

واقع استخدام مصادر المعلومات من قبل العاملين  
في مؤسسات الإعلام بالجزائر:  
تطبيق على الصحافة المكتوبة في صنع الخبر

د. بهجة بومعرافي \*

جامعة قسنطينة 2، عبد الحميد مهري

- مقدمة

تؤدي مؤسسات الإعلام في العصر الحالي دورا مميّزا في ظل التطورات السريعة والمتلاحقة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أفرزت نظاما عالميا جديدا صار فيه الإعلام هو القوى الفاعلة في تحريك موازن الأمور كما استطاعت أن تؤثر في صناعة الخبر الصحفي كما بادر العديد من الإعلاميين ومنهم العرب باستخدام الإنترنت عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة للوصول إلى ملايين القراء في العالم ليجد الصحفي التقليدي نفسه أمام بيئة جديدة في صياغة الخبر وكذلك طرق ووسائل جديدة لإرساله. ومع دخول الإنترنت عالم الإعلام كفضاء جديد ازدادت كفاءة صناعة الخبر وسرعة بثه بفضل مميزاتا وخصائصها المتعددة التي استغلها الصحفيون وغيرهم من عامة الناس لجلب القارئ والباحث عن المعلومات الإخبارية لينشأ نوعا جديدا من الإعلام الجماهيري وتبدأ مرحلة جديدة في صناعة الخبر وبثه عبر المواقع الاجتماعية المختلفة التي تفوقت عن وسائل الإعلام الرسمي بيد أنها مكنت الصحفيين وغيرهم من أفراد المجتمع من سيطرة إعلامية لم تكن متوفرة من قبل بهذه الحرية والاتساع. وما لهذا من انعكاس واضح على مستخدمي هذه المواقع من صنّاع الخبر ومستقبله. ومن وجهة نظر الصحافة المطبوعة التي وجدت نفسها في مواجهة لنوع جديد وأكثر إقناع في صناعة الخبر وطرق جديدة في إرساله وهذا يعني أن الصحافة التقليدية تحتاج إلى إبراز قدرتها على اكتساب أعلى درجة من الثقة من

جانب الجماهير المستهدفة ولن تتأتى هذه الثقة إلا إذا توافرت لها بعض الشروط التي يمكن حصرها فيما يأتي:

(1) مدى التزام الصحافة المطبوعة بتقديم الصورة الحقيقية لواقع الحدث الذي تنقله.

(2) مدى التزامها بدقة البيانات التي تقدمها أثناء نقل ذلك الخبر

(3) مدى اعتمادها على المعلومات في صناعة الخبر

(4) مدى المصدقية والموثوقية التي تحظى بها مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الصحفي في كتابة الخبر

من المؤكد أن مصادر صناعة الخبر الصحفي متنوعة ومتعددة ونظرا للاهتمام المتزايد شبكات الإعلام الاجتماعي (social media) وعلى رأسها facebook و twitter و YouTube والإنستجرام وغيرها التي تستخدم الإنترنت لنشر الخبر بالكلمة والصورة الحية والصوت ونقل الخبر المتغير آنيا (الحسان، 2002) وكذلك بقدرتها الهائلة في النقل السريع والآني للأحداث بالصورة والصوت مع توفير إمكانية المناقشة والتعليق والإثراء من قبل القراء فأعطت قدرة هائلة لانتشار الخبر بشكل جماهيري كبير عن طريق الهواتف الذكية والحاسبات الشخصية ولوحات ليد وغيرها كوسائل اتصال جديدة جنبا إلى جنب مع الصحافة المكتوبة. هذا أدى إلى توسع هائل في كشف الأخبار دون الارتباط بعامل الزمان والمكان لتنافس الصحافة المطبوعة لنقل الأخبار أثناء حدوثها للجمهور عبر الحدود وهذه خطوة غير مسبوقة في تاريخ الإعلام.

- الشبكات الاجتماعية مصدر جديد لصنع الخبر

إن تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد طال مجال صنع الأخبار وبثها ليجد الصحفي التقليدي نفسه أمام تحدي جديد في نقل الخبر إلى القارئ عبر فضاء جديد جلب اهتمام المتلقي واستغله الصحفي المحترف وأفراد المجتمع العاديين في جمع الأخبار وتقديمها دون الارتباط بمؤسسة إعلام

رسمية. وهو ما عبر عنه البعض بصحافة المصدر المفتوح ( open source journalism) التي تتكون مادتها من قبل القراء وهناك من سماها صحافة الجمهور حيث يلعب الجمهور العادي دورا نشطا في جمع الأخبار ونشرها (صادق، 2006، ص.188). وأطلق عليها البعض الآخر من الباحثين مصطلح "صحافة الإنترنت".

