على غيرها من وسائل الإعلام الأخرى، من حيث كونها مصدراً للأخبار وبخاصة للشباب والطلاب والنخب، أما بخصوص سبب اختيار الفرد للمواقع الإخبارية الإلكترونية، فهذا يرجع إلى قوة الموقع وموضوعيته أولاً، ثم إلى الانتماء التنظيمي للفرد، وتوافق الموقع معه في هذا الجانب، وهذا يتعزز يومياً في ظل الثورة التقنية التي غزت العالم، في المجال الإلكتروني.

إن المواقع الصحافية الإلكترونية، سواء أكانت نسخة إلكترونية لصحيفة مطبوعة، أو مواقع إخبارية، أو تابعة لمحطات إذاعية أو تلفزيونية، أو صحفاً إلكترونية ليس لها نسخة ورقية، أو تابعة لوكالات أنباء، يمكن ضمها إلى النسخ "الصماء" للوسيط التقليدي، ويعزى ذلك لافتقار هذه المواقع إلى الإمكانيات التي تتيحها صفحات الويب. (خلوف محمود، 2008)

لكن هذا لا يضعها في وضع ضعيف إلى هذا الحد، بل يمكن النظر إلى ذلك من باب التصويب والنقد البناء من أجل الارتقاء بما هو موجود.

1-7- أنواع المواقع الإلكترونية حسب المستويات:

نظرا للتوسع الهائل لشبكة الانترنت وتزايد عدد أسماء المواقع فقد تم تقسيم المواقع الإلكترونية إلى نوعين مواقع الكترونية من المستوى الأول ومواقع الكترونية من المستوى الثاني.

1-7-1- المواقع الإلكترونية من المستوى الأول: وهي على 03 أنواع:

1-7-1-1- المواقع الإلكترونية الدولية: يقصد بها تلك المواقع التي تشير إلى أنشطة دولية، أو بالأحرى تلك التي تكون محجوزة للمنظمات الدولية فقط، فلا تنتمي إلى دولة بعينها.

1-7-1-2- المواقع الإلكترونية النوعية: ويعبر من هذه المواقع برمز من 03 حروف يرتبط من حيث المبدأ بطبيعة المؤسسة التي ترغب في تسجيل اسم النطاق أو بنشاطها الرئيسي ونذكر منها:

"com" وهي تدل على ما يتعلق بالأنشطة الإخبارية أو المشاريع التجارية.

"org" وهي تشير إلى الهيئات ذات الأهداف غير الربحية.

"net" وهي تشير للمشاريع ذات الصلة بشبكة الانترنت.

وهذه المواقع مفتوحة دون قيود لكل شخص، أما (edu، mil،gov) فهي مخصصة حصريا وثمة إجراءات متطلبية لحجز هذه المواقع.

1-7-1-3- المواقع الإلكترونية الجغرافية (الأقليمية):

وهي مخصصة لكل دولة ترتبط بشبكة الانترنت وهذه المواقع الإلكترونية تعرف برمز من حرفين، مثل الجزائر تنتهي ب (dz).

1-7-2- المواقع الإلكترونية من المستوى الثاني:

وهي تتكون من الجزء الذي يقع على يسار آخر نقطة في اسم الموقع، حيث يمكن للجهات المسؤولة عن تسجيل وإدارة أسماء المواقع من المستوى العالي توزيع الخدمة على المستوى الأدنى، فعلى سبيل المثال المستوى الأعلى "edu" للنطاق المخصص حصريا للمؤسسات التعليمية في و.م.أ يمكن أن يقسم على الجامعات، فيكون اسم المواقع الإلكترونية جامعة هارفرد "38arvard.edu" فوظيفة المستوى الثاني تحديد صفة مستثمر الموقع (الإلكترونية).

1-8- مصادر الأخبار على المواقع الإلكترونية الاخبارية:

هناك ثلاثة أنواع من الأخبار التي تطرحها المواقع الإلكترونية:(رشيد حميد مزيد، 2013، ص463)

1-8-1- الأخبار التي تكون من مصادر معتمدة: مثل وكالة Reuters أو المنشورات التي تكون خارج الانترنت والتي يوجد لها إصدار منها على الشبكة مثل صحيفة Financial Times وإذاعة BBC، ووسائل الإعلام على الشبكة التي ليس لها إصدار مطبوع خارج الشبكة مثل Motley Fool.

1-8-2- الأخبار التي تأتي من مصادر أقل: ويمكن أن تكون مجرد أخبار وبضعة آراء لأفراد تتاح لمستخدمي الأنترنت عبر أحد المواقع على الشبكة.

1-8-3- الأخبار التي تأتي من المنظمات الحكومية: والتي توفر أخبارها الخاصة على الشبكة كما يمكن أن يعاد توزيعها على الانترنت، حيث وفرت محركات بحث الإنترنت للأخبار روابط إخبارية ذات كفاءة وتأثير في مواقع الأخبار المباشرة للمستخدمين وغالبا ما يكونوا غير متصلين مع أن المستخدمين يعرفوا ويحصلوا علي العناوين المباشرة لمواقع الأخبار مباشرة أو مواقع أو يكون لدى الأخبار عناوين البريد الإلكتروني للمستخدمين لتوزيع محتوى الأخبار للمشاركين أكثر حيث لا يتألف المستخدمين المباشرين مع العناوين المباشرة لمواقع الأخبار لذلك يكون من الصعب عليهم الحصول علي مواقع الأخبار بشكل مباشر.

1-9- معايير تقويم جودة الأخبار في المواقع الالكترونية الاخبارية: (جواد مطر الموسوي، بغداد)

نظرا لحدثة نشأة الانترنت كمصدر للمعلومات فإن الآليات الكفيلة بالتحكم الامثل في هذا الفضاء لا تزال غير طافية، ونتج عن هذه الفجوة سلوك التحفظ من مصداقية هذه الشبكة من جهة، ومن جهة أخرى عدم إمكانية الاستغناء عن هذا المصدر الذي لا يضاھيه أي مصدر آخر على الأقل فيما يخص جوانبه الإيجابية.

إن هذا التناقض أفضى إلى فرض التقويم كمنهج ووسيلة للتحكم في عملية انتقاء المعلومات الواردة في مختلف المواقع، إن العملية التقويمية تؤسس على جملة من المعايير التي تحدد الظاهرة المدروسة ، للوصول إلى نموذج لما يجب أن تكون عليه هذه الظاهرة، ومقارنة ذلك بما يتجسد في الواقع، والحكم على قيمة الشيء يكون حسب درجة التوافق بين صورتی الواقع والنموذج.

والجودة ظاهرة معقدة، فإن المعايير التي تحددها تختلف حسب الأهداف وحسب المجالات، وعلى هذا الأساس هناك العديد من الدراسات الخاصة بتقويم جودة المعلومات

الإلكترونية، لا تتفق أو لا تجتمع في مجملها على نفس المعايير التي يمكن أن تكون موضوع إجماع يمكن العمل بها كلما دعت الحاجة إلى ذلك.

وفي الواقع لا توجد هناك صيغ نهائية لقياس جودة المعلومات، و لكن إنما يوجد نوع من الإجماع حول بعض خصائص المعلومات إذ يمكن أن نتكلم عن معلومات صحيحة أو خاطئة، حديثة أو قديمة، دقيقة أو عامة، واضحة أو غامضة ... الخ.

وهذه الخصائص مجتمعة ومترجمة إلى معايير هي التي تحدد جودة المعلومات. من هذا المنطلق نحاول أن نتطرق إلى مجموعة من المعايير التي نراها كفيلة بمساعدة مستعملي المواقع الإلكترونية للتمييز بين المعلومات المختلفة للتمكن من انتقاء أفضلها وأنسبها لحاجة المستفيد. وتتمثل هذه المعايير فيما يلي:

القيمة الاستعمالية: إن الغاية من المعلومات هو الاستعمال، وبالتالي لا قيمة ولا معنى لأية معلومة إلا في حدود استجابتها الجزئية أو الكلية لحاجة المستفيد منها.

وعلى هذا الأساس ينبغي عند تصميم المواقع الإلكترونية مهما كان نوعها أن يهتم صاحبها بجمهور المستفيدين من هذا الموقع لضبط محتوى المعلومات الواردة فيه حسب حاجيات الجمهور المعني.

أصالة المادة: لا قيمة لموقع يحتوي على معلومات سبق نشرها في مصادر أخرى باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات وفي المعارف بشكل تراكمي ومستمر عبر الزمن، والمستعمل تشده تلك المواقع التي تضيف إلى رصيده من المعلومات والمعارف شيئاً جديداً وأصلية بإمكانه أن يؤثر على تطوير مجال اهتمامه. (محمد مصطفى حسين، 2010)

الدقة: إن المعلومات الحقيقة توفر للقارئ الكثير من الجهد والوقت واستعمالها يفضي إلى نتائج وأحكام لا مجال فيها للتأويل.

الصحة: إن التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة عملية انتقائية تعتمد أساسا على عامل التخصص كما يمكن أيضا الاستعانة ببعض المؤشرات الأخرى كالتجربة والمقارنة ونسبة الاستعمال ... الخ.

التحديث: إن المعلومات تخضع لظاهرة التعطل أو التقادم عبر الزمن وكلما تقادمت المعلومات وبخاصة العلمية والتقنية كلما قلت قيمتها الاستعمالية وبالتالي ظهرت الحاجة إلى تحديثها أو استبدالها بمعلومات حديثة وجديدة.

