

## القيم الخبرية في البيئة الرقمية

دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية الجزائرية

## News Values in the Digital Environment

An Analytical Study of a Sample of Algerian Online Newspapers

عبد الرحمان بن طير<sup>1</sup>، عبد القادر بودريالة<sup>2</sup><sup>1,2</sup> جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)،<sup>1,2</sup> مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعليم المكيف

تاريخ الاستلام : 2023-12-17؛ تاريخ المراجعة : 2024-01-29؛ تاريخ القبول : 2024-03-31

## ملخص :

تستكشف هذه الدراسة القيم الخبرية الناشئة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية من خلال تحليل مضمون عينة من المواد الخبرية، و مع تحول المشهد الرقمي، ساعد تحديث أولويات الأخبار على تلبية احتياجات الجمهور، و خلق التنافس بين القيم الخبرية الكلاسيكية والاضطراب التكنولوجي بروز تباينات في التبني، تفحص هذه الدراسة هذا التوتر من خلال تحليل 124 منشور إخباري من أربع منصات إعلامية إلكترونية مختلفة على مدار أربعة أسابيع، مع التركيز على فئات مثل تكامل الوسائط المتعددة، و التفاعلية، و القابلية للمشاركة، تتبع الدراسة توزيع وتباين القيم الخبرية الناشئة، تكشف النتائج عن استمرارية المعايير التقليدية مع ظهور قيم خبرية تحملها المكونات التفاعلية للبيئة الرقمية، على الرغم من أن التخصيص والمشاركة التفاعلية تدل على تغير في نماذج الجدارة بالنشر، تظهر النتائج تكامل متفاوت تعكسه القيود المؤسسية و المجتمعية في التأقلم مع البيئة الرقمية، لا تزال القيم الخبرية تسلط الضوء على التوازن الانتقالي بين أهداف الأخبار التقليدية ومحركات الاتصال الرقمية، يتيح تقييم التحولات في أولويات متغيرات البيئة الرقمية في إعادة صياغة الهوية المعقدة التي تواجه الصحافة الإلكترونية اليوم من خلال الخصائص التقنية و الاجتماعية و المؤسسية، تفر الدراسة أيضاً بالحاجة إلى توسع الأبحاث المستقبلية في تحليلات ونماذج تفسيرية أكثر شمولية للمنصات والمناظير الخبرية المختلفة لفهم التأثير الأوسع لهذه المتغيرات الرقمية.

**الكلمات المفتاحية:** قيم خبرية؛ بيئة رقمية؛ صحافة إلكترونية؛ تحليل محتوى؛ صحافة جزائرية.

## Abstract:

This study explores the emerging news values in Algerian electronic journalism through a content analysis of a sample of news articles. As the digital landscape evolves, updating news priorities to meet audience needs has fostered competition between traditional news values and technological disruption, leading to variations in adoption, this study examines this tension by analyzing 124 news publications from four different electronic media platforms over four weeks, focusing on categories such as multimedia integration, interactivity, and shareability.

The study tracks the distribution and divergence of emerging news values, revealing a continuity of traditional standards alongside the emergence of news values borne by the interactive components of the digital environment, although customization and interactive engagement indicate a shift in publication worthiness models, the results show a varied integration reflecting institutional and societal constraints in adapting to the digital environment, news values highlight the transitional balance between traditional news goals and digital communication drivers. Assessing shifts in the priorities of transitioning to the digital environment allows for a redefinition of the complex identity facing electronic journalism today, through its technical, social, and institutional characteristics, we propose that future research should expand in terms of platforms, duration, and varied news outlets.

**Keywords:** News values; Digital environment; Online journalism; Content analysis; Algerian journalism.

**مقدمة:**

في المشهد المتطور لوسائل الإعلام والاتصال، أصبحت ديناميكية الصحافة عبر الإنترنت جانباً محورياً في الخطاب المعاصر، لا سيما في سياق وسائل الإعلام الجزائرية، تشرع هذه الدراسة في استكشاف القيم الخبرية الناشئة في وسط هذه البيئة الرقمية، وهو مجال تتقاطع فيه الممارسات الصحفية التقليدية مع المتطلبات المبتكرة للتكنولوجيا الرقمية. مع استمرار تطور صرح الصحافة في مواجهة الابتكار الرقمي المتسارع، تشهد الخصائص التي تحدد القيم الخبرية وقابليتها للتطبيق على الأحكام الخبرية القائمة على الجدارة تحولات عميقة، كان مفهوم القيم الخبرية موضوع دراسة للعديد من الباحثين، و كان والتر ليبمان رائداً في دراسة القيم الخبرية التي تشير إلى وجود مبادئ أو صفات معينة حاسمة في اختيار الأخبار، ومع ذلك، فإن العمل الأساسي الذي قام به جالتونج وروج هو الذي يعتبر الدراسة التأسيسية لهذه القيم، منذ ذلك الحين، اقترح العديد من الباحثين في هذا المجال تصنيفات مختلفة، مثل فان ديك أو بيل أو أونيل وهاروكوب، على سبيل المثال لا الحصر، على الرغم من وجود جوهر من القيم الخبرية التي يعترف بها معظم العلماء، إلا أن القليل من التحقيقات ركزت على قيم خبرية محددة يمكن بناؤها في البيئة الرقمية.

**1. الإشكالية:**

يمر قطاع الإعلام في الجزائر اليوم بمرحلة بالغة الحساسية في ظل التحول الرقمي السريع وتزايد استخدام منصات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية، فقد أحدثت هذه التطورات تغييرات جوهرية في عادات وتفضيلات الجمهور وطريقة تفاعله مع المحتوى الإعلامي.

فبينما تتسم وسائل الإعلام التقليدية بالأحادية في الرسالة الإعلامية الموجهة من المؤسسة الإعلامية إلى الجمهور، أتاحت التكنولوجيا الرقمية فرصاً غير مسبوقة للجمهور للمشاركة والتفاعل وحتى إنتاج المحتوى الإعلامي بنفسه، كما ساهمت منصات التواصل

الاجتماعي في تعزيز انتشار المحتوى الإعلامي وتداوله بشكل فوري وعابر للحدود، فيما أتاحت الهواتف الذكية إمكانية الوصول الفوري للأخبار أينما ومتى ما كانت.

ورغم أن هذا الواقع الجديد فرض تحديات كبيرة على القائمين على العملية الإعلامية إلا أنه في الوقت ذاته مكن من ظهور فرص جديدة لاستقطاب الجمهور من خلال تبني مفاهيم وقيم خبرية حديثة مثل التفاعلية وسهولة المشاركة والوصولية وغيرها، لكن الإشكالية تكمن في محدودية استيعاب المؤسسات الصحفية الجزائرية لهذه التحولات الجذرية، وبطئها في تبني القيم والمفاهيم الخبرية الحديثة، مقارنة بالدول المتقدمة في المجال.

ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة لتشخيص الوضع الراهن للقيم الخبرية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتحديد أوجه القصور والاختلال، بهدف تقديم توصيات عملية لصانعي القرار لمواكبة متطلبات العصر الرقمي.

مع تسارع التحول الرقمي في وسائل الإعلام والاتصال، ظهرت تساؤلات ملحة حول قدرة المؤسسات الصحفية الجزائرية على تبني القيم الخبرية المتسقة مع البيئة الاتصالية الحديثة ورهاناتها، نظراً لما تشهده من تعقيدات تكنولوجية وتنافسية متزايدة، ومن هنا جاءت صياغة التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة على النحو التالي:

ما مدى تبني الصحف الإلكترونية الجزائرية وتفعيلها للقيم الخبرية الحديثة الملائمة للبيئة الرقمية مقارنة بالقيم الخبرية التقليدية الراسخة؟

وينتفع من هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية:

- ما هي القيم الخبرية الناشئة حالياً في الصحف الإلكترونية محل الدراسة؟
- ما مدى أهمية القيم الخبرية الحديثة المرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية مقارنة بالقيم الخبرية التقليدية في الصحف الإلكترونية محل الدراسة؟
- هل توجد فروق ملحوظة في تبني القيم الخبرية الناشئة بين الصحف الإلكترونية المدروسة؟

كما تفترض هذه الدراسة أن العصر الرقمي قد غير شكل قيم الأخبار التقليدية، وأدخل أبعاداً جديدة كالتفاعل والفورية ومشاركة الجمهور، والتي أعادت تشكيل عمليات اختيار الأخبار وعرضها في الوسائط الإلكترونية الجزائرية، لإثبات هذه الفرضية، قمنا بإجراء تحليل مقارنة للقيم الخبرية لما قبل العصر الرقمي والناشئة في العصر الرقمي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

ركزت الدراسات السابقة في هذا المجال بشكل أساسي على التأثير العام للوسائط الرقمية على الصحافة و التغييرات المحددة في قيم الأخبار دون الخوض في سياق الدول غير الغربية، يهدف هذا البحث إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم فحص مفصل لتحول في قيم الأخبار في السياق الجزائري، وتختلف هذه الدراسات في منهجياتها، بدءاً من التحليلات النوعية للمحتوى إلى الدراسات الاستقصائية الكمية للممارسات الصحفية، ومع ذلك، فقد اجتمعوا على الاستنتاج القائل بأن الوسائط الرقمية قد أحدثت تحولاً كبيراً في قيم الأخبار، وإن كان ذلك بدون اتفاق بالإجماع على طبيعة ومدى هذا التغيير. في المقابل، تستخدم هذه الدراسة نهجاً مختلطاً، يتضمن تحليلات للمحتوى الإخباري للصحف عينة الدراسة، لتوفير فهم شامل لطريقة تكيف الوسائط الإلكترونية الجزائرية مع الثورة الرقمية وإعادة تشكيلها من خلال مقارنة النتائج من دراسات مختلفة، يسلط هذا البحث الضوء على أوجه التشابه والاختلاف في النهج والاستنتاجات المتعلقة بتطور قيم الأخبار في عصر الصحافة الرقمية.