أحدثت شبكة الإنترنت تغييرات في المشهد الإعلامي مع ظهور الشبكات الاجتماعية والمدونات الشخصية التي أخذت شكل بوابات إعلامية جماهيرية بخلق صيغ جديدة لصناعة الأخبار والتحاو مع القراء. وتعمل هذه الشبكات والمدونات على إزالة الوسيط بين مرسل الخبر ومستقبله ليصبح أفراد الجمهور العاديين هم الذين يحررون الخبر أو ينقلون مشهدا ويثونه عبر المواقع الاجتماعية وبواسطة هواتفهم الذكية (smart phone). وبذلك أصبحت الشبكات الاعلام الاجتماعي لغة تواصل جديدة بين محرري الأخبار ومتلقيها. وهذا ما عبر عنه (Deuze, 2003) بقوله قد بدأت المؤسسات الصحافية تدرك أن صحافة الإنترنت لها تطبيقات لا علاقة لها بمفاهيم وتطبيقات الصحافة التقليدية وأن الصحفيون ليسوا وحدهم المسئولون عن المادة الصحافية. لقد ظهر نوع جديد من الصحفيين هم من أفراد المجتمع لا علاقة لهم بمؤسسات الإعلام التقليدية منهم أصحاب المواقع الشخصية والمدونات بالإضافة إلى أخبار الويكي (Wiki news). والملفت للنظر أن الشبكات الاجتماعية التي ظهرت في نهاية القرن الماضي وانتشرت انتشارا واسعا في الألفية الثالثة بغرض تفعيل تكنولوجيا الإنترنت بإتاحة بيئة تفاعلية ديمقراطية للتواصل بين الأفراد والمجتمعات وأحدثت تغييرات جذرية في تفاعل الجمهور مع الأحداث دون رقابة.

إن التغييرات التي تشهدها الصحافة تمثل فضاء تجريبيا ثريا سواء بالنسبة للصحفي أو القارئ وكذلك القائمين على المؤسسات الإعلامية. وقد عبر الكثير من الباحثين على تطور الفضاء الصحفي الإلكتروني ما يفسر أن 80% من الجمهور يتجه إلى المواقع الإلكترونية للحصول على الأخبار

(Yovovich, 1998). الإنترنت خلقت ديناميكية تجديدية في بعث استقلالية الصحفي وتثمين كفاءته البحثية والتوثيقية ووسعت علاقته بمصادر صناعة الخبر (رابح، 2006). إن المائلين لهذا الاتجاه يؤكدون أن هناك اعتبارات مهمة يجب أن تأخذ في الحسبان عند انتقاء المعلومات لكتابة الخبر لأن أي خبر مهما كانت جاذبيته، لن يكون مقبولا من القراء ما لم يلتزم بدقة المعلومات التي يتيحها لهم ومصداقيتها وخاصة ما يتعلق بالمعلومات من مصادر إلكترونية غير الرسمية وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي. وهو ما أظهرته بعض الدراسات حول الاعتماد على المصادر الإلكترونية في صنع الخبر الصحفي (Null, Andie, 1997; 2000) ومنهم من اقترح بعض المعايير لاعتمادها في تقييم المعلومات الإلكترونية للتأكد من مصداقيتها وموثوقية المصدر المأخوذة منه (Johnson and Kaye, 1998) إن هذان الاتجاهان المتعارضان والمتمثلان في الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت في جمع مادة الخبر من جهة والشك في مصداقية المعلومات الإلكترونية من جهة أخرى يبينان التأثير المتبادل بين التقنية وصانعي الخبر ومستقبله كما أن البعض مازال ينظر إلى الإنترنت على أنها مجرد أداة مساعدة للصحافة المطبوعة لتوسيع قاعدة قرائها على المستوى الدولي وتطوير الأداء الصحفي وما تقدمه من خدمات للصحف الورقية (الفيصل، 2006).

