

## تأثير التحول الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي لوكالات الأنباء الإخبارية بالعراق

أ. إسرائع خالد افليح\*

أ.د. سعيد الغريب النجار\*\*

### الملخص:

هدف البحث إلى دراسة تأثير التحول الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي لوكالات الأنباء العراقية، من خلال تحليل تطبيقات التحول الرقمي المستخدمة في كل من وكالة الأنباء العراقية (واع) ووكالة الأنباء السومرية نيوز. كما يسعى إلى استكشاف تأثير هذه التحولات على إنتاج المحتوى الإخباري، وطرق تنظيم وإدارة العمل داخل الوكالات الإخبارية، واعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام منهج المسح الإعلامي، حيث تم تحليل مضمون المحتوى الإخباري المنشور عبر التطبيقات الرقمية لوكالات الأنباء العراقية. كما تم استخدام صحيفة تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم تصنيف الأخبار ذات المحتوى الرقمي وفقاً للفنون الصحفية، المصادر، نوعية المضمون، الوسائط الرقمية المستخدمة، ومدى التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصل البحث إلى أهم النتائج التالية: بالنسبة إلى التوجه نحو التحول الرقمي: كشفت الدراسة عن ارتفاع نسبة تبني التطبيقات الرقمية في كل من وكالة الأنباء العراقية والسومرية نيوز، مع تفوق طفيف لوكالة الأنباء العراقية في حجم المحتوى المنشور بنسبة ٥٩,٣٪ مقابل ٤٩,٧٪ للسومرية نيوز، بالنسبة إلى توظيف الفنون الصحفية كانت الأخبار أكثر الفنون استخداماً بنسبة ٦٢,٨٪، تليها التقارير بنسبة ٢٦,٧٪، مما يعكس اتجاه الوكالات نحو السرعة في نقل المعلومات على حساب التحليل المتعمق، بالنسبة إلى الموضوعات الإخبارية ذات المحتوى الرقمي ركزت وكالة الأنباء العراقية على القضايا المحلية (٥٩,٣٪) بينما اتجهت السومرية نيوز إلى الأخبار الدولية (٣٠,٧٪)، مما يعكس اختلاف توجهات التغطية بين الوكالتين.

**الكلمات المفتاحية:** التحول الرقمي، صناعة المحتوى، وكالات الأنباء.

\*الباحثة بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

\*\*أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

**Abstract:**

The research aimed to study the impact of digital transformation on the journalistic content production of Iraqi news agencies, by analyzing the digital transformation applications used by both the Iraqi News Agency (INA) and Alsumaria News Agency. It also seeks to explore the impact of these transformations on news content production and the methods of organizing and managing work within news agencies. The research relied on a descriptive and analytical approach using a media survey methodology, analyzing the content of news content published via digital applications of Iraqi news agencies. A content analysis sheet was also used as the primary data collection tool. Digital news items were classified according to journalistic techniques, sources, content type, digital media used, and the extent of social media engagement. The study reached the following key findings: Regarding the trend toward digital transformation, the study revealed a high rate of adoption of digital applications at both the Iraqi News Agency and Alsumaria News, with the Iraqi News Agency having a slight advantage in the volume of published content, at 59.3% compared to 49.7% for Alsumaria News. Regarding the use of journalistic techniques, news was the most widely used, at 62.8%, followed by reports, at 26.7%, reflecting the agencies' tendency to focus on speed in conveying information at the expense of in-depth analysis. Regarding news items with digital content, the Iraqi News Agency focused on local issues (59.3%), while Alsumaria News focused on international news (30.7%), reflecting the different coverage trends between the two agencies.

**Keywords:** Digital transformation, content creation, news agencies.

## مقدمة:

تقوم وكالات الأنباء بدورا رئيسياً في عملية الإعلام وغالباً ما تعتمد عليها وسائل الإعلام المرئية والمسموعة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون في استقاء المعلومات كمصدر موثوقاً وذي مصداقية، وبخاصة في ظل تعددية مصادر استقاء المعلومات في بيئة العمل الإعلامي التي أضحت تتسم بالطبيعة الرقمية متعددة المصادر.

وقد دفع التحول الرقمي إلى التحول في الأساليب والتقنيات والأدوات والوظائف الإعلامية والطرق المستخدمة في أدوات جمع المعلومات الإعلامية في مجال إنتاج وصناعة وتقديم المحتوى الإعلامي إلى وجهة جديدة عبر العديد من التقنيات الحديثة والمتجددة والتي تضمنت: تقنيات الحاسبات الآلية، شبكة الويب، المواقع الإلكترونية، المنصات الاجتماعية الرقمية (الفيديو، تويتر، إنستغرام، يوتيوب، إلخ) والنقل المتدفق للصوت والفيديو وغرف الدردشة، التصوير الرقمي، تقنيات صحافة الفيديو، وتقنيات صحافة الهواتف الذكية وصحافة الذكاء الاصطناعي وتطبيقات الوسائط المتعددة (النصوص الفائقة)، النصوص الرقمية، الصور الرقمية الفيديو الرقمي الرسوم الرقمية الصوت الرقمي وغيره من الصحف الرقمية، أدوات الطباعة الرقمية، وكذلك الصحافة الصوتية (البودكاست)، التدوين الرقمي عبر مواقع الصحف والمجلات الرقمية والعديد من التقنيات الحديثة والمتجددة في مجال إنتاج وصناعة المحتوى الإعلامي.<sup>(1)</sup>

## ■ مشكلة البحث:

تلعب وكالات الأنباء الإخبارية في العصر الرقمي دوراً حيوياً في نقل المعلومات والأخبار إلى الجمهور، وتعدد وظائفها وفعاليتها والتي تتمثل في: جمع الأخبار؛ حيث توظف وكالات الأنباء مراسلين في مختلف المناطق لجمع الأخبار من مصادر موثوقة، بما في ذلك الحكومات، والشركات، والمجتمعات المحلية. وكذلك التحقيقات الصحفية؛ حيث تقوم الوكالات بإجراء تحقيقات معمقة للحصول على معلومات دقيقة وشاملة حول الأحداث الجارية، وتحرير الأخبار والتحقق من الحقائق؛ حيث يتم التحقق من المعلومات قبل نشرها لضمان دقتها ومصداقيتها، وكتابة وتحضير الأخبار؛ حيث يقوم المحررون بصياغة الأخبار بطريقة مهنية وجذابة، مع التركيز على العناصر الأساسية مثل من، ماذا، متى، أين، ولماذا؟، وتوزيع الأخبار؛ حيث نشر عبر منصات متعددة؛ حيث تُوزع الأخبار عبر قنوات متعددة تشمل الصحف، والتلفزيون، والراديو، والإنترنت وإقامة الشراكات؛ حيث تتعاون الوكالات مع وسائل الإعلام الأخرى لتوسيع نطاق وصول الأخبار، وتغطية الحية للأحداث؛ حيث تقدم الوكالات تغطيات حية للأحداث الكبرى مثل المؤتمرات الصحفية، والانتخابات،

والكوارث الطبيعية، وعمل التقارير الميدانية؛ حيث يقوم المرسلون بتقديم تقارير مباشرة من مواقع الأحداث، وإنتاج المحتوى المتخصص؛ حيث التحليل والتعليق: فيتضمن عمل وكالات الأنباء أيضاً إنتاج محتوى تحليلي وتعليقات من خبراء في مجالات معينة، وكذلك عمل المحتوى المرئي؛ حيث إنتاج مقاطع فيديو وصور تفاعلية لتوضيح الأحداث وجذب انتباه الجمهور، وكذلك لبحث عن مصادر جديدة؛ حيث تتجه الوكالات إلى منصات وسائل التواصل الاجتماعي لجمع الأخبار والتفاعل مع الجمهور، وكذلك الابتكار في أساليب جمع الأخبار؛ حيث استخدام التكنولوجيا مثل الذكاء الاصطناعي والبيانات الكبيرة لتحسين عمليات جمع الأخبار.<sup>(٢)</sup>

كما تسهم وكالات الأنباء الإخبارية في توفير المعلومات الدقيقة والموثوقة للجمهور، وتلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وتعزيز الوعي بالقضايا المهمة. من خلال جمع الأخبار، تحريرها، نشرها، وتغطية الأحداث، تظل وكالات الأنباء جزءاً أساسياً من النظام الإعلامي<sup>(٣)</sup>

ويُعد التحول الرقمي لوكالات الأخبار مساراً ضرورياً لمواجهة التحديات الحديثة وضمان استدامة العمل الإعلامي. كما يتطلب هذا التحول الابتكار المستمر والتكيف مع التغيرات التكنولوجية واحتياجات الجمهور، ومن الملاحظ أن التقدم التقني الكبير في مجال الإعلام وتقنيات الاتصال والمعلومات قد ساهمت في إحداث ثورة كبيرة في صناعة الإعلام، حيث شهدت وكالات الأنباء تغيرات جذرية نتيجة استخدام التقنيات الرقمية والأساليب التكنولوجية، الأمر الذي أدى إلى تحول كبير في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بصورة ساعدت على رفع كفاءة إدارة هذه الوكالات وتجويد العملية الصحفية والإخبارية.<sup>(٤)</sup>

علاوة على ما يقدمه التحول الرقمي من تحديات وفرصاً لوكالات الأنباء. من خلال تبني التكنولوجيا الجديدة والتكيف مع سلوكيات المستهلك المتغيرة؛ حيث يمكن للوكالات تعزيز أهميتها واستدامتها في مشهد الإعلام المتغير باستمرار، ولا يحسن هذا التحول توصيل المحتوى فحسب، بل يعزز أيضاً الروابط الأعمق مع الجمهور، مما يضمن أن تظل الأخبار مصدرًا حيويًا للمعلومات في العصر الرقمي

وتعتبر دراسة واقع التحول الرقمي من وجهة نظر الباحثة في وكالات الأنباء الإخبارية بالعراق خطوة هامة لفهم التحديات والفرص التي تواجه هذا القطاع، انطلاقاً من تغيرات المشهد الإعلامي؛ حيث يشهد الإعلام في العراق تغيرات سريعة نتيجة للتطورات التكنولوجية، مما يستدعي دراسة كيفية تكيف الوكالات مع هذه التغيرات، وكذلك تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في العراق، وعليه يصبح من الضروري فهم كيف يمكن لوكالات الأنباء الاستفادة من هذه التطورات؟، علاوة على أن التحول الرقمي يمكن أن يساهم في تحسين جودة المحتوى الإخباري من خلال

استخدام تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، مما يستوجب دراسة فعالية هذه التقنيات في السياق المحلي، وكذلك التحديات الاقتصادية التي تمر بها العراق؛ حيث تواجه وكالات الأنباء في العراق تحديات اقتصادية تتعلق بالتمويل والموارد، مما يستدعي دراسة كيفية تأثير التحول الرقمي على استدامتها وقدرتها على المنافسة، وكذلك فهم كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى الرقمي يساعد الوكالات في تطوير استراتيجيات تواصل فعالة تعزز من العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور وكذلك انطلاقاً من أن دراسة واقع التحول الرقمي تساعد في تحديد فرص الابتكار والتطوير التي يمكن أن تعزز من قدرة الوكالات على تقديم محتوى متميز وجذاب.