التغطية: من المهم جدا أن تكون المعلومات ملمة لكل جوانب الموضوع المدروس أما في حالة ما إذا كانت التغطية جزئية، فهذا يستدعي من المستفيد إيجاد أبحاث أخرى للحصول على بقية المعلومات التي يحتاج إليها وهذا على حساب وقت المستفيد.

الصلة بالموضوع: إن العلاقة بين المعلومات وموضوع البحث أو الدراسة تحدد الصلة الوثيقة ومدى تطابق هذه المعلومات مع حاجيات المستفيد منها وكلما زادت هذه الصلة زادت قيمة المعلومات.

المصداقية: أن المعلومات المتداولة عبر شبكة الإنترنت لا تخضع لأي ضابط، وبالتالي يمكن لأي شخص أن ينشر في أي موضوع، وفي أي وقت، وفي أي مكان، و لذلك تولدت أزمة ثقة في مصداقية المعلومات مما يستدعي من صاحب الموقع أن يوضح ويبين جملة من العلامات أو الإشارات الخاصة بالناشر.

الجدارة: يحدد هذا المعيار فيما إذا كانت المعلومات يمكن أن يعول ويعتمد عليها لإيجاد حل لمشكلة معينة، علما أن المعلومات في شبكة الإنترنت كثيرة ومتنوعة فيها ما يتعلق بوقائع، ووجهات نظر، وقصص، وإحصائيات الخ.. و تختلف الأهداف التي تسعى هذه المعلومات إلى تحقيقها، فهناك ما يستعمل للإعلام أو الإقناع أو الدعاية أو الإشهار أو المعارضة.. الخ، وإلى جانب هذا التنوع تتدرج مستويات الجدارة بين الحد الأعلى والحد الأدنى.

الموضوعية: الأسباب نفعية اقتصادية أو نفسية فإن الكثير من المواقع الإلكترونية تعرض معلومات يطغى عليها الجانب الذاتي، لهذا ينبغي توخي الحذر عند زيارة هذه المواقع تحرياً للموضوعية التي تعتبر أساس جودة المعلومات المستعملة، وإذا كانت هذه المعايير كفيلة لتوخي جودة المعلومات الإلكترونية فإن مسألة تطبيقها تبقى إشكالا قائما وخاصة بالنسبة لكثير من زوار المواقع الإلكترونية الذين لا يملكون المعارف الكافية التي تؤهلهم لانتقاء أفضل المعلومات وأجودها، وهنا يأتي دور الوسطاء من مكثبين ومعلوماتيين الذين تقع على عاتقهم مسؤولية التفكير في إيجاد الحلول المناسبة أو الآليات اللازمة للتحكم في مسألة جودة المعلومات الإلكترونية. (أعراب عبد الحميد، جامعة الجزائر)

10-1- معايير جودة المواقع الإلكترونية الاخبارية:

اختلفت الآراء في معايير جودة المواقع والخدمات الإلكترونية المقدمة بسبب التوجهات العلمية والتخصصية، ولكن يمكن حصر أهم المعايير في تقييم جودة المواقع الإلكترونية وهي:

1-10-1- المحتوى (ونقدر درجة تقييم هذا المعيار 30%): ويشمل: المعاصرة، ومقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، والتحديث المستمر والدائم، ومعرفة تاريخ ظهور الملف الإلكتروني ومواعيد التحديث والتغطية المعرفية، والاشارة اذا كان المحتوى لم

تكتمل معلوماته بعد، والموضوعية ، والابتعاد عن اشكال التحريف المقصود بما يؤدي إلى فقدان مصداقية الموقع.

ولابد ان يرافق الموضوعية الدقة في المعلومات لخلق ثقة لدى المتصفح، والتأكد من خلو المعلومة من القصور والاطء العلمية وكذلك الطباعية واللغوية والنحوية ووضوح مصادر المعلومة.

1-10-2- التصميم (وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 20%): وهو أحد العناصر الرئيسية في عملية التقويم، ويقصد به: إظهار الموقع بأبهى صورة بحيث يجذب المستفيدين إليه، ومكوته أطول مدة وتكرار زيارته مرات أخرى.

1-10-3- التنظيم او الترتيب (وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 20%): وهو من أهم عناصر عملية التقويم، ويعني المنهجية الواضحة والميسرة والمنظمة، مثل الترتيب الزمني أو الأبجدي أو الجغرافي أو الهيكل التنظيمي، وكل ذلك لغرض تسهيل مهمة المستفيد.

1-10-4- سهولة التعامل (وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 30%): وهي تعني سهولة استعمال الموقع من قبل المستفيد بغض النظر عن خلفيته العلمية، للحصول على المعلومة المطلوبة، وسرعة الانجاز بأقل قدر من الوقت والجهد، مما يحفز على معاودة الاستعمال؛ وهذا يزيد من قيمة الموقع.(أعراب عبد الحميد، المرجع السابق)

خلاصة:

من خلال كل ما سبق، وفي إطار ما تم ذكره في هذا الفصل، تتجلى لنا صور التعاون بين المواقع الاخبارية والقنوات في نقل البث الحي للقناة وعرض كل برامجها مع أرشفة كل نصوص البرامج منذ انطلاق الموقع بحيث يستطيع زائر الموقع أن يشاهد البرامج وآخر الاخبار ويطلع على نصوصها.

كما يتميز الموقع بفريق مهني وفني يتيح له العمل على مدار الأربع وعشرين ساعة وبطاقة إنتاجية محترمة يساهم فيها أيضا فريق من المراسلين المنتشرين في ولايات الوطن.

وتسعى المواقع الاخبارية الالكترونية للالتزام بمبادئ العمل الصحفي وحرية الرأي والرأي الآخر مما يجعلها تقع في مصاف المواقع العربية الإخبارية المتقدمة في العالم العربي خاصة، كما نجد أن هذه المواقع تقدم خدمة تعليقات القراء بما يحقق التفاعلية بين الموقع وزواره حيث بإمكان الزوار التفاعل مع كل ما ينشر بالتعليق والكتابة سواء كانت وجهة نظرهم سلبية أو إيجابية، مدحا أو قدحا.

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع

الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد:

بعد عرضنا للإطار النظري للدراسات السابقة الخاصة بمصدقية المواقع الاخبارية، سنتطرق في هذا الفصل الى عرض الاجراءات المنهجية المعتمدة في دراستنا الحالية والتي تتضمن عينة الدراسة ومواصفاتها، معرفة مدى كفاءة أدوات الدراسة المعتمدة في بحثنا عن طريق الدراسة الاستطلاعية وكذلك الدراسة الاساسية والاساليب الاحصائية لها.

1- مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع العناصر التي تشكل هذا المجتمع والتي يسعى الباحثان بطبيعة الحال أن يعمما عليها نتائج دراستهما، وتكون مجتمع الدراسة من صحفيي ولاية المسيلة.

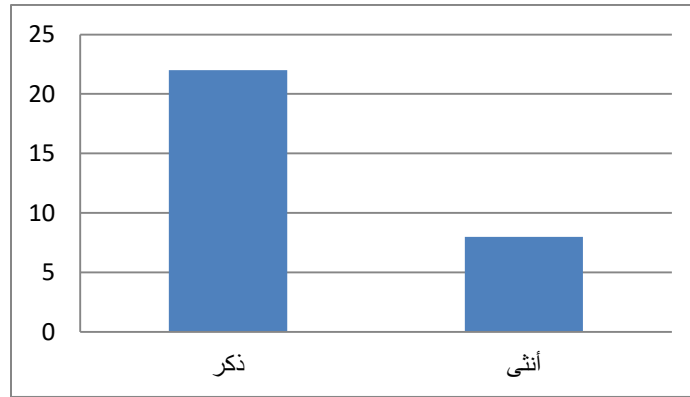
وعليه فقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة الأساسية النهائي 30 صحفي، موزعين حسب متغيرات الدراسة كالتالي:

أ/- الجنس:

جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسب المئوية	عدد الأفراد	الجنس
73.3%	22	ذكر
26.7%	08	أنثى
100%	30	المجموع

ومن خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن عدد الذكور يفوق عدد الاناث.



الشكل رقم (01): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

من الشكل رقم (01) نلاحظ أن عدد الذكور يفوق عدد الاناث بنسبة 00% لصالح الذكور.

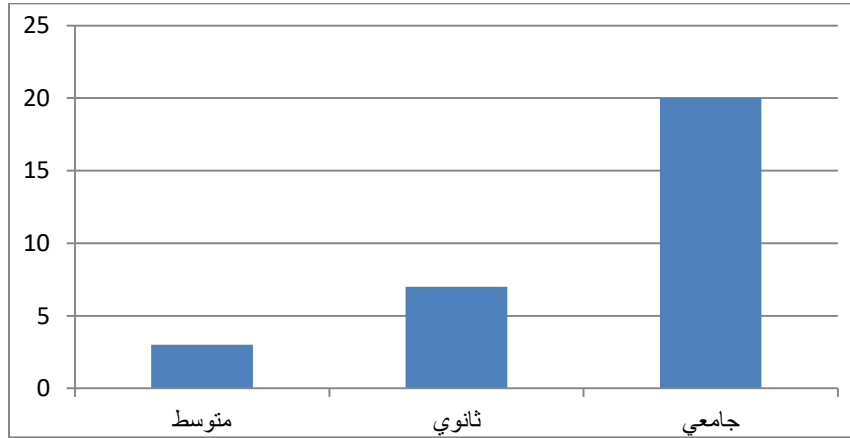
ب/- المستوى التعليمي:

بلغ عدد الصحفيين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي 20 فردا، بينما نجد 7 أفراد لهم مستوى تعليمي ثانوي و 3 أفراد لهم مستوى تعليمي متوسط.

جدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	عدد الأفراد	المستوى التعليمي
10%	3	متوسط
23.3%	7	ثانوي
66.7%	20	جامعي
100%	30	المجموع

ومن خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن كل أفراد عينة الاستطلاعية عدد ذكور يفوق عدد الإناث.



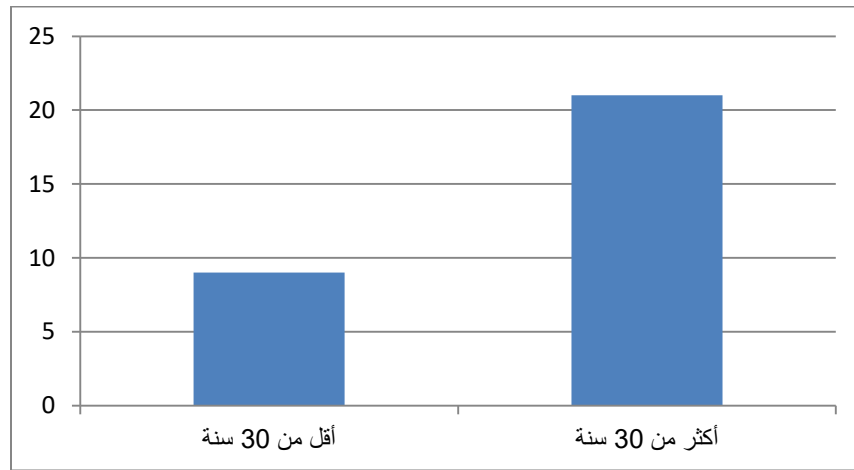
الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي. من الشكل رقم (02) نلاحظ أن عدد الصحفيين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط 3 أفراد بنسبة 10%، بينما عدد الذين لهم تعليم ثانوي يبلغ 7 أفراد بنسبة 23.3%، في حين نجد أن أغلبية الصحفيين لهم مستوى تعليمي جامعي وقد بلغ عددهم 20 فرداً بنسبة 66.7%، وهو الأمر الذي ساعد في تسهيل المهمة والاجابة على عبارات الاستبيان بكل مصداقية ووضوح.

ج- السن:

بلغ متوسط الخبرة المهنية لدى أفراد عينة الدراسة أكثر من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات، وعليه اعتبرنا الأساتذة الذين لديهم أكثر من 14 سنة في التدريس مرتفعي الأقدمية، أما الذين لديهم أقل من 1 إلى 5 سنوات في التدريس منخفضي الأقدمية.

جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	عدد الأفراد	السن
30%	09	أقل من 30 سنة
70%	21	أكثر من 30 سنة
100%	30	المجموع



الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

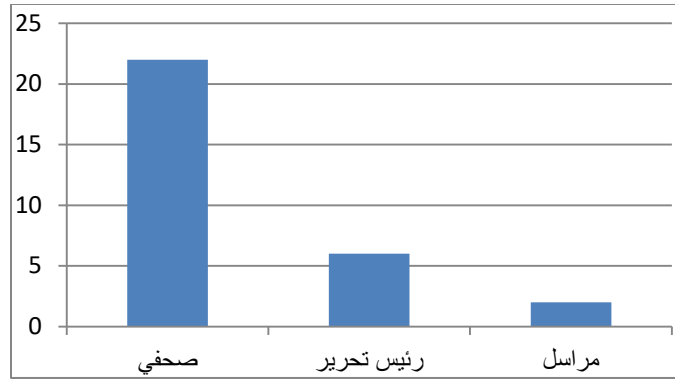
من خلال الشكل رقم 03 نلاحظ أن عدد الصحفيين الأقل من 30 سنة بلغ 9 أفراد بنسبة 30%، بينما بلغ عدد الصحفيين الأكثر من 30 سنة 21 فردا بنسبة 70% .

د/التخصص الإعلامي:

بلغ عدد أفراد العينة الصحفيين 22 فردا بنسبة 73.3%، بينما تخصص رئيس تحرير بلغ 6 افراد بنسبة 20% في حين نجد أن المراسلين بلغ عددهم 2 بنسبة 6.7%، وهذا ما يخدم دراستنا كون ان عدد الصحفيين يفوق بكثير باقي التخصصات الاخرى كون أن دراستنا تدرس الصحفيين بالخصوص.

جدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الإعلامي.

النسبة المئوية	عدد الأفراد	التخصص الإعلامي
73.3%	22	صحفي
20%	6	رئيس تحرير
6.7%	2	مراسل
100%	30	المجموع



الشكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص الإعلامي.

من الشكل رقم (04) نلاحظ أن عدد أفراد العينة للصحفيين بلغ 22 فردا بنسبة 73.3%، بينما تخصص رئيس تحرير بلغ 6 افراد بنسبة 20% في حين نجد أن المراسلين بلغ عددهم 2 بنسبة 6.7%، وهذا ما يخدم دراستنا كون ان عدد الصحفيين يفوق بكثير باقي التخصصات الاخرى كون أن دراستنا تدرس الصحفيين بالخصوص.

2- عينة الدراسة:

2-1 العينة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية من أهم عناصر البحث العلمي التي يتطرق لها الباحث عند بدئه في بحثه فأن أغلبية البحوث العلمية تقوم على أساس دراسة عينة محددة ومختارة من المجموعة التي ترغب في التعرف على خواصها بدلا من دراسة المجموعة الأصلية في حد ذاتها. (عبيدات محمد، 1997، ص105)

تكونت عينة الدراسة الاستطلاعية من (10) صحفيين من صحفيي المسيلة، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، وتم تطبيق الأدوات المستخدمة في هذه الدراسة على هذه العينة بهدف التحقق من صلاحية الأدوات للتطبيق على أفراد العينة الأساسية، وذلك من خلال حساب صدقها وثباتها بالطرق الاحصائية الملائمة.

2-2- العينة الأساسية:

في بحثنا الحالي اعتمدنا على العينة (30) صحفي.

3- أدوات الدراسة:

من أجل جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة يحتاج الباحثان إلى أدوات معينة لكي يقومان بهذه العملية وذلك من خلال اختيار الأداة المناسبة لذلك، ومن المتفق عليه أن أداة البحث تساعد الباحث على تحقيق هدفين أساسيين هما:

-تساعد على جمع الحقائق والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث.

-تجعل الباحث يتقيد بموضوع بحثه وعدم خروجه عن أطره العريضة.(إحسان محمد حسن، 1982، ص65)

اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان من إنجاز الباحثان.

احتوى الاستبيان على 5 محاور بإجمالي 37 سؤال وهي كالتالي:

المحور الأول: مصادر الأخبار في المواقع الاخبارية في الجزائر وبه 9 عبارات.

المحور الثاني: تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا أساسيا للمعلومات وبه 8 عبارات.

المحور الثالث: أنواع الاخبار عبر المواقع الالكترونية في الجزائر وبه 6 عبارات.

المحور الرابع: الموضوعات المعالجة في المواقع الاخبارية الجزائرية وبه 6 عبارات.

المحور الخامس: العوامل المتعلقة بمصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر وبه 8 عبارات.

4- الخصائص السيكومترية للأداة:

- الصدق:

"يقصد بصدق الاختبار، أن يقيس الاختبار ما وضع من أجله، أي مدى صلاحية الاختبار لقياس هدف أو جانب محدد".

وقد اعتمدنا في قياس الصدق على:

2-الصدق المقارنة الطرفية: وهو قدرة الاستبيان على التمييز بين طرفي الخاصية التي يقيسها، بحيث يقوم الباحث بعد تطبيق الاستبيان على مجموعة من المفحوصين بترتيب درجات المفحوصين على الاستبيان تنازلياً أو تصاعدياً في توزيع، ثم يحسب 27% من المفحوصين من طرفي التوزيع، فينتج مجموعتان متطرفتان، فيقارن بينهما بصفتهما مجموعتين متناقضتين تقعان على طرفي الخاصية من حيث درجاتهما عليها، إحداهما يطلق عليها مجموعة عليا من حيث ارتفاع درجاتها في الخاصية، والثانية يطلق عليها مجموعة دنيا من حيث انخفاض درجاتها في الخاصية ثم يستعمل اختبار (ت) لحساب دلالة الفرق بين المتوسطين الحسابيين للمجموعتين. (بشير معمرية، 2007، ص158)

فكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (05) يوضح نتائج حساب الصدق المقارنة الطرفية لاستمارة الاستبيان

مستوى الدلالة	درجة الحرية	(ت) المحسوبة	ن	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	التقنية الإحصائية الاستبيان
0.01	28	11.190	15	1.825	29.000	الدرجات العليا
			15	1.333	21.000	الدرجات الدنيا

نلاحظ من الجدول رقم (05) نتائج حساب الصدق المقارنة الطرفية، الذي تم حسابه وفق الصدق التمييزي للأداة بطريقة المقارنة الطرفية باستعمال الاختبار (ت)، وبتابع الخطوات المذكورة سابقاً.