فيما يخص تطور المشهد الإعلامي في العالم العربي فإن "كثير من تطبيقات الإعلام الجديد أو بمعنى آخر الإعلام الاجتماعي هي الآن تنمو خارج محيط المؤسسات الموجودة، فالرسائل الهاتفية القصيرة تعمل بحرية كبيرة وتطبيقات الاتصال اللاسلكي يمارس فيها قطاع عريض من الشباب نشاطا إعلاميا واسعا يديرون خلاله أفكار ونماذج جديدة للاتصال نشأت وتطورت خارج سلطة الإعلام التقليدي (صادق، 2006، ص. 192) أي خارج المؤسسات الإعلامية الرسمية. وقد مثل ما يسمى بالربيع العربي انطلاقا من ثورة الياسمين في الجمهورية التونسية فرصة جديدة لصعود صحافة الجمهور ونموها بسرعة حيث كان جمهور الربيع العربي وخاصة الشباب

ينقلون الأخبار وينشرون الصور في شبكة الإنترنت وبواسطة الهواتف المحمولة للأحداث أثناء وقوعها ثم بثها عبر شبكات الإعلام الاجتماعية (social media networks) على الفيسبوك وتويتر ويوتوب وغيرها وقد استفاد القارئ العربي من هذه الوسائل كوسائل اتصال مفتوح لا تخضع لأي نوع من الرقابة. إن المواقع الاجتماعية الأكثر استخداما من قبل الجمهور لتناقل الأخبار هي: facebook و twitter و youtube وقد مثلت هذه المواقع البوابات المفتوحة لتكريس حرية التعبير بفتح المجال للجمهور الواسع للدخول المجال السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي وغيرها من المجالات ذات الاهتمام المشترك بين أصحاب المواقع الاجتماعية كما منحهم المشاركة في صنع القرار وعززت العلاقات الاجتماعية بين المجتمعات وتطویرها كما توفر للفرد عالما افتراضيا خاصا يعبر فيه على اهتماماته وانشغالاته بحرية مطلقة ودون وسيط يذكر. فأصبح لهذه الشبكات الاجتماعية قوة التأثير في شتى مجالات الحياة للأفراد والشعوب على حد سوي. فعلى سبيل المثال فللفيسبوك (facebook) الذي أطلق خدمته للجمهور عام 2002 أصبح له قاعدة عريضة من المستخدمين قدرت في 2012 بـ بليون مستخدم والعدد في ازدياد كونه أصبح وسيلة تواصل للأفراد والمؤسسات مما جعل مخترعه يحوله في مايو 2012 إلى مؤسسة اقتصادية بدخوله سوق الأسهم (Nasdaq) الخاصة بتداول أسهم شركات التكنولوجيا. وهكذا فقد أصبحت الشبكات الاجتماعية من أهم وسائل التواصل ومصادر للحصول على المعلومات والأخبار.

#### - أهمية مصادر المعلومات في صنع الخبر الصحفي

على الرغم من أهمية التعرف على مصادر المعلومات التي يستخدمها الصحفيون في جمع المادة لكتابة الخبر، فمن الملاحظ قلة الدراسات التي اهتمت بهذا الموضوع، حيث لم تعثر الباحثة إلا على بعض الدراسات باللغة الإنجليزية ولم يثبت لها من خلال البحث الببليوجرافي وجود أي دراسة باللغة عربية تقترب من موضوع الدراسة الحالية.

ومن أهم الدراسات التي لها علاقة بموضوع البحث الحالي الدراسة التي قام بها أنور وأنصاري وعبد الله (2004) حيث تطرق فيها إلى سلوكيات الصحفيين الكويتيين في البحث عن المعلومات والتعرف على المصادر التي يستخدمونها والغرض من البحث عن المعلومات وكذلك المشاكل التي يواجهونها. من أهم النتائج التي توصل إليها الباحثون في دراستهم أن الصحفيين الكويتيين يستخدمون مصادر رسمية مثل الإنترنت والنشرات الإخبارية ومكتبة مؤسسة الإعلام والتقارير الإعلامية والتلفزيون والراديو كما يستخدمون مصادر غير رسمية مثل الاتصالات الهاتفية من الجمهور وخبراء وزملاء من مؤسسات إعلامية أخرى كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت هي أهم مصدر معلومات بالنسبة للصحفيين الكويتيين تليها التقارير الإعلامية فالنشرات الإخبارية. كما أوضحت ما نسبته 60.9% من المبحوثين يستخدمون المعلومات لكتابة الأخبار وكشفت الدراسة أن نسبة 78.2% تنقصهم مهارات البحث عن المعلومات واسترجاعها وقد عبروا عن رغبتهم في التدريب على كسب تلك المهارات للاستفادة من المصادر المتوفرة في المكتبة الإلكترونية. وفي نهاية الدراسة اقترح الباحثون بعض الطرق التي تتيح للصحفيين إمكانية الحصول على المعلومات التي يحتاجونها وكسب مهارات البحث عنها وأوصت الدراسة بمراجعة مناهج الإعلام في جامعة الكويت لاستحداث خطة دراسية تمكن طلبة الصحافة من كسب مهارات البحث والاسترجاع. وأجرت Poteet (2000) دراسة على 175 صحفي في الولايات المتحدة الأمريكية لمعرفة مدى استخدامهم للمصادر الإلكترونية وجدت أن جلهم أي 100% يستخدمون الإنترنت وأن 96.5% يفضلون استخدام المصادر الإلكترونية للحصول على المعلومات لجمع مادة الخبر. وقام Ross و Middleberg (1999) بدراسة مماثلة ركزا فيها على الصحافة اليومية في أمريكا فخلصا إلى أن 85% من الصحفيين يستخدمون الإنترنت للبحث عن مقالات، 83% منهم يستخدمونها للبريد الإلكتروني و65% يستخدمون