علاوة على ما أشارت إليه تشير التقارير الدولية ومنها تقرير معهد رويترز حول أوضاع الصحافة الرقمية خلال عام ٢٠٢٣ م؛ حيث أشارت إلى أن المخاوف من استدامة سوق صناعة الأخبار عبر الإنترنت أصبح شديد التعقيد، ومحفوف بالمخاطر، حيث تُظهر الاستطلاعات مع خبراء الاتصال أن الكثير من الأشخاص يشعرون أن التغطية الإعلامية سلبية للغاية ويصعب الوثوق بها، وهذا يتطلب فهم الجمهور وسلوكه الاتصالي لإنتاج محتوى يلبي اهتماماته ويشبع تفضيلاته المتغيرة بسرعة بأساليب وتقنيات تتماشى مع طرق تتواكب وتعاطيه الحالي للمحتوى بدلاً من القوالب التقليدية والقديمة.<sup>(٥)</sup>

وتأسيساً على ذلك يتمحور البحث في الإجابة على السؤال الرئيس التالي: ما هو تأثير التحول الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي لوكالات الأنباء بالعراق؟ وما مظاهر التحديث للتحول الرقمي في أساليب تنظيم وإدارة العمل بها؟ أهمية البحث:

وتتمثل أهمية الدراسة في جانبين؛ نظري وتطبيقي وجاءت على النحو الآتي:

#### الأهمية النظرية:

- تنطلق الأهمية النظرية من تناولها طبيعة العمل الإعلامي في عصر التحول الرقمي التي باتت التوجه البحثي المعاصر في الصحافة والإعلام.
- يساعد هذا البحث على إثراء وإتقان النظام النظري في مجال الصحافة والاتصال في عصر التطور الرقمي.
- الكشف عن قوانين وخصائص الاتصال الإخباري في العصر الرقمي، من خلال المناقشة المتعمقة للتحول الرقمي لوكالات الأنباء؛ مما قد يساعد في

بناء منظوراً نظرياً جديداً وإطاراً تحليلياً لتطوير الصحافة والاتصال في عمل تلك الوكالات.

### الأهمية التطبيقية:

- من الناحية العملية، تتمتع هذه الدراسة بقيمة مرجعية مهمة لتوجيه العمل العملي لوكالات الانباء، ففي عملية التحول الرقمي تواجه منظمات الأخبار العديد من التحديات، مثل ابتكار المحتوى وتوسيع القنوات وتفاعل المستخدم. وستقوم هذه الدراسة بتحليل مظاهر عملية التحول، وتوفير أساس علمي لاتخاذ القرار ودليل عملي لوسائل الإعلام الإخبارية، ومساعدتها على تحسين تخصيص مواردها وتحسين قدرتها التنافسية.
- تعد نتائج البحث مؤشراً على مدى جاهزية الوكالات الإخبارية العراقية تجاه استيعاب تقنيات التحول الرقمي وتوظيفها في بيئة انتاج محتواها الخبيري.
- قد تساعد نتائج البحث المسؤولين على إدارة الوكالات الانباء على اتخاذ الإجراءات اللازمة لتعزيز قدرة مؤسساتهم على مواكبة المستجدات وحجز موقع مهم في قائمة وكالات الإخبارية المتميزة.
- قد تفيد نتائج البحث في تبيان التحديات و الصعوبات التي تواجهها الوكالات الإخبارية العراقية نحو الاستخدام الأمثل لتقنيات التحول الرقمي في بيئة عملها الاعلامي.

### أهداف البحث:

#### تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- ١- تسليط الضوء على واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي وآلياته المستخدمة في انتاج المحتوى للوكالات الإخبارية بالعراق .
- ٢- التعرف على أبرز أدوات ووسائل تقنيات التحول الرقمي التي استخدمتها الوكالات الانباء بالعراق في صناعة محتواها الاعلامي في ضوء تحليل المحتوى المقدم من أعمال وكالات الانباء.
- ٣- الوقوف على مدى استفادة الوكالات الإخبارية بالعراق من تقنيات التحول الرقمي في بيئة العمل الصحفي والاعباري في ضوء تحليل المحتوى المقدم من أعمال وكالات الانباء.

٤- رصد أثر استخدام تقنيات التحول الرقمي في تعزيز جودة المحتوى المقدم من حيث الجودة والجدب والسرعة والدقة والمصداقية والقدرة التنافسية. الدراسات السابقة:

**دراسة آلاء عوض المدهون (٢٠٢٣)** ° وقد هدفت إلى معرفة تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لمستقبل العمل الإعلامي في ظل تنامي تقنيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخدمت الدراسة منهج المسح معتمدة على الاستبيان والمقابلة كأداتين للدراسة ، وطبقت الأدوات على عينة قوامها ١٠٢ مبحوثاً من النخبة الإعلامية الفلسطينية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اهتمام النخبة الإعلامية الفلسطينية بالتقنيات الحديثة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاء بدرجة كبيرة، كما جاء مجال تحويل الصوت إلى نص مكتوب والعكس من أبرز مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.

**وبحثت دراسة إسلام محمد مطاوع (٢٠٢٣)** ٦ تأثير استخدام الأساليب الرقمية الحديثة في تذكر القراء لمضمون القصص الإخبارية بالمواقع الإلكترونية: دراسة شبه تجريبية) تأثير اختلاف تقديم القصة الإخبارية بالمواقع الإلكترونية بأسلوب الكروس ميديا وأسلوب الفيديو جراف في مقابل الأسلوب التقليدي المتمثل في أسلوب السرد المتسلسل باستخدام النص على تذكر المبحوثن للمضمون، و تنتهي الدراسة الى الدراسات الوصفية الي استخدمت المنهج شبه التجريبي، حيث اشتملت عينة الدراسة على عينة عمدية تضم ٩٠ مبحوثاً من طاب قسم الإعام بكلية الآداب بجامعة سوهاج، وتوصلت الدراسة إلى أنه درجة تذكر افراد العينة لمضمون القصة الإخبارية تعزى لأسلوب عرض القصة، حيث اكدت النتائج أن اعلى نسبة تذكر لدى المبحوثن هي لصالح الفيديو جراف يليها مجموعة الكروس ميديا.

**دراسة وداد هارون أحمد (٢٠٢٢)** ٧ وقد سعت للتعرف على واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة وإنتاج المحتوى بوكالات الصحفية السودانية، و تسليط الضوء على التحديات التي تواجه الصحفيين بهذه وكالات. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج المسحي من خلال تطبيق الإستبانة الإلكترونية على عينة قوامها ( ٥٤ ) صحفي وإداري من العاملين بوكالات الصحفية السودانية تمثلت في عدد من الصحف وهي: ( السوداني، الحراك السياسي، الجريدة، الصيحة، الإنتباهة، التيار ) ، وكشفت النتائج أن هناك قبول عام حول آلية توظيف تقنيات التحول الرقمي في إنتاج المحتوى بوكالات الصحفية السودانية ومن وجهة نظر الصحفيين. وبينت النتائج أن تقنيات التصوير الرقمي، أدوات التحرير والإخراج الرقمي، الطباعة الإلكترونية من أبرز أدوات وتقنيات التحول الرقمي التي وظفتها وكالات المدروسة. بينما كشفت النتائج أن أوجه استفادة وكالات الصحفية المدروسة من التقنيات الرقمية تمثلت في السرعة في

إنتاج ونشر المحتوى الصحفي، توفير الوقت والجهد، الحفاظ على الموارد المالية للمؤسسة. وبينت النتائج أن % 78 أن وكالات المدروسة تنتج المحتوى الإلكتروني والورقي في نفس الوقت، وكشفت النتائج أن الإفتقار إلى التدريب والتأهيل على التعامل مع التقنيات الرقمية، وعدم توفر الأدوات والإمكانات الداعمة للتحول الرقمي هي أبرز التحديات التكنولوجية. ويمثل ارتفاع تكاليف المعدات والأجهزة التقنية، وحالة التدهور الإقتصادي من أبرز التحديات الإقتصادية. وجاء الإهتمام بتطوير البنية الرقمية للمؤسسات الصحفية، والتوجه نحو صحافة الشبكات الإجتماعية، وتقديم دورات تدريبية مكثفة، والأهتمام بتطوير ودعم الأقسام التقنية والفنية في قائمة الإستراتيجيات والخطط المستقبلية الداعمة لتحقيق التحول الرقمي. وأشارت النتائج الى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين واقع التحول الرقمي في إنتاج المحتوى بوكالات الصحفية السودانية والتحديات والإشكاليات التي تواجه هذه وكالات. كما تحقق الفرض الذي يؤكد على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين طبيعة المحتوى المنتج في وكالات الصحفية السودانية وواقع توظيف تقنيات التحول الرقمي.