حيث قدرت قيمة "ت" المحسوبة المتواصل إليها ب: (11.190) وهي دالة عند مستوى 0.01 وعند درجة الحرية 18 مما يدل على صدق الاستمارة.

- الثبات:

"ويعني الثبات مدى إعطاء الاختبار نفس الدرجات أو القيم لنفس الفرد أو الأفراد إذا ما تكررت عملية القياس". (عباس محمود عوض، 2006، ص53)

2- طريقة التجزئة النصفية:

فقد تم استخدام طريقة الثبات بالتجزئة النصفية (الفردية، زوجية) حيث يفصل الاختبار بشكل مصطنع إلى نصفين ويجري ارتباط درجات الأفراد في النصفين، ويطبق الاختبار على مجموعة ثم تقسم البنود بعدئذ إلى نصفين، ويتم الحصول على درجات كل فرد في النصفين ويحسب معامل الارتباط (معامل الارتباط لبيرسون).

الجدول رقم (06): يوضح ثبات التجزئة النصفية لأداة الاستبيان.

(ر) المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة
0.799	14	دالة عند 0.01

نلاحظ من خلال نتائج الموضحة في الجدول رقم (06) أن قيمة "ر" المحسوبة 0.799 عند مستوى الدلالة 0.01 ودرجة الحرية 15 وبالتالي يمكن القول إن الأداة ثابتة ويمكن الاعتماد عليها.

2-معامل "ألفا كرو نباخ":

"وهو من مقاييس الاتساق الداخلي للاختبار، ويربط ثبات الاختبار بثبات بنوده". (بشير، المرجع السابق، ص184)

وبعد تطبيق معامل α كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (07): يوضح الثبات بمعادلة ألفا كرونباخ لأداة الاستبيان.

التقنية الإحصائية	معامل الثبات ألفا كرونباخ	د. ح	د. م
استمارة استبيان	0.687	14	دالة عند 01،0

نلاحظ من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (07) أن قيمة معامل الثبات ألفا كرومباخ 0.687 عند مستوى الدلالة 0.01 وهو مرتفع وهذا يدل على اتساق عالي وتجانس الأداة.

ومن هنا نستنتج أن الأداة ثابتة ويمكن الاعتماد عليها.

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تمّ الاعتماد في معالجة البيانات على البرنامج الإحصائي: SPSS

تمّت الاستعانة به من خلال التقنيات الإحصائية التي استعملت في الدراسة السيكومترية وكذا الدراسة الأساسية للتأكد من مدى صحة فرضيات الدراسة، ويمكننا أن نتعرّف على هذه التقنيات في الآتي:

1- معامل بيرسون:

وتم استخدامه لحساب ثبات الاستبيان، وذلك بحساب الارتباط بين الجزأين الفردي والزوجي، وطبق وفق المعادلة التالية:

$$r = \frac{N \text{ مج (س. ص) - مج س} \times \text{مج ص}}{\sqrt{[N \text{ مج س}^2 - 2 \text{ مج ص}^2 - (مج ص)^2] \times [N \text{ مج (س) - 2}^2 - (مج س)^2]}}$$

حيث أن:

r = معامل الارتباط الجزأين الفردي والزوجي

س = تكرار الأسئلة الفردية

ص = تكرار الأسئلة الزوجية

ن = تكرار العينة

(بشير، 2007، ص 176)

2- اختبار (ت):

في حالة: $n_1 = n_2$

وتم استخدامه لاختبار صدق الاستبيان، بتطبيق المعادلة التالية:

$$t = \frac{m_1 - m_2}{\sqrt{\frac{e_1^2 + e_2^2}{n-1}}}$$

حيث أن:

m_1 = متوسط المجموعة العليا.

m_2 = متوسط المجموعة الدنيا.

e_1^2 = تباين المجموعة العليا.

e_2^2 = تباين المجموعة الدنيا.

$n_1 = n_2 =$ عدد أفراد المجموعة العليا أو الدنيا. (محمود السيد أبو النيل، 1978، ص231)

3 - معامل ألفا كرو نباخ:

وتم استخدامه لحساب ثبات استمارة الاستبيان بتطبيق المعادلة التالية:

$$\alpha = \left[1 - \frac{n}{\text{مج } e^2 \text{ ب}} \right] \times \frac{\text{مج } e^2 \text{ ك}}{n-1}$$

حيث أن:

مج e^2 ب = مجموع تباينات البنود.

مج e^2 ك = تباين الاختبار كله.

$n =$ عدد بنود الاختبار. (أحمد محمد الطيب، 1999، ص301)

4-الاتساق الداخلي: تم استخدامه لحساب صدق الاستبيان.

خلاصة:

إن هذا الفصل بمثابة الخطوة الأولى لعرض الدراسة الميدانية، ولقد تطرقنا فيه إلى مختلف الإجراءات المتبعة في هذه الدراسة، حيث اخترنا المنهج الوصفي المسحي لأنه يتناسب مع طبيعة الموضوع.

كما بينا عينة الدراسة بالإضافة إلى عينة الدراسة الاستطلاعية وعينة الدراسة الأساسية وكيفية اختيارها وخصائصها وتوزيعها حسب متغيرات الدراسة، كما تعرضنا إلى وصف الأداة المستعملة في جمع المعلومات والمتمثلة في الاستبيان، ثم قمنا بعرض خصائصه السيكو مترية المتمثلة في الصدق والثبات.

وفي الأخير أتمنا هذا الفصل بعرض الأساليب الإحصائية المستعملة في موضوع الدراسة.

الفصل الخامس

عرض ومناقشة نتائج الدراسة

تمهيد:

يعتبر فصل عرض ومناقشة النتائج من أهم الفصول فهو لا يقل أهمية عن باقي الفصول الأخرى، فسنتناول في هذا الفصل عرض لنتائج الدراسة وفق لما توصلنا إليه من خلال الأساليب الإحصائية التي اعتمدنا عليها والتأكد من صحتها إثباتاً أو نفيًا، ثم التعرض بعد ذلك إلى مناقشة النتائج وتفسيرها وفقاً لمشكلة البحث وفروضه.

1- مناقشة وتفسير نتائج المحور الاول:

مصادر الأخبار في المواقع الاخبارية في الجزائر

العبارات	الاجابة	التكرار	النسبة المئوية	الدلالة	ك ²	القرار الإحصائي
1	موافق	17	56.7%	0.055	7.200	دال
	غير موافق	4	13.3%			
	محايد	9	30%			
2	موافق	17	56.7%	0.025	5.000	دال
	غير موافق	5	16.7%			
	محايد	8	26.7%			
3	موافق	18	60%	0.06	7.600	دال
	غير موافق	6	20%			
	محايد	6	20%			
4	موافق	19	63.3%	0.06	7.600	دال
	غير موافق	5	16.7%			
	محايد	6	20%			
5	موافق	15	50%	0.055	7.200	دال
	غير موافق	8	26.7%			
	محايد	7	23.3%			
6	موافق	17	56.7%	0.055	7.200	دال
	غير موافق	6	20%			
	محايد	7	23.3%			
7	موافق	13	43.3%	0.05	7.200	دال
	غير موافق	8	26.7%			
	محايد	9	30%			
8	موافق	14	46.7%	0.05	7.200	دال
	غير موافق	8	26.7%			
	محايد	8	26.7%			
9	موافق	25	83.3%	0.06	7.600	دال
	غير موافق	0	0%			
	محايد	5	16.7%			

الجدول (08): يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الاول من استمارة الاستبيان الموجه للصحفيين.

النسبة العامة للدلالة: 0.052

القيمة العامة كا²: 7.88

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (08) و الذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الأول من استمارة الاستبيان الموجه إلى الصحفيين، نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى ($\alpha=0.05$) لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وذلك من خلال عبارات المحور الآتية:

العبارة الأولى: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.055) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أن الصحفيين قد توحدت آراءهم حول إثبات السؤال الأول القائل تعتمد المواقع الاخبارية بشكل كبير على المصادر المباشرة لنقل الاخبار؟

العبارة الثانية: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.025) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أنها جاءت مسايرة و مؤكدة للعبارة ويعني ذلك أن هناك اجماع لصحة السؤال الثاني القائل رئاسة الجمهورية ومصالح الوزارة الأولى ووزارة الدفاع الوطني مصادر مباشرة للمواقع الاخبارية الجزائرية؟

العبارة الثالثة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني وجوب صحة

السؤال الثالث القائل تعتمد المواقع الاخبارية الجزائرية في نقل أخبارها من وكالة الانباء الجزائرية؟

العبارة الرابعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($a=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وبالتالي الاجماع على صحة السؤال الرابع القائل تعد المواقع الاخبارية من بين وسائل الاخبار مصداقية من ناحية نقل الاخبار؟

العبارة الخامسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.055) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية و الاجماع على صحة السؤال الخامس القائل تعتبر المواقع الاخبارية أسرع وسيلة قادرة على نقل الاخبار وقت وقوعها مباشرة؟

العبارة السادسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.055) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($a=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال السادس القائل تنقل المواقع الاخبارية الجزائرية أخبارها من مصادر موثوقة؟

العبارة السابعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($a=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة

السؤال السابع القائل تقوم المواقع الاخبارية الجزائرية بنشر الخبر في صورته الحقيقية؟