الإنترنت للحصول على المعلومات الإخبارية والاتصال بالخبراء لجمع المادة لصنع الخبر.

كتب Nicholas وآخرون (2000) عن تأثير الإنترنت على الصحفيين والعاملين في مكاتب المصادر المتعددة وخلصت دراستهم إلى أن ما لا يزيد عن واحد لكل خمسة صحفيين فقط يرجعون إلى الإنترنت بسبب الشك في المعلومات التي تقدمها الشبكة. ويرى أصحاب هذا الاتجاه انه إذا كانت شبكة الإنترنت قد أضافت لنشر الخبر عموماً إلا أنها لا تزال مجرد أداة مساعدة للصحافة المطبوعة لتوسيع دائرة قرائها وتحسين الأداء الصحفي (الفصل، 2006). وعن مستقبل الصحافة الورقية في الجزائر في ظل انتشار صحافة الإنترنت أكد شطاح (2006) أن مستقبل الصحافة الورقية في الجزائر ما زال مرشحاً إلى الازدهار والتطور وأن إنشاء المواقع الإلكترونية للصحف الورقية ما هي إلا استجابة لبعض الفئات من القراء ومتطلبات التكنولوجيا الجديدة للاتصال.

في المقابل هناك اتجاه معاكس لهذا يؤكد أن تسعة من كل عشرة صحافي يحصل على المعلومات لكتابة المقال والخبر الصحفي من المواقع الاجتماعية وخاصة توتر والخبراء (source of expert) والمدونات لقدرتها على توصيل الأخبار عبر الحدود (Flammer)، (2003). وفي الدراسة المسحية التي قام بها العربي (2006) والتي أجريت على عينة من 600 مشارك من مستخدمي الإنترنت في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية ركز فيها الباحث على استطلاع رأيهم حول مدى المصداقية التي تحظى بها مصادر المعلومات الإخبارية في الشبكة مقارنة بالمصادر التقليدية فوجد أن الانفتاح الثقافي والمدة الزمنية التي يقضيها الفرد في تصفح الإنترنت وارتفاع مستوى الدخل الشهري وتطور مهارات البحث عن المعلومات ومستوى التعليم هي من العوامل التي ترطبت إيجابياً بالمصداقية وكشفت الدراسة أن شبكة الإنترنت هي من المصادر موثوقة ومصداقيتها مرشحة للزيادة.

- الدراسة الميدانية: تطبيق على مصادر صنع الخبر في الجزائر  
يمثل وجود مصادر معلومات لجمع المادة الصحفية أهمية قصوى في  
صناعة الخبر ومن هذا المنطلق تبرز أهمية جمع المعلومات لكتابة الخبر  
ودعم الصحافة المطبوعة لتكون محل اهتمام الدراسة الحالية والتركيز على  
مصادر المستخدمة في صناعة الخبر الصحفي المطبوع في الجزائر.

#### - أهداف الدراسة

في ضوء الطرح السابق للموضوع يمكن القول بأن الهدف العام لهذه  
الدراسة هو التعرف على واقع استخدام مصادر المعلومات في صناعة الأخبار  
الصحافية وتحديد أهم المصادر التي يستعين بها الصحافيون الجزائريون في  
صناعة الخبر المطبوع. وذلك من خلال دراسة منهجية علمية.

