دور التطور في تقنيات الإنتاج الرقمي على أساليب صناعة المحتوى الإخباري في المواقع الصحفية العراقية والمصرية دراسة تحليلية

أ. عمر صابر المرسومي*
إشراف أ.د. سعيد محمد الغريب**
إشراف مشارك أ.م.د. سحر مصطفى عبدالغني***

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير التطور التكنولوجي في تقنيات الإنتاج الرقمي على أساليب إنتاج المحتوى الإخباري وتحريره وتوزيعه في المواقع الصحفية لكل من العراق ومصر، واستندت الدراسة إلى الإطار النظري المتعلق بالتحول الرقمي في بيئة الإعلام وتأثير تقنيات الثورة الصناعية الرابعة والخامسة على العمل الصحفي، وبالأخص نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، التي تفسر كيف تتأقلم المؤسسات مع المستجدات التقنية لتحقيق التنافسية الإعلامية، واعتمد الباحث على منهج تحليلي مقارن، شمل جمع بيانات تطبيقية بين المواقع الصحفية في العراق ومصر وتحليلها ومقارنتها، وتم استخدام أدوات منهجية مثل تحليل المضمون مع الاعتماد على منهج دراسات حالة لمواقع إلكترونية تمثل الاتجاهات المختلفة في البلدين كليهما. وكانت أبرز النتائج أنه؛ لوحظ أن الصحافة العراقية دخلت مرحلة جديدة بعد 2003، تميزت بتعددية سياسية وإعلامية أثرت في بنية المؤسسات وأساليب إدارتها، مع استخدام متزايد للتقنيات الرقمية، وأشارت الدراسة إلى أن 90.4% من الصحفيين في العراق يستخدمون الإنترنت في عملهم الصحفي، كما شهدت الصحافة المصرية طفرة نوعية بعد ثورتي 25 يناير و30 يونيو، مع تزايد توظيفها للتقنيات الرقمية في إعداد المحتوى، كما أشارت الدراسة إلى أن البلدين كلتيهما بدأ في توظيف الذكاء الاصطناعي، والبث المباشر، وصحافة الروبوت، والواقع المعزز، وتقنيات الميتافيرس، لكن بدرجات متفاوتة، كما تبيّن أن هناك فجوة رقمية بين المؤسسات الإعلامية العراقية والمصرية؛ تعود الى أسباب تتعلق بالبنية التحتية والدعم التقني والتنظيمي.

الكلمات المفتاحية:

تأثير اعتماد الصحفيين، تأثير اساليب صناعة المحتوي، النشر بتوظيف تقنيات المعلومات والاتصالات، الصياغة الصحفية، أدوات تحليل بيانات الانتاج الرقمي.

---

* باحث دكتوراه بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
** الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
*** الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

The role of developments in digital production technologies on news content production methods in Iraq and Egyptian newspaper websites: An analytical study

Abstract:

This study aims to examine the impact of technological advancements in digital production tools on the methods of news content production, editing, and distribution in journalistic websites in Iraq and Egypt. The research is grounded in theoretical frameworks addressing digital transformation within media environments, with a particular emphasis on the implications of Fourth and Fifth Industrial Revolution technologies for journalistic practice. Central to the study is the application of Media Richness Theory, which elucidates how media institutions adapt to emerging technologies in pursuit of enhanced competitiveness and communicative efficacy. A comparative analytical methodology was adopted, involving the systematic collection, analysis, and juxtaposition of empirical data drawn from selected news websites in both countries. The study employed content analysis alongside case study methods to assess a representative sample of digital news platforms reflecting diverse editorial orientations.

Key findings indicate that Iraqi journalism underwent a significant transformation post-2003, marked by increased political and media pluralism that reshaped institutional structures and management strategies. This period also witnessed a notable rise in the adoption of digital technologies, with 90.4% of journalists in Iraq reportedly utilizing the internet in their journalistic activities. In parallel, Egyptian journalism experienced a qualitative shift following the political uprisings of January 25 and June 30, which catalyzed the integration of digital tools in news production workflows. The study further reveals that while both Iraqi and Egyptian media outlets have begun implementing technologies such as artificial intelligence, live broadcasting, robot journalism, augmented reality, and metaverse applications, the extent and sophistication of adoption vary considerably. This discrepancy is attributed to divergent infrastructural capacities, levels of institutional support, and regulatory environments in the two countries. These findings underscore the importance of fostering technological integration within media institutions as a strategic imperative for enhancing the quality, reach, and relevance of digital journalism in the Arab region.