العبارة الثامنة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال الثامن القائل المضامين التي تقدمها المواقع الاخبارية تحاكي ما يحدث في الجزائر خاصة وفي العالم عامة؟

العبارة التاسعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال التاسع القائل يعتبر الصحفي مصدرا هاما في توصيل الاخبار ومكونا رئيسيا للمواقع الاخبارية في الجزائر؟

2- مناقشة وتفسير نتائج المحور الثاني:

تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا أساسيا للمعلومات

القرار الإحصائي	ك ²	الدلالة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	العبارات
دال	7.600	0.06	60%	18	موافق	1
			20%	6	غير موافق	
			20%	6	محايد	
دال	7.200	0.05	56.7%	17	موافق	2
			23.3%	7	غير موافق	
			20%	6	محايد	
دال	7.200	0.05	56.7%	17	موافق	3
			16.7%	5	غير موافق	
			26.7%	8	محايد	
دال	7.200	0.05	50%	15	موافق	4
			26.7%	8	غير موافق	
			23.3%	7	محايد	
دال	7.600	0.06	63.3%	19	موافق	5
			10%	3	غير موافق	
			26.7%	8	محايد	
دال	5.000	0.025	36.7%	11	موافق	6
			13.3%	4	غير موافق	
			50%	15	محايد	
دال	7.600	0.06	76.7%	23	موافق	7
			10%	3	غير موافق	
			13.3%	4	محايد	
دال	5.000	0.025	16.7%	5	موافق	8
			53.3%	16	غير موافق	
			30%	9	محايد	

الجدول (09): يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان

الموجه للصحفيين.

النسبة العامة للدلالة: 0.047

القيمة العامة كا²: 6.8

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (09) و الذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجه إلى الصحفيين، نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى ($\alpha=0.05$) لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وذلك من خلال عبارات المحور الآتية:

العبارة الأولى: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أن الصحفيين قد توحدت آراءهم حول إثبات السؤال الأول القائل تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا هاما في نقل الأخبار التي تتجاوز كل الحدود الجغرافية.

العبارة الثانية: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أنها جاءت مسابرة و مؤكدة للعبارة ويعني ذلك أن هناك اجماع لصحة السؤال الثاني القائل يعتمد الصحفي الجزائري في تلقي أخباره من المواقع الاخبارية الجزائرية بكل ثقة.

العبارة الثالثة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني وجوب صحة

السؤال الثالث القائل سرعة المواقع الاخبارية في نقل الأخبار يجعل الصحفي على اطلاع دائم بالأحداث وأكثر إقبالا عليها.

العبارة الرابعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وبالتالي الاجماع على صحة السؤال الرابع القائل ساهمت المواقع الاخبارية الجزائرية بشكل كبير في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع الراهنة في البلاد.

العبارة الخامسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية و الاجماع على صحة السؤال الخامس القائل المواقع الاخبارية تساعدك على معرفة الأخبار وكل ما هو جديد عن الوطن والمواطنين.

العبارة السادسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.025) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال السادس القائل كصحفي، تقوم بالاعتماد على الاخبار المنشورة على المواقع الاخبارية الجزائرية.

العبارة السابعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة

السؤال السابع القائل بدورك كصحفي، تقوم بالتحقيق في صحة الاخبار المنشورة على المواقع الاخبارية الجزائرية.

العبارة الثامنة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.025) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال الثامن القائل تعتبر المواقع الإخبارية الجزائرية كمرجعية إخبارية في الظروف الجادة والحرية.

3- مناقشة وتفسير نتائج المحور الثالث:

أنواع الاخبار عبر المواقع الالكترونية في الجزائر

القرار الإحصائي	ك ²	الدلالة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	العبارات
دال	5.000	0.025	23.3%	7	موافق	1
			36.7%	11	غير موافق	
			40%	12	محايد	
دال	5.000	0.025	13.3%	4	موافق	2
			66.7%	20	غير موافق	
			20%	6	محايد	
دال	5.000	0.025	33.3%	10	موافق	3
			36.7%	11	غير موافق	
			30%	9	محايد	
دال	7.200	0.05	56.7%	17	موافق	4
			30%	9	غير موافق	
			13.3%	4	محايد	
دال	7.600	0.06	70%	21	موافق	5
			16.7%	5	غير موافق	
			13.3%	4	محايد	
دال	7.600	0.06	76.7%	23	موافق	6
			13.3%	4	غير موافق	
			10%	3	محايد	

الجدول (10): يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان

الموجه للصحفيين.

النسبة العامة للدلالة: 0.04

القيمة العامة كا²: 6.23

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (10) و الذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجه إلى الصحفيين، نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى ($\alpha=0.05$) لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وذلك من خلال عبارات المحور الآتية:

العبارة الأولى: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.025) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أن الصحفيين قد توحدت آراءهم حول إثبات السؤال الأول القائل المواقع الاخبارية الجزائرية تسلط الضوء على الأخبار المحلية فقط في نقل الأخبار؟.

العبارة الثانية: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.025) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أنها جاءت مسaire و مؤكدة للعبارة ويعني ذلك أن هناك اجماع لصحة السؤال الثاني القائل تقوم المواقع الاخبارية الجزائرية بنقل الاخبار الجهوية على صفحاتها بشكل خاص؟.

العبارة الثالثة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.025) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني وجوب صحة السؤال الثالث القائل تركز المواقع الاخبارية الجزائرية على نقل الاخبار الوطنية فقط؟.

العبارة الرابعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وبالتالي الاجماع على صحة السؤال الرابع القائل تعتمد المواقع الاخبارية الجزائرية على نقل الاخبار الدولية بشكل عام؟.

العبارة الخامسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية و الاجماع على صحة السؤال الخامس القائل تنوع المواقع الاخبارية الجزائرية مصادرها ومواضيعها دون تخصيص أنواع الخبر؟.

العبارة السادسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال السادس القائل كصفي، المواقع الاخبارية الجزائرية تنجح في نقل الأخبار عندما تسلط الضوء على جميع أنواع الخبر؟.

4- مناقشة وتفسير نتائج المحور الرابع:

الموضوعات المعالجة في المواقع الاخبارية الجزائرية

القرار الإحصائي	ك ²	الدلالة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	العبارات
دال	5.000	0.025	16.7%	5	موافق	1
			70%	21	غير موافق	
			4%	4	محايد	
دال	7.600	0.06	70%	21	موافق	2
			13.3%	4	غير موافق	
			16.7%	5	محايد	
دال	7.600	0.06	66.7%	20	موافق	3
			16.7%	5	غير موافق	
			16.7%	5	محايد	
دال	7.600	0.06	73.3%	22	موافق	4
			13.3%	4	غير موافق	
			13.3%	4	محايد	
دال	7.200	0.05	60%	18	موافق	5
			20%	6	غير موافق	
			20%	6	محايد	
دال	7.600	0.06	70%	21	موافق	6
			16.7%	5	غير موافق	
			13.3%	4	محايد	

الجدول (11): يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الرابع من استمارة الاستبيان

الموجه للصحفيين.

النسبة العامة للدلالة: 0.05

القيمة العامة كا²: 7.1

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (11) و الذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث من استمارة الاستبيان الموجه إلى الصحفيين، نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى ($\alpha=0.05$) لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وذلك من خلال عبارات المحور الآتية:

العبارة الأولى: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.025) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أن الصحفيين قد توحدت آراءهم حول إثبات السؤال الأول القائل تهتم المواقع الاخبارية الجزائرية بنقل الاخبار السياسية فقط؟

العبارة الثانية: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أنها جاءت مسaire و مؤكدة للعبارة ويعني ذلك أن هناك اجماع لصحة السؤال الثاني القائل تهتم المواقع الإخبارية الجزائرية على نقل الأخبار المحلية بصورة عامة؟

العبارة الثالثة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني وجوب صحة السؤال الثالث القائل تقوم المواقع الاخبارية الجزائرية بتنوع أخبارها ومواضيعها من سياسية إلى ثقافية واجتماعية؟

العبارة الرابعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وبالتالي الاجماع على صحة السؤال الرابع القائل تركز المواقع الاخبارية الجزائرية في طرح المواضيع الراجعة والاكثر تداولاً عبر الوطن؟

العبارة الخامسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية و الاجماع على صحة السؤال الخامس القائل لا تركز المواقع الاخبارية الجزائرية على مواضيع معينة فقط من أجل نقلها؟

العبارة السادسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال السادس القائل تهتم المواقع الاخبارية الجزائرية بالأخبار الأكثر مصداقية من أجل زرع الثقة لدى جماهيرها؟

2- مناقشة وتفسير نتائج المحور الخامس:

العوامل المتعلقة بمصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر

القرار الإحصائي	ك ²	الدلالة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة	العبارات
دال	7.600	0.06	86.7%	26	موافق	1
			0%	0	غير موافق	
			13.3%	4	محايد	
دال	7.600	0.06	76.7%	23	موافق	2
			10%	3	غير موافق	
			13.3%	4	محايد	
دال	7.600	0.06	73.3%	22	موافق	3
			0%	0	غير موافق	
			26.7%	8	محايد	
دال	5.000	0.025	33.3%	10	موافق	4
			20%	6	غير موافق	
			46.7%	14	محايد	
دال	7.600	0.06	63.3%	19	موافق	5
			20%	6	غير موافق	
			16.7%	5	محايد	
دال	9.600	0.5	100%	30	موافق	6
			0%	0	غير موافق	
			0%	0	محايد	
دال	7.200	0.05	40%	12	موافق	7
			36.7%	11	غير موافق	
			23.3%	7	محايد	
دال	7.200	0.05	53.3%	16	موافق	8
			20%	6	غير موافق	
			26.7%	8	محايد	

الجدول (12): يمثل النتائج الممثلة لعبارات المحور الخامس من استمارة الاستبيان الموجه للصحفيين.