**2. أهمية الدراسة:** في عصر تهيمن فيه الوسائط الرقمية على المشهد الإخباري، يعد فهم كيفية تطور قيم الأخبار أمراً ضرورياً لممارسة الصحفيين والمحررين، حيث يمكن أن يوفر لهم هذا البحث رؤى ذات صلة، ويوجههم حول كيفية التعامل مع جدارة الأخبار وزيادة مشاركة الجمهور في العصر الرقمي.

يمكن أن تؤثر نتائج الدراسة بشكل كبير على كيفية تصميم وبرمجة خوارزميات اختيار الأخبار، من خلال تسليط الضوء على المعايير المتغيرة لجدارة الأخبار، يمكن أن تؤثر على التطوير المستقبلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يجعلها أكثر استجابة لقيم الأخبار المتطورة، قد تكون الأفكار المستمدة من هذا البحث مفيدة في مبادرات محو الأمية الإعلامية، مما يساعد مستهلكي الأخبار على فهم أفضل للمعايير التي تحدد جدارة الأخبار بالأحداث في العصر الرقمي، الدراسة مهمة لأنها تركز على الصحف الإلكترونية الجزائرية، وتوفر رؤى قيمة حول ديناميكيات القيم الخبرية في سياق ثقافي وجيوسياسي محدد، ويمكن أن يوجه ذلك ممارسات وسياسات ووسائل الإعلام في سياقات مماثلة.

**3. أهداف الدراسة:** تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على القيم الخبرية الناشئة حالياً في المواقع الإلكترونية للصحف الجزائرية محل الدراسة.
- تحديد مستوى أهمية وانتشار القيم الخبرية التقليدية مقارنة بالقيم الحديثة المرتبطة بخصائص الوسيط الرقمي.
- رصد الاختلافات في معدلات وأنماط تبني القيم الخبرية المستحدثة بين المواقع الإلكترونية للصحف قيد الدراسة.
- صياغة مجموعة من التوصيات والحلول العملية لتسريع وتيرة تحديث الخطاب الإخباري الإلكتروني بما يتناسب مع متطلبات العصر الرقمي.

**4. المشهد المتغير لقيم الأخبار في الصحافة الإلكترونية الجزائرية:**

**1.4- تأثير المنصات الرقمية:** أثرت الثورة الرقمية بشكل كبير على التقارير الإخبارية وتناولها في الجزائر، يسلط زغلامي الضوء على التأثير المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والتمكين وحرية الصحافة، لا سيما في سياق الأحداث السياسية والاجتماعية،<sup>1</sup> تم التأكيد على هذا التحول بشكل أكبر من قبل نيلسون والذي يلاحظ الهيمنة المتزايدة لاستهلاك أخبار الهاتف المحمول، حيث تقضي مجموعة من المستخدمين وقتاً طويلاً في التطبيقات الإخبارية.<sup>2</sup> ومع ذلك، فإن تأثير هذه التغييرات على جودة الأخبار ومصداقيتها هو مصدر قلق، كما أبرزه زيد<sup>3</sup> في سياق المواقع الإخبارية العربية، على الرغم من هذه التغييرات، تأثر المشهد الإعلامي التقليدي في الجزائر أيضاً، مع إدخال قنوات تلفزيونية خاصة وسياسات تحريرية جديدة<sup>4</sup>، كما أدى ظهور المنصات الرقمية إلى تغيير جذري في المشهد الصحفي في الجزائر، مما يمثل خروجاً كبيراً عن أساليب نشر الأخبار التقليدية، يتضح هذا التحول بشكل أساسي في ثلاث مجالات: مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف المحمول.

أ. **المواقع الإلكترونية:** أدى ظهور بوابات الأخبار على الإنترنت في الجزائر إلى إضفاء الطابع الديمقراطي على نشر المعلومات، على عكس الوسائط المطبوعة أو الإذاعية التقليدية، والتي غالباً ما تكون محدودة بالمكان أو وقت البث، توفر مواقع الويب منصة واسعة للتغطية الاخبارية التفصيلية، لم يؤدي هذا التحول إلى زيادة إمكانية الوصول إلى الأخبار فحسب، بل أدى أيضاً إلى تنوع الأخبار التي يتم الإبلاغ عنها، وعلاوة على ذلك، تسمح الطبيعة التفاعلية للمواقع الشبكية بتحديثات آنية وشارك الجمهور، مثل التعليقات والإعجابات، التي أعادت تعريف فوريتها ودينامية التقارير الاخبارية.

ب. وسائل التواصل الاجتماعي: ظهرت منصات التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك و تويتر و إنستغرام كأدوات محورية لنشر الأخبار في الجزائر، كما تسهل هذه المنصات تدفق الاتصالات ثنائي الاتجاه، مما يتيح ليس فقط استهلاك الأخبار ولكن أيضاً إنشائها ومشاركتها من قبل المواطنين العاديين، كما أدى هذا الجانب التشاركي إلى ظهور «صحافة المواطن»، حيث يساهم الأفراد في النظام البيئي للأخبار، وغالباً ما يقدمون روايات ووجهات نظر مباشرة قد تتجاهلها وسائل الإعلام التقليدية، علاوة على ذلك، يمكن للطبيعة الفيروسية لوسائل التواصل الاجتماعي تضخيم الأخبار المحلية للجمهور العالمي، وإعادة تشكيل مفهوم الأهمية الخبرية.

ج. **تطبيقات الهاتف المحمول:** أدى انتشار الهواتف الذكية إلى زيادة الاعتماد على تطبيقات الهاتف المحمول لاستهلاك الأخبار في الجزائر، حيث توفر تطبيقات الأخبار محتوى مخصصاً مناسباً لتفضيلات واهتمامات المستخدمين الفرديين، وبالتالي تغيير النهج التقليدي الذي يناسب الجميع لبث الأخبار، هذا التخصص لا يعزز مشاركة المستخدمين فحسب، بل يسمح أيضاً بنشر الأخبار المستهدفة، حيث يصل المحتوى المناسب والمحدد إلى الجمهور المناسب، بالإضافة إلى ذلك، أدت راحة الوصول إلى الأخبار في أي وقت وفي أي مكان عبر تطبيقات الهاتف المحمول إلى دمج استهلاك الأخبار في الحياة اليومية للجمهور الجزائري.

لم تغير الثورة الرقمية، التي تقودها مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف المحمول، كيفية الإبلاغ عن الأخبار واستهلاكها في الجزائر فقط، بل أعادت أيضاً تعريف القيم الأساسية للصحافة، أدخلت هذه المنصات ديناميكيات جديدة من حيث الفورية والتفاعلية والتخصص، وبالتالي خلق جمهور أكثر انخراطاً واستنارة.

**2.4- تحول في قيم الأخبار التقليدية:** أعاد العصر الرقمي تشكيل وتعريف القيم الخبرية التقليدية بشكل كبير في الصحافة الإلكترونية، لا سيما من حيث التوقيت والأهمية والقرب استجابة للتقدم الرقمي.

أ. **التوقيت:** في عصر الصحافة الرقمية، تم تضخيم قيمة التوقيت بشكل كبير، لم تعد الأخبار ملزمة بقيود الجداول الزمنية المطبوعة أو أوقات البث، ويتم نشرها على الفور عبر المنصات الرقمية، حيث تتيح بوابات الأخبار عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي التقارير والتحديثات في الوقت الفعلي، ومع ذلك، فإن هذا التركيز المتزايد على السرعة أثار أيضاً مخاوف بشأن الدقة والاندفاع للنشر دون التحقق الكافي،<sup>5</sup> أو ما يسمى بالتحقق من الحقائق الذي أصبح في حد ذاته قيمة خبرية في عصر التربية الإعلامية.

ب. **الأهمية:** تحولت حالياً أهمية القصة الخبرية، التي تحدها تقليدياً غرف التحرير، نحو نموذج يحركه الجمهور أكثر في وسائل الإعلام الإلكترونية، ما يعتبر مهماً يتأثر بشكل متزايد بمقاييس الجمهور مثل النقرات والمشاركة والتعليقات، وقد أدى هذا النهج المتمحور حول الجمهور إلى توسيع نطاق ما يعتبر ذا أهمية إخبارية، متضمناً نطاقاً أوسع من المواضيع ووجهات النظر، إلا أن هذا التحول أدى إلى صعود الإثارة كقيمة خبرية<sup>6</sup>، فما يخلق القيمة الخبرية للواقعة هي قابليتها للانتشار وإثارة الجدول وسيد ما يسمى بالترند.<sup>7</sup>

ج. **القرب:** وسّع المشهد الرقمي مفهوم القرب في بيئة الأخبار الرقمية إلى ما وراء الحدود الجغرافية، لم يعد القرب يتعلق فقط بالتقارب المادي ولكن أيضاً بالأهمية الثقافية والعاطفية، وحتى الافتراضية، وأصبح ضرورة مركزية للإنتاج الإخباري.<sup>8</sup> وبالتالي أصبح من الممكن أن تصبح القصص من جميع أنحاء العالم مهمة محلياً إذا كان لها صدى لدى اهتمامات أو تجارب الجمهور، وقد أثرت هذه الصلة العالمية والمحلية على المشهد الإخباري ولكنها شكلت أيضاً تحديات في الحفاظ على التوازن بين الترابط العالمي والأهمية المحلية، وما يطلق عليه بالمحلية المفرطة.

