المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي
جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم
ISSN: 2437 – 1181
EISSN: 2710-8139

المجلد09 / العدد:03 (2202)، ص*329* –ص 347

الرسالة الإعلامية في الفضاء الرقمي بين المسؤولية المهنية والأخلاقية – دراسة ميدانية

The media message in the digital space between Professional and Ethical responsibility applied study

زعيطي امنة* [1] ، برناوي راضية[2]

[1] المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام والاتصال (الجزائر)، mina.ziti@gmail.com

[2] المدرسة الوطنية العليا للبيطرة (الجزائر)، radiabernaoui@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2021/07/15 تاريخ القبول: 2022/09/15 تاريخ النشر: 2202/09/30

Doi; 10.53284/2120-009-003-020

الملخص:

تبحث الدراسة في طبيعة القيم المهنية والأخلاقية التي تحدد الرسالة الإعلامية عبر الفضاء الرقمي من وجهة نظر الصحفي الالكتروني، حيث تبنى الرسالة الإعلامية على أهداف معينة يحاول من خلالها الصحفي إيصال رسالة هادفة، حيث تستهدف دراستنا إلى وصف وتحليل المعايير المهنية والأخلاقية المحددة للرسالة عبر الصحافة الالكترونية الجزائرية، من خلال استطلاع أراء المهنيين بأربع مواقع إخبارية. وتهدف هذه الدراسة إلى البحث في مدى التزام إعلاميي المواقع الالكترونية بالمسؤولية المهنية والأخلاقية في طريقة الطرح والمعالجة الإعلامية والتعرف على تصور الصحفيين لدور الصحافة وتصورهم لمهامهم وللأخلاقيات المهنية المتبعة في المعالجة الإخبارية .

كلمات مفتاحية: المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية المهنية، الإعلام الالكتروني، الصحافة الالكترونية.

Abstract:

The study examines the nature of the professional and ethical values that define the media message through the digital space from the point of view of the electronic journalist, where the media message is built on certain goals through which the journalist tries to deliver a meaningful message, as our study aims to describe and analyze the professional and ethical standards specified for the message through the Algerian electronic press. , through a survey of the opinions of professionals in four news sites. The aim of this study is to investigate the extent to which website journalists are committed to professional and ethical responsibility in the media presentation and treatment method, and to identify the journalists' perception of the role of the press and their perception of their tasks and the professional ethics followed in news processing.

Keywords: Ethical Responsibility ; Professional Responsibility; Electronic Media ; Electronic Journalism.

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

أحدثت الثورة التكنولوجية تطورات على تقنية صناعة الصحافة بصفة عامة، والتي فجّرها التسابق بين المؤسسات الصحفية في إدخال احدث الوسائل واستخدامها في كل المراحل الإنتاجية للصحف وذلك لتحقيق الاستفادة منها في تطوير العمل الصحفي، لما تقدمه من خدمات جديدة، لتكون الصحافة أكثر حرية وأكثر تقدما، حيث أتاحت الرقمنة للصحفيين المجال للقيام بأعمال لم يكن بمقدورهم القيام بها من قبل، حيث تطورت طرق جمع المادة الصحفية، وتحسن طرق الاتصال الصحفي المباشر بمصادر الخبر.

ولعل التحديات التي تواجه الصحفي الآن هو ما تطرحه الثورة الراهنة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من مستحدثات ونتائج وأثار متوقعة في مستقبل الصحافة كصناعة وكمهنة، حيث تعد الانترنيت من أقوى اختراعات العصر الرقمي، وسنحاول في هاته الدراسة تسليط الضوء على القيم المهنية والأخلاقية المحددة للرسالة عبر الصحافة الالكترونية.

الإشكالية:

تم إدخال لأول مرة في التشريع الإعلامي الجزائري لسنة 2012، مسألة الإعلام الالكتروني الذي كان موجود فعليا لكنه غائب قانونا، وأصبح النشاط الإعلامي الجزائري مقننا بصفة رسمية على شبكة الانترنيت، حيث نصت المادة 66 من القانون العضوي 2012 على "يمارس نشاط الإعلام عبر الانترنيت بحرية". حيث تمكنت الصحافة الرقمية أن تفرض نفسها في ظرف وجيز كمصدر للمعلومة، خصوصا وان الإعلام الالكتروني فرض واقعا إعلاميا جديدا وانتقل بالإعلام التقليدي الى مستوى السيادة من حيث الانتشار وتمكن من اختراق كافة الحواجز الجغرافية والزمانية، فسارعت أغلب الدول ومنها الجزائر الى وضع وعاء قانوني لتنظيم مهنة هذا الإعلام الحديث الذي تخطى – ان صح القول – عقبات الإعلام التقليدي نظرا للخصائص التي يتمتع بها. هذا يتطلب تسليط الضوء على واقع أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الالكترونية في الجزائر من خلال رصد واقع الممارسة الإعلامية في البيئة الالكترونية. ومن هنا نطرح الإشكالية والتساؤلات التالية:

ما هي المعايير التي تتحكم في بناء أجندة الرسالة الإخبارية عبر الصحافة الالكترونية ؟

- **تساؤلات الدراسة:**

من أجل فهم جيد للإشكالية يمكن طرح بعض التساؤلات والتي من بينها:

1/ ما هي أبرز المصادر التي يعتمد عليها صحفيو المواقع الإخبارية أثناء تحرير الأخبار ؟

2/ متى يلجأ الإعلامي الالكتروني الى تجهيل المصادر؟

3/ ما مدى التزام مهنيي الإعلام الالكتروني بالجزائر بالموضوعية في طرح وتناول المواضيع الإعلامية؟

4/ ما هي أهم الجوانب التي يراعيها الصحفيون عند انتقاء وجمع الأخبار؟

5 هل تطرح البيئة الالكترونية أخلاقيات مهنية مغايرة للبيئة التقليدية أثناء المعالجة الإخبارية؟

- **منهج الدراسة:**

يعرف المنهج على انه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة. تهيمن على سير العقل في العلوم، و تحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.(**صبري و النجم، 2003، ص2**) تستخدم الدراسة منهج المسح الذي يعرف بأنه احد الأساليب المتعلقة بجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بالصحافة والإعلام، وتم استخدام منهج المسح في جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المدروسة خاصة وان المنهج يتناسب وأهداف الدراسة.