النسبة العامة للدلالة: 0.108

القيمة العامة كا²: 7.42

الاستنتاج: من خلال الجدول رقم (12) و الذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثاني من استمارة الاستبيان الموجه إلى الصحفيين، نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى ($\alpha=0.05$) لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وذلك من خلال عبارات المحور الآتية:

العبارة الأولى: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة ومستوى الدلالة المعتمدة، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أن الصحفيين قد توحدت آراءهم حول إثبات السؤال الأول القائل عدم السطحية في تناول القضايا المحلية والوطنية وغيرها تؤكد على مصداقية المواقع الاخبارية الجزائرية؟

العبارة الثانية: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني أنها جاءت مسابرة و مؤكدة للعبارة ويعني ذلك أن هناك اجماع لصحة السؤال الثاني القائل متابعة الاخبار الوطنية عامة ومصداقية نقلها للمتلقي من أهم معايير نجاح المواقع الاخبارية الجزائرية؟

العبارة الثالثة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يعني وجوب صحة

السؤال الثالث القائل احترام خصوصية المواطن والتنوع في وجهات النظر يعتبران عاملان أساسيان لزرع الثقة لدى المتلقي؟

العبارة الرابعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.025) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($a=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وبالتالي الاجماع على صحة السؤال الرابع القائل فقدان الشمولية في نقل الاخبار يؤدي إلى فقدان مصداقية المواقع الاخبارية الجزائرية؟

العبارة الخامسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.06) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة المعتمدة ، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية و الاجماع على صحة السؤال الخامس القائل الأخبار الدقيقة والصادقة وعدم الانحياز لأي حزب سياسي تدعم من مصداقية المواقع الاخبارية الجزائرية؟

العبارة السادسة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.5) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($a=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال السادس القائل الحفاظ على الجمهور وعدم توجيهه إلى مواقع بديلة يعزز من مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية؟

العبارة السابعة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($a=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة

السؤال السابع القائل غياب دور المواقع الاخبارية الجزائرية في علاج قضايا المجتمع يعتبر منفر لثقة الجمهور؟

العبارة الثامنة: يتضح لنا أن مستوى الدلالة بنسبة للعبارة هو (0.05) وذلك بمقارنته بالنسبة العامة و مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، مما يعني وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لصالح الإجابة التي تؤكد لنا صحة هذه الفرضية وهذا يدل على صحة السؤال الثامن القائل ضعف تأثير المواقع الاخبارية الجزائرية على الرأي العام يقلل من مصداقيتها اتجاه الجمهور؟

4-2 مناقشة وتحليل نتائج كل المحاور:

الرقم	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T test
1	المحور الأول: مصادر الأخبار في المواقع الاخبارية في الجزائر	1.97	0.62	4.780
2	المحور الثاني: تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا أساسيا للمعلومات	2.38	0.51	7.196
3	المحور الثالث: أنواع الاخبار عبر المواقع الالكترونية في الجزائر	1.18	0.62	5.655
4	المحور الرابع: الموضوعات المعالجة في المواقع الاخبارية الجزائرية	2.12	0.72	6.267
5	المحور الخامس: العوامل المتعلقة بمصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر	1.82	0.59	5.610
	المجموع	1.89	0.61	5.901
	اتجاه العينة		موافق	

الجدول (13): يبين نتائج الفرضيات ككل

من خلال الجدول (13) نلاحظ أن المتوسط الحسابي للاستجابة على محاور أداة البحث تراوحت بين 2.38 كأكبر قيمة و1.18 كأصغر قيمة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحور الأول 1.97 بانحراف معياري قدر بـ 0.62، وبلغت قيمة T للمحور الأول 4.780، أما المحور الثاني فقدر بـ 2.38 بانحراف معياري قدر بـ 0.51، وبلغت قيمة T 7.196، فيما قدرت نسبة المتوسط الحسابي للمحور الثالث 1.18 بانحراف معياري قدر بـ 0.62، وبلغت قيمة T 5.655، بينما المتوسط الحسابي للمحور الرابع بلغ 2.12 بانحراف معياري قدر بـ 0.72 فيما بلغت قيمة T المحسوبة 6.267، أما المحور الخامس فقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي 1.82 بانحراف معياري قدر بـ 0.59، وبلغت قيمة T 5.610، لنجد أن المتوسط العام للاستمارة ككل قدر بـ 1.89 بانحراف معياري قدر بـ 0.61 أين قدرت قيمة T 5.901 ومنه نستنتج أن اتجاه العينة كان موافق، وما لوحظ في نتائج الدراسة أن الاتجاه الموالى لموافق هو الاتجاه محايد، ما يؤكد على مصداقية المواقع الاخبارية في الجزائرية كما وضحته وجهة نظر الصحفيين.

استنتاج:

من خلال كل هذه النتائج والمعطيات نكون قد خرجنا بنتيجة لدراستنا والتي مفادها أن هناك مصداقية للمواقع الاخبارية في الجزائر، ويرجع ذلك لما يراه الصحفيين في ولاية المسيلة والتي أجريت عليهم الدراسة الحالية عن طريق استمارة الاستبيان التي ساعدت على تحليل كل المعطيات والنتائج المشار إليها في هذا الخصوص، ويرجع ذلك في نظرهم إلى الدور الكبير الذي تلعبه المواقع الاخبارية الجزائرية في رصد ونقل الاخبار كما هي دون أي تغيير من مصادرها الحقيقية والصادقة، ولقد لاحظنا أن النتائج المتحصل عليها من خلال المرحلة الاحصائية لمحاور الاستمارة المعتمدة في دراستنا أنها كانت نتائج إيجابية وحقت تساؤلانا التي قمنا بافتراضها من خلال طرح اشكالية تتعلق بموضوع الدراسة الحالية.

وهذا ما نراه يتفق والدراسات السابقة التي قمنا بالاعتماد عليها في دراستنا الحالية، حيث ترى سهيلي لامية في دراستها التفاعلية في المواقع الاخبارية الجزائرية، حيث توصلت إلى أن المواقع الإخبارية استخدمت بشكل كبير خاصية تعدد الخيارات أمام المستخدم، من خلال مواقعها، كما أشارت نتائج الدراسة إلى انخفاض في توفير إمكانيات التفاعلية مثل تحديث المواقع الإخبارية لإخبارها، بالمقابل أشارت النتائج إلى ارتفاع في إتاحة خاصية إبداء الرأي من قبل زوار المواقع.

كما تتفق دراستنا الحالية ودراسة مصعب بلفار اتجاهات الصحفيين نحو مصداقية الاخبار في مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر، حيث خرج بنتيجة كون أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مصدرا للمعلومات من خلال نشرها للوقائع بصفة سريعة، كما تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تتاه قضايا معينة وذلك بنشر مضامين تساهم في تعزيز مصداقيتها مع مرور الوقت، كما أن زيادة مرونة الإعلام البديل وتفاعل الأفراد من خلال طبيعة المشاركة وإبداء وجهات النظر لينهي بذلك ما يسمى بـ: عهد الاتجاه الأحادي.

وترى آمال سعد المتولي في دراستها المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، واستنتج الباحث أن تعدد المواقع الإلكترونية لم ينعكس في استقلالية إخبارية وأن كانت إمكانات الإنترنت التي تتعامل مع الفضاء الإلكتروني المفتوح على مدار الساعة فرضت على هذه المواقع أن تملأ هذا الفراغ استجابة لدوافع المنافسة على جذب المتلقي مما دفع ببعض القنوات التي لا تستطيع المنافسة إلى الالتزام بما جاء في وكالات الأنباء العالمية الغربية (دون تصريف) وإعادة إنتاج ما جاء في هذه الوسائل بما يعني استمرار التدفق الإخباري في اتجاه واحد ودون أن تكون وسيلة أخرى لعرض وجهة النظر الأخرى، كما تميزت التغطية الإخبارية بالتلون إلى حد ما.

أما النتيجة الثانية فهي أن المواقع الإخبارية من حيث طبيعة وسيلة العرض تعتمد على الإيجاز وتجزئة الحقيقة وترك الإبحار والتجوال داخل الشبكة على المتلقي وفقا لحاجته، كل هذا خدم دراستنا الحالية بشكل أو بآخر كما توافقت مع النتائج المستنتجة من كل دراسة.

كما أن النتائج المتحصل عليها اتفقت تماما والإطار النظري والتراث الفكري الذي قمنا بجمعه خلال فترة إعداد المذكرة.