#### - أسئلة الدراسة

تسعى الباحثة لتحقيق الأهداف التي وضعتها لهذه الدراسة الحصول على  
إجابات محددة عن التساؤلات الآتية:

- ما موقع الصحافة المطبوعة بين غيرها من وسائل الإعلام الحديثة؟
- ما هي المصادر التي يعتمد عليها عموم الصحفيين في صناعة الخبر؟
- ما هي المصادر التي يعتمد عليها الصحافي الجزائري في صناعة الخبر  
المطبوع؟

#### - أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية وسائل الإعلام وخاصة ما يتصل منها  
بالصحافة المطبوعة وأهمية المعلومات في صناعة الخبر، وفي ظل انتشار  
وسائل الإعلام من مسموعة ومرئية وإلكترونية وما يصطحبها من تحول  
مطرد في صناعة الأخبار وبنها فور حدوثها بالنص والصوت والصورة. إن ثورة  
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي نعيشها في العصر الحالي وما يصطحبها  
من تغييرات في جميع المجالات بما في ذلك الإعلام باتجاهه إلى استخدام  
الوسائط غير التقليدية في صناعة الخبر وبنه حيث أصبحت شبكة الإنترنت



منفذا لا يمكن الاستغناء عنه لما تتمتع به من مزايا أتاحت أفقا جديدة للتواصل مع المجتمعات مما أثار تساؤلات عديدة حول كفاءة الصحافة المطبوعة. لذلك كان من الضروري إلقاء الضوء على المصادر التي يستخدمها الصحفي في جمع المعلومات الإخبارية وضرورة الرجوع إلى مصادر موثوقة لتحقيق مستوى من المصداقية التي يمكن أن تقنع المتلقي.

وتعتبر هذه الدراسة إضافة هامة إلى الإنتاج الفكري العربي في مجال مصادر معلومات صناعة الخبر الصحفي كونها الدراسة الوحيدة في هذا الموضوع التي تخص استخدام مصادر المعلومات من قبل الصحفيين الجزائريين حسب لنتائج المسح الببليوجرافي الذي أجرته الباحثة.

#### - منهج الدراسة

قامت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لكونه أنسب المناهج وأكثرها استخداما في الأبحاث التي تقوم على جمع المعلومات ورصد انطباعات واتجاهات مجتمع الدراسة. ولجمع المعلومات المطلوبة لإنجاز هذه الدراسة استخدمت الباحثة وسيلتين:

1) المسح الببليوجرافي للإنتاج الفكري المتوافر حول موضوع الدراسة المنشور في الشكل الورقي والإلكتروني للاستفادة من الدراسات السابقة.  
2) استبانة مكونة من مجموعة من العبارات تتعلق بأنواع مصادر المعلومات التي يستخدمها الصحفيون الجزائريون في صناعة الخبر والغرض من البحث عن المعلومات.

#### - عينة الدراسة

تتكون عينة الدراسة من 50 صحفي يعملون في الصحافة المطبوعة تم اختيارهم عشوائيا دون تحديد اسم الصحيفة التي يعملون لديها ولا الجنس ولا العمر. وتم توزيع الاستبانات عليهم وأعطى لهم أسبوع واحد لإعادة الاستبانة وقد تم استرجاع 100% من الاستبانات الموزعة على العينة حيث تم اعتمادها للتحليل الإحصائي.

#### - أداة الدراسة

تم استخدام استبانة تضمنت مجموعة من الأسئلة لتحديد مصادر المعلومات التي يستخدمها الصحفيون الجزائريون والتعرف على مدى اعتمادهم عليها في كتابة الخبر الصحفي. قسمت الأسئلة إلى ثلاثة محاور واحتوت أسئلة المحور الأول على عشر عبارات تضمنت نوع المعلومات التي يبحث عنها الصحفي. وتضمن المحور الثاني خمسة عشر عبارة للتعرف على أهم المصادر التي يعتمد عليها الصحفي في كتابة الخبر وخصت الباحثة المحور الثالث من الاستبانة لمعرفة مدى الاعتماد على المصادر الرسمية وغير الرسمية وأعطى لكل عبارة وزن وفق سلم ليكرت (Likert scale) الخماسي من 1 إلى 5.

#### - صدق أداة الدراسة

للتأكد من صدق أداة الدراسة قامت الباحثة بعرضها على أربع أساتذة من كلية الاتصال في جامعة بقسنطينة (الجزائر) بغرض التحقق من الصياغة اللغوية للعبارات الواردة في أسئلة الاستبانة. وقد تم الأخذ بملاحظاتهم قبل توزيعها على أفراد العينة.

#### - ثبات أداة الدراسة

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم استخدام تحليل الجدارة (reliability analysis) لقياس ثبات المقاييس الداخلية للأداة وذلك باستخدام معادل ألفا (Cronbach Alpha Coefficient) حيث بلغ 0.85 وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات الاتساق الداخلي للفقرات الواردة في الاستبانة.