من حيث الجوهر، لم يغير التحول الرقمي قيم الأخبار التقليدية في الصحافة الجزائرية فحسب، بل أثار أيضًا أسئلة مهمة حول التوازن بين السرعة والدقة، ومشاركة الجمهور مقابل النزاهة الصحفية، والأولويات الخبرية العالمية مقابل المحلية.

**3.4- بروز قيم أخبار جديدة:** بشر العصر الرقمي بمجموعة حديثة من القيم الخبرية في الصحافة الإلكترونية تعكس القدرات والمتطلبات الفريدة للمنصات الرقمية، تمثل هذه القيم الخبرية الناشئة، التفاعل وتكامل الوسائط المتعددة وإمكانية المشاركة، تحولًا كبيرًا عن المعايير الصحفية التقليدية، وأنتجت العولمة الإعلامية والاقتصادية قيم خبرية جديدة ذات صبغة عالمية كالشراكة والتفاعلية والفورية ونشر الأفكار والمستحدثات، والمشاركة والأخبار غير المتوقعة، وخاصة القيم المرتبطة بالموثوقين والتوعية بالآزمات.<sup>9</sup>

في البيئة الرقمية، لا تزال قيم الأخبار التقليدية سارية، ولكن يمكن أن تأخذ أبعادًا إضافية أو تتطور لتشمل معايير جديدة، فيما يلي القيم الخبرية للبيئة الرقمية:

أ. **الفورية/التوقيت:** في البيئة الرقمية، من الممكن الإبلاغ في الوقت الفعلي والتحديثات المستمرة، فالأخبار التي تحدث «الآن» تحظى بتقدير كبير، وكذلك البث المباشر أو التغريد المباشر للأحداث.

ب. **التفاعلية:** تسمح الأخبار الرقمية بمشاركة الجمهور بطرق لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية القيام بها، يمكن أن تضيف إمكانية التعليقات أو المشاركات أو الإعجابات أو غيرها من أشكال تفاعل الجمهور قيمة إلى القصة الخبرية.<sup>10</sup> يمكن تصور هذا التفاعل على أنه سلسلة متصلة، من التعرض إلى التفاعل، ويمكن أن يأخذ شكل محتوى المستخدم أو تفاعل المستخدم مع المستخدم.<sup>11</sup> تمكن المنصات مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الخبرية القراء من التعليق والمناقشة وحتى المساهمة في القصص الخبرية، لذلك أدى هذا التفاعل إلى تحويل الجماهير السلبية إلى مشاركين نشطين، مما خلق بيئة إخبارية أكثر ديناميكية وانخراطًا، كما تسمح التعليقات الفورية للصحفيين من قياس الرأي العام وتكييف تقاريرهم وفقًا لذلك.

ت. تكامل الوسائط المتعددة: أظهرت الأبحاث أن استخدام عناصر الوسائط المتعددة مثل الصوت والفيديو والرسوم البيانية والميزات التفاعلية يمكن أن يعزز جاذبية القصة، مما يجعلها أكثر قابلية للنشر وللمشاركة، مما يزيد من جدارة الأخبار بها.<sup>12</sup>

ث. **القابلية للمشاركة:** تتمتع الأخبار التي يمكن مشاركتها بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي بقيمة عالية، قد يكون هذا بسبب الاستجابة العاطفية التي تثيرها، أو صلتها بجمهور واسع، أو قدرتها على إجراء محادثة، غالبًا ما يتم إعطاء الأسبقية للمحتوى الذي من المرجح أن يتم مشاركته، لأنه يمكن أن يؤدي إلى نطاق أوسع وتأثير أكبر، يمكن أن يؤثر التركيز على القابلية للمشاركة على نوع القصص المغطاة، مع ميل نحو محتوى أكثر إثارة أو صدى عاطفي والذي من المرجح أن يتم تناوله بين المستخدمين، حيث وجدت الأبحاث أن المحتوى الذي يحفز مستويات عالية من التفاعل بين المستخدمين من المرجح أن تتم مشاركته على نطاق واسع.<sup>13</sup>

ج. **التخصيص:** تسمح الوسائط الرقمية باستهداف القصص بتركيبة ديموغرافية محددة أو تفضيلات مستخدم شخصية، مما قد يزيد من أهمية القصة ويجذب جماهير معينة، أحدثت الوسائط الرقمية ثورة في إضفاء الطابع الشخصي على الأخبار، مما سمح بتوصيل المحتوى المصمم خصيصًا للتركيبة السكانية المحددة وتفضيلات المستخدم الشخصية، وقد تبين أن هذا يزيد من أهمية وجاذبية القصص لجمهور محدد، ولا سيما القراء الشباب<sup>14</sup>، ومع ذلك، أثرت مخاوف بشأن إمكانية وجود غرف صدى وفقاعات ترشيح تتحكم فيها الخوارزميات.<sup>15</sup>

ح. **المحلية المفرطة:** يمكن للمنصات الرقمية أن توفر أخبارًا محلية للغاية قد لا يتم تغطيتها من قبل وسائل الإعلام الأكبر، يمكن أن تكون هذه القصص شديدة الأهمية ذات صلة كبيرة بالجماهير الصغيرة والمحددة، و التحول نحو المحلية المفرطة هو جزء من استراتيجيات الصحف للانتقال إلى البيئة الرقمية وتعزيز مكانتها في سوق شديدة التنافسية، كما تسمح مشاريع وسائط الإعلام المحلية للصحف الإقليمية بتوسيع سمعتها كعلامات تجارية إخبارية موثوقة من المطبوعات إلى البيئة الرقمية، وخفض التكاليف عن طريق الاستعانة بمصادر خارجية في أجزاء من عملية الإنتاج للصحفيين المواطنين المتطوعين، واجتذاب مستخدمين جدد محتملين عن طريق استهداف المناطق الجغرافية الضيقة وشرائح الجمهور المتخصصة.<sup>16</sup>

خ. الشفافية: غالباً ما يقدر الجمهور الرقمي الشفافية حول العملية الصحفية والمصادر والتحقق من المعلومات، يمكن أن تضيق قدرة الجمهور على التحقق من مصدر المعلومات نفسه قيمة خبرية.

د. طول العمر أو الديمومة: بفضل محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح للقصص الخبرية الرقمية مدة صلاحية طويلة، يمكن أن تكون القصص التي تستمر في لفت الانتباه بمرور الوقت، سواء بسبب تحسين محركات البحث أو الأهمية المستمرة، ذات قيمة خبرية خاصة.

ذ. المنفعة: غالباً ما يكون للأخبار التي يمكن للجمهور استخدامها أو تطبيقها في حياتهم اليومية قيمة، قد يكون هذا أي شيء من تحديثات الطقس وأخبار المرور إلى أدلة كيفية العمل وصحافة الخدمة.

تسلط هذه القيم الضوء على الجوانب الفريدة للبيئة الرقمية ويجب أخذها في الاعتبار جنباً إلى جنب مع قيم الأخبار التقليدية، ومع ذلك، يمكن أن تختلف أهمية وتأثير كل قيمة بشكل كبير اعتماداً على السياق المحدد والمنصة والجمهور.

5. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات: تستهدف هذه الدراسة وصف وتحليل و مقارنة المواد الخبرية الصادرة في عينة من المواقع الإخبارية الجزائرية، والتي يمكن أن تساعدنا في تحديد مصفوفة القيم الخبرية الناشئة، وتوجهات الصحف الإلكترونية في بناء وتشكيل الخبر، استخدمنا المنهج المسحي والمنهج المقارن كمنهجين محوريين في هذه الدراسة، إنَّه يعد المنهج المسحي من المناهج الكمية الوصفية الأكثر شيوعاً في البحوث الإعلامية و المناسب لتحليل مضامين وسائل الإعلام، وقد استخدم هذا المنهج لدراسة وتحليل محتوى الصحف محل البحث، أما المنهج المقارن فيركز على تحديد وتحليل الفروق الجوهرية وأوجه التشابه بين الصحف الإلكترونية محل الدراسة، يتميز هذا المنهج بتعددته في الأدوات و قدرته على دمج التوصيف، التحليل، التأويل والتوقع وفق احتياجات البحث، مما يساعد في تحقيق فهم شامل ومقارنة معمقة بين الصحف الإلكترونية محل البحث.

6. مجتمع البحث وعينة الدراسة: مجتمع البحث في دراستنا هو الصحف الإلكترونية الجزائرية، تم اختيار عينة الدراسة من أربع صحف إلكترونية جزائرية، ثلاث منها باللغة العربية (الشروق والشعب والشرق) وواحدة باللغة الفرنسية (الوطن)، وقد تم انتقاء هذه الصحف بناءً على معايير اللغة والملكية والانتشار وأصل الصحيفة كما هو موضح في الجدول رقم (01).

جدول رقم (01) يبين الصحف الإلكترونية المختارة:

اسم الصحيفة الإلكترونية	لغة الإصدار الرئيسية	الملكية	أصل الصحيفة	وطنية / محلية	التصفح
elwatan-dz	فرنسية	خاصة	ورقية	وطنية	واسع
الشروق أونلاين	عربية	خاصة	ورقية	وطنية	واسع
الشعب أونلاين	عربية	عمومية	ورقية	وطنية	واسع
الشرق اليوم	عربية	خاصة	بحتة	محلية	محدود

بالنظر إلى الاهداف المحددة، كان مجتمع البحث محددًا بالمقالات الإخبارية دون الأنواع الأخرى الواردة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في المجال الزمني للدراسة المقدر بأربعة أسابيع، امتدت من 21 أوت 2023 إلى غاية 19 سبتمبر 2023 (تم إلغاء أخبار يوم الجمعة لأن بعض الصحف الإلكترونية لا تنشر أخباراً فيها).