استنتاجات عامة:

من خلال تساؤلات الدراسة والتي تعلق بمصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر، حيث كانت الدراسة ميدانية على عينة من الصحفيين حيث نستخلص ما يلي:

- تمثل المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا للمعلومات من خلال نشرها للوقائع بصفة سريعة.
- تساهم المواقع الاخبارية في تشكيل الرأي العام اتجاه قضايا معينة وذلك بنشر مضامين تساهم في تعزيز مصداقيتها مع مرور الوقت.
- تعتمد المواقع الاخبارية في الجزائر في نقل أخبارها على مصادر حقيقية ذات مصداقية عالية مثل وكالة الانباء ورئاسة الجمهورية وغيرها.
- تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا أساسيا للمعلومات حيث تساهم في نقل الاحداث والاعبار بشكل رسمي وبكل مصداقية.
- أنواع الاعبار عبر المواقع الالكترونية في الجزائر متنوعة، حيث لا تعتمد المواقع الاخبارية في أخبارها على نوع واحد من المواضيع فقط، بل تكون وطنية ودولية محلية وجهوية.
- تتنوع الموضوعات المعالجة في المواقع الاخبارية الجزائرية من سياسية وثقافية واجتماعية.

توصيات الدراسة:

استنادا لما أسفرت عنه هذه الدراسة من نتائج يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة أن يولي الباحثون في الجزائر والوطن العربي المزيد من الاهتمام عن طريق طرح مواضيع ودراسات تخص مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية وكذا آليات قياسها، مقارنة بآليات قياس مصداقية الوسائل الإعلامية التقليدية ومحاولة استحداث مناهج جديدة لدراسة الضوابط الحاكمة للعمل الإعلامي، أو بالأحرى النشر الإلكتروني على المواقع المختلفة.
- التفكير في آليات الحكم على مصداقية المضامين على المواقع الاخبارية، وتطوير صيغ استخدامها ضمن منظومة الإعلام من أجل تجويد المضمون الإعلامي والارتقاء بمستوى المهنة، وضمان أعلى درجات التفاعلية مع الجمهور.
- في ضوء ما توصل إليه الباحثان من نتائج فإن الدراسة توصي بضرورة تعزيز الجهود البحثية والعلمية حول المواقع الإخبارية خاصة وأن هذه المواقع أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة المواطن.

الختامة

الخاتمة:

من خلال ما تقدم في دراستنا، نخلص بأن الصحافة الإلكترونية (الرقمية) جاءت امتداداً لمنتجات شبكة الإنترنت، وبدأت أيضاً امتداداً للصحافة التقليدية مع تغييرٍ جوهري في أوعية وأشكال العرض والتلقي، إذ اكتفت بإعادة إنتاج المضامين الصحفية والإذاعية والتلفزيونية.

ولأن شبكة الإنترنت بحد ذاتها نامية ومتحولة، فقد شقَّت الصحافة الإلكترونية طريقها في التحول والنمو وأخذت تبتكر عالمها الخاص، حيث طورت نماذجها وأدواتها ولم تكف بالشكل والعرض وطرائق التلقي والتفاعل بل شملت تطور المضمون وطرق جمع المعلومات ومعالجتها.

وعليه فقد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على مصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر، وذلك من خلال التركيز على عينة من الصحفيين، وللقيام بهذه المهمة كان واجبا علينا في بداية الأمر القيام بتقديم بعض الاطر المفاهيمية الخاصة بهذه الظاهرة من خلال مراجعة انتقائية للأدبيات في الميدان، كما قمنا بتطبيق دراستنا كما هو مطلوب لنخرج بمجموعة من النتائج كما وضحناه آنفاً، بالتالي نقترح بعض الآفاق لدراستنا كالآتي:

- ضرورة خلق ميثاق شرف خاص بمستخدمي الانترنت من الجمهور العام وكذلك النخبة من الصحفيين والناشطين، ينظم بيئة العمل الالكتروني بشكل يضمن الحفاظ على ثوابت المجتمع وقيمه، فضلا عن الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية خلال ممارسة العمل الالكتروني.
- كما أنه لا بد من إيجاد الآليات والوسائل اللازمة لزيادة المحتوى العربي الإخباري على الإنترنت بما يدعم المواقع الإخبارية في إعادة التوازن لمعادلة التدفق الإعلامي.

- كذلك لا بد من متابعة التطورات الجديدة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتطبيقات الإلكترونية المختلفة بما يمكن المواقع الإخبارية من الاطلاع النظري والعملي والاستفادة بكل ما هو جديد.
- وتوصي الدراسة أيضا بالإسهام في وضع التشريعات الإعلامية و مواثيق الشرف المهنية الخاصة بالإعلام الإلكتروني سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي والدولي بما يضمن لهذا الإعلام الجديد مستوى عاليا من المهنية والالتزام الأخلاقي.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر:

القرآن الكريم

ثانياً: المراجع باللغة العربية:

1. إحسان محمد حسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، بيروت، الطبعة الأولى، 1982.
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
3. أحمد محمد الطيب، الإحصاء في التربية وعلم النفس، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 1999.
4. أعراب عبد الحميد، إشكالية جودة المعلومات في المواقع الالكترونية، رئيس قسم المكتبات والوثائق، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر.
5. بشير معمري، القياس النفسي وتصميم أدواته، منشورات الحبر، الجزائر، الطبعة الثانية، 2007.
6. جواد مطر الموسوي، جودة المواقع الالكترونية، جامعة بغداد، العراق.
7. الحريري منى سعيد، علي سلوى إمام، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
8. خلوف، محمود، الصحافة الالكترونية الفلسطينية والفرق في التقليد، 2008.
9. خليل ابو اصبع، صالح، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار المجدلاوي لنشر والتوزيع، ط5، 2006.
10. الدليمي، عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
11. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1995.
12. شفيق، محمد، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية.
13. صالح، سلمان، ثورة الاتصال وحرية الاعلام، عمان، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2007.
14. الطيب عيساني، رحيمة، مدخل الى الاعلام والاتصال، عمان، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2008.

15. عباس محمود عوض، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة، الإسكندرية، 2006.
16. عبيدات محمد، "منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.
17. علم الدين محمود، مصداقية الاتصال، مركز الحضارة العربية للإعلام والنشر والدراسات، ط1.
18. علم الدين، محمود، الصحافة الالكترونية، ط1، النجدي للصف والإخراج والتصوير، القاهرة، 2008.
19. علم الدين، محمود، مصداقية الاتصال، القاهرة، دار الوزان للطباعة والنشر، 1989.
20. الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، 2005.
21. قاموس المعاني الجامع، حرف الميم.
22. مجموعة من الباحثين، العرب والإعلام الفضائي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004.
23. محمود السيد أبو النيل، "الإحصاء النفسي والاجتماعي والتربوي"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 1978.
24. المصري، عربي، مقالة هل انتقصت مصداقية وسائل الإعلام لأن أعداؤها زادت؟، 2006.
25. مكاوي، حسن عماد، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002.
26. مهنا، فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، بيروت، دار الفكر المعاصر، 2002.
27. موسى، شيرين، المواقع الالكترونية الإخبارية- دراسة في المفاهيم والمصداقية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2015.
28. نجم، طه، علم اجتماع المعرفة، ط1، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1996.
29. نصر، حسني، الانترنت والإعلام، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003.
- ثالثا: المراجع الأجنبية:

30. Heikkila. Heikki. Kunelius. Risto and Ahva. Laura. (2010). From Creelibility to Relevance Journaism Practice.

31. Koetsenruijter, A. and Willem, M. (2011). Using Numbers in News Increases Story Credibility Newspaper Research Journal.

رابعاً: المذكرات والاطروحات:

32. الحجار، أمل، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الأنترنت، رسالة بكالوريوس غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2008.

خامساً: المجالات العلمية:

33. حلس، موسى عبد الرحيم ومهدي، ناصر علي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بفترة سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 12، العدد 2، 2010.
34. رشيد حميد مزيد، صباح محمد فياض، تقييم المواقع الإخبارية على الشبكة الدولية للمعلومات (موقعي جريدتي الأهرام القاهرية والقبس الكويتية أنموذجاً)، دراسة تقييمية مقارنة، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل، العدد 11، آذار، 2013.
35. الرفاعي، محمد خليل، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية، دراسة تحليلية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 1 و 2، 2011.
36. صلاح الدين خالد، مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 1، أبريل، القاهرة، 2005.
37. محمد مصطفى حسين، تقييم جودة المواقع الالكترونية، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، العدد 18، 2010.
38. محمد، عزة عبد العظيم، مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي، دراسة مقارنة بين الرسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 2، 2006.
39. مصطفى، هويدا، مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، العدد 21، 2003.

سادساً: مواقع الأنترنت:

40. www.mawdoo3.com :13 22 a 27.04.2018 le

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



استمارة استبيان

في إطار التحضير لشهادة ماستر اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان: "مصادقية المواقع الاخبارية في الجزائر" يطيب لنا أن نطلب منكم مساعدتنا من خلال الإجابة على هذه الاستمارة من أجل جمع بعض المعلومات التي ستخدم دراستنا، علما أن إجاباتكم ومعلوماتكم ستكون سرية وتستخدم لغرض علمي لا غير.

- ضع علامة (X) على الخانة المناسبة.
- يرجى الإجابة بكل مصادقية على أسئلة الدراسة.