#### - المعالجة الإحصائية للنتائج

تم تفرغ الإجابات وتحليلها باستخدام حزمة البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) باستخدام التحليل الإحصائي (Descriptive statistics) لحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك اختبار (ت). (T-test)

- نتائج الدراسة ومناقشتها

- المحور الأول: نوع المعلومات التي يبحث عنها الصحفي لصناعة الخبر؟ للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل نوع المعلومات المبينة في الجدول (1).

الجدول رقم (1): نوع المعلومات التي يبحث عنها الصحفي وفق الترتيب التنازلي.

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نوع المعلومات
1	0.95	4.64	معلومات سياسية
2	0.86	4.58	معلومات عن المجتمع المحلي
3	0.91	3.45	معلومات لكتابة مقال
4	0.89	3.31	معلومات رياضية
5	0.85	3.20	معلومات اقتصادية
6	0.86	3.17	معلومات تاريخية
7	0.85	3.15	معلومات بغرض التثقيف الشخصي
8	1.02	2.91	البحث عن حقائق
9	0.98	2.83	معلومات عن البيئة
10	1.11	2.15	معلومات عامة

درجات السلم من: 5 = مهمة جدا، 4 = مهمة، 3 = مهمة نوعا ما، 2 = غير

مهمة، 1 = غير مهمة إطلاقا

يبين الجدول رقم (1) أن الصحفي الجزائري يبحث عن معلومات تساعد في كتابة أخبار في السياسة بالدرجة الأولى حيث جاءت في الرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره (4.64) وقد تعزى هذه النتيجة إلى الثورات التي يعيشها العالم عامة والعربي خاصة والوضع الذي تعيشه الجزائر قرابة إجراء الانتخابات والمصادف للفترة التي أجريت فيها هذه الدراسة. وجاءت المعلومات عن المجتمع المحلي في الرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.58) وقد تعود هذه النتيجة إلى التغييرات والتطورات في شتى مجالات الحياة

نتيجة الطفرة الاقتصادية التي يعيشها المجتمع الجزائري في العصر الحالي. وجاءت كل من المعلومات لكتابة مقال ومعلومات رياضية ومعلومات اقتصادية ومعلومات تاريخية ومعلومات بغرض التثقيف الشخصي بدرجة متوسطة حيث تراوحت المتوسطات الحسابية من (3.45) إلى (3.15) بينما جاء البحث عن حقائق ومعلومات عن البيئة ومعلومات عامة بدرجة منخفضة حيث حصلت على متوسطات حسابية بلغت على التوالي (2.91) و(2.83) و(2.15). المثير للجدل فيما يخص هذه النتائج هو انخفاض درجة اهتمام الصحفيين الجزائريين بالبحث عن الحقائق ومعلومات للكتابة عن البيئة التي كان من المتوقع أن تكون ضمن الرتب الأولى وبمتوسطات حسابية أعلى بكثير. وقد جاءت هذه النتيجة عكس ما توصلت إليه دراسة أنور وأنصاري وعبد الله (2004).

- المحور الثاني: مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الصحفيون الجزائريون؟  
الجدول رقم (2): نوع مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الصحفي وفق الترتيب التنازلي وفق الأهمية.

نوع المعلومات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
YouTube	4.31	1.08	1
Facebook	4.27	1.52	2
Twitter	4.13	0.98	3
الإنترنت عامة (محركات البحث)	4.06	1.05	4
وكالات الأنباء الأجنبية	4.01	1.02	5
قصاصات الإخبارية (press releases)	3.95	0.93	6
تقرير من الزملاء النظراء (reports from peers)	3.81	1.09	7
نشرات الأخبار المرئية	3.75	0.85	8
نشرات الأخبار المسموعة	3.54	1.02	9
مصادر رسمية (من الدوائر والمؤسسات الحكومية)	2.76	0.98	10
مراسلات القراء	2.65	1.01	11

12	1.07	2.48	حكايات في المقاهي والنوادي
13	0.97	2.13	مكلمات هاتفية من الجمهور
14	0.96	1.98	مكتبات مؤسسات غير إعلامية
15	0.92	1.76	إجراء مقبيلات مع أفراد الجمهور

درجات السلم من: 5= مهمة جدا، 4= مهمة، 3= مهمة نوعا ما، 2= غير مهمة، 1= غير مهمة إطلاقا.