تنتمي هذه الدراسة لفئة البحوث المسحية والتي تعد من الدراسات المهمة التي أسهمت بشكل كبير في التعرف على خفايا الموضوعات الإنسانية بشكل عام والإعلامية بشكل خاص، بل ان بعض الباحثين يرى ان المعلومات التي حصل عليها الباحثون عبر هذا النوع من الدراسات يعود إليها الفضل في بناء البنية التحتية العلمية للتخصصات التي تهتم بالمجتمعات وقضاياها. (**الحزيران، 2004،ص91**)

- **أداة الدراسة:**

الأداة هي الوسيلة التي يجمع بها الباحث بياناته، وليس هناك تصنيف موحد لهذه الأدوات حيث تتحكم طبيعة فرضية البحث في اختيار الأدوات التي سوف يستعملها الباحث، لهذا كان عليه ان يلم بطرق عديدة وأساليب مختلفة، وأدوات متباينة كي يستطيع أن يحل مشكلة البحث والتحقق من فرضه. (**الدويدي، 2000، ص305**)

استخدمنا أداة الاستبيان التي تعد أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق، والتوصل الى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء. (**الدويدي، 2000، ص329**)

- **مجتمع البحث وعينته:**

مجتمع البحث: هو مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي راد منها الحصول على بيانات. (**يونس و العزاوي، 2007، ص161**). يتكون مجتمع القائم بالاتصال من جميع الصحفيين الذين أنتجوا مقالات في المواقع الإخبارية الالكترونية. والمقصود بالقائم بالاتصال أي شخص داخل فريق العمل ينتمي الى احد المؤسسات ويضطلع بمسؤوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية. (**سعدي الدريملي، 2015**)

عينة الدراسة: العينة هي فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث، أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكل البحث. (**الدويدي، 2000، ص305**)

وهي جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه على وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا. (**يونس و العزاوي، 2007، ص161**) **أخذنا** بنوع العينة المتاحة التي تقوم على اختيار وحدات العينة الأكثر

إتاحة للباحث، حيث تمكنا من الوصول الى 42 صحفيا وصحفية أنتجوا محتوى إعلامي في المواقع الإخبارية الالكترونية عينة الدراسة.

2. مدخل مفاهيمي للدراسة:

يرى الباحث شريف درويش اللبان أن الإعلام الجديد منذ نشأته في العقد الأخير من القرن العشرين قد مثل عدداً من التحديات على وسائل الإعلام التقليدية في الشكل أو المضمون و إن كانت الأخيرة قد أسست لبيئة مستقرة من النواحي المهنية والأخلاقية والقانونية ، وساعدها على ذلك عُمق التجربة ورسوخها عبر عقودٍ عديدة، فإن الإعلام الجديد الذي يتسم بالحداثة وكل ما يتميز به من ايجابيات عانى ولا يزال يعاني الكثير من المتاعب في الوصول إلى أُطر أو ضوابط مهنية وأخلاقية وقانونية عكس غريمه التقليدي. وقبل ان نفصل في ذلك ينبغي التطرق لبعض المفاهيم ذات علاقة بموضوع بحثنا.

أولا: المسؤولية:

يذكر معجم webster's " أن المسؤولية تعنى إما واجبا معينا على الفرد أداءه (كمسؤولية المدير عن منصبه) أو شخصا يجب ان يكون احدهم مسئولا عنه (كمسؤولية الأب عن ابنه) ويضيف معجم collins ان "المسؤولية تعني القدرة على اتخاذ القرار أو السلوك بتوجيه ذاتي دون رقابة وأصل الكلمة من الفعل اللاتيني respondzéré بمعني يتحمل. (**حسام الدين، 2003، ص40**)

وهي مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها وهي تكوين ذاتي خاص نحو الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، وعبارة مسئول أمام ذاته تعني في الحقيقة مسئول عن الجماعة أمام صورة الجماعة المنعكسة في ذاته. (**حسام الدين، 2003، ص48**) وتبرز مسؤولية الصحفي من خلال الالتزام بعدم نشر ما يتعارض مع مبادئ وقم المجتمع على أن تتأكد أيضا من سلامة الإعلان قبل نشره حتى لا تتعرض الصحيفة للمسؤولية التقصيرية عن نشر إعلان على غير الحقيقة. (**بن عطية، 2016، ص168**)

يقسم جميل صليبا المسؤولية الى:

مسؤولية مدنية:

هي التي توجب على الفاعل الذي سبب لغيره ضررا ان يعوضه عنه، سواء سبب ذلك الضرر بإرادته أم بإهماله أم بتهوره، ومن لواحق هذه المسؤولية ان يكون المرء مسئولا عن فعل غيره من الأفراد الموضوعيين تحت إشرافه مثل: مسؤولية الوالد عن أولاده الصغار مسؤولية المعلم عن تلاميذه، مسؤولية رب العمل عن عماله وآلاته. معنى ذلك ان أي شخص سبب لغيره ضررا مهما كان، عليه ان يتحمل مسؤولية فعله بتعويض الضرر. (**الدكاترة، 2015، ص52**)

قيام مسؤولية الإعلامي المدنية وإلزامه بالتعويض يكون نتيجة إخلاله بواجبات عمله أو تقصيره بالقيام بالأعمال التي أوجب القانون عليه فعلها، مما يؤدي الى الاعتداء على حرمة الحياة الخاصة وغيرها من الانتهاكات كانتهاك الحق بالسمعة والصورة، كل

هذا يستدعي مسؤوليته التقصيرية، عما قام به من أعمال أدت الى الإضرار بالآخرين وبالتالي إلزامه بجبر الضرر الذي تسبب به. **(الحوامدة، 2014، ص3)**

مسؤولية جنائية:

هي التي تقع على شخص ارتكب مخالفة أو جناية أو جريمة، ولهذه المسؤولية علاقة وثيقة بالمسؤولية الأخلاقية لأنك لا تستطيع ان تعاقب إنسانا على ذنب ارتكبه إلا إذا كان فعله مصحوبا بوعي وإرادة، وكثيرا ما يكون بين المسؤولية المدنية والمسؤولية الجنائية اقتران مثلا: مسؤولية سائق السيارة الذي توجب عليه المسؤولية المدنية التعويض عن الضرر الذي سببه، وتوجب عليه المسؤولية الجنائية تحمل إحدى العقوبات المنصوص عليها في القانون. (الدكاترة، 2015، ص52)

مسؤولية أخلاقية:

هي المسؤولية الناشئة من إلزامية القانون الأخلاقي وعن كون الفاعل ذا إرادة حرة ومعنى ذلك ان الفاعل الذي تكون أفعاله ضرورية أي ناشئة عن أسباب طبيعية أو مسيرة بإرادة غيره لا يعد مسئولا من الناحية الأخلاقية ولهذه المسؤولية درجات متفاوتة أعلاها مسؤولية الفاعل الواعي الذي تصدر الأفعال عن إرادته بحرية تامة، ودناها مسؤولية الفاعل الذي يسيطر الهوى على قلبه ويعمي بصيرته ويمنعه من رؤية الحق. معنى ذلك ان الشخص غير مسئول أخلاقيا عن أفعال ارتكبها تحت ضغوطات فهو يعتبر مسير وغير مخير، بينما تلزم المسؤولية الأخلاقية على الفاعل الذي اركب أخطاء متعمدة. (الدكاترة، 2015، ص53)

ثانيا: الصحافة الالكترونية:

هي مجموعة من الأخبار والكتابات المنشورة عبر الوسائل الالكترونية التي في مقدمتها شبكة الانترنيت كوسيلة لنشر الأخبار والأحداث والمعلومات المتعلقة بالموضوعات والتوجهات المختلفة التي تهم القارئ والمستفيد، ومن خلال تداول موادها الإعلامية للمتلقين سواء عبر صحف منشورة على الانترنيت ولكنها لازالت باقية أيضا على وجودها الورقي أو ان تكون صحفا تخلت عن الشكل الورقي وأصبح لها وجود الكتروني افتراضي على شبكة الانترنيت فقط. **(قنديلجي، 2015، ص149)**

هي نموذج جديد في العمل الصحفي، يستغل كافة مميزات وتقنيات الانترنيت، ويجعل من الخبر الصحفي موجها نحو الجمهور، وما يهم الجمهور من خلال تصفية الأخبار بحيث يحصل القارئ على ما يهمه دون الالتفات الى الاهتمامات التجارية والإعلانية. وقد أطلق على الصحافة الالكترونية اسم الصحافة التفاعلية لأنها صحافة تتفاعل مع القارئ وتستسلم آراءه وردوده ومقترحاته أحيانا وعلى الكثير من الأخبار والآراء الإعلامية والصحفية المنشورة. **(قنديلجي، 2015، ص151)**

يرى بعض الباحثين أن بداية ظهور الصحافة الالكترونية، كان ثمرة تعاون بين مؤسستي "بي بي سي" الإخبارية واندبندنت برودكاستنج اوثوريتي عام 1976 ضمن خدمة تلتكست فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى كان سيفاكس بينما كان نظام المؤسسة الثانية "اوراكل"، إلا أن تعاون المؤسستين في هذا المجال لم يلق نجاحا كبيرا، لكن التطور في استخدام أجهزة الكمبيوتر وتطور نظم البرمجة كانا من العوامل المؤثرة لظهور الانترنيت، وبالتالي استخدام تقنياته في نقل ونشر المواد الإعلامية بمختلف

صورها وبمختلف اللغات، ولقد كانت تجارب التليتكست (يعد التليتكست نقلا للنص الى المشاهدين في اتجاه واحد، وذلك عبر إشارة تلفزيونية لخطوط المسح غير المستخدمة، وتقوم آلة خاصة بفك الشفرة موجودة بجهاز التلفزيون بفك شفرة البيانات، لتظهر هذه البيانات في شكل صفحات من النص يستطيع المشاهد ان يتخير من بينها ما يشاء. (**اللبان، 2005، ص22**) والفيديو تكست وهو نظام تفاعلي يعتمد أساس على أجهزة الكمبيوتر، يتيح هذا النظام للمشاهدين الوصول الى بنك معلومات يحوي معلومات ضخمة ويوجد تطبيق عملي متزايد لهذا النظام بشكل أكبر من التليتكست لأنه يمكن من خلاله تخزين مزيد من المعلومات. (**اللبان، 2005، ص22**) في هيئة الاذاعة البريطانية والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكيا خطوات مهمة في مسيرة تطور الصحافة الالكترونية. (**غازي، 2007، ص99**)

3. نشأة الصحافة الالكترونية في الجزائر:

تعد جريدة "Alegria interface"، هي الجريدة الالكترونية الأولى عبر شبكة الانترنيت أسسها احد الإعلاميين نور الدين خلاصي صحفي سابق في جريدة "la nation"، وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة إصدار جريدة مستقلة في عام 1996، تقدم التقارير وأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية "sida"، تم التخلي عن الفكرة وتحول المشروع الى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الانترنيت اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والانجليزية في مجال النشر الالكتروني. (**قوراري، 2011، ص230**)

انطلقت جريدة "الجيري انترفاس" في العمل في نوفمبر 1999، وكان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير وحرية الصحافة والدفاع عن حقوق الإنسان وتعزيز القيم الديمقراطية، وتحولت الجريدة من الصدور من أسبوعين الى مرة واحدة كل أسبوع.

تعد تجربة الجزائر في مجال استخدام الانترنيت في عالم الصحافة المكتوبة متأخرة بعض الشيء عن زميلاتها في الوطن العربي، فقد بدأت جريدة الشرق الوسط على الانترنيت يوم 1995/9/9 وتبعتها بعض الصحف العربية منها مجموعة مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر والتي انشات موقعها في 1997/02/16 ويضم نسخا من مواقع لـ الجمهورية، المساء، مصر اليوم، تلتها جريدة الشعب في أول أكتوبر 1997 ثم تبعتها جريدة الأهرام الصباحية في عام 1998 أما الجزائر فكان السبق لجريدة الوطن باللغة الفرنسة el watan في نوفمبر 1997 ثم جريدة liberté في جانفي 1998 فجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998، وتلتها جريدة الخبر باللغة العربية، وهي اكبر جريدة من حيث التوزيع في الجزائر آنذاك. (**قوراري، 2011، ص231**)

4. الجانب الميداني:

بعد العرض النظري الذي يساعدنا على فهم مصطلحات الدراسة ننتقل الى العرض الميداني سنحاول من خلاله معرفة الضوابط المهنية والمعايير التي تحدد توجهات القائم الاتصال في المواقع الإخبارية.