دراسة سارة العلي (٢٠٢٢)<sup>٨</sup>: عن "أثر التحول الرقمي على جودة المحتوى الإخباري في وكالات الأنباء العربية"، وكان قوام العينة: وكالات الأنباء في دول الخليج، واستخدمت الدراسة منهج دراسة حالة، أكدت الدراسة أن التحول الرقمي ساهم في تحسين جودة المحتوى، لكنه أدى إلى زيادة المنافسة.

وقد ناقشت دراسة شيماء عبد الحميد محمد (٢٠٢٢)<sup>٩</sup> الأشكال المستحدثة في عرض المضامين الإخبارية واستخدام تقنيات السرد التفاعلي في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة لمدى توظيف موقعي قناتي (BBC, CNN) تقنيات السرد التفاعلي في عرض المحتوى الإخباري، واستخدمت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الأشكال المستحدثة المستخدمة في استخدام البودكاست في صناعة BBC في مواقع الدراسة هي الفيديو جرافيك بينما تفوق موقع المحتوى، في حين اتفقت مواقع عينة الدراسة على توظيف بعض التقنيات مثل الخرائط والرسوم البيانية والوصات والنص الفائق، وأوصت الدراسة بتوظيف المواقع الإخبارية للوسائط المتعددة في نشر المضمون الإخباري حيث تساعد في ثراء المحتوى وتجذب القراء.

واهتمت دراسة مياسر محمد سمباوه (٢٠٢٢)<sup>١٠</sup> بالتعرف على تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي من وجهة نظر القائم بالاتصال من الصحفيين وصناع المحتوى السعوديين العاملين في مجال الصحافة في المملكة العربية السعودية، حيث سعت إلى تحديد التكنولوجيات الأكثر استخداماً من قبلهم والكشف عن علاقتها بتطور أدائهم وتغيّر أدوارهم في الفضاء الرقمي، وذلك بإجراء مسح ميداني

باستخدام الاستبانة على عينة عمدية بلغت ( ١٥٠ مفردة) من المتخصصين في صناعة المحتوى. وتلخصت أهم النتائج في وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد عليها، بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائياً لصالح الإناث في استخدامهم لها بصورة دائمة. كما أوضحت بأن % ٧٤ من القائمين بالاتصال يستخدمون تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي بدرجة كبيرة ولكن % ٥٨ فقط أظهروا إلمامهم بطرق إنتاجها، حيث أكد % ٩٠,٧ منهم على احتياج إنتاج الوسائط الرقمية إلى فريق عمل مستقل، مما يدل على الفجوة في المهارات التي ينبغي عليهم اكتسابها، وأوصت الدراسة بمراعاة اختياره القالب المناسب للمواد الإخبارية بعد دراسة الجمهور بطريقة دقيقة لإيصال الرسالة الاتصالية بشكل سليم.

**وأفادت دراسة Newman (٢٠٢٢) ١١** التي أجريت على ٢٤٦ صحفي ومراسل من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية في الفترة من نوفمبر إلى ديسمبر لعام ٢٠٢١ حول تحديد استراتيجيات صناعة الإعلام في المستقبل وتوقعات استخدام التكنولوجيا من قبل القائمين بالاتصال بتلك الدول، وتوصلت نتائج الاستبيان الإلكتروني، بأنه سيتم تطوير منصات الميتافيرس التي تعتمد على الواقع الافتراضي والواقع المعزز، فضلاً عن توظيف آليات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، من أجل تقديم قصص إخبارية وإنتاج إعلامي متميز يتناسب والخبرات الشخصية للمتلقن، فضلاً عن تطوير الاعلام المدمج الذي يجمع بن أنماط الإعلام المختلفة، ومن المتوقع مستقبلاً أن المؤسسات الصحفية ستصبح افتراضية، وذلك لتقليل التكلفة، ومواجهة الأزمات التي قد تحدث من الممارسة الصحفية حضورياً، وأفاد الصحفيون بالمملكة المتحدة، أن نسبة %٧٥ من مؤسساتهم الصحفية قد تحولت إلى مؤسسات تعمل عن بعد، الأمر الذي يتطلب توافر قواعد واضحة، وتدريب واعي لكيفية توظيف الساحات الافتراضية في العمل الصحفي، وقد أفاد المبحوثون أن بيئة الميتافيرس تعد مسار مهني جديد لجذب المزيد من المتابعين وتحقيق أعلى مستويات التفاعلية لدى الجمهور، إلا أن الأمر قد يعترضه بعض المخاوف التي تتعلق بمسألة الخصوصية، وإزالة الحدود الفاصلة بين البيئة الواقعية والبيئة الافتراضية.

**دراسة أحمد عبد الله (٢٠٢١) ١٢**، وقد هدفت إلى دراسة التحول الرقمي في الصحافة العربية ورصد أهم التحديات والفرص وكان قوام عينة الدراسة (١٤٢) من الصحفيين في وكالات الأنباء العربية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، معتمدة على الاستبيان والمقابلة كأداتين للدراسة وأظهرت نتائج الدراسة أن التحول الرقمي يوفر فرصاً كبيرة للابتكار، ولكنه يواجه تحديات تتعلق بالتمويل والتدريب.

دراسة عمر أبو عقروب (٢٠١٩) ١٣ بعنوان نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها وهدف البحث إلى تقديم نموذج ومرجع للباحثين وصحفيين حول غرف الأخبار الذكية والتحويلات التي أحدثتها الوسائل والتقنيات الاتصالية الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي في كل مراحل عملية الإنتاج الإخباري وهيكله غرف الأخبار من منظور حتمية ماكلوهان التكنولوجية وأعدمت الدراسة على المنهج النوعي وإعدادي الملاحظة الميدانية الشخصية والمقابلات المعمقة لجمع وتحليل البيانات من داخل غرف أخبار قناتي الجزيرة العربية والإنجليزية وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن غرف الأخبار الذكية تعتمد على ذكاء الإنسان ومن ثم ذكاء الآلة وأن الوسائل الاتصالية الحديثة فرضت تغيرات عدة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري الخمسة الرئيسية وجمع الأخبار التحقق والتثبت المعالجة البصرية والتحريرية النشر والتغذية الراجع والأدوات المستخدمة فيها مما تطلب تغيرات في هيكله غرف الأخبار لتواكب التطور الاتصالي وتستفيد منه لزيادة كفاءة كما أن استخدام الوسائل والأدوات الاتصالية الحديثة أثر بشكل مباشر على شكل ومضمون كل ما تنتجه غرف الأخبار الذكية.

التعليق على الدراسات السابقة :

#### أولاً: الموضوع والإشكاليات البحثية:

- **تنوع الموضوعات:** تناولت الدراسات مجموعة متنوعة من الموضوعات المتعلقة بالتحول الرقمي في الإعلام، مثل تأثير الذكاء الاصطناعي، الأساليب الرقمية الحديثة، تقنيات السرد التفاعلي، والوسائل الاتصالية الحديثة في غرف الأخبار.
- **الإشكاليات البحثية:** ركزت الإشكاليات على كيفية توظيف التقنيات الحديثة في تحسين جودة المحتوى الإخباري، ودور التدريب والتأهيل في التعامل مع هذه التقنيات، والتحديات الاقتصادية والتكنولوجية التي تواجه المؤسسات الإعلامية.

#### ثانياً: المنهجية البحثية:

- **تنوع المناهج** استخدمت الدراسات مناهج متنوعة مثل: المنهج المسحي: في دراسات مثل دراسة آلاء عوض المدهون ودراسة أحمد عبد الله المنهج شبه التجريبي: في دراسة مطاوع. المنهج النوعي: في دراسة عمر أبو عقروب، حيث تم الاعتماد على الملاحظة والمقابلات. المنهج المقارن: في دراسة محمد.

- **تعدد الأدوات:** تم استخدام أدوات متنوعة مثل الاستبيانات، المقابلات، والملاحظة، مما يعكس تنوع الأساليب المستخدمة لجمع البيانات.

**ثالثاً: النتائج:** وفيما يتعلق بالنتائج فقد أنقسمت إلى نتائج مشتركة ونتائج محددة يمكن توضيحها في الآتي:

■ **نتائج مشتركة:** العديد من الدراسات وجدت أن التحول الرقمي يساهم في تحسين جودة المحتوى ويزيد من كفاءة العمل، ولكنه يأتي أيضاً مع تحديات مثل الحاجة إلى التدريب والموارد المالية.

■ **نتائج محددة:** دراسة آلاء عوض المدهون أكدت أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي. دراسة مطاوع أظهرت أن أسلوب عرض القصة يؤثر بشكل كبير على تذكر الجمهور، مثل دراسة وداد هارون (٢٠٢٣) فقد كشفت عن التحديات التقنية والاقتصادية التي تواجه وكالات الصحافة السودانية.

#### ■ **توجهات مستقبلية:**

أظهرت دراسة Newman (٢٠٢٢) أن الإعلام سيشهد تحولاً نحو استخدام الميتافيرس والتكنولوجيا المتقدمة في المستقبل، مما يتطلب تدريباً خاصاً.

- **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:** استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في اختيار ومعالجة موضوع الدراسة وتحديد الأهداف ووضع التساؤلات واختيار أدوات الدراسة وتحديد الهوية البحثية للدراسة الحالية، وكذلك الاسترشاد بالدراسات السابقة في تحديد نوعية البحث والمنهج المستخدم اختيار عينة الدراسة وتحديد مجتمع البحث ووضع أسئلة الاستبيان التي ساعدت الباحثة في جمع المعلومات التي تحقق أهداف البحث و الإجابة على تساؤلاته.

الإطار النظري للبحث:

#### - **نظرية التحول الرقمي في وسائل الإعلام**

تعتمد الباحثة في دراستها الحالية على "نظرية التحول الرقمي" باعتبارها إطاراً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة في بنائها النظري وتطوير تساؤلاتها؛ نظراً لطبيعة الاتصال في بيئة عمل وكالات الأنباء، والذي يُعد نظام معقد ومتداخل يقوم على الاندماج والتناسق والتناغم.