وفي هذه الدراسة تم استخدام طريقة العينة العشوائية الدائرية المنتظمة، وتحصلنا على حجم العينة المطلوب والذي حدد ب 124 مقال إخباري.

7. الدراسات السابقة: لقد غيرت البيئة الرقمية المفهوم التقليدي لقيم الأخبار، ومن أجل الفهم الكامل للتحويلات والفروق الدقيقة في هذه القيم المتغيرة، من المهم مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بهذا الموضوع:

#### 1.1. دراسة ليزا ميريت كريستنسن و بيتر برو<sup>17</sup>

##### News values in a digital age-Intra-media, inter-media, and extra-media platforms (2023)

تناولت الدراسة مفهوم القيم الخبرية وأهمية دراستها في العصر الرقمي، كما تعيد صياغة المفهوم الكلاسيكي لقيم الأخبار وتكشف كيف تتأثر في العصر الرقمي مع التركيز على دور المنصات الرقمية المختلفة في التأثير على تدفق وانتقاء الأخبار، تؤكد الدراسة على التحول من حراس البوابة التقليديين إلى حراس البوابة الجدد الذين يشكلون ويقررون ما يعتبر

ذا أهمية إخبارية، وقد ميزت الدراسة بين ثلاثة أنواع من المنصات: داخلية وسيطة وخارجية، الأولى تمثل مواقع المؤسسات الإعلامية، والثانية تمثل حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بتلك المؤسسات، أما الثالثة فتشمل محركات البحث والتجميع، و تقدم الورقة إطاراً مفاهيمياً جديداً لفهم القوى والعوامل التي تؤثر على تدفق الأخبار في عصر رقمي. وخلصت الدراسة إلى أن هناك اختلافات في القيم الخبرية السائدة عبر تلك المنصات، كما أن الخوارزميات تمثل بوابة جديدة في انتقاء وترتيب الأخبار وفقاً لمعاييرها الخاصة.

ترتبط هذه الدراسة ارتباطاً وثيقاً بموضوع بحثنا حول تطور القيم الخبرية في البيئة الرقمية، إلا أنها نظرية بينما دراستنا تحليلية مقارنة، ويمكن لهذه الدراسة أن تسهم في تفسير نتائجنا حول التباين في أشكال ومستويات تبني القيم الخبرية الحديثة عبر المنصات الإلكترونية، كما تسلط الضوء على تحديات التأقلم مع بيئة ذات وسطاء تقنيين واقتصاديين جدد.

### 2.7. دراسة توني هاركب بعنوان: <sup>18</sup>The Struggle for News Value in the Digital Era 2023

تسلط دراسة هاركوب "النضال من أجل قيمة الأخبار في العصر الرقمي" الضوء على التوتر المتصاعد بين المنطق التجاري والقيمة الاجتماعية للأخبار في ظل التحديات الاقتصادية والتكنولوجية التي تواجه صناعة الأخبار، حيث أكد هاركوب على تفاقم التوتر بين المنطق التجاري والقيمة الاجتماعية للأخبار في ظل التحديات الاقتصادية والتكنولوجية التي تواجه صناعة الأخبار.

وأوضحت الدراسة كيف أن تبني مقاييس المشاركة وتحليلات الجمهور في الانتقاء والتحرير والترويج الإخباري، عزز من منطق الربحية التجارية لكنه يجعل التغطيات ذات الفائدة المجتمعية أكثر عرضة للتهميش.

كما أن الإعلام البديل مازال يوفر مساحات لمقاومة هيمنة المنطق التجاري من خلال تجارب تحريرية تتسم بالتنوع والإدماج، ودعت الدراسة إلى وضع احتياجات المواطن المعلوماتية في محور تقييم الأداء الصحفي، مع ضرورة كشف التوترات التي تمارس ضغوطات على القيمة الاجتماعية للإعلام، ترتبط هذه الدراسة ارتباطاً وثيقاً بأشكالها بحثنا المتعلقة بتحليل تطور القيم الخبرية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، حيث تتطرق الدراسة بشكل مباشر لقضية تزايد صراع وتوتر القيم الخبرية في المشهد الإعلامي الرقمي بين منطق الربحية والاستدامة الاقتصادية، وبين المنطق الاجتماعي القائم على خدمة المصلحة و المنفعة العامة.

وتختلف هذه الدراسة عن بحثنا في كونها نظرية بحثية بينما دراستنا تحليلية مقارنة، لذلك نتباين المقاربات المنهجية بينهما، ومع ذلك، تتوفر هذه الدراسة إطاراً مفاهيمياً مهماً لتفسير ومقارنة النتائج التي سنتوصل إليها حول أشكال ومستويات تبني القيم الخبرية الجديدة ضمن السياق الجزائري.

### 3.7. دراسة جيل ماست ومارتينا تيمرمان بعنوان:

What's (The) News? Reassessing "News Values" as a Concept and Methodology in the Digital Age <sup>19</sup>

تناولت الدراسة موضوع القيم والمعايير الخبرية في العصر الرقمي، وقدمت نظرة شاملة للأبحاث والدراسات الحديثة في هذا المجال.

ويمكن تلخيص أبرز نقاط ونتائج الدراسة فيما يلي:

- تطور مفهوم "القيم الخبرية" على مر الزمن ليشمل العديد من العوامل والمعايير التي تؤثر على اختيار وتغطية الأخبار، مثل تأثير الجمهور ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ينبغي التمييز بين أربعة أبعاد رئيسية للقيم الخبرية: المادية والمعرفية والاجتماعية والخطابية.
- أحدث التحول الرقمي تعبيرات جوهرية في طرق إنتاج وتداول واستهلاك الأخبار، مما يستوجب إعادة تقييم الأطر المفاهيمية والمنهجية المتعلقة بالقيم الخبرية.

- ظهرت مفاهيم وممارسات صحفية جديدة كالصحافة البناءة وصحافة الحلول، كرد فعل لنقص القيم والمعايير التقليدية.  
 - برز دور جديد للجمهور كمشارك في عمليات صناعة وتداول الأخبار، مما يتطلب إعادة النظر في القيم الخبرية التقليدية.  
 تتفق هذه الدراسة مع بحثنا في التساؤل حول مدى قدرة المؤسسات الإعلامية على تبني المفاهيم والقيم الخبرية الحديثة، وتختلف عن دراستنا من حيث تركيزها على الدراسات الأكاديمية والأبحاث النظرية أكثر من الجانب التطبيقي الذي نستهدفه في بحثنا والسياق الجزائري الذي نركز عليه.  
 يمكن الاستفادة منها في تحديد الإطار النظري والمفاهيمي الذي يحكم القيم الخبرية، وكذلك في اشتقاق مؤشرات ومعايير لتقييم تلك القيم.

وبشكل عام، تقدم هذه الدراسة أساساً نظرياً ومنهجياً مهماً لدراستنا، إلا أن التحدي الحقيقي سيكون في تطبيقها على أرض الواقع من خلال التحليل التطبيقي للمضامين الإخبارية في الصحف الإلكترونية الجزائرية.  
**الدراسة التحليلية:**

### 1. فئات الشكل: (كيف قيل؟)

- فئة التنسيق «Format and Medium»: تقييم هذه الفئة كيف أن استخدام أنواع الوسائط المختلفة يعزز تجربة المستخدم ويوصل القصة الخبرية بشكل أكثر فعالية.  
**الجدول رقم (02) يبين توزيع فئة التنسيق والوسائط:**

الصحف	نص	الصور	فيديو	الرسوم البيانية	بودكاست / صوت
الشروق	%100	%100	%37	%8	%3
الوطن	%100	%92	%3	%7	%100
الشعب	%100	%95	%7	10%	%0
الشرق	%100	%100	%0	%0	%0

يبين الجدول (02) أن فئة النص تشكل 100% في جميع المنشورات، وهذا ما يجعله التنسيق الأساسي والثابت لأغلب الاخبار عبر مواقع الصحف الإلكترونية لعينة الدراسة، في حين تكتسب الصور استخداماً معتبراً في الشروق والشعب و الشرق و بشكل أقل في الوطن، تضيف المكونات البصرية الثراء ولكن بعضها محدود الاستخدام، فنجد ان مقاطع الفيديو لها حضور كبير في الشروق بنسبة 37%، بينما النسب أقل في المنافذ الصحفية الأخرى، تظهر الرسوم البيانية و البودكاست معدلات تبني محدودة للغاية، قلة من الصحف الإلكترونية عينة الدراسة بادروا بالدخول إلى هذه الوسائط، يشير نمط الاعتماد الثقيل على النص والصورة، بينما تظل الأشكال الأخرى هامشية إلى مرحلة انتقالية في تبني الإمكانيات الإبداعية الكاملة للنظام البيئي الرقمي، من المحتمل أن تؤدي المخاوف بشأن الموارد أو القدرات أو الروتين المهني إلى عرقلة تقدم استغلال الوسائط المتعددة، ومع ذلك، فإن الإدماج المعتدل للبيانات المرئية التفاعلية في بعض الأخبار لبعض الصحف يلمح إلى أن التحولات متواصلة، وبما أن بعض المنافذ تأخذ زمام المبادرة في مجال الوسائط المتعددة، فإن القوى التنافسية وشهية الجمهور قد تجبر أيضاً على التطور التدريجي بمرور الوقت في جميع المنشورات، و أفضل مثال اعتماد صحيفة الوطن الإلكترونية على الصوت لقراءة النصوص المكتوبة لتوفير قراءة موادها الإعلامية لصالح فئات أوسع من جمهورها.