الجدول1: الخصائص الأساسية التي تميز عينة المبحوثين المشتغلين بمواقع الدراسة

الجنس									
الموقع / الجنس	سبق برس		الجزائر 24		tsa		Algérie focus		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ذكر	6	66,67	6	75,00	9	50,00	5	71,43	26	61,90
أنثى	3	33,33	2	25,00	9	50,00	2	28,57	16	38,10
المجموع	9	100,00	8	100,00	18	100,00	7	100,00	42	100,00

المؤهل العلمي									
أقل من ليسانس	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
ليسانس	5	55,56	5	62,50	9	50,00	3	42,86	22	52,38
ماستر	3	33,33	2	25,00	9	50,00	4	57,14	18	42,86
دكتوراه	1	11,11	1	12,50	0	0,00	0	0,00	2	4,76
المجموع	9	100,00	8	100,00	18	100,00	7	100,00	42	100,00

مجال العمل الصحفي									
صحفي	6	66,67	4	50,00	14	77,78	2	28,57	26	61,90
مراسل صحفي	0	0,00	2	25,00	4	22,22	0	0,00	6	14,29
محرر صحفي	3	33,33	2	25,00	0	0,00	5	71,43	10	23,81
اخر	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
المجموع	9	100,00	8	100,00	18	100,00	7	100,00	42	100,00

تظهر نتائج الدراسة بشأن الخصائص الأساسية للقائم بالاتصال بمواقع الدراسة بالنسبة لمتغير الجنس، بلغ عدد القائمين بالاتصال الذكور 26 بنسبة 61.90 % وبلغ عدد الإناث 16 بنسبة 38.10 %. أما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي فقد أظهر الجدول ان كل المستجوبين لديهم مستوى ليسانس أو أكثر، حيث بلغ عدد القائمين بالاتصال الحاملين لشهادة الليسانس 22 بنسبة

52.38 %، أما حاملي شهادة الماستر فوصل عددهم 18 مستجوبا بنسبة 42.86 % أما حاملي شهادة الدكتوراه فبلغ عددهم 2 فقط من العدد الكلي للعينة بنسبة 4.76 %. أما فيما يخص توزيع المبحوثين حسب مجال العمل الصحفي فبلغ عدد الصحفيين المشتغلين داخل قاعة التحرير أكبر عدد 26 مبحوثا بنسبة 61.90 %، أما مراسلي المواقع الإخبارية فبلغ عددهم 6 بنسبة 14.29 %، أما محررو المواقع فبلغ عددهم 10 بنسبة 23.81 %.

بعد تعرفنا على أهم خصائص عينة الدراسة ننتقل الى مناقشة أهم النتائج التي أسفرت عنها:

1.4 عرض ومناقشة أهم نتائج الدراسة الميدانية:

سنحاول إلقاء الضوء على أهم الجداول والبيانات التي نسعى من خلال تحليلها الى الإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

المحور الأول: محددات العمل الإعلامي في الموقع الإخباري

الجدول2: يبين توزيع المبحوثين حسب المصادر الإعلامية المعتمدة في الحصول على الأخبار

الموقع	سبق برس		الجزائر 24		tsa		Algérie focus		المجموع	
البيان	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
وكالات الأنباء	8	28,57	7	28,00	17	30,91	6	26,09	38	29,01
آراء الجمهور	2	7,14	2	8,00	5	9,09	4	17,39	13	9,92
الانترنيت	5	17,86	4	16,00	5	9,09	3	13,04	17	12,98
الإذاعة والتلفزيون	5	17,86	3	12,00	9	16,36	4	17,39	21	16,03
الجهات الأمنية والهيئات الرسمية	8	28,57	5	20,00	13	23,64	2	8,70	28	21,37
صحف القطاع الخاص	0	0,00	1	4,00	3	5,45	2	8,70	6	4,58
صحف القطاع العام	0	0,00	2	8,00	2	3,64	1	4,35	5	3,82
أخرى	0	0,00	1	4,00	1	1,82	1	4,35	3	2,29
المجموع	28	100	25	100	55	100	23	100	131	100,00

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أن صحفيو المواقع الإخبارية يعتمدون بالدرجة الأولى في مصادر معلوماتهم على وكالات الأنباء بنسبة 29.01 %، وبلغت أعلى نسبة إقبال على وكالات الأنباء كمصدر للأخبار بموقع "tsa"، بنسبة 30.91 %، تليها "سبق برس" بنسبة 28.57 %، فيما تقاربت النسبة بين موقعي "Algérie focus" و"الجزائر 24" بنسبة 28 % و26.09 % على التوالي.

ثم الجهات الأمنية والهيئات الرسمية بنسبة 21.37 %، وسجلت أعلى نسبة بموقع "سبق برس" بنسبة 28.57 % يليها موقع "tsa" بنسبة 23.64 %، وبلغت نسبة 20 % بموقع "الجزائر 24" في حين تشير النتائج الى نسبة منخفضة بموقع "algerie focus"، بحيث لم تتعد النسبة 8.70 %.

تليها الإذاعة والتلفزيون بنسبة 16.03 %، حيث تقاربت النسب بين مواقع "سبق برس"، "tsa" و"Algérie focus" أين بلغت على التوالي 17.86 %، 17.39 % و16.36 %، على عكس موقع "الجزائر 24" بلغت نسبته 12 %.

وفيما تقاربت النسبة بين الانترنيت و آراء الجمهور في الاعتماد عليها كمصدر للأخبار بين نسبتي 12.98 % و9.92 %، تفاوتت نسب الاعتماد على الانترنيت كمصدر للأخبار بين مواقع الدراسة، بلغت نسبة 17.86 % بموقع "سبق برس"، 16 % بموقع "الجزائر 24"، بلغت نسبة 13.04 % بـ"Algérie focus"، تليها "tsa" بنسبة 9.09 %.