يتبين من الجدول رقم (2) أن المواقع الاجتماعية Facebook و YouTube و Twitter ومحركات البحث وكذلك وكالات الأنباء هي أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المبحوثين في جمع المادة الإخبارية في صناعة الخبر حيث حصلت على أعلى متوسطات حسابية قريبة من مهمة جدا تراوحت من (4.31) إلى (4.01) وعلى رأسها YouTube بمقدار (4.31) وهذا يؤكد مدى أهمية المواقع الاجتماعية في الحصول على المعلومات لصناعة الخبر وإرساله بالنص والصور والصورة. تتفق هذه النتائج مع دراسة كل من Flammer، (2003) وأنور وآخرون (2004) و Poteet (2000) و Ross و Middleberg (1999). وأقر عينة الدراسة أن القصص الإخبارية (press releases) وتقارير الأقران (reports from peers) ونشرات الأخبار المرئية ونشرات الأخبار المسموعة مهمة نوعا ما بمتوسطات حسابية بلغت 3.95 و 3.81 و 3.75 و 3.54 تباعا وقد اتفقت هذه النتائج مع دراسة أنور وأنصاري وعبد الله (2004). ويلاحظ من الجدول أعلاه أن المكلمات الهاتفية من الجمهور ومرسلات القراء والحكايات في المقاهي والنوادي ومكتبة المؤسسة مصادر معلومات غير مهمة حيث بلغت المتوسطات الحسابية لهذه المصادر أقل من (3) كما يعتقد المبحوثون أن مكتبات المؤسسات غير الإعلامية والمقبيلات مع أفراد الجمهور في جمع معلومات لكتابة الخبر غير مهمة إطلاقا حيث حصلت على أقل متوسطات حسابية تقدر بـ 1.98 و 1.76 وتشير هذه النتائج إلى ضعف التواصل بين الصحفيين وأفراد المجتمع مما قد يؤدي إلى انخفاض دور الصحافة المطبوعة في خدمة المجتمع المحلي وقد اختلفت هذه النتيجة

مع ما جاء في الجدول رقم (1) الذي أظهر وجود اهتمام بجمع معلومات عن المجتمع المحلي كما لم تتفق مع نتائج دراسة أنور وأنصاري وعبد الله (2004).

**المحور الثالث: اختبار "ت" لتحديد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $P \leq 0.05$  في درجة اعتماد المبحوثين عن المصادر الرسمية وغير الرسمية في كتابة الخبر؟**

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لدلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على مدى اعتمادهم عن مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية والجدول رقم (3) يبين نتيجة ذلك.

الجدول رقم (3): نتيجة اختبار (ت).

العبارة	نوع المصادر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
مدى الاعتماد على المصادر الرسمية وغير الرسمية	مصادر رسمية	32	2.96	0.82	3.56	*0.000
	مصادر غير رسمية	18	2.30	0.42		

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $P \leq 0.05$ .

يبين الجدول رقم (3) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على المصادر الرسمية وغير الرسمية وربما يرجع ذلك إلى مستوى الأهمية التي يولها الصحفيون الجزائريون إلى كل نوع من تلك المصادر، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمصادر الرسمية (2.96) أما متوسط المصادر غير الرسمية فهو (2.30) وبلغت قيمة (ت) (3.56) بمستوى دلالة (0.000) وجاءت الفروق الإحصائية بالمتوسطات الحسابية لصالح المصادر الرسمية وهذا كان متوقعا كون مصادر المعلومات الرسمية يتوقع أن تحظى بمصداقية أعلى ليثق فيها الباحثون أكثر من المصادر غير الرسمية وقد تفسر

هذه النتيجة إلى محدودية العلاقة بين الصحفيين والمجتمع والشك في مصداقية المعلومات التي يكون مصدرها غير معروف كتلك التي تأتي عبر المكالمات الهاتفية ومراسلات أفراد المجتمع.

#### - الخاتمة

يمر المشهد الإعلامي في العالم بموجة من التغييرات والتطورات مكنت فيها مستحدثات تكنولوجيا الاتصالات المتطورة من شبكات التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت عامة الجمهور العادي من الخوض في مجال صناعة الخبر وبثه وهو نشاط كان حكرا على مؤسسات الإعلام الرسمية والصحفيين المحترفين مما نتج عنه أنماط جديدة لم يعرفها المشهد الإعلامي من قبل. وأهم التطبيقات لهذا النمط الجديد من الإعلام الجماهيري نشأ ونما في شبكات الإعلام الاجتماعي والمواقع الشخصية للأفراد والمدونات والمنديات ومع تطور تقنيات الهواتف المحمولة ووسائل الاتصال اللاسلكي زاد انتشار صناعات الخبر الصحفي من غير الصحفيين المحترفين في العالم بما في ذلك العالم العربي الذي شاهد هو الآخر هذا النوع المستحدث من وسائل صنع الخبر وإرساله للجمهور العريض وقياسا للتطور في المجال الإعلامي من قبل الصحفيين الجزائريين الذين سخروا مهاراتهم التكنولوجية في جمع مادة صنع الخبر والمصادر المستعملة لهذا الغرض فقد أجريت دراسة ميدانية لاستكشاف واقع استخدام مصادر المعلومات من قبل العاملين في مؤسسات الصحافة المطبوعة في الجزائر ومدى اعتمادهم على مختلف المصادر المعلومات الإخبارية الرسمية وغير الرسمية في صناعة الخبر. وظهرت المواقع الاجتماعية والإنترنت عامة كأفضل المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة المشاركة في الدراسة لما تتمتع بها من مزايا وانتشار استخدامها في إرسال الخبر فور حدوثه. وتشير نتائج الدراسة إلى أن هناك ثقة بالمصادر الرسمية على حساب المصادر غير الرسمية وقد اتفقت تلك نتائج ككل مع بعض النتائج التي توصلت إليها الدراسات ذات علاقة بهذه الدراسة. ورغم أن عينة الدراسة بسيطة فإنه قد تم رصد بعض الحقائق المتصلة