السنة الجامعية: 2022/2021

المعلومات الشخصية:

الجنس:

ذكر

أنثى

المستوى التعليمي:

متوسط

ثانوي

جامعي

السن:

أقل من 30 سنة

أكثر من 30 سنة

التخصص الإعلامي:

صحفي

رئيس تحرير

مراسل

المحور الأول: مصادر الأخبار في المواقع الاخبارية في الجزائر

الرقم	العبارات	موافق	غير موافق	محايد
01	تعتمد المواقع الاخبارية بشكل كبير على المصادر المباشرة لنقل الاخبار؟			
02	رئاسة الجمهورية ومصالح الوزارة الأولى ووزارة الدفاع الوطني مصادر مباشرة للمواقع الاخبارية الجزائرية؟			
03	تعتمد المواقع الاخبارية الجزائرية في نقل أخبارها من وكالة الانباء الجزائرية؟			
04	تعد المواقع الاخبارية من بين وسائل الاخبار مصداقية من ناحية نقل الاخبار؟			
05	تعتبر المواقع الاخبارية أسرع وسيلة قادرة على نقل الاخبار وقت وقوعها مباشرة؟			
06	تنقل المواقع الاخبارية الجزائرية أخبارها من مصادر موثوقة؟			
07	تقوم المواقع الاخبارية الجزائرية بنشر الخبر في صورته الحقيقية؟			
08	المضامين التي تقدمها المواقع الاخبارية تحاكي ما يحدث في الجزائر خاصة وفي العالم عامة؟			
09	يعتبر الصحفي مصدرا هاما في توصيل الاخبار ومكونا رئيسيا للمواقع الاخبارية في الجزائر؟			
المحور الثاني: تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا أساسيا للمعلومات				
10	تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا هاما في نقل الأخبار التي تتجاوز كل الحدود الجغرافية			
11	يعتمد الصحفي الجزائري في تلقي أخباره من المواقع الاخبارية الجزائرية بكل ثقة			
12	سرعة المواقع الاخبارية في نقل الأخبار يجعل الصحفي على اطلاع دائم بالأحداث وأكثر إقبالا عليها.			
13	ساهمت المواقع الاخبارية الجزائرية بشكل كبير في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع الراهنة في البلاد			
14	المواقع الاخبارية تساعدك على معرفة الأخبار وكل ما هو جديد عن الوطن والمواطنين؟			
15	كصحفي، تقوم بالاعتماد على الاخبار المنشورة على المواقع الاخبارية الجزائرية؟			
16	بدورك كصحفي، تقوم بالتحقيق في صحة الاخبار المنشورة على المواقع الاخبارية الجزائرية؟			
17	تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية كمرجعية إخبارية في الظروف الجادة والحرجة؟			
المحور الثالث: أنواع الاخبار عبر المواقع الالكترونية في الجزائر				
18	المواقع الاخبارية الجزائرية تسلط الضوء على الأخبار المحلية فقط في نقل الأخبار؟			
19	تقوم المواقع الاخبارية الجزائرية بنقل الاخبار الجهوية على صفحاتها بشكل خاص؟			
20	تركز المواقع الاخبارية الجزائرية على نقل الاخبار الوطنية فقط؟			
21	تعتمد المواقع الاخبارية الجزائرية على نقل الاخبار الدولية بشكل عام؟			
22	تنوع المواقع الاخبارية الجزائرية مصادرها ومواضيعها دون تخصيص أنواع الخبر؟			
23	كصحفي، المواقع الاخبارية الجزائرية تنجح في نقل الأخبار عندما تسلط الضوء على جميع أنواع الخبر؟			
المحور الرابع: الموضوعات المعالجة في المواقع الاخبارية الجزائرية				
24	تهتم المواقع الاخبارية الجزائرية بنقل الاخبار السياسية فقط؟			

25	تهتم المواقع الإخبارية الجزائرية على نقل الأخبار المحلية بصورة عامة؟
26	تقوم المواقع الاخبارية الجزائرية بتنوع أخبارها ومواضيعها من سياسية إلى ثقافية و اجتماعية؟
27	تركز المواقع الاخبارية الجزائرية في طرح المواضيع الرائجة والاكثر تداولاً عبر الوطن؟
28	لا تركز المواقع الاخبارية الجزائرية على مواضيع معينة فقط من أجل نقلها؟
29	تهتم المواقع الاخبارية الجزائرية بالأخبار الأكثر مصداقية من أجل زرع الثقة لدى جماهيرها؟
المحور الخامس: العوامل المتعلقة بمصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر	
30	عدم السطحية في تناول القضايا المحلية والوطنية وغيرها تؤكد على مصداقية المواقع الاخبارية الجزائرية؟
31	متابعة الاخبار الوطنية عامة ومصداقية نقلها للمتلقي من أهم معايير نجاح المواقع الاخبارية الجزائرية؟
32	احترام خصوصية المواطن والتنوع في وجهات النظر يعتبران عاملان أساسيان لزرع الثقة لدى المتلقي؟
33	فقدان الشمولية في نقل الاخبار يؤدي إلى فقدان مصداقية المواقع الاخبارية الجزائرية؟
34	الأخبار الدقيقة والصادقة وعدم الانحياز لأي حزب سياسي تدعم من مصداقية المواقع الاخبارية الجزائرية؟
35	الحفاظ على الجمهور وعدم توجيهه إلى مواقع بديلة يعزز من مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية؟
36	غياب دور المواقع الاخبارية الجزائرية في علاج قضايا المجتمع يعتبر منفر لثقة الجمهور؟
37	ضعف تأثير المواقع الاخبارية الجزائرية على الرأي العام يقلل من مصداقيتها اتجاه الجمهور؟

المخلص:

هدفت هذه الدراسة لتسليط الضوء على موضوع مصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر، حيث قام الباحثان بعمل دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين من أجل دراسة مدى مصداقية المواقع الاخبارية في الجزائر، وتطرق الباحثان إلى تقديم بعض الأطر المفاهيمية الخاصة بهذه الظاهرة من خلال مراجعة انتقائية للأدبيات في الميدان، حيث اعتمد الباحثان في دراستهما على المنهج الوصفي المسحي، كما قاما بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الصحفيين البالغ عددهم 30 صحفياً عبر تقديم استمارة استبيان في ذات الخصوص، ومنه، وبعد القيام بمناقشة وتفسير المعطيات تم الخروج بمجموعة من النتائج من أهمها ما يلي:

- تمثل المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا للمعلومات من خلال نشرها للوقائع بصفة سريعة.
- أساهم المواقع الاخبارية في تشكيل الرأي العام اتجاه قضايا معينة وذلك بنشر مضامين تساهم في تعزيز مصداقيتها مع مرور الوقت.
- تعتمد المواقع الاخبارية في الجزائر في نقل أخبارها على مصادر حقيقية ذات مصداقية عالية مثل وكالة الانباء ورئاسة الجمهورية وغيرها.
- تعتبر المواقع الاخبارية الجزائرية مصدرا أساسيا للمعلومات حيث تساهم في نقل الاحداث والاخبار بشكل رسمي وبكل مصداقية.

كما أصت الدراسة بما يلي:

- ضرورة أن يولي الباحثون في الجزائر والوطن العربي المزيد من الاهتمام عن طريق طرح مواضيع ودراسات تخص مصداقية المواقع الاخبارية الالكترونية وكذا آليات قياسها، مقارنة بآليات قياس مصداقية الوسائل الإعلامية التقليدية ومحاولة استحداث مناهج جديدة لدراسة الضوابط الحاكمة للعمل الإعلامي، أو بالأحرى النشر الالكتروني على المواقع المختلفة.
- التفكير في آليات الحكم على مصداقية المضامين على المواقع الاخبارية، وتطوير صيغ استخدامها ضمن منظومة الإعلام من اجل تجويد المضمون الإعلامي والارتقاء بمستوى المهنة، وضمان أعلى درجات التفاعلية مع الجمهور.
- في ضوء ما توصل إليه الباحثان من نتائج فإن الدراسة توصي بضرورة تعزيز الجهود البحثية والعلمية حول المواقع الإخبارية خاصة وأن هذه المواقع أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة المواطن.

الكلمات المفتاحية: المصداقية - المواقع الاخبارية - المواقع الالكترونية

Summary:

This study aimed to shed light on the issue of the credibility of news websites in Algeria, where the two researchers conducted a field study on a sample of journalists in order to study the extent of the credibility of news websites in Algeria. In their study, the two researchers relied on the descriptive survey method, and they also applied the field study to a sample of 30 journalists by submitting a questionnaire in the same regard, and after discussing and interpreting the data, a set of results were obtained, the most important of which are the following:

- Algerian news sites represent a source of information by quickly publishing the facts.
- The news websites contributed to shaping public opinion towards certain issues by publishing content that contributes to enhancing their credibility over time.
- News websites in Algeria rely on real, highly credible sources, such as the News Agency, the Presidency of the Republic, and others.
- Algerian news websites are a primary source of information, as they contribute to the official and credible transmission of events and news.

The study also recommended the following:

- The need for researchers in Algeria and the Arab world to pay more attention by presenting topics and studies related to the credibility of electronic news sites as well as the mechanisms for measuring them, compared to the mechanisms for measuring the credibility of traditional media and trying to develop new approaches to study the rules governing media work, or rather electronic publishing on different sites.

Thinking about the mechanisms of judging the credibility of the content on news websites, and developing formulas for their use within the media system in order to improve the media content, raise the level of the profession, and ensure the highest levels of interaction with the public.

- In light of the findings of the researchers, the study recommends the need to strengthen research and scientific efforts about news websites, especially since these websites have become an integral part of the citizen's life.

Keywords: credibility - news sites - websites

تم بحمد الله