حيث بلغت أعلى نسبة اعتماد على الجمهور كمصدر للأخبار بموقع "Algérie focus"، بنسبة 17.39 %، وتفاوتت بين مواقع "tsa"، "الجزائر 24"، و"سبق برس"، بنسب على التوالي 9.09 %، 8 % و7.14 %.

في حين يبين الجدول ان صحفيو المواقع لا يعتمدون بشكل أساسي في انتقاء أخبارهم على صحف القطاع الخاص أو صحف القطاع العام.

تشير هذه النتائج إلى أن صحفيي المواقع الإخبارية عينة الدراسة يعتمدون على مصادر رسمية، كما تشير النتائج إلى سعي الصحفيين الالكترونيين إلى تقديم معلومة محددة المصدر لتحقيق المعايير المهنية في نشر الأخبار، وبالتالي تحليل البيانات يشير إلى اعتماد المواقع الإخبارية على معلومات موثوقة المصدر.

جدول 03: توزيع المبحوثين حسب اللجوء الى تجهيل المصادر

الموقع / البيان	سبق برس		الجزائر 24		tsa		Algérie focus		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لغياب مصدر معروف	1	7,69	2	12,50	4	16,00	4	33,33	11	16,67
لحماية المصدر	7	53,85	5	31,25	16	64,00	5	41,67	33	50,00
لبناء الثقة بينك وبين المصدر	4	30,77	3	18,75	3	12,00	3	25,00	13	19.69
لحماية نفسك	0	0,00	1	6,25	2	8,00	0	0,00	3	5.54
لخدمة المصلحة العامة	1	7,69	1	6,25	0	0,00	0	0,00	2	3.03
أخرى	0	0,00	4	25,00	0	0,00	0	0,00	4	6.06
المجموع	13	100	16	100	25	100	12	100	66	100

نلاحظ من خلال الجدول (03)، أن صحفيو المواقع الإخبارية يلجئون الى تجهيل المصدر غالبا لحماية المصدر بنسبة 50 %، وثم لبناء الثقة بينه وبين المصدر بنسبة 19.69 %، تليها لغياب مصدر معروف بنسبة 16.67 %، كما يلجأ الصحفيون إلى تجهيل المصدر لأسباب أخرى بنسبة 6.06 %، فيما تم تسجيل نسب ضعيفة تراوحت بين 5.54 % و3.03 % لعاملي حماية نفسك ولخدمة المصلحة العامة.

بالنسبة لموقع "**سبق برس**": حصلت على أعلى مرتبة لحماية المصدر بنسبة 53.85 %، تليها لبناء الثقة بينك وبين المصدر بنسبة 30.77 %، وجاء لغياب مصدر معروف ولخدمة المصلحة العامة بنفس النسبة 7.69 %، فيما حصلت لحماية نفسك وأخرى على نسبة منعدمة.

بالنسبة لموقع "**الجزائر 24**": أجاب 31.25 % من صحفي "الجزائر 24" على اللجوء الى تجهيل المصدر لحماية المصدر، تليها أخرى بنسبة 25 %، ثم لبناء الثقة بينك وبين المصدر بنسبة 18.75 %، ثم لغياب مصدر معروف بنسبة 12.50 %، وجاءت لحماية نفسك ولخدمة المصلحة العامة بنفس المرتبة 6.25 %.

بالنسبة لموقع "**tsa**": حصلت أعلى نسبة لحماية المصدر بـ64.00 %، تليها لغياب مصدر معروف بنسبة 16.00 %، ثم لبناء الثقة بينك وبين المصدر بنسبة 12.00 %، تليها لحماية نفسك بنسبة 8.00 %، وانعدمت النسبة بأخرى أو لخدمة المصلحة العامة.

بالنسبة لموقع "**Algérie focus**": بلغت أعلى نسبة لحماية المصدر بنسبة 41.67 %، تليها لغياب مصدر معروف بنسبة 33.33 %، ثم لبناء الثقة بينك وبين المصدر بنسبة 25.00 %، وانعدمت النسبة لحماية نفسك، لخدمة المصلحة العامة وأخرى.

تشير نتائج الدراسة إلى أن صحفيو المواقع يلجؤون الى تجهيل المصادر لحماية المصدر حيث يلتزم الصحفي بإخفاء مصدره خصوصا إذا كان ذكر المصدر يسبب إيذاء لهذا الأخير وقد يطلب المصدر من الصحفي إخفاء معلوماته لأسباب قد تكون شخصية بإمكانها المساس به بحكم عمله أو منصبه وقد تعرضه إلى المساءلة القانونية خصوصا في القضايا الحساسة على غرار القضايا الأمنية وهنا تبنى الثقة بين الصحفي والمصدر بحيث يصبح بينهما اتفاق بمثابة عقد مهني أو صفقة سرية يتم من خلاله تمرير معلومات قد تكون هامة وعالية الدقة وفي هذه الحالات يقوم الصحفي بتجهيل مصدره لمصلحته ولمصلحة المصدر.

جدول 04: توزيع المبحوثين حسب الاعتماد على الجمهور كمصدر للأخبار

الموقع / البيان	سبق برس		الجزائر 24		tsa		Algérie focus		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الى حد كبير	1	11,11	2	25,00	1	5,56	1	14,29	5	11,90
الى حد ما	2	22,22	4	50,00	5	27,78	5	71,43	16	38,10
نادرا	4	44,44	1	12,50	8	44,44	1	14,29	14	33,33
لا اعتمد إطلاقا	2	22,22	1	12,50	4	22,22	0	0,00	7	16,67
المجموع	9	100,00	8	100,00	18	100,00	7	100,00	42	100,00

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04)، ان المبحوثين لا يعتمدون بصفة كبيرة على الجمهور كمصدر للأخبار، بحيث لا يلجئون الى الجمهور إلا "الى حد ما" أو "نادرا" بنسب متفاوتة من 38.10 % الى 33.33 % على التوالي.