بالمقارنة مع دراسة ليزا ميريت كريستنسن و بيتر برو التي أكدت أن للصحف تاريخ في تجربة الاختلاط الإعلامي والتقارب التكنولوجي، والجمع بين أشكال الوسائط الحالية والناشئة أنه يمكن إدراج عناصر الوسائط المتعددة في الرسائل الإخبارية أن يعزز اتفاقيات سرد القصص وإشراك القراء من خلال التجارب الحسية، علاوة على ذلك، يمكن أن يسهم استخدام وسائط مختلفة في الرسائل الإخبارية في تطوير تعددية طبقات الجمهور، بما في ذلك المعلومات المرئية ووسائط الإعلام ومحو الأمية التكنولوجية، في حين لا تزال الروتينات الصحفية الكلاسيكية تهيمن على العديد من المنافذ الإخبارية



لعينة الدراسة و التي تعيد استخدام تنسيقات المطبوعات عبر الإنترنت دون الاستفادة من الخيارات الناشئة ، كما نلاحظ أن صحيفة الشروق الالكترونية ذات الملكية الخاصة و التابعة لمجمع يملك قناة تلفزيونية قد ساعدها في تصدر التصنيف في هذه الفئة ، كما نخلص أنه يمكن لهذه التنسيقات أن تؤثر على القيم الخيرية من خلال تشكيل اختيار وإنتاج ومعالجة القصص الإخبارية كما تؤكد دراسة ديك<sup>20</sup>

• **فئة التفاعلية «Interactivity»:** تقيس هذه الفئة درجة التفاعل التي تسمح بها الرسالة الاخبارية، هل يتضمن ميزات مثل التعليقات أو الإعجابات أو المشاركات؟ هل يمكن للقراء المساهمة بمحتوياتهم الخاصة أو ملاحظاتهم في اختيار الأخبار؟

**الجدول رقم (03) يبين فئة توزيع فئة التفاعل:**

الروابط الخارجية	المشاركات	الإعجابات	التعليقات	الصحف
43%	100%	21%	11%	الشروق
7%	100%	0%	0%	الوطن
41%	100%	29%	14%	الشعب
0%	100%	0%	0%	الشرق

يبين الجدول (03) أن صحيفة الشروق الالكترونية ذات الملكية الخاصة تتصدر اعتماد ميزات تفاعلية مثل التعليقات والروابط والمشاركات، مما يشير إلى توجه رقمي ذو رؤى مستقبلية لتبني جوهر الصحافة الرقمية التشاركي، في حين تظهر صحيفتي الوطن والشرق نقصاً في استغلال العناصر التشاركية، مما يدل على افتراضات هيمنة أساليب النشر الكلاسيكية لنقل الأخبار الثابتة، بينما صحيفة الشعب الالكترونية تظهر استخداماً أكثر اعتدالاً لمساهمات القراء من خلال الروابط والإعجابات، تشير بيانات التفاعل إلى التباين في تبني مشاركة المستخدم التي تمثل رمزاً للمنصات الرقمية، و من الملاحظ أنه لم يتم تطوير أقسام التعليقات وقدرة المشاركة الاجتماعية وخيارات توصيات المستخدم مما يدل على الفجوات بين غرف الأخبار العالمية والجزائرية في دمج آليات المشاركة.

يكشف النظر إلى معدلات ونسب الميزات التفاعلية عن توجه قوي نحو مشاركة الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة لجميع النشرات الاخبارية الإلكترونية الجزائرية للصحف الأربع، وأظهرت جميع المنشورات تمكين مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني للمستخدمين، وهو شكل آخر من أشكال التفاعل الرقمي، بمعدلات مقبولة.

يشير الغياب التام للتعليقات أو أزرار الإعجاب أو الروابط التشعبية الخارجية في صحيفة الوطن مثلاً إلى أن هذه الصحف لا تنظر إلى الأخبار عبر الإنترنت على أنها وسيلة بث ثابتة ذات اتجاه واحد بدلاً من كونها ساحة عضوية وتعاونية، و إن كانت تستغل بعض التقنيات الاتصالية كالبريد الإلكتروني وغيرها.

و من خلال دراسة استطلاعية قمنا بها على المقالات الإخبارية عينة الدراسة ، لاحظنا أن ميزة "التخصيص" الفردي للمحتوى التي تستهدف القارئ المحدد لم يتم الاستفادة منها، فعلى الرغم من وجود بعض التفاصيل ذات الصلة بالاهتمامات الشخصية للقارئ مثل الإشارة إلى المحتوى المقروء حديثاً ، وطلب إنشاء الحسابات المجانية لربط القارئ وتتبع تفاعلاته، إلا أن المحتوى يظل عاماً للجميع دون استغلال تلك المعطيات لتقديم تخصيص أكثر دقة كالبيانات الديموغرافية والجغرافية والاهتمامات التي يعلنها القارئ نفسه، من المرجح أن الانتقال التدريجي نحو نموذج الاشتراكات المدفوعة في الصحافة الرقمية للجزائرية سيحفز المزيد من التطوير لقدرات تخصيص المحتوى لكل قارئ على حدة بناء على بياناته واهتماماته الفردية.

- فئة قابلية المشاركة «Shareability»: تبحث هذه الفئة في مدى تصميم المحتوى لمشاركته على وسائل التواصل الاجتماعي.

#### الجدول رقم (04) يبين توزيع فئة قابلية المشاركة:

الصحف	جيل المحادثة	المحتوى الفيروسي	التأثير العاطفي	مشاركة وسائط التواصل الاجتماعي
الشروق	%25	%43	%8	%43
الوطن	%45	%45	%10	%7
الشعب	%45	%15	0%	%5
الشرق	%8	%7	0%	0%

في الجدول رقم (04) تشير «قابلية المشاركة» إلى الحالات التي تمت فيها مشاركة المقال الإخباري لمنصات التواصل الاجتماعي، في حين يشير «التأثير العاطفي» إلى القصص التي يتردد صداها عاطفياً مع الجمهور ومن المحتمل أن تتم مشاركتها نتيجة لذلك، كما يشير «المحتوى الفيروسي» إلى القطع الخبرية التي وصلت إلى جمهور كبير من خلال معدلات مشاركة عالية، وأخيراً، يشير «جيل المحادثة» إلى الأخبار التي أثارت نقاشاً أو مشاركة كبيرة عبر الإنترنت، يُظهر الجدول رقم (04) معدلات معقولة لمشاركة وسائل التواصل الاجتماعي في منشورات صحيفة الشروق والتي وصلت إلى 43%. هذا يشير إلى أن المشاركة هي قيمة خبرية ناشئة في هذه الصحيفة الرقمية، في حين تخلفت في باقي الصحف الأخرى التي مواقعها للتواصل الاجتماعي قليلة النشاط إلى محدودة النشاط كما هو الحال في صحيفتي الشرق والشعب الإلكترونيين.

وعليه نستخلص أن القابلية للمشاركة للمنصات الاجتماعية هي قيمة خبرية واضحة بالنسبة للشروق مع استغلال خاصية الـ «هاشتاغ» و المحتوى الفيروسي الواسع الانتشار، كما أن التأثير العاطفي يمثل قيمة ناشئة لزيادة الانتشار، ومع ذلك، لا تزال المشاركة في المحادثة حول الأخبار التي أثارت نقاشاً قيمة ناشئة و على سبيل المثال نجد أن موضوع دخول الجزائر إلى البريكس و دخول علامات السيارات الجديدة إلى الجزائر و الذي قد أثار النقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد كان له وجود في عناوين مختلف المنصات الإلكترونية عينة الدراسة، كما أن ربط صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي كان له نصيب من المشاركة، يمكن أن يحدد مزيد من البحث أفضل الممارسات في عرض الأخبار الاجتماعية مع تجنب مزلق clickbait أو ما يسمى بطعم النقر الذي من شأنه تحديد توجهات الجمهور أو حتى أصحاب القرار، للأكثر مقروئية و الأكثر مشاركة و تفاعل، فقد تختلف خصوصية أخبار وسائل التواصل الاجتماعي عن الأخبار التقليدية، حيث يقوم محررو وسائل التواصل الاجتماعي بدمج عوامل الأخبار التقليدية بشكل فعال مع عوامل القابلية للمشاركة لإنشاء محتوى نصي ومرئي جذاب.<sup>21</sup>

- فئة الارتباط التشعبي «Hyperlinking»: تبحث هذه الفئة في استخدام وجودة الروابط التشعبية في النشرة الاخبارية، هل توفر سياقاً إضافياً أو مصادر أو مزيداً من القراءة ؟

#### جدول رقم (05) يوضح فئة توزيع فئة الروابط التشعبية:

الصحف	الربط الداخلي	الربط الخارجي	ربط التحقق من المصدر
الشروق	%94	%65	%68
الوطن	%73	0%	0%
الشعب	%90	%50	%45
الشرق	12%	0%	0%

يبين الجدول رقم (05) اتساع نطاق ربط صحيفة الشروق الإلكترونية داخل موقعها الاخباري والمنصات الاجتماعية، في حين تركز صحيفتي الوطن و الشرق بشكل حصري على الموارد الداخلية، كما لا تزال روابط التحقق محدودة، مما يشير

إلى إعطائها الأولوية لربط مصادرها عبر الإنترنت، هناك اختلافات ملحوظة بين مسارات المشاركة المتنوعة والاحتفاظ بالسيطرة عبر روابط محدودة تتمحور حول الموقع، تعد الروابط الداخلية داخل موقع الويب أو المنصة والربط الخارجي بمواقع الويب الأخرى ضرورية لتوفير معلومات شاملة وتعزيز تجربة المستخدم، فكفاءة الصحف الإلكترونية في توفير المحتوى الإخباري من خلال الروابط الخارجية والداخلية، كما أكدت الدراسات التي سلطت الضوء على أهمية طرق الربط المختلفة في تقديم المحتوى الإخباري و جعله ذو أهمية لإعادة النشر.<sup>22</sup> فإن العمق العام للترابط من خلال الربط الدلالي له إمكانات كبيرة، بما في ذلك الاستفادة من محركات التوصية، و التغذية الرجعية، كما يتم استخدام الربط الداخلي بشكل معقول في كثير من الأحيان عبر المنشورات عينة الدراسة، مما يشير إلى أن الترابط بين المحتوى هو قيمة خبرية، و الشروق والشعب يتصدران ذلك، الربط الخارجي أكثر شيوعاً، ويتجلى في ارتفاع معدلات صحيفة الشروق (65%)، تبرز هذه القيمة الناشئة على إثراء المحتوى من خلال المصادر الخارجية.