حيث تشير العديد من الدراسات لأن نظرية التحول الرقمي تعد التوجه النظري الذي اتفق عليه الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الإلكتروني والتي تشرح العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.<sup>(١٤)</sup>

هذه النظرية طورها روجر فيدلر **Media morphosis: Understanding the new Media (1997)** ويطلق عليها **“مدخل فيدلر الإعلام الجديد”**، حيث يعيد فيدلر صياغة النموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات التي وضعها إيفرت روجر، والتي تشير إلى أن الأفكار الجديدة تحتاج إلى حوالي ٣٠ عاما تتجذر في الثقافة المجتمعية، كما يستند إلى رؤى بول سافو الذي يؤكد أن عملية التغيير تستغرق وقتا لتتسلسل إلى ثقافة الأفراد والمجتمع، وتشير النظرية إلى أن التقارب بين وسائل الإعلام ونتيجة للتحولات تحدث في كل وسيلة على حدة بالإضافة إلى ظهور وسائل جديدة في هذا السياق ساعة الصحف إلى دمج تقنياتها مع الوسائل الإلكترونية مما أدى إلى ظهور الصحف الإلكترونية والمواقع الرقمية وتكامل هذه الوسائل لتشكيل الصحافة المتعددة المنصات أو الصحافة التكاملية، كما يؤكد فيدلر أنه عندما تتعرض وسائل الإعلام بضغوط خارجية تظهر ابتكارات جديدة فإنها تعيد تنظيم نفسها بشكل عفوي لمواكبة هذه التغييرات وتمثل التحولات في مفهوم الاندماج الإعلامي الذي يعبر عن ذوبان الحدود بين الوسائل ويتضمن أبعاد تكنولوجية واقتصادية وثقافية مما أثر على الممارسات والمحتوى الصحفي وفي هذا الإطار ظهرت مصطلحات جديدة مثل الإنتاج الإعلامي العابر للوسائل والإدارة الاندماجية مما يعكس التشابك بين قنوات الإعلام وتطوراتها كما يستند فيدلر في مفهوم التحول العضوي لوسائل الإعلام إلى ثلاثة مفاهيم رئيسية التقارب التعقيد والتطور المشترك كما يحدد ست مبادئ أساسية لهذا التغيير الجذري وهي التطور المشترك ويعني تعايش الأشكال الإعلامية القديمة والجديدة

- **التحول:** ويعني تغيير تدريجي للأشكال الإعلامية
- **الانتشار:** ويعني تبادل السمات السائدة بين الأشكال الإعلامية
- **البقاء:** ويمثل قدرة الأشكال الإعلامية على الاستمرار في بيئات متغيرة
- **الفرصة والحاجة:** وتعني الحاجة الموضوعية لتبني وسائل جديدة التبني الواسع ويعني التأخر في تبني المفاهيم الجديدة ثم التبني الواسع لها

ويذهب فيدلر إلى أن أدوات التغيير الجذري في الإعلام الجديد تشمل اللغة المنطوقة واللغة المكتوبة واللغة الرقمية ف اللغة المنطوقة ساهمت في تشكيل المجتمعات وتطوير مهارات حل المشكلات بينما فتحت اللغة المكتوبة المجال لنشر الوثائق

والإعلام الجماهيري من وجهة أخرى وقد تمكنت اللغة الرقمية من تعزيز الاتصال بين الإنسان والآلة. (١٥)

تساؤلات الدراسة:

تسعي الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما هو تأثير التحول الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي لوكالات الانباء بالعراق؟ وما مظاهر التحديث للتحول الرقمي في أساليب تنظيم وأدارة العمل بها؟ وينبثق عنه الأسئلة الفرعية التالية:

١. ما حجم استخدام المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية بمواقع وكالات الانباء العراقية عينة الدراسة؟
  ٢. ما الفنون الصحفية الي وظفتها وكالات الانباء العراقية في إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟
  - ٣- ماهي المصادر الي وظفتها وكالات الانباء العراقية عينة الدراسة في إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟
  - ٤- ماهي نوعية المضمون الي وظفتها وكالات الانباء العراقية عينة الدراسة في إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟
  - ٥- ماهي الوسائط الرقمية المستخدمة وكالات الانباء العراقية عينة الدراسة في إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟
- الإجراءات المنهجية للدراسة:

يمكن تناول الإجراءات المنهجية للدراسة من خلال العناصر التالية:

- نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى مجموعة الدراسات الوصفية، الي تستهدف وصف واقع توظيف وكالات الانباء العراقية للاتجاهات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط الرقمية.
- منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، باستخدام أسلوب تحليل المضمون؛ للحصول على نتائج توضح مدى تطبيق وكالات الانباء العراقية للاتجاهات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط بما يتوافق مع اتجاهات البيئة الرقمية، واتجاهات المتلقي المتجددة، وتهتم الدراسة برصد الوسائط الرقمية المتعددة المستخدمة في عرض المحتوى الإخباري وكالات الانباء العراقية

- **أدوات الدراسة:** تعتمد الدراسة على صحيفة تحليل المضمون؛ كأداة لوصف المحتوى الظاهر، والمضمون الصريح للمحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط المتعددة، والمراد تحليله على مواقع وكالات الانباء العراقية؛ تلبية لاحتياجات البحث وأهدافه، وقد تم تقسيم صحيفة الاستبيان لعدة فئات، شملت: فئة المضمون ونوع المحتوى والوسائط المستخدمة، فئة الموضوعات ومصادرها، فئة الشكل وأساليب تقديم المحتوى
- **مجتمع الدراسة وعينتها:** يتحدد مجتمع الدراسة في وكالة الانباء العراقية (واع) وكالة الانباء السومرية نيوز.
- **حدود الدراسة:**

- الحدود الموضوعية: التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية في مواقع وكالة الانباء العراقية والسومرية نيوز.
- الحدود المكانية: العراق .

- الحدود الزمنية: ثلاثة أشهر يناير – فبراير – مارس ٢٠٢٤ م

- إجراءات الصدق والثبات :

#### أولاً- الصدق:

يقصد بصدق الأداة أن تكون الأداة قادرة على قياس ما صممت من أجله، وتم التأكد من صدق أدوات الدراسة التطبيقية، وقدرة فئاتها الرئيسية والفرعية على التعبير عن أهداف الدراسة، والوصول لنتائج عن واقع مواكبة المؤسسات للبيئة الرقمية، من خلال عرض هذه الأدوات، وأدلة الترميز الخاص بها على عدد من أساتذة الإعلام والمختصن لتحكيمها، وتقديم رؤيتهم وملاحظاتهم للإفادة منها.

#### ثانياً- الثبات:

يقصد بثبات التحليل الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على المفردات نفسها في المواقف أو الظروف ذاتها، وتوجد طرق تجريبية وإحصائية عدة لتحديد الثبات منها: طريقة إعادة الاختبار، وطريقة التجزئة النصفية، وغيره. ووفقاً لذلك قامت الباحثة بإجراء الثبات من خلال إعادة التحليل لعينة من مواقع الدراسة تم اختيارها بطريقة عشوائية، بعد الانتهاء من التحليل بفترة محددة، وجاءت النتيجة متطابقة مع التحليل الأول، مما يدل على ثبات وحدات التحليل الاستمارة.

## نتائج الدراسة التحليلية:

يتناول هذا القسم من الدراسة عرضاً لنتائجها في إطار ما أسفر عنه تحليل مضمون المحتوى الإخباري التفاعلي وأدواته المدعومة بتقنيات الوسائط الرقمية في وكالات الأنباء العراقية من بيانات وتحليلها ومعالجتها إحصائياً؛ بما يجيب على أسئلتها، كما يتناول عرضاً لمجموعة من التوصيات والمقترحات في إطار ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج، وذلك على النحو التالي:

### النتائج العامة للدراسة التحليلية:

١- ما حجم استخدام المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية بمواقع وكالات الأنباء عينة الدراسة؟

#### جدول رقم (١)

حجم المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية المستخدم في مواقع وكالات الأنباء عينة الدراسة الخاضع (للتحليل) ن=١٤٥٢

اسم الوكالة	التكرار والنسبة	ك	%
وكالة الأنباء العراقية		٧٣٠	٥٩,٣
وكالة الأنباء السومرية نيوز		٧٢٢	٤٩,٧
الإجمالي		١٤٥٢	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن حجم استخدام المحتوى الإخباري متعدد الوسائط الرقمية بمواقع وكالات الأنباء العراقية (واع) كان بنسبة ٥٩,٣٪ وجاءت في المرتبة الأولى تلتها وكالة الأنباء السومرية نيوز بنسبة ٤٩,٧٪

٢- ما الفنون الصحفية التي وظفتها وكالات الأنباء العراقية في إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟

#### جدول رقم (٢)

الفنون الصحفية التي اعتمدها مواقع وكالاتي (الأنباء العراقية واع، السومرية نيوز) في نشر المحتوى الصحفي المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية ن=١٤٥٢

اسم الوكالة	وكالة الأنباء العراقية		وكالة الأنباء السومرية نيوز		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الفنون الصحفية						
خبر	٤٧٩	٦٥,٦	٤٣٤	٦٠,١	٩١٣	٦٢,٨
تقرير	١٦٨	٢٣,٠	٢١٩	٣٠,٣	٣٨٧	٢٦,٧

تأثير التحول الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي لوكالات الأنباء الإخبارية بالعراق

٤,٧	٦٨	٤,٦	٣٣	٤,٨	٣٥	حوار صحفي
٢,٢	٣٢	٢,٥	١٨	١,٩	١٤	تحقيق
١,٥	٢٢	١,٥	١١	١,٥	١١	استطلاع
١,٤	٢٠	١,٠	٧	١,٨	١٣	بيانات
٠,٧	١٠	-	-	١,٤	١٠	مقال
١٠٠	١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	الإجمالي
قيمة كا <sup>٢</sup> = ٢١,٢٥٤      درجة الحرية = ٦      معامل التوافق = ٠,١٢٠						
مستوى المعنوية = ٠,٠٠٢ دال احصائيا						