بالموضوع. ومن الأمور التي تثير الانتباه هو انخفاض الاعتماد على بعض المصادر غير الرسمية كالمقالات مع أفراد المجتمع والمرسلات والمكلمات الهاتفية والتي يمكن أن توفر مادة غنية لصناعة الخبر إذا عرف الصحفي كيف ينتقي المعلومة الصحيحة من تلك المصادر.

### - المراجع:

\* - عضو هيئة التدريس في قسم علم المكتبات والمعلومات  
بالجامعة الإسلامية العالمية، ماليزيا، سابقا وعضو هيئة التدريس بكلية الاتصال، وعميدة شؤون المكتبات  
بجامعة الشارقة بالإمارات العربية المتحدة سابقا.

- Andie. T. (1997). " Why Web warriors might worry". Columbia Journalism Review. vol. 36 no.2 pp.35-39.
- Anwar. M.A.; Al-Ansari. H.; Abdullah. A. (2004). "Information seeking behavior of Kuwaiti journalists". Libri. vol. 54. pp.228-236.
- Deuze. M. (2003). " The Web and its journalism: considering the consequences of the different types of news media online". New-Media and Society. vol. 5. no.2. pp. 203-230
- Flammer. C. (2003). "Journalists use social media to find stories" available at: <http://www.mreleVanco.com/03/journalists-use-social-media-to-find-stories/> (viewed August 24. 2011).
- Johnson. T.J. and Kaye. B.K.. (1998). "Cruising is believing: comparing Internet and traditional sources on media credibility measures". Journalism and Mass Communication Quarterly. vol. 75. pp. 325-341.
- Nicholas. D.; William. P.E.; Cole. P. and Martin. H. (2000). "The Impact of the internet on information seeking in the media". Aslib Proceedings. vol. 52 no. 3. pp. 98-114.
- Null. C. (2000). "Web of lies". PC Computing. vol. 13 no. 60. p. 62.
- Poteet. A.R. (2000). Newspapers journalists' information seeking behavior with online information sources". Master Thesis. University of North Carolina at Chapel Hill.
- Ross. S. and Middleberg.D. (1999). "Print media in cyberspace study" available at: <http://www.middleberg.com/studies/print/execsummary.cfm> (viewed August 30. 2011)
- Yovovich. B.G. (1998). "Consumers trust Web news providers". Editors and Publishers. no. 131. p. 27
- الحسان، إحسان محمود (2002) "الصحافة الإلكترونية الوليدة" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع. 15، ص. 87.

شطاح، مجمد (2006) "صحافة الإنترنت ومستقبل الصحافة الورقية (المكتوبة) في الجزائر" في وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العلم العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22-23 نوفمبر 2006، ص: 57-70.



العربي، عثمان (2006) "مصادقية الصحافة الإلكترونية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية على متصفح الصحافة الإلكترونية بمدينة الرياض" في وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العلم العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22-23 نوفمبر 2006، ص: 412-437.

الفيصل، عبد الأمير (2006) "الصحافة الإلكترونية: مقارنة أولية" في وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العلم العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22-23 نوفمبر 2006، ص: 71-92.

الصادق رايح (2006) "من تجليات إدماج التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية الحديثة في المؤسسات الصحفية" في وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العلم العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22-23 نوفمبر 2006، ص: 134-153.

صادق، عباس مصطفى (2006) "التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت" في وقائع مؤتمر صحافة الإنترنت في العلم العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 22-23 نوفمبر 2006، ص: 177-194.