بالنسبة لموقع "سبق برس": أجاب 44.44 % بـ"نادرا" تليها بنفس المرتبة والنسبة 22.22 % "الى حد ما" و"لا أعتمد اطلاقا" ثم "الى حد كبير" في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.11 %.

بالنسبة لموقع "الجزائر 24": بلغت أعلى نسبة "الى حد ما" 50 %، تليها الى "حد كبير" بنسبة 25.00 %، وتعادلت النسبة بين "نادرا" و"لا أعتمد اطلاقا" بنسبة 12.50 %.

بالنسبة لموقع "tsa": بلغت أعلى نسبة "نادرا" 44.44 % تليها الى "حد ما" بنسبة 27.78 %، ثم "لا أعتمد اطلاقا" بـ22.22 %، وبنسبة منخفضة "الى حد كبير" بنسبة 5.56 %.

بالنسبة لموقع "Algérie focus": بلغت "الى حد ما" أعلى نسبة حيث وصلت 71.43 % وفي المرتبة الثانية "الى حد كبير" و"نادرا" بنسبة 14.29 %، وانعدمت النسبة بـ"لا أعتمد إطلاقا".

تشير النتائج إلى أن غالبية صحفيي المواقع الإخبارية لا يستندون إلى الجمهور كمصدر للأخبار، ونستنتج ان التوجه الرئيسي الذي يعتمد عليه صحفيو المواقع الإخبارية في تدفق المعلومات من المصدر عبر الصحفي إلى الجمهور والى عدم وجود اتصال عكسي يكون فيه الجمهور مصدر للأخبار وبالتالي فان دور الجمهور محدود لا يعد ان يكون متلقيا للخبر.

جدول 05: توزيع المبحوثين حسب الجوانب التي يجب ان يراعيها الصحفيون عند انتقاء وجمع الأخبار

الموقع	سبق برس		الجزائر 24		tsa		Algérie focus		المجموع	
البيان	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أن تكون من مصدر موثوق	9	50,00	6	40,00	15	46,88	5	29,41	35	42,68
ان تحقق السبق الصحفي	3	16,67	0	0,00	3	9,38	4	23,53	10	12,20
ان تتناسب مع السياسة التحريرية للموقع	4	22,22	2	13,33	7	21,88	4	23,53	17	20,73
ألا تتعارض مع قوانين	1	5,56	1	6,67	1	3,13	2	11,76	5	6,10

الصحافة أن يكون موضوعا مثيرا وغريبا	0	0,00	1	6,67	2	6,25	1	5,88	4	4,88
تتفق مع اهتمامات الجمهور	1	5,56	4	26,67	4	12,50	1	5,88	10	12,20
أخرى	0	0,00	1	6,67	0	0,00	0	0,00	1	1,22
المجموع	18	100	15	100	32	100	17	100	82	100,00

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05)، ان المبحوثون يراعون عند انتقاء وجمع الأخبار أن تكون من مصدر موثوق بنسبة 42.68 %، وكانت النسب متقاربة بين المواقع الأربعة، حيث سجلت نسبة 50 % بموقع "سبق برس" ممن يراعون ان تكون الأخبار من مصادر موثوقة، يليها موقع "tsa " بنسبة 46.88 %، ثم موقع "الجزائر 24" بنسبة 40 %، وموقع "Algérie focus" بنسبة 29.41 %.، وهذا ما يفسر ان صحفيو المواقع عينة الدراسة اغلبهم يراعي ان تكون الأخبار من مصادر موثوقة.

تليها ان تتناسب مع السياسة التحريرية للموقع بنسبة 20.73 %، جاءت النسب متقاربة بين مواقع الدراسة حيث بلغت 23.53 % بـ"Algérie focus"، "22.22 % بموقع "سبق برس"، و21.8 % بموقع "tsa"، وجاء موقع "الجزائر 24" بنسبة 13.33 %. في حين وصلت نسبة اتفاق الموضوع مع اهتمامات الجمهور وأن تحقق السبق الصحفي نفس النسبة 12.20 %. في حين غرابة وإثارة الموضوع ومعارضتها مع قوانين الصحافة لا تشكلان اهتمامات صحفيي المواقع حيث تباينت النسبة من 4.88 % الى 6.10 %.

تشير نتائج الدراسة إلى حرص وتأكيد المبحوثين على أن تكون الأخبار المنتقاة والمرشحة للنشر من مصادر موثوق بها وتتناسب مع السياسة التحريرية للموقع، بينما تراجع حرصهم عند انتقاءهم وجمعهم للمادة الخبرية عند عامل ان تحقق السبق الصحفي وألا تتعارض مع قوانين الصحافة، بينما لم يعر الصحفيون أي اهتمام لعامل غرابة وإثارة الموضوع.

جدول 06: توزيع المبحوثين حسب أكثر الجوانب التي يجب ان يراعيها الصحفيون عند تحرير ونشر الأخبار

الموقع / البيان	سبق برس		الجزائر 24		tsa		Algérie focus		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الموضوعية	9	52,94	6	31,58	18	38,30	7	38,89	40	39,60
الأمانة	4	23,53	6	31,58	16	34,04	3	16,67	29	28,71
الدقة	1	5,88	2	10,53	3	6,38	2	11,11	8	7,92
ما يدعم سياسة الدولة	0	0,00	2	10,53	3	6,38	1	5,56	6	5,94
ما يحمي قيم المجتمع	2	11,76	2	10,53	3	6,38	1	5,56	8	7,92
ما يثير انتباه القراء	1	5,88	1	5,26	4	8,51	3	16,67	9	8,91
أخرى	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	5,56	1	0,99
المجموع	17	100	19	100	47	100	18	100	101	100,00

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06)، أن أن أكثر الجوانب التي يراها صحفيو المواقع الإخبارية عينة الدراسة عند تحرير ونشر الأخبار هي الموضوعية بنسبة 95.24 %، وبلغت نسبة 100 % عبر ثلاث مواقع على غرار "سبق برس"، "tsa" و"Algérie focus"، ووصلت نسبة 75 % بموقع "الجزائر 24". تليها الأمانة نسبة 69.05 %، سجلت أعلى نسبة بموقع"tsa" حيث بلغت 88.89 %، تليها "الجزائر 24" بنسبة 75 %، وتقاربت النسبة بين موقعي "سبق برس" و"Algérie focus" ونستنتج من خلال الجدول ان ما يثير اهتمامات القراء لا يشكل احد الجوانب التي يجب مراعاتها في نشر الأخبار حسب المبحوثين بحيث لم تتعدى النسبة 21.43 %، على عكس مؤشري الدقة وما يحمي قيم المجتمع، بلغت بهما النسبة 19.05 %، وهو ما يعد مؤشرا ايجابيا بالصحافة الالكترونية الجزائرية عموما.