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مواقع وكالات الأنباء العراقية (وكالة الأنباء العراقية، وكالة الأنباء السومرية نيوز) قد استخدمت الخبر كقالب فني صحفي وقد جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٦٢,٨٪ وكذلك في المرتبة الأولى لكل وكالة على حده، تلاها التقرير والذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦,٧٪ وكذلك في المرتبة الثانية لكل وكالة على حده، ثم الحوار الصحفي في المرتبة الثالثة بنسبة ٤,٧٪ وكذلك في المرتبة الثالثة لكل وكالة على حده، ثم التحقيق في المرتبة الرابعة بنسبة ٢,٢٪ وكذلك في المرتبة الرابعة لكل وكالة على حده، ثم الاستطلاع وجاء بنسبة ١,٥٪ ثم البيانات وجاء بنسبة ١,٤٪ ثم المقال وجاء بنسبة ٠,٧٪، وقد جاء الخبر لوكالات الأنباء العراقية (واع) بنسبة ٦٥,٦٪ مقارنة بوكالة الأنباء السومرية نيوز التي جاءت بنسبة ٦٠,١٪ بينما جاء التقرير الصحفي في وكالة الأنباء السومرية نيوز بنسبة ٣٠,٣٪ بشكل أكبر من وكالة الأنباء العراقية؛ حيث جاءت بنسبة ٢٣٪، وجاءت الفروق في كل من الحوار الصحفي والتحقيق والاستطلاع وكذلك البيانات بنسبة قليلة بين الوكالتين وانفردت وكالة الأنباء العراقية بالمقال.

وفي إطار متصل يتبين من جدول (٢) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين مواقع وكالات الأنباء العراقية (وكالة الأنباء العراقية، وكالة الأنباء السومرية نيوز) عينة الدراسة من حيث اعتمادها على الفنون الصحفية المقترحة في نشر المحتوى الصحفي متعدد الوسائط الرقمية؛ حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (٢١,٢٥٤) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,١٢٠ عند مستوى دلالة ٠,٠١، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة نوير الشمري (٢٠٢٤)، وداد هارون (٢٠٢٢).

٣- ماهي العلاقة بين أنواع مضامين الأخبار الرئيسية في وكالتي الأنباء العراقية والسومرية نيوز وإنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟

جدول رقم ( ٣ )

العلاقة بين أنواع مضامين الأخبار الرئيسية في وكالتي الأنباء العراقية واع - السومرية نيوز وإنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية

الإجمالي		وكالة الأنباء السومرية نيوز		وكالة الأنباء العراقية		اسم الوكالة	نوعية المضمون الخبر الرئيسي
%	ك	%	ك	%	ك		
٢٠,٢	٢٩٢	١٩	١٣٧	٢١,٢	١٥٥	سياسي داخلي وبرنامج حكومي	
١٥,٩	٢٣١	٢٢	١٥٩	٩,٩	٧٢	سياسي وشأن خارجي	
١٥,٨	٢٣٠	١٦,١	١١٧	١٥,٥	١١٣	رياضة وشباب	
١٢,٤	١٨٠	٧,٩	٥٧	١٦,٨	١٢٣	صحة وبيئة	
١٠,٩	١٥٨	١١,٨	٨٥	١٠,٠	٧٣	ثقافة وعلوم وتكنولوجيا	
١٠,٤	١٥١	١٠	٧٢	١٠,٨	٧٩	امني وعسكري	
٩,٦	١٤٠	٧,٥	٥٤	١١,٨	٨٦	اقتصاد ومال	
٤,٨	٧٠	٥,٧	٤١	٤,٠	٢٩	كوارث وأزمات	
١٠٠	١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠,٠	٧٣٠	الاجمالي	
معامل التوافق = ٠,٢١٣		درجة الحرية = ٧		قيمة ٢٤ = ٦٨,٧١١		مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائيا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مواقع وكالات الأنباء العراقية (وكالة الأنباء العراقية، وكالة الأنباء السومرية نيوز) قد استخدمت المضمون السياسي الداخلي والبرنامج الحكومي كخبر رئيسي وقد جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٢٠,٢٪ وكذلك في المرتبة الأولى لوكالة الأنباء العراقية، تلاها المضمون السياسي والشأن الخارجي والذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,٩٪ وكذلك في المرتبة الأولى لوكالة الأنباء السومرية نيوز، ثم الرياضة والشباب في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٨٪، ثم الصحة والبيئة في المرتبة الرابعة بنسبة ١٢٪ ثم الثقافة والعلوم والتكنولوجيا وجاء بنسبة ١٠,٩٪ ثم الأمني والعسكري وجاء بنسبة ١٠,٤٪ ثم اقتصاد ومال وجاء بنسبة ٩,٦٪، ثم مضمون اقتصاد ومال بنسبة ٤,٨٪ في المرتبة الأخيرة، وقد جاء المضمون السياسي الداخلي والبرنامج الحكومي كخبر رئيسي لوكالات الأنباء العراقية (واع) بنسبة ٢١,٢٪ مقارنة بوكالة الأنباء السومرية نيوز التي جاءت بنسبة ١٩٪ بينما جاء المضمون السياسي والشأن الخارجي في وكالة الأنباء السومرية نيوز بنسبة ٢٢٪ بشكل أكبر من وكالة الأنباء العراقية؛ حيث جاءت بنسبة ٩,٩٪، وجاءت مضمون الرياضة والشباب والكوارث والأزمات لوكالة الأنباء السومرية نيوز بشكل أكبر من وكالة الأنباء العراقية و الصحة والبيئة لوكالة الأنباء العراقية بشكل أكبر من وكالة الأنباء السومرية و الثقافة والعلوم والتكنولوجيا لوكالة الأنباء السومرية نيوز بشكل أكبر من وكالة الأنباء العراقية وكذلك الأمني والعسكري واقتصاد ومال لوكالة الأنباء العراقية بشكل أكبر من وكالة الأنباء السومرية.

وفي إطار متصل يتبين من جدول (٣) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنواع مضامين الأخبار الرئيسية في وكالتي الأنباء العراقية واع - السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية عينة الدراسة ؛ حيث بلغت قيمة كاسي (٦٨,٧١١) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,٢١٣ عند مستوى دلالة ٠,٠١

4- العلاقة بين المضامين الفرعية المستخدمة في الأخبار المنشورة بوكالتي الأنباء العراقية واع و السومرية نيوز في إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟

#### جدول رقم ( ٤ )

العلاقة بين المضامين الفرعية المستخدمة في الأخبار المنشورة بوكالتي الأنباء العراقية واع و السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية

الإجمالي		وكالة الأنباء السومرية نيوز		وكالة الأنباء العراقية		اسم الوكالة
%	ك	%	ك	%	ك	نوعية مضمون الأخبار الفرعية
١٨,١	٢٦٣	١٩,٣	١٣٩	١٧	١٢٤	التحالف الدولي
١٧,٣	٢٥٢	١٦,٥	١٢٠	١٨,١	١٣٢	قرارات سياسة وتنمية
١٤,٤	٢٠٩	١٣,٩	١٠٠	١٤,٩	١٠٩	المنتخب الوطني
١٤	٢٠٣	١٢,٥	٩٠	١٥,٥	١١٣	الصحة
١١	١٥٩	١١,٨	٨٥	١٠,١	٧٤	مخدرات
٩,٩	١٤٤	٨,٧	٦٣	١١,١	٨١	القروض
٨,٧	١٢٦	١٠,٩	٧٩	٦,٤	٤٧	فنية / مهرجانات سينمائية ومسرحية
٤,٨	٧٠	٦,٤	٤٦	٣,٣	٢٤	زلازل
١,٨	٢٦	-	-	٣,٦	٢٦	انترنت / فيسبوك
١٠٠	١٤٥٢		٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	الإجمالي
قيمة كاسي = ٤٨,٤٣٠ درجة الحرية = ٨ معامل التوافق = ٠,١٨٠ مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائيا						

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن توزيع مضامين الأخبار بين وكالة الأنباء العراقية ووكالة الأنباء السومرية نيوز، حيث سجلت الأولى ٧٣٠ خبراً (٥٠,٣٪) بينما سجلت الثانية ٧٢٢ خبراً (٤٩,٧٪)، مما يعكس توازناً في التغطية. في أخبار التحالف الدولي، تفوقت السومرية نيوز بـ ١٣٩ خبراً (١٩,٣٪) مقابل ١٢٤ خبراً (١٧٪) للعراقية، بينما في قرارات سياسة وتنمية، حققت العراقية ١٣٢ خبراً (١٨,١٪) مقابل ١٢٠ خبراً (١٦,٥٪) للسومرية. وفي أخبار الصحة، سجلت العراقية ١١٣ خبراً (١٥,٥٪) مقارنة بـ ٩٠ خبراً (١٢,٥٪) للسومرية، بينما كانت السومرية متفوقة في تغطية المخدرات بـ ٨٥ خبراً (١١,٨٪) مقابل ٧٤ خبراً

(١٠,١٪) للعراقية. عمومًا، تبرز العراقية في القضايا المحلية، بينما تركز السومرية على الشؤون الخارجية والفنية، مما يعكس استراتيجيات تغطية متنوعة بين الوكالتين.

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (٤) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين المضامين الفرعية المستخدمة في الأخبار المنشورة بوكالتي الأنباء العراقية واع و السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية ؛ حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (٤٨,٤٣٠) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,١٨٠ عند مستوى دلالة ٠,٠١.