## 2. فئات الموضوع (ماذا قيل؟)

• فئة الفورية/التوقيت «Immediacy/Timelines»: تحديد الأهمية الجغرافية أو الثقافية للمادة لقارئها، هو جانب من القيم الخبرية.

الجدول رقم (06) يمثل توزيع فئة الفورية والتوقيت:

الصحف	الإبلاغ في الوقت الفعلي	تحديثات فورية	العدد التنازلي/المؤقتات
الشروق	53%	42%	11%
الوطن	65%	25%	10%
الشعب	59%	23%	8%
الشرق	51%	13%	3%

يوضح الجدول رقم (06) أن فئة الفورية والتوقيت متصدرة بشكل عام، وبالأخص في صحيفة "الوطن" حيث بلغت نسبة التقارير في الوقت الفعلي 65% مقابل 25% للتحديثات الفورية، وتأتي التحديثات الفورية في المرتبة الثانية من حيث الشيوع في باقي الصحف، أما البث المباشر فغائب تماماً على الرغم من استخدام بعض الصحف لخاصية العدد التنازلي، كما تبرز صحيفة "الشروق" توازناً أكبر بين مختلف فئات الفورية.

وتدل الهيمنة الكمية للتغطية في الوقت الفعلي على فهم لتوقعات السرعة في الصحافة الرقمية، إلا أن غياب البث المباشر يشير إلى تأخر في استغلال إمكانيات نقل الأحداث المستجدة للجمهور، كما يُعدّ العدد التنازلي أسلوباً ترويجياً يسبق الكشف عن المبادرات البارزة.

وتكشف الهيمنة الكمية للإبلاغ الفوري دون استغلال كامل لخيارات الوسائط المتعددة عن مرحلة انتقالية نحو تسخير مزايا البيئة الرقمية بشكل أفضل، والانتقال إلى توسيع مفاهيم الفورية من خلال التقنيات التفاعلية، مع الإشارة إلى أن الجهود المبذولة لتقليل التأخير تدل على الإدراك المتزايد لسرعة دورة الأخبار.

وتتوافق هذه النتائج مع الدراسات السابقة و التي أكدت أن سياق الأخبار الرقمية يميل إلى مزيد من الفورية مقارنةً بالصحافة المطبوعة، مما يعزز شعور الجمهور بالانتقال إلى مواقع الأحداث.

فئة القرب «Proximity»: تقيس هذه الفئة صلة الأخبار بالقارئ.

الجدول رقم (07) يمثل توزيع فئة قيمة القرب:

الصحف	القرب الجغرافي	القرب الثقافي	التقارب الأيديولوجي	القرب الافتراضي
الشروق	35%	28%	19%	18%
الوطن	35%	32%	17%	16%
الشعب	37%	29%	22%	12%
الشرق	67%	23%	7%	3%

في الجدول رقم (07) يشير «القرب الجغرافي» إلى القصص ذات الصلة بسبب موقعها المادي، كما يرتبط «القرب الثقافي» بالصلات الثقافية، بما في ذلك اللغة والتاريخ المشترك والتقاليد وما إلى ذلك، يشير «التقارب الأيديولوجي» إلى القصص التي تتماشى مع معتقدات القراء أو قيمهم أو أيديولوجياتهم، يشير «القرب الافتراضي» إلى أهمية القصص في سياق المجتمعات أو الشبكات عبر الإنترنت.

يبين الجدول رقم (07) أن القرب الجغرافي يحتل المرتبة الأولى من حيث الانتشار بنسبة 43% في المتوسط عبر الصحف، يليه القرب الثقافي بمتوسط 28% ثم القرب الأيديولوجي بـ 16% وأخيراً القرب الافتراضي بمتوسط 12%، تتقارب القيم بين صحيفتي الشروق والوطن في حين ترتفع نسبة القرب الجغرافي في الشعب والشرق، صحيفة الشرق الإلكترونية باعتبارها صحيفة محلية فليديها تركيز جغرافي يختلف عن النهج الأكثر توازناً للصحف الأخرى.

يشير التكاثر النسبي عبر أنواع القرب إلى توازن في توزيع أنواع القرب الجغرافية والافتراضية المناسبة لبيئات الأخبار الرقمية، بالمقارنة مع دراسة حول الاستعداد لدفع ثمن الأخبار المحلية عبر الإنترنت تعد الأخبار المحلية أحد الأصول الأساسية لإقناع القراء بالدفع مقابل المعلومات<sup>23</sup>.

• فئة فرط المحلية «Hyperlocalism»: تقيس هذه الفئة مدى تركيز المحتوى على الأخبار المحلية الفائقة ذات الصلة على وجه التحديد بجمهور صغير محدد جغرافياً.

الجدول رقم (08) يبين توزيع حالات فرط النزعة في محتوى الأخبار الرقمية لعينة الدراسة:

الصحف	أخبار الحي	أخبار المدينة	الأحداث المجتمعية	مميزات الأعمال المحلية
الشروق	5%	13%	10%	5%
الوطن	7%	16%	12%	8%
الشعب	8%	18%	11%	9%
الشرق	12%	20%	15%	14%

في الجدول رقم (08) تشير «أخبار المدينة» إلى الأخبار المتعلقة على وجه التحديد بمدينة أو بلدة معينة، تتعلق «أخبار الحي» بمزيد من الأخبار التي تحدث في أحياء معينة، تتضمن «الأحداث المجتمعية» تغطية الأحداث المحلية، مثل المهرجانات أو جمع التبرعات أو الأحداث المدرسية، في حين تتضمن «مميزات الأعمال المحلية» قصصاً تسلط الضوء على الشركات المحلية، مثل الملفات الشخصية أو قصص النجاح.

يوضح الجدول رقم (08) أن صحيفة «الشروق» استخدمت فئة «أخبار المدينة» بنسبة 13%، وهي أقل نسبة مقارنة بالصحف الأخرى، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى طبيعة التوجه التحريري للصحيفة واهتمامها الأكبر بالقضايا الوطنية. كما يبين الجدول أن صحيفة «الشرق» احتلت المرتبة الأولى من حيث نسبة استخدام فئة «أخبار المدينة» بـ 20%، مما يعكس سياستها التحريرية المنحازة لتغطية الأخبار على المستوى المحلي.

وتأتي فئة "أخبار المدينة" في المرتبة الأولى من حيث النسب المئوية مقارنة بباقي فئات فرط المحلية، مما يشير إلى اهتمام الصحف الإلكترونية أكثر بنشر أخبار المدن مقارنة بالأحياء أو الفعاليات المجتمعية، في حين تذل محدودية التغطيات الدقيقة للفعاليات المجتمعية الصغرى على نقص تمثيل المنظور الشعبي المفرط، وتفسر الفروقات بين الصحف الإلكترونية محل الدراسة باختلاف سياستها التحريرية تجاه الشأن المحلي.

عكس بروز المحتوى الموجه جغرافياً إلى البلديات والأحياء الاحتفاظ بدور التوجيه الإقليمي و تلبية الاحتياجات الإعلامية حول المراكز الحضرية، كما يُظهر وجود عناصر أخبار الأحياء تكيفاً محلياً، يلبي فضول المجتمع، ومع ذلك، فإن الاهتمام المتواضع بالأحداث شديدة القرب مثل الأحداث الصغيرة أو المشاريع الاقتصادية الصغيرة يشير إلى احتمال التغاضي عن الصحافة الجوارية والتي تحتاج لتغطية صحفية.

على الرغم من هذه التحديات، يُنظر إلى الصحافة المحلية على أنها أداة حيوية لاستعادة النزاهة الصحفية، وبناء المجتمع، وإشراك الجماهير في العصر الرقمي.<sup>24</sup>

● **فئة الشفافية «Transparency»:** إذا استشهدت الصحف بمصادرها بانتظام، أو كشفت عن منهجيتها، أو قدمت نظرة من وراء الكواليس على العملية الصحفية، فقد يشير ذلك إلى قيمة عالية تُعطى للشفافية في العصر الرقمي.

#### الجدول رقم (09) يبين توزيع فئة الشفافية:

الشفافية	الاستشهاد بالمصدر	توضيح المنهجية	دعوة لتصحيح خطأ	استجداء الملاحظات
الشرق	53%	12%	0%	35%
الوطن	73%	17%	9%	0%
الشعب	61%	8%	7%	8%
الشرق	64%	0%	0%	0%

في الجدول رقم (09) يشير «الاستشهاد بالمصدر» إلى الحالات التي يستشهد فيها الخبر صراحة بمصادره، ويشمل «توضيح المنهجية» الحالات التي يتم فيها شرح العملية أو الأساليب الصحفية، وتتضمن «دعوة لتصحيح خطأ» حالات يدعو فيها المنفذ الإخباري القراء علانية للإشارة إلى الأخطاء أو عدم الدقة، كما يتضمن «استجداء الملاحظات» حالات تطلب فيها المنافذ بنشاط تعليقات الجمهور لإبداء ملاحظاتهم.