تشير نتائج الدراسة الى تأكيد صحفيو المواقع الإخبارية على ضرورة مراعاة المبادئ والأخلاقيات الصحفية عند تحرير ونشر الأخبار وأهمها الموضوعية، الأمانة والدقة، كما حرص الصحفيون على تحرير أخبار تلتفت انتباه القارئ وتراعي قيم المجتمع ولم يعر الصحفيون أي اهتمام للأخبار التي تدعم سياسة الدولة، ونستنتج مما سبق أن الصحفيون يراعون المبادئ والأخلاقيات المهنية التي تنص على ضرورة التحلي بالموضوعية كشرط أساسي لممارسة المهنة الإعلامية، إضافة الى الدقة في نقل المعلومات والالتزام بالأمانة في تحرير المادة الإعلامية، كما سجلنا خلال التحليل مراعاة الصحفيين لما يحمي قيم المجتمع وهو ما يؤثر ايجابيا على تطور الصحافة الالكترونية في الجزائر.

جدول 07: توزيع المبحوثين حسب الدور الذي ينبغي ان يقوم به الصحفي في معالجة الحدث ونشره بالموقع الالكتروني

الموقع	سبق برس		الجزائر 24		tsa		Algérie focus		المجموع	
البيان	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
يكتفي بتقديم الوقائع والحقائق والمعلومات	5	55,56	2	25,00	12	66,67	5	71,43	24	57,14
تحليل الوقائع	0	0,00	2	25,00	1	5,56	0	0,00	3	7,14
تفسير الوقائع وشرحها	3	33,33	2	25,00	3	16,67	2	28,57	10	23,81
إبداء الرأي فيها	1	11,11	1	12,50	2	11,11	0	0,00	4	9,52
أكثر من مهمة	0	0,00	1	12,50	0	0,00	0	0,00	1	2,38
المجموع	9	100,00	8	100,00	18	100,00	7	100,00	42	100,00

من خلال الجدول رقم (07)، نلاحظ أن الدور الذي ينبغي ان يقوم به إعلاميو المواقع الإخبارية عينة الدراسة، من ان يكتفي الصحفي بتقديم الوقائع والحقائق والمعلومات بنسبة 57.14 %، وجاءت إجابات الصحفيين بالمواقع عينة الدراسة متقاربة، حيث سجلت أعلى نسبة بموقع "Algérie focus"، بنسبة 71.43 %، يليها موقع "tsa"، بنسبة 66.67 % ثم "سبق برس" بنسبة 55.56 %، فيما يرى صحفيو موقع "الجزائر 24" ان الصحفي ينبغي ان يقوم بتقديم الوقائع وتحليلها وتفسيرها وشرحها. يليه المؤشر الثاني تفسير الوقائع وشرحها بنسبة 23.81 %، في حين لم تصل نسبة إبداء الرأي فيها سوى 9.52 %، وبالتالي نلاحظ ان الصحفي الالكتروني يلتزم بالرقابة الذاتية والاكتفاء بتقديم الحقائق كما هي.

نستنتج بأن صحفيو المواقع الإخبارية لديهم قناعة تامة بضرورة تقديم الاكتفاء بتقديم الوقائع والحقائق كما هي للمتلقي، دون تحليل أو شرح، يلاحظ ذلك من خلال تقارب النسب بين 3 مواقع إخبارية، في حين موقع واحد فقط يرى صحفيوه بضرورة تقديم شرح وتحليل للأخبار .

جدول 08: توزيع المبحوثين حسب مدى استطاعة المواقع الالكترونية الإخبارية تغطية أحداث ونشرها وكان من غير المعقول نشرها عبر وسائل أخرى

	سبق برس		الجزائر 24		tsa		Algérie focus		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الى حد كبير	9	100,00	8	100,00	16	88,89	4	57,14	37	88,10
الى حد ما	0	0,00	0	0,00	1	5,56	3	42,86	4	9,52
لم تستطع	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
لا اعرف	0	0,00	0	0,00	1	5,56	0	0,00	1	2,38
المجموع	9	100,00	8	100,00	18	100,00	7	100,00	42	100,00

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08)، أن المواقع الإخبارية حسب الصحفيين عينة الدراسة، أنها تمكنت الى حد كبير من تغطية أحداث كان من غير المعقول نشرها بوسائل إعلامية مطابقة، وقدرت النسبة بـ88.10 %، حيث بلغت نسبة 100 % بكل من موقعي "سبق برس" و"الجزائر 24" تلاها موقع "tsa"، بنسب 88.89 % وموقع "Algérie focus" بنسبة 57.14 % .

نستنتج من خلال هاته النتائج ان الصحافة الالكترونية أثبتت وجودها في الساحة الإعلامية بتغطية أحداث والوصول إلى مصادر أخبار تعذرت على الوسائل التقليدية، وهو ما يمثل مؤشرا إيجابا لتطور الصحافة الالكترونية في الجزائر. وهذا ما يمكنه طرح أخلاقيات مهنية مغايرة للبيئة التقليدية أثناء المعالجة الإخبارية.

خاتمة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج من أهمها:

- مسؤولية الصحفي الالكتروني تبرز من خلال الالتزام بعدم نشر ما يتعارض مع مبادئ وقيم المجتمع على أن يتأكد أيضا من سلامة المعلومة والاكتفاء بتقديم الحقائق والمعلومات دون إبداء الرأي فيها، كما يلتزم إعلاميو الصحافة الالكترونية بإسناد الأخبار الى المصدر وفصل الخبر عن الرأي.

- توصلنا من خلال نتائج الدراسة الى ان الصحافة الالكترونية تراعي الالتزام بقيم مهنية معينة، على غرار الموضوعية والأمانة، مع الحرص على نشر أخبار تتوافق وسياسة الموقع.