٥- العناوين المفتاحية للأخبار المنشورة في وكالتي الأنباء العراقية والسومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؟

#### جدول رقم (٥)

الكلمات المفتاحية للأخبار المنشورة في وكالتي الأنباء العراقية واع - السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية

الاجمالي		وكالة الأنباء السومرية نيوز		وكالة الأنباء العراقية		اسم الوكالة
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٥,٧	٣٧٠	١٩,١	١٣٨	٣٢	٢٣٢	العناوين المفتاحية
						أسماء عراقية سياسية
١٠,٩	١٥٨	١٥,٢	١١٠	٦,٦	٤٨	أسماء فنانين
١٠,٤	١٥٠	١٤,٩	١٠٧	٥,٩	٤٣	أسماء اختراعات وتكنولوجيا
١٨,٦	٢٦٩	٢٠,٣	١٤٦	١٧	١٢٣	العراق
١٣,١	١٩٠	١١,٣	٨١	١٥	١٠٩	بغداد
١٠,٨	١٥٦	٦	٤٣	١٥,٦	١١٣	أسماء محافظات عراقية
١٠,٥	١٥٢	١٣,٢	٩٥	٧,٩	٥٧	أسماء غير عراقية سياسية
١٠٠	١٤٤٥	١٠٠	٧٢٠	١٠٠	٧٢٥	اجمالي تكرارات الكلمات المفتاحية
معامل التوافق = ٠,٢٧٩		درجة الحرية = ٥		قيمة كا <sup>٢</sup> = ١٢٢,٤١٤		
		مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائيا				

تشير نتائج الجدول السابق إلى توزيع العناوين المفتاحية بين وكالة الأنباء العراقية ووكالة الأنباء السومرية نيوز، حيث سجلت العراقية نسبة ٥٠,٢٪ بينما سجلت السومرية نيوز ٤٩,٨٪، مما يعكس توازناً في التغطية. في فئة الأسماء العراقية السياسية، تفوقت العراقية بنسبة ٣٢٪ مقارنة بـ ١٩,١٪ للسومرية. بينما في أسماء الفنانين، كانت السومرية نيوز متفوقة بنسبة ١٥,٢٪ مقابل ٦,٦٪ للعراقية. وفي أسماء الاختراعات والتكنولوجيا، سجلت السومرية نسبة ١٤,٩٪ مقابل ٥,٩٪ للعراقية. في فئة العراق، حققت السومرية نسبة ٢٠,٣٪ بينما حصلت العراقية على

١٧٪. تبرز العراقية بشكل واضح في القضايا المحلية، بينما تتفوق السومرية في تغطية الفنون والتكنولوجيا، مما يعكس تنوعاً في استراتيجيات التغطية بين الوكالتين.

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (٥) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين العناوين المفتاحية للأخبار المنشورة في وكالتي الأنباء العراقية والسومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؛ حيث بلغت قيمة  $\chi^2$  (١٢٢,٤١٤) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,٢٧٩ عند مستوى دلالة ٠,٠١.

٦- العلاقة بين الصور المستخدمة والرسوم مع الأخبار في وكالتي الأنباء العراقية واع - السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية

#### جدول رقم ( ٦ )

العلاقة بين الصور المستخدمة والرسوم مع الأخبار في وكالتي الأنباء العراقية واع - السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية

الاجمالي		وكالة الانباء السومرية نيوز		وكالة الانباء العراقية		اسم الوكالة
ك	%	ك	%	ك	%	
٤٥٤	٣١,٣	١٩٧	٢٧,٣	٢٥٧	٣٥,٣	الصور المستخدمة والرسوم
٤٤٣	٣٠,٥	٢٤١	٣٣,٤	٢٠٢	٢٧,٧	صور من الحدث
٣١١	٢١,٤	١٣٨	١٩,١	١٧٣	٢٣,٧	صور أرشيفية
١٣٥	٩,٣	٦١	٨,٤	٧٤	١٠,١	صور شخصية
٩٢	٦,٣	٧٣	١٠,١	١٩	٢,٦	صور اللوكو
١٦	١,١	١٢	١,٧	٤	٠,٥	اخرى / فن - أنترنت
١	٠,١	-	-	١	٠,١	انفوجرافيك ثابت
١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	١٠٠	صور خريطة
الاجمالي		الاجمالي		الاجمالي		قيمة $\chi^2 = ٥٣,٢٠٧$
		معامل التوافق = ٠,١٨٨		درجة الحرية = ٦		مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائيا

تشير نتائج الجدول السابق إلى توزيع الصور المستخدمة والرسوم المدعومة بتقنيات التحول الرقمي بين وكالة الأنباء العراقية ووكالة الأنباء السومرية نيوز، حيث سجلت العراقية ٧٣٠ صورة (٥١,٣٪) مقابل ٧٢٢ صورة (٤٨,٧٪) للسومرية. في فئة صور من الحدث، تفوقت العراقية بنسبة ٣٥,٣٪ مقارنة بـ ٢٧,٣٪ للسومرية. وفي الصور الأرشيفية، كانت السومرية نيوز متفوقة بنسبة

٤,٣٣٪ مقابل ٧,٢٧٪ للعراقية. بالنسبة لـ صور الشخصية، سجلت العراقية ٧,٢٣٪ بينما حصلت السومرية على ١,١٩٪. في فئة صور اللوكو، حققت العراقية ١,١٠٪ مقابل ٤,٨٪ للسومرية. أما بالنسبة لـ أخرى / فن - إنترنت، فقد تفوقت السومرية بنسبة ١,١٠٪ مقارنة بـ ٦,٢٪ للعراقية. وأخيراً، في فئة الإنفو جرافيك الثابت، سجلت السومرية ٧,١٪ بينما حصلت العراقية على ٥,٠٪. بشكل عام، تُظهر البيانات أن العراقية تركز بشكل أكبر على الصور من الأحداث، بينما تبرز السومرية في استخدام الصور الأرشيفية والفنية

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (٦) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً الصور المستخدمة والرسوم مع الأخبار في وكالتي الأنباء العراقية واع - السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؛ حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (٥٣,٢٠٧) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,١٨٨ عند مستوى دلالة ٠,٠١

٧- ما هي البوابات الرقمية للوكالات ؟

#### جدول رقم ( ٧ )

أخبار وكالتي الأنباء العراقية والسومرية نيوز التي تمت مشاركتها في تطبيقات إخبارية أخرى

الاجمالي		وكالة الانباء السومرية نيوز		وكالة الانباء العراقية		اسم الوكالة	البوابات الرقمية في التطبيقات الاخبارية
%	ك	%	ك	%	ك		
٤٣,٢	١٣١٤	٣٦,٨	٥٨٣	٥٠,٢	٧٣١	تطبيق نبض العراق	
٤٣	١٣٠٩	٣٦,٨	٥٨٣	٤٩,٨	٧٢٦	جوجل نيوز	
١٣,٨	٤١٩	٢٦,٤	٤١٩	-	-	الموسوعة العراقية	
١٠٠	٣٠٤٢	١٠٠	١٥٨٥	١٠٠	١٤٥٧	اجمالي تكرارات المشاركة في التطبيقات الاخرى	
معامل التوافق = ٠,٣٥٨		درجة الحرية = ٢		قيمة كا = ٤٤٦,٦٩٧		مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائيا	

تشير نتائج الجدول السابق إلى توزيع البوابات الرقمية في التطبيقات الإخبارية بين وكالة الأنباء العراقية ووكالة الأنباء السومرية نيوز، حيث سجلت العراقية ١٤٥٧ مشاركة (٤٨,٠٪) مقابل ١٥٨٥ مشاركة (٥٢,٠٪) للسومرية. في فئة تطبيق نبض العراق، تفوقت العراقية بنسبة ٥٠,٢٪ مقارنة بـ ٣٦,٨٪ للسومرية. وفي جوجل نيوز، سجلت العراقية نسبة ٤٩,٨٪ بينما حصلت السومرية أيضاً على

٣٦,٨٪. أما في الموسوعة العراقية، فلا توجد أي مشاركة من العراقية، بينما سجلت السومرية ٢٦,٤٪.

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (٧) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً أخبار وكالتي الأنباء العراقية والسومرية نيوز التي تمت مشاركتها في تطبيقات إخبارية أخرى في وكالتي الأنباء العراقية واع - السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؛ حيث بلغت قيمة كاس (٤٤٦,٦٩٧) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,٣٥٨ عند مستوى دلالة ٠,٠١

٨- ماهي أخبار وكالتي الأنباء العراقية والسومرية نيوز التي تمت مشاركتها في وسائل التواصل الاجتماعي؟

#### جدول رقم ( ٨ )

اخبار وكالتي الأنباء العراقية والسومرية نيوز التي تمت مشاركتها في وسائل التواصل الاجتماعي

الاجمالي		وكالة الأنباء السومرية نيوز		وكالة الأنباء العراقية		اسم الوكالة
%	ك	%	ك	%	ك	النشر في وسائل التواصل الاجتماعي
٤٢,٧	١٢٦٠	٣٩,٨	٦٣٧	٤٦,٣	٦٢٣	فيس بوك Facebook
٣٨,٢	١١٢٤	٢٥,١	٤٠١	٥٣,٧	٧٢٣	انستجرام Instagram
١٠,٤	٣٠٧	١٩,٢	٣٠٧	-	-	يوتيوب Youtube
٨,٧	٢٥٥	١٥,٩	٢٥٥	-	-	تويتر Twiter
١٠٠	٢٩٤٦	١٠٠	١٦٠٠	١٠٠	١٣٤٦	اجمالي تكرارات المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي
معامل التوافق = ٠,٤٢٢		درجة الحرية = ٣		قيمة كاس = ٦٣٧,٢٣٩		مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائيا

تشير البيانات في الجدول السابق إلى توزيع أخبار وكالة الأنباء العراقية ووكالة الأنباء السومرية نيوز التي تمت مشاركتها في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث سجلت العراقية ١٣٤٦ مشاركة (٤٥,٧٪) مقابل ١٦٠٠ مشاركة (٥٤,٣٪) للسومرية. في فئة فيس بوك، تفوقت العراقية بنسبة ٤٦,٣٪ مقارنة بـ ٣٩,٨٪ للسومرية. بينما في انستجرام، حققت العراقية نسبة ٥٣,٧٪ مقابل ٢٥,١٪ للسومرية، مما يدل على تركيز العراقية الأكبر على هذه المنصة. أما في يوتيوب، لم تسجل العراقية أي مشاركات، بينما حصلت السومرية على ١٩,٢٪. وفي تويتر، لم تسجل العراقية أيضاً أي مشاركة، بينما حصلت السومرية على ١٥,٩٪. بشكل عام، توضح البيانات أن العراقية تتفوق في استخدام الفيس بوك والانستجرام، بينما تعتمد