Keywords:

The impact of journalistic accreditation, The impact of content creation methods, Publishing using information and communication technologies, Journalistic writing, Digital production data analysis tools.

مقدمة الدراسة:

شهدت البيئة الإعلامية العالمية تحولات جذرية خلال العقود الأخيرة بفعل التقدم المتسارع في تقنيات الإنتاج الرقمي، وهو ما انعكس بصورة مباشرة على بنية المؤسسات الصحفية وأساليب عملها، لا سيما في مجال إنتاج المحتوى الإخباري وتحريره وتوزيعه، فقد أصبحت المنصات الإخبارية في العصر الرقمي مطالبة بالتكيّف مع أدوات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي، والواقع المعزز، وأتمتة التحرير، والتقنيات التفاعلية، بهدف تحسين تجربة الجمهور وضمان سرعة ودقة التغطية الإخبارية.

في هذا السياق، تواجه الصحافة في الدول العربية تحديات وفرص متباينة بحسب السياقات السياسية والتقنية والبنية التحتية في كل بلد، وتُعد كلٌّ من دولتى العراق ومصر أنموذجين جديرين بالدراسة؛ نظرًا لاختلاف الأطر التنظيمية، وتفاوت مستويات تبنّي التكنولوجيا الرقمية، وتباين أولويات المؤسسات الإعلامية فيهما، كما أن للمواقع الإخبارية في البلدين كليهما حضورًا رقميًا نشطًا، إلا أن طرق استثمارها للتقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى ما تزال موضوعًا يتطلب تحليلاً علميًا دقيقًا.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الكيفية التي أثّر بها التطور في تقنيات الإنتاج الرقمي فى أساليب صناعة المحتوى الإخباري لدى المواقع الصحفية في العراق ومصر، من خلال مقارنة تحليلية ترصد الفروقات والتقاطعات في الممارسات التحريرية، والاعتماد على الأدوات الرقمية، وأنماط التفاعل مع الجمهور، وتسعى الدراسة إلى تقديم إسهامات علمية في فهم طبيعة التحول الرقمي داخل بيئتين إعلاميتين عربيتين تشتركان في بعض التحديات، وتختلفان في السياقات والإمكانات.

وقد شهد العراق بعد الاحتلال الامريكي للعراق 2003 مرحلة إعلامية جديدة، حيث استحدثت الصحافة الإلكترونية ذات الأنماط والتوجهات المختلفة ذاتها في ظل التعددية السياسية والعرقية التي سادت العراق، كما تعددت أنماط ملكيتها وأساليب إدارتها وهياكلها التنظيمية ومصادر تمويلها وتقنيات إنتاجها، مما دعا إلى تعديلات جوهرية في سياستها التحريرية والإدارية والاقتصادية، ولأهمية الصحافة العراقية داخل المجتع العراقي، ولما تقوم به الصحافة العراقية من مهام الإعلام والتثقيف للشعب العراقي الذى تعد الصحف أحد أهم مصادر المعلومات والأخبار التى يعتمد عليها، ونظرًا لما طرأ على تلك الصحف خلال الأعوام السابقة من دخول عدد من التقنيات الرقمية في العمل الإعلامي، حيث أكدت دراسة أجريت في هذا الصدد ارتفاع نسبة استفادة الصحفيين من الإنترنت في عملهم الصحفي لأن التطبيقات الرقمية أصبحت العمود الفقري للمؤسسات الإعلامية بعامة والصحفيين بصورة خاصة في إنجاز الأعمال الصحفية للمؤسسات الإعلامية، وأن هناك إسهامًا كبيرًا للإعلام الرقمي في تطوير وسائل الإعلام التقليدية بنسبة مئوية قدرها (90.4%)[1]؛ لذلك فإن دراسة المواقع الصحفية والإلكترونية