- يحرص إعلاميو المواقع الإخبارية على مصداقية المعلومة بحيث يعتمدون بالدرجة الأولى على وكالات الأنباء ثم الوزارات والهيئات الرسمية، وبالتالي الحرص على ان يكون المصدر معروف، ولا يشكل الجمهور مصدر مهم للأخبار بحيث يتم اللجوء إليه إلا نادرا.، بحيث يراعي إعلاميو الصحافة الالكترونية أثناء جمع الأخبار ان تكون من مصدر موثوق مع مراعاة ما يتناسب مع السياسة التحريرية للموقع وبالتالي نلاحظ ولاء إعلامي الصحافة الالكترونية للموقع الإخباري كمؤسسة إعلامية.

- سجلنا من خلال نتائج الدراسة ان صحفيو المواقع الإخبارية يلتزمون بأداء واجباتهم التي تتضمنها مواثيق أخلاقيات المهنة، أو بواجبات مصدرها ذاتي نفسي (رقابة ذاتية) دون الخوف من التبعات والجزاءات الملموسة كالحبس والتعويض وهذا ما نسميه بالمسؤولية الأخلاقية.

- تتمثل الصحافة المهنية للصحافة الالكترونية من خلال أجوبة الصحفيين الالكترونيين، في التزامات تتعلق بالسياسة التحريرية المتبعة في الموقع الإخباري المنتمين إليه (الموضوعية، الأمانة، الدقة)، والتي تضمن سلوكا مهنيا متفقا عليه في إنتاج المواد الصحفية، يجنب الصحفيين الوقوع في أخطاء تحريرية أو خروقات للتنظيم الإداري للمؤسسة الصحفية.

- أخلاقيات الإعلام لا تختلف عامة من وسيلة الى أخرى، ولا تشكل معايير الممارسة في الصحافة المطبوعة فارقا كبيرا عن الصحافة الالكترونية، وبالتالي المعايير لا تختلف لكن الاختلاف يكمن في سرعة تناول الأخبار بالصحافة الالكترونية وكذا قلة عدد الصحفيين الالكترونيين.

قائمة المراجع

1. حافظ محمد الحوامدة. (2014). *الخطأ الإعلامي الموجب للمسؤولية* (الإصدار ط1). الأردن: دار جليس الزمان.
2. خالد محمد غازي. (2007). *الصحافة الالكترونية العربية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح* (الإصدار ط1). القاهرة: دار الكتب المصرية.
3. رجاء وحيد الدويدي. (2000). *البحث العلمي، أساسياته النظرية وممارسته العملية* (الإصدار ط1). دمشق، سوريا: دار الفكر.
4. رحيم يونس، و كرو العزاوي. (2007). *مقدمة في منهج البحث العلمي*، (الإصدار ط1). عمان: دار دجلة.
5. شريف درويش اللبان. (2005). *الصحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع* (الإصدار ط1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
6. صونية قوراري. (2011). اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الالكترونية دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للانترنيت في جامعة بسكرة. *مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال* ، بسكرة، جامعة محمد خيضر، الجزائر.
7. عامر ابراهيم قنديلجي. (2015). *الإعلام الالكتروني* (الإصدار ط1). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
8. مجموعة من الدكاترة. (2015). *أخلاقيات المهنة الإعلامية* (الإصدار ط1). الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
9. محمد حسام الدين. (200). *المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ، الطبعة الأولى، القاهرة، 2003*، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
10. محمد صبري، و فؤاد النجم. (2003). *التفكير العلمي والتفكير النقدي في بحوث الخدمة الاجتماعية*. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
11. محمد عبد العزيز الحزيران. (2004). *البحوث الإعلامية، أسسها، أساليبها، مجالاتها، ، ط2* الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
12. منصور قدور بن عطية. (2016). *الصحافي المحترف بين القانون والإعلام* (الإصدار ط1). الجزائر: دار جسور للنشر والتوزيع.
13. نداء طه سعدي الدريملي. (2015). اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية في الصحافة الفلسطينية اليومية خلال الفترة (2006-2013). *رسالة ماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية غزة*.

الملاحق:

تعريف بالموقع الإخبارية عينة الدراسة:

- **موقع "tsa"**: تم بث الموقع الإخباري "**كل شيء عن الجزائر**" الناطق بالغة الفرنسية في 07 جوان 2007، من طرف الشقيقين الصحفيين حميد ولونيس قماش، هذا الأخير رئيس تحرير الموقع وحميد قماش مدير الموقع الإخباري، يضم الموقع

الذي هو عبارة جريدة إلكترونية مجموعة من الصحفيين العاملين فيه سواء بالجزائر أو فرنسا، سنة 2014 تم تحديث تطبيق موقع tsa، على الهواتف الذكية.

- **موقع "Algérie focus"**: تأسس الموقع سنة 2008، ويعتبر جريدة الكترونية تبث أخبار في كافة المجالات على غرار السياسة، الأحداث، الاقتصاد، تأسس الموقع الإخباري الناطق باللغة الفرنسية تحت شعار "المعلومة لكم ومعكم"، من بين مؤسسيه رئيس تحريره عبدو سمار، المخرج مروان بودياب وتقني الصوت ابو بكر مشماش.

- **موقع "سبق برس"**: موقع إخباري جزائري يصدر عن مؤسسة سبق برس للإعلام والدراسات، تأسس في 8 أوت 2015 أطلق الموقع بمبادرة من صحافيين جزائريين تدرجوا في الصحافة المكتوبة والمرئية، مدير الموقع الإعلامي الشاب محمد رابح ورئيس التحرير الإعلامي أنيس عبدون.

- **موقع "الجزائر 24"**: تأسس الموقع الإخباري في 05 ديسمبر 2014، يرفع الموقع شعار "المساهمة في تكوين بيئة إعلامية جادّة والعمل على نشر قيم التعددية والتسامح وتعايش الثقافات" يعرض الموقع مختلف الأخبار السياسية، الدينية، الاقتصادية والثقافية، مدير الموقع الإعلامي الياس حديبي، ورئيس التحرير الصحفي رؤوف مسعودي.