السومرية على منصات أخرى مثل يوتيوب وتويتر، مما يعكس استراتيجيات مختلفة في التفاعل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي بين الوكالتين

وفي إطار متصل يتبين من جدول (٨) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين أخبار وكالتي الأنباء العراقية والسومرية نيوز التي تمت مشاركتها في وسائل التواصل الاجتماعي و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؛ حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (٦٣٧,٢٣٩) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,٤٢٢ عند مستوى دلالة ٠,٠١

٩- العلاقة بين المصدر الذي استند عليه الخبر في وكالتي الأنباء العراقية و السومرية نيوز وإنتاج المحتوى الرقمي

#### جدول رقم ( ٩ )

العلاقة بين المصدر الذي استند عليه الخبر في وكالتي الأنباء العراقية و السومرية نيوز وإنتاج المحتوى الرقمي

الاجمالي		وكالة الأنباء السومرية نيوز		وكالة الأنباء العراقية		اسم الوكالة مصادر الاخبار
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٤,٨	٦٤٢	٤١,٩	٢٩٩	٤٧,٦	٣٤٣	مراسل الوكالة
٢١,٩	٣١٤	٢٩,١	٢٠٨	١٤,٧	١٠٦	وكالات عربية وأجنبية
١١,٧	١٦٨	٨,٧	٦٢	١٤,٧	١٠٦	موقع كورة
٩,٥	١٣٧	١٢,٩	٩٢	٦,٢	٤٥	منصات تواصل
٧,٨	١١٢	٤,٥	٣٢	١١,١	٨٠	صفحات شخصية لمسؤولين
٣,٢	٤٦	٢,٩	٢١	٣,٥	٢٥	قنوات تلفزيونية وإذاعية
١,١	١٦	-	-	٢,٢	١٦	وكالات عراقية
١٠٠	١٤٣٥	١٠٠	٧١٤	١٠٠	٧٢١	اجمالي تكرارات فئة المصدر
معامل التوافق = ٠,٢٥٦		درجة الحرية = ٦		قيمة كا <sup>٢</sup> = ١٠٠,٦٨٥		مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائياً

تشير البيانات في الجدول السابق إلى توزيع مصادر الأخبار بين وكالة الأنباء العراقية ووكالة الأنباء السومرية نيوز، حيث سجلت العراقية ٧٢١ مصدرًا (٥٠,٤٪) مقابل ٧١٤ مصدرًا (٤٩,٦٪) للسومرية. في فئة مراسل الوكالة، تفوقت العراقية بنسبة ٤٧,٦٪ مقارنة بـ ٤١,٩٪ للسومرية، مما يدل على اعتماد العراقية بشكل أكبر

على مراسليها. أما في وكالات عربية وأجنبية، فقد تفوقت السومرية بنسبة ٢٩,١٪ مقابل ١٤,٧٪ للعراقية، مما يشير إلى اعتماد السومرية على مصادر خارجية أكثر. في موقع كورة، سجلت كل من الوكالتين نسبة متساوية، حيث حققت كل منهما ١٤,٧٪ للعراقية و ٨,٧٪ للسومرية. أما في منصات التواصل، فقد حققت السومرية نسبة ١٢,٩٪ مقارنة بـ ٦,٢٪ للعراقية.

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (٩) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين المصدر الذي استند عليه الخبر في وكالتي الأنباء العراقية و السومرية نيوز و إنتاج المحتوى الإخباري المدعوم بتقنيات الوسائط الرقمية؛ حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (١٠٠,٦٨٥) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,٢٥٦ عند مستوى دلالة ٠,٠١.

١٠- العلاقة بين تصنيف مضمون الخبر في وكالتي الأنباء العراقية و السومرية نيوز وإنتاج المحتوى الرقمي

#### جدول رقم ( ١٠ )

العلاقة بين تصنيف مضمون الخبر في وكالتي الأنباء العراقية و السومرية نيوز وإنتاج المحتوى الرقمي

الاجمالي		وكالة الأنباء السومرية نيوز		وكالة الأنباء العراقية		اسم الوكالة
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٧	٦٨٢	٣٤,٥	٢٤٩	٥٩,٣	٤٣٣	العراق
٢٤,٦	٣٥٩	٣٠,٧	٢٢٢	١٨,٨	١٣٧	دولي
٨,١	١١٧	١١,٦	٨٤	٤,٥	٣٣	عربي
٦,٨	٩٩	٩,٣	٦٧	٤,٤	٣٢	إختيارات محرر
١٢,٧	١٨٤	١٣,٩	١٠٠	١١,٥	٨٤	جميع الأخبار
٠,٨	١١	٠	٠	١,٥	١١	رأي- مقالات
١٠٠	١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	الاجمالي
معامل التوافق = ٠,٢٧٣		درجة الحرية = ٥		قيمة كا = ١١٦,٧٢٣		
		مستوى المعنوية = ٠,٠١ دال احصائيا				

تشير البيانات إلى توزيع التصنيفات داخل وكالة الأنباء العراقية ووكالة الأنباء السومرية نيوز، حيث سجلت العراقية ٧٣٠ تصنيفاً (٥٠,٣٪) مقابل ٧٢٢ تصنيفاً (٤٩,٧٪) للسومرية. في فئة العراق، تفوقت العراقية بشكل واضح بنسبة ٥٩,٣٪ مقارنة بـ ٣٤,٥٪ للسومرية، مما يدل على تركيز العراقية الأكبر على الأخبار المحلية. في فئة دولي، حصلت السومرية على نسبة ٣٠,٧٪ مقابل ١٨,٨٪ للعراقية، مما يشير إلى اعتماد السومرية بشكل أكبر على الأخبار الدولية. أما في عربي، سجلت السومرية ١١,٦٪ بينما حصلت العراقية على ٤,٥٪. في فئة إختيارات محرر، تفوقت

السومرية أيضاً بنسبة ٩,٣٪ مقابل ٤,٤٪ للعراقية. أخيراً، في جميع الأخبار، حققت العراقية ١١,٥٪ والسومرية ١٣,٩٪. بشكل عام، تُظهر البيانات أن العراقية تركز على الأخبار المحلية، بينما تبرز السومرية في تغطية الأخبار الدولية والعربية، مما يعكس استراتيجيات مختلفة في تصنيف المحتوى بين الوكالتين

وفي إطار مُتصل يتبين من جدول (١٠) السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين تصنيف مضمون الخبر في وكالتي الأنباء العراقية و السومرية نيوز وإنتاج المحتوى الرقمي ؛ حيث بلغت قيمة كاسي (١١٦,٧٢٣) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١) ومن جهة أخرى ثمة علاقة بين المتغيرين؛ حيث بلغ معامل التوافق ٠,٢٧٣ عند مستوى دلالة ٠,٠١

١١- معايير تطبيقات وكالتي الأنباء العراقية و السومرية نيوز على الأجهزة الذكية .

### جدول رقم ( ٢٩ )

#### معايير تطبيقات وكالتي الأنباء العراقية جدول رقم ( ٢٩ )

#### العلاقة بين معايير رصانة التطبيق في وكالتي الأنباء العراقية و السومرية نيوز

الإجمالي		وكالة الأنباء السومرية نيوز		وكالة الأنباء العراقية		اسم الوكالة	معايير رصانة التطبيق
%	ك	%	ك	%	ك		
93.5	1357	95.2	687	91.8	670	نعم	سهولة تحميل التطبيق
6.5	95	4.8	35	8.2	60	محايد	
-	-	-	-	-	-	لا	
١٠٠	١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	الاجمالي	خاصية التحول في التطبيق وأقسامه
99.4	1443	99.7	720	99.0	723	نعم	
0.6	9	0.3	2	1.0	7	محايد	
-	-	-	-	-	-	لا	خط واضح وسهل القراءة في النصوص داخل التطبيق
١٠٠	١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	الاجمالي	
96.8	1405	97.6	705	95.9	700	نعم	
3.2	47	2.4	17	4.1	30	محايد	تاريخ آخر تحديث ظاهر بوضوح
-	-	-	-	-	-	لا	
١٠٠	١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	الاجمالي	
٩٧,٩	١٤٢٢	٩٨,٦	٧١٢	٩٧,٣	٧١٠	نعم	روابط صفحات تعزز مصدر الخبر
٢,١	٣٠	١,٤	١٠	٢,٧	٢٠	محايد	
-	-	-	-	-	-	لا	
١٠٠	١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	الاجمالي	روابط صفحات تعزز مصدر الخبر
54.4	790	91.4	660	17.8	130	نعم	
11.2	162	8.6	62	13.7	100	محايد	
34.4	500	0.0		68.5	500	لا	روابط صفحات تعزز مصدر الخبر
١٠٠	١٤٥٢	١٠٠	٧٢٢	١٠٠	٧٣٠	الاجمالي	
0.3	5	0.0		0.7	5	نعم	

تأثير التحول الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي لوكالات الأنباء الإخبارية بالعراق