تحتل فئة "الاستشهاد بالمصدر" المرتبة الأولى بنسبة 63% في المتوسط، يليها "استجداء الملاحظات" بنسبة 11% ثم "تفسير المنهجية" بنسبة 9% وأخيراً "دعوة تصحيح الخطأ" بنسبة 4%، ترتفع نسبة استشهاد المصادر في الوطن بينما تنصدر الشروق في طلب الملاحظات.

سيادة الاستشهاد بالمصادر يعكس الالتزام بالمقاييس الأساسية للمساءلة والمصادقية، لكن قلة الشفافية حول الأخطاء والمنهجيات تشير إلى التحفظ تجاه كشف جوانب الضعف المؤسسية، وتباين السياسات التحريرية للصحف يفسر الاختلافات في آليات تبني الشفافية.

تمتد الشفافية إلى ما هو أبعد من التوثيق، بالمقارنة مع تقييم قام به مجموعة من الباحثين من خلال مقابلات، أعرب مستهلكو الأخبار عن فكرة أنه يمكن إظهار شفافية الأخبار على أفضل وجه من خلال توفير مؤشرات الموضوعية في مجالين (اختيار الأخبار وتأييدها) ومن خلال توفير مؤشرات الأدلة في أربع مجالات وهي وجود المواد المصدرية، وعدم الاستعانة بمصادر مجهولة، والتحقق، والتصحيحات عند الإبلاغ الخاطئ.<sup>25</sup>

بشكل عام، تؤكد الأرقام على تصور أقل شفافية دون تبني ركائز تشاركية أو تعليمية تميز نماذج الشفافية الناشئة التي تسعى إلى كسب ثقة الجمهور.

• فئة الديمومة « Longevity »: يشير وجود محتوى دائم الخضرة يستمر في جذب الانتباه بمرور الوقت إلى تقدير قيمة الأخبار لطول العمر في البيئة الرقمية.

الجدول رقم (10) يبين توزيع فئة الديمومة:

الصحف	محتوى محسن بنظام تحسين محركات البحث	المواضيع دائمة الخضرة	محتوى قابل للتحديث	قصص مشاركة عالية
الشروق	18%	21%	34%	25%
الوطن	16%	29%	31%	19%
الشعب	10%	18%	27%	23%
الشرق	0%	15%	24%	9%

في الجدول رقم (10) يشير «المحتوى المحسن لتحسين محركات البحث» إلى المحتوى الذي تم تحسينه خصيصاً لمحركات البحث، وبالتالي زيادة رؤيته بمرور الوقت.

تشير «الموضوعات دائمة الخضرة» إلى القصص التي تغطي موضوعات ذات اهتمام أو صلة دائمة، بغض النظر عن الأحداث أو الاتجاهات الجارية،

يتضمن «المحتوى القابل للتحديث» عناصر إخبارية يتم تحديثها باستمرار بمعلومات جديدة، مما يحافظ على أهمية القصة ويزيد من طول عمرها،

تشير «قصص المشاركة العالية» إلى القصص التي تستمر في توليد مشاركة عالية من القراء كالتعليقات والمشاركات والإعجابات.

احتل "المحتوى القابل للتحديث" المرتبة الأولى بنسبة 29% في المتوسط عبر الصحف، تلاه "الموضوعات دائمة الخضرة" بنسبة 21% ثم "قصص المشاركة العالية" بنسبة 19%، وجاء "المحتوى المحسن لمحركات البحث" في المرتبة الأخيرة بنسبة 11%، تنصدر صحيفة الشروق من حيث توزيع الفئة وتتفاوت نسب الوطن الخاصة والشعب العمومية في توزيع الفئات بينما تنخفض معظم النسب في صحيفة الشرق الناشئة الإلكترونية.

يعكس التركيز على تحديث المحتوى المنشور توجهاً نحو استدامة الأهمية الإخبارية، لكن ضعف جهود التحسين للوصول والرؤية يشير إلى تهميش استغلال التقنيات لتعزيز دورة الحياة الإخبارية، وتتباين سياسات الصحف تجاه استراتيجيات ضمان استمرارية التفاعل والاهتمام بالمضامين.

• فئة الفائدة «Utility»: تشير الفائدة في سياق الأخبار الرقمية إلى مدى فائدة أو انطباق المعلومات المقدمة على حياة القارئ.

الجدول رقم (11) يبين توزيع فئة الفائدة:

الصحف	أدلة عملية	تحديثات الطقس	أخبار المرور	صحافة الخدمة
الشروق	28%	14%	8%	31%
الوطن	29%	13%	6%	28%
الشعب	8%	12%	11%	29%
الشرق	5%	15%	34%	25%

يوضح الجدول رقم (11) أن "صحافة الخدمة" حصلت على أعلى نسبة بمتوسط 30% عبر الصحف الأربع، مما يشير إلى التزامها بتقديم محتوى عملي يفيد القراء في حياتهم اليومية. وفي المقابل، حصلت "أخبار المرور" على أقل نسبة بمتوسط 15%، الأمر الذي يعكس نقصاً نسبياً لهذا النوع من المحتوى ذي الفائدة المباشرة.

كما حققت صحيفة "الشرق" أعلى نسبة في "أخبار المرور" بينما كانت أقل نسبة في "الأدلة العملية"، مما يوحي باهتمام أكبر بالجانب الخدمي على حساب المحتوى التطبيقي، يشير التركيز على صحافة الخدمة إلى الالتزام بدور الصحافة في تلبية احتياجات المواطنين، لكن قلة المحتوى العملي والتطبيقي توحى بوجود فجوة معرفية في خدمة القارئ اليومية، مع تقارب في درجة الاهتمام بخدمة الجمهور برغم اختلاف التوجه التحريري للصحف.

### نتائج الدراسة:

1. أظهرت نتائج التحليل سيطرة النصوص المكتوبة على جميع المضامين الإخبارية، مع استخدام محدود للوسائط البصرية كالصور ومقاطع الفيديو مع وجود بعض عناصر التفاعلية المتمثلة في مشاركات منصات التواصل الاجتماعي، لكن بقية الخيارات كالتعليقات والإعجابات شبه منعدمة، بالمقابل انتشار معتدل لظاهرة "الأخبار الفيروسية" ولكن الاستفادة من التأثير العاطفي ما زالت محدودة، وبناءً عليه، يمكن القول إن القيم الخبرية الناشئة حالياً ما زالت محدودة ولا ترقى لمستوى الاستجابة الكاملة لمتطلبات البيئة الرقمية.
2. بالنسبة لمقارنة أهمية القيم التقليدية والحديثة، أظهر التحليل هيمنة واضحة لقيمة الفورية من خلال التركيز الشديد على النغطيات الآنية، وتفوق نسبي لقيمة القرب الجغرافي مقابل بقية أنواع القرب الأخرى كالثقافي والاقتصادي، في حين تراجع واضح لقيم الفائدة والمنفعة، مما يشير إلى استمرار سيطرة القيم التقليدية ذات الطابع المؤسسي والرسمي مع إهمال نسبي للقيم الناشئة التي تركز على تفاعل المستخدم وخدمته.
3. بخصوص الاختلافات بين الصحف في تبني القيم الناشئة، يبين التحليل وجود تباين ملموس، حيث تنصدر صحيفة "الشرق" الالكترونية من حيث توظيف الوسائط المتعددة وعناصر التفاعل الاجتماعي واستغلالها لتكنولوجيا البيئة الرقمية مقارنة مع باقي المنافذ الأخرى مستغلة مواردها وإمكاناتها إلا أنها ما زالت في مرحلة انتقالية مقارنة بالمنافذ الالكترونية العالمية.
4. يتم تضخيم الفورية في السياق الرقمي من خلال التقارير في الوقت الفعلي والتحديثات المستمرة، على الرغم من أن البث المباشر لا يزال محدوداً، زادت توقعات استغلال الخصائص التقنية للبيئة الرقمية.
5. يظهر التفاعل كقيمة خبرية رقمية أساسية ولكن تنفيذه يختلف بين منافذ عينة الدراسة، ولكن المشاركة الإجمالية تظل محدودة في بعض المنافذ الخبرية لعينة الدراسة.
6. يحتفظ القرب الجغرافي التقليدي بالأهمية، على الرغم من أن المنشورات تعزز أيضاً الأهمية الثقافية والأيدولوجية، فإن القرب الافتراضي له مجال للنمو كقيمة خبرية، يمكن أن يحدد المزيد من البحث أفضل الممارسات لتحقيق التوازن بين المشاركة المادية والمشاركة القائمة على التقارب، تكشف النتائج الأهمية عن بداية تجاوز الجغرافيا اللوجستية إلى العقلية المشتركة الموجودة افتراضياً عبر الإنترنت، يسلب هذا التوازن الضوء على النقاشات في إعادة ضبط كل من محددات وأبعاد جدارة الأخبار للجمهور المنتشر رقمياً.
7. يكتسي التصميم والتنظيم أهمية أكبر لتعزيز إمكانية الوصول، وتتخلف الجماليات وتكامل الوسائط المتعددة عن القوالب التي تركز على الاتساق والتدفق.

8. قصص المشاركة العالية لديها إمكانات ولكنها لا تزال غير مستغلة في الغالب، كما تتأخر جهود تحسين محركات البحث عبر المنافذ في عينة الدراسة.