2.9	42	2.4	17	3.4	25	محايد	تصميم الموقع يؤثر على استعماله
96.8	1405	97.6	705	95.9	700	لا	
100	1452	100	722	100	730	الاجمالي	
-	-	-	-	-	-	نعم	(صور غير منظمة سكرينات خارج التسجيل)
0.8	12	0.7	5	1.0	7	محايد	
99.2	1440	99.3	717	99.0	723	لا	
100	1452	100	722	100	730	الاجمالي	تطبيق يتطلب التحميل قبل الاستخدام
100	1452	100	722	100	730	نعم	
-	-	-	-	-	-	محايد	
-	-	-	-	-	-	لا	ترتيب الأقسام في التطبيق وإعتماد طريقة عرض سهله
100	1452	100	722	100	730	الاجمالي	
97,1	1410	98.3	710	95.9	700	نعم	
2,9	42	1.7	12	4.1	30	محايد	تناسق في استعمال الألوان في الموقع
-	-	-	-	-	-	لا	
100	1452	100	722	100	730	الاجمالي	
98,8	1435	99.7	720	97.9	715	نعم	معلومات واضحة عن تاريخ نشر الخبر
1,2	17	0.3	2	2.1	15	محايد	
-	-	-	-	-	-	لا	
100	1452	100	722	100	730	الاجمالي	معلومات واضحة عن تاريخ نشر الخبر
85,2	1237	86,8	627	83,6	610	نعم	
14,8	215	13,2	95	16,4	120	محايد	
-	-	-	-	-	-	لا	الاجمالي
100	1452	100	722	100	730	الاجمالي	

تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن كلا التطبيقين، وكالة الأنباء العراقية والسومرية نيوز، يتمتعان بمستوى عالٍ من الرصانة وسهولة الاستخدام، حيث حصل كلاهما على تقييمات إيجابية في معايير مثل وضوح الخط، سهولة التحميل، وتناسق الألوان. ومع ذلك، تتفوق السومرية نيوز بشكل واضح في معيار توثيق الأخبار من خلال الروابط بنسبة (91,4%) مقارنة بـ (17,8%) فقط لوكالة الأنباء العراقية، مما يعزز مصداقيتها لدى المستخدمين. في المقابل، تتساوى الوكالتان تقريباً في معظم المعايير الأخرى، مع تفوق طفيف لصالح السومرية نيوز في وضوح تاريخ آخر تحديث وترتيب الأقسام. بشكل عام، يعد التطبيقان متقاربين جداً في الجودة، لكن اعتماد روابط توثيق الأخبار يعد نقطة تميز رئيسية لصالح السومرية نيوز.

## خاتمة الدراسة:

### أهم النتائج التي توصل لها البحث

#### ١- التحول الرقمي في وكالات الأنباء العراقية

- أظهرت الدراسة أن كلاً من وكالة الأنباء العراقية (واع) ووكالة السومرية نيوز تستخدمان التحول الرقمي بشكل واسع في إنتاج ونشر الأخبار.
- بلغت نسبة الأخبار المنشورة عبر الوسائط الرقمية في وكالة الأنباء العراقية **59.3%**، مقابل **49.7%** في وكالة السومرية نيوز، مما يعكس تفوقاً نسبياً لوكالة الأنباء العراقية في حجم المحتوى الإخباري المنشور عبر الوسائط الرقمية.

#### ٢- الفنون الصحفية ذات المحتوى الرقمي

- تصدرت الأخبار كأكثر الفنون الصحفية استخداماً بنسبة **62.8%**، تليها التقارير بنسبة **26.7%**، مما يشير إلى تركيز الوكالتين على السرعة في نقل الأخبار أكثر من التحليل العميق.
- اعتمدت وكالة الأنباء العراقية على الأخبار بنسبة **65.6%**، مقارنة بـ **60.1%** في السومرية نيوز.
- تفوقت السومرية نيوز في نشر التقارير الصحفية بنسبة **30.3%** مقابل **23%** لوكالة الأنباء العراقية.
- جاءت التحقيقات الصحفية في مرتبة أقل، حيث لم تتجاوز **2.2%** من إجمالي المحتوى المنشور.

#### ٣- الموضوعات الإخبارية الرئيسية ذات المحتوى الرقمي

- ركزت وكالة الأنباء العراقية على الأخبار السياسية المحلية والبرامج الحكومية بنسبة **21.2%**، بينما ركزت السومرية نيوز أكثر على السياسة الخارجية بنسبة **22%**.
- جاءت الأخبار الرياضية في المرتبة الثالثة بنسبة **15.8%**، متساوية تقريباً بين الوكالتين.
- تفوقت وكالة الأنباء العراقية في تغطية الأخبار الصحية والبيئية بنسبة **16.8%** مقارنة بـ **7.9%** في السومرية نيوز.

- أظهرت السومرية نيوز تركيزًا أكبر على أخبار الثقافة والتكنولوجيا بنسبة **11.8%** مقابل **10%** للعراقية.

#### ٤- الوسائط الرقمية المستخدمة

- اعتمدت وكالة الأنباء العراقية على الصور من الحدث بنسبة **35.3%**، بينما استخدمت السومرية نيوز الصور الأرشيفية بنسبة **33.4%**
- تميزت السومرية نيوز باستخدام الإنفوغرافيك والرسوم البيانية بنسبة **1.7%**، مقارنة بـ **0.5%** لوكالة الأنباء العراقية.
- لم تُظهر البيانات استخدامًا كبيرًا لتقنيات الواقع الافتراضي أو البودكاست من قبل أي من الوكالتين.

#### ٥- مصادر الأخبار ذات المحتوى الرقمي

- اعتمدت وكالة الأنباء العراقية بنسبة **47.6%** على مراسليها كمصدر رئيسي للأخبار، بينما اعتمدت السومرية نيوز على وكالات الأنباء العربية والأجنبية بنسبة **29.1%**
- أظهرت السومرية نيوز تركيزًا أكبر على الأخبار المستمدة من منصات التواصل الاجتماعي بنسبة **12.9%**، مقارنة بـ **6.2%** فقط لوكالة الأنباء العراقية.
- تفوقت العراقية في نشر الأخبار بناءً على تصريحات المسؤولين بنسبة **11.1%**، بينما لم تتجاوز السومرية نيوز **4.5%**

#### ٦- التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي

- تفوقت وكالة الأنباء العراقية في استخدام فيسبوك بنسبة **46.3%** وإنستجرام بنسبة **53.7%**، مما يعكس اهتمامها بالتفاعل عبر هذه المنصات.
- اعتمدت السومرية نيوز أكثر على يوتيوب بنسبة **١٩,٢%** وتويتر بنسبة **١٥,٩%**، مما يشير إلى استراتيجيات مختلفة في استهداف الجمهور.
- لم تُظهر البيانات اهتمامًا ملحوظًا بالنشر عبر المنصات الجديدة مثل تيك توك أو سناب شات.

#### ٧- طرق إعداد الأخبار ذات المحتوى الرقمي

- اعتمدت وكالة الأنباء العراقية على المحررين بنسبة **٦٧,٨%**، مما يعكس تركيزها على إعداد المحتوى داخليًا.
- في المقابل، استندت السومرية نيوز إلى وكالات الأنباء العربية والأجنبية بنسبة **٢٤,٤%**.

## مراجع الدراسة:

- (١) إيمان أبو العزم القلشي. (٢٠٢٣). تقنيات التحول الرقمي الحديث في صناعة المحتوى الإعلامي، *مجلة علوم التصميم والفنون التطبيقية*، مجلد ٥، عدد (٢)، ص ٢٤٨.
- (٢) Xie Lei. The evolution and characteristics of traditional newspaper news production in the digital age [J]. *China News Industry*, 2020, (22): 42-43.
- (٣) طالب عبد الحسين. (٢٠٢٣). دور غرف الأخبار الذكية في تعزيز دوافع التواصل التفاعلي في قناتي الجزيرة والعربية نموذجاً، *مجلة أداب الفراهيدي*، جامعة تكريت، كلية الآداب، المجلد ١٥، عدد ٥٢، ص: ٢٦٠ - ٢٧٣.
- (٤) نوير بنت سليمان الشمري. (٢٠٢٤). توظيف التقنيات الحديثة في تقديم المحتوى الإخباري التفاعلي متعدد الوسائط الرقمية في مواقع الصحف اليومية السعودية: دراسة تحليلية مقارنة، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، عدد ٤٧، ص ٢٠٥.
- (٥) نوير بنت سليمان الشمري. (٢٠٢٤)، مرجع سابق، ص ٤٨.
- (٦) آلاء أحمد عوض مدهون (٢٠٢٢) *تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لمستقبل العمل الإعلامي في ظل تقنيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة)*. الجامعة الإسلامية (غزة).
- (٧) إسلام محمد مطاوع. (٢٠٢٠). التقنيات الحديثة المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية. *مجلة كلية الآداب*، (٢)، 291-316.
- (٨) وداد هارون أحمد (٢٠٢٢). واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة المحتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية دراسة ميدانية: (التحديات وأفاق المستقبل) *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. 21(2), 269-328.
- (٩) سارة العلي. (٢٠٢٢). أثر التحول الرقمي على جودة المحتوى الإخباري في وكالات الأنباء العربية. *مجلة الصحافة والإعلام*، (١)، ٨٨-١٠٢.
- (١٠) شيماء عبد الحميد محمد. (٢٠٢٢). الأشكال المستحدثة في عرض المضامين الإخبارية واستخدام تقنيات السرد التفاعلي في المواقع الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة. *مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية*، (٣)، 179-204.
- (١١) مياسر وليد سبباوه. (٢٠٢٢). تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، (٥)، ١١٩-١٥٥.
- (12) Newman, N. (2022). **Journalism, media, and technology trends and predictions**. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University.
- (١٣) أحمد عبد الله. (٢٠٢١). التحول الرقمي في الصحافة العربية: التحديات والفرص. *مجلة دراسات الإعلام*، (٢)، ٤٥-٦٧.
- (١٤) عمر أبو عقروب (٢٠١٩). نموذج غرف الأخبار الذكية وأستخدام الوسائل الإتصالية الحديثة فيها، *معهد الجزيرة للإعلام*، ص ١-٣٠.
- (١٥) محمود رمضان أحمد عبد اللطيف. (٢٠٢٠). تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد الأول، عدد ٥٥، ص ١٠٣-١٠٤.
- (١٦) فاطمة الزهراء عبد الفتاح إبراهيم، (٢٠١٥). أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية في إطار تعدد المنصات الإعلامية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ص ٥٠-٥١.