تعكس الصحافة الجزائرية عبر الإنترنت مرحلة انتقالية، كما أن الاحتفاظ بقيم الأخبار التقليدية مع تبني القيم الرقمية الناشئة يتم بتحفظ، يتضمن المسار أمامنا تتبع هذا التطور عبر الفئات والمنصات والقضايا.

وختاماً، تشير النتائج إلى ضرورة مضاعفة الجهود التحريرية والتقنية من أجل تسريع وتيرة تطوير الخطاب الإخباري الإلكتروني وفق متطلبات البيئة الرقمية، وذلك من خلال الاستفادة من التجارب الناجحة وتبادل الخبرات بين مختلف المؤسسات الإعلامية.

#### خاتمة:

بحثت هذه الدراسة في تطور القيم الخبرية داخل منافذ الصحافة الجزائرية عبر الإنترنت من خلال تحليل المحتوى لتحديد الأولويات الناشئة عبر فئات مثل الفورية والوسائط المتعددة والشفافية، و تكشف النتائج عن مزج انتقالي لعوامل الأخبار التقليدية والقيم الرقمية الوليدة، في حين أن النماذج القديمة لا تزال تثبت التغطية، فإن التجارب التدريجية مع الخصائص التفاعلية والتنسيقات التشاركية والتخصيص التجريبي تظهر الاستجابة لعادات المستخدم المتغيرة والسياقات التكنولوجية المتسارعة، غير أن التحليل يبرز أيضاً تبايناً كبيراً في منحنيات التبني استناداً إلى الموارد والقدرات و الملكية والرغبة في المخاطرة؛ حيث يوجد تنافس في استغلال أدوات جديدة للبيئة الرقمية من التخصيص إلى منافذ تفاعلية تحافظ على وجود موقع ويب ولكنها تقاوم التحولات إلى النظم البيئية التشاركية.

بينما توفر العينة نظرة موجزة، يمكن أن يواصل التتبع الأوسع أنماط الدمج حيث تحفز ضغوط السوق وأذواق الجمهور التحديث، مع استكشاف أسباب تأخر التكامل، بما في ذلك فقدان القراء أو الإعلان، قد يظهر نموذجاً أكثر توجيهاً للقيم الرقمية بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يغطي المزيد من البحث مجموعة واسعة من المنافذ الرقمية الجزائرية، ومنافذ وسائل التواصل الاجتماعي المحلية، والمواقع المحلية.

بناءً على نتائج هذه الدراسة التي هدفت إلى تحليل واقع القيم الخبرية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، يمكن تقديم

#### التوصيات الآتية:

- 1- ضرورة قيام المؤسسات الصحفية بتبني استراتيجيات واضحة لدمج القيم والأدوات الإخبارية الرقمية في عملها اليومي، ووضع خطط تحفيزية لتشجيع الصحفيين على توظيفها.
- 2- عقد دورات تدريبية مستمرة لرفع كفاءات الصحفيين وقدراتهم التقنية للتعامل مع الأدوات والبرامج الحديثة في مجال إنتاج المحتوى الإخباري.
- 3- إنشاء أقسام متخصصة في الشؤون التكنولوجية داخل المؤسسات الصحفية لدراسة التطورات الحاصلة في مجال الإعلام الرقمي وتقييم تأثيرها.
- 4- الاستثمار بكثافة في تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات التي تسهل عمليات تحليل بيانات المستخدمين وفهم تفضيلاتهم بشكل أفضل.
- 5- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث العلمية حول أثر التحولات الرقمية على القطاع الإعلامي في الجزائر بشكل خاص، وتعميم نتائجها على المؤسسات الصحفية.



## الإحالات والمراجع:

- <sup>1</sup> Zaghلامي, L. (2020). Social Media as a New Source of Empowerment in Algeria. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-32682-1\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-32682-1_7).
- <sup>2</sup> Nelson, J.L., & Lei, R.F. (2018). The Effect of Digital Platforms on News Audience Behavior. *Digital Journalism*, 6, 619 - 633. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1394202>.
- <sup>3</sup> Zaid, B., Ibahrine, M., & Fedtke, J. (2022). The impact of the platformization of Arab news websites on quality journalism. *Global Media and Communication*, 18, 243 - 260. <https://doi.org/10.1177/17427665221098022>.
- <sup>4</sup> Zaghلامي, L. (2019). The Impact of Information Communication Technologies on News. A Case Study of Algeria's Media Landscape. *Voprosy zhurnalistiki*. <https://doi.org/10.17223/26188422/5/3>
- <sup>5</sup> Reich, Z. (2013). The Impact of Technology on News Reporting: A Longitudinal Perspective. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(3), 417-434. <https://doi.org/10.1177/1077699013493789>.
- <sup>6</sup> Boczkowski, P.J. (2009). Technology, Monitoring, and Imitation in Contemporary News Work. *Communication, Culture & Critique*, 2, 39-59. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2008.01028.x>
- <sup>7</sup> محمد خميسية. (2023, 03 14). مجلة الصحافة. تاريخ الاسترداد 09 12 2023، من معهد الجزيرة للدراسات: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2130>
- <sup>8</sup> Ahva, L., & Pantti, M. (2014). Proximity As A Journalistic Keyword In The Digital Era. *Digital Journalism*, 2, 322 - 333. [10.1080/21670811.2014.895505](https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895505).
- <sup>9</sup> عماد الدين أحمد علي جابر. (يوليو، 2021). الاتجاهات الحديثة في دراسات القيم الاخبارية في المدرستين الاكاديميتين العربية و الغربية. مجلة البحوث الاعلامية-جامعة الازهر-كلية الاعلام، صفحة 44.
- <sup>10</sup> Tenenboim, O. (2022). Comments, Shares, or Likes: What Makes News Posts Engaging in Different Ways. *Social Media + Society*, 8. <https://doi.org/10.1177/20563051221130282>
- <sup>11</sup> Ziegele, M., Breiner, T., & Quiring, O. (2014). What Creates Interactivity in Online News Discussions? An Exploratory Analysis of Discussion Factors in User Comments on News Items. *Journal of Communication*, 64, 1111-1138. <https://doi.org/10.1111/JCOM.12123>.
- <sup>12</sup> Tran, H.L. (2015). More or Less? Multimedia Effects on Perceptions of News Websites. *Electronic News*, 9, 51 - 67. <https://doi.org/10.1177/1931243115572821>.
- <sup>13</sup> Chen, C.X., Pennycook, G., & Rand, D.G. (2021). What Makes News Sharable on Social Media? *Journal of Quantitative Description: Digital Media*. <https://doi.org/10.31234/OSF.IO/GZQCD>.
- <sup>14</sup> Chen, G.M., Chock, T.M., Gozigan, H., Rogers, R., Sen, A., Schweisberger, V., Steinhart, J., & Wang, Y. (2011). Personalizing News Websites Attracts Young Readers. *Newspaper Research Journal*, 32, 22 - 38. <https://doi.org/10.1177/073953291103200403>
- <sup>15</sup> Thurman, N.J. (2019). Personalization of News. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.IEJS0052>
- <sup>16</sup> D'heer, E. and Paulussen, S. (2013). The use of citizen journalism for hyperlocal news production. *Recherches en Communication*, 39. <https://doi.org/10.14428/rec.v39i39.49673>
- <sup>17</sup> Lisa, Merete, Kristensen., Peter, Bro. (2023). News values in a digital age- Intra-media, inter-media, and extra-media platforms. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, [doi: 10.1177/14648849231165855](https://doi.org/10.1177/14648849231165855).
- <sup>18</sup> Kristensen, L. M., & Bro, P. (2023). News values in a digital age- Intra-media, inter-media, and extra-media platforms. *Journalism*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14648849231165855>

- <sup>19</sup> Mast, J. and Temmerman, M. (2021). What's (the) news? reassessing "news values" as a concept and methodology in the digital age. *Journalism Studies*, 22(6), 689-701. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2021.1917445>
- <sup>20</sup> Dick, M. (2014). Interactive Infographics and News Values. *Digital Journalism*, 2, 490 - 506.
- Theo, Araujo., Toni, G.L.A., van, der, Meer. (2020). News values on social media: Exploring what drives peaks in user activity about organizations on Twitter:. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, [doi: 10.1177/1464884918809299](https://doi.org/10.1177/1464884918809299)
- <sup>21</sup> Ewa, Nowak-Teter., Bartłomiej, Łódzki. (2023). What Makes News Shared on Facebook? Social Media Logic and Content-Related Factors of Shareability. *Digital journalism*, [doi: 10.1080/21670811.2023.2218902](https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2218902)
- <sup>22</sup> Cho, Y., Lee, D., & Park, I. (2022). Comparison of media company performance efficiency based on the search engine's method of providing news content (external links vs. internal links). *Applied Sciences*, 12(23), 12327. <https://doi.org/10.3390/app122312327>
- <sup>23</sup> Goyanes, M. (2015). The Value of Proximity: Examining the Willingness to Pay for Online Local News. *International Journal of Communication*, 9, 18.
- <sup>24</sup> Downman, S.A., & Murray, R. (2017). Hyperlocal Journalism and Digital Disruptions: The journalism change agents in Australia and New Zealand. <https://doi.org/10.4324/9781315172637>
- <sup>25</sup> Bhuiyan, M.M., Whitley, H., Horning, M.A., Lee, S.W., & Mitra, T. (2021). Designing Transparency Cues in Online News Platforms to Promote Trust: Journalists' & Consumers' Perspectives. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5, 1 - 31. <https://doi.org/10.1145/3479539>

#### كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

عبد الرحمان بن طير، عبد القادر بودريالة، (2024)، القيم الخبرية في البيئة الرقمية (دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية الجزائرية)، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 16(01)/2024، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة (ص.ص 25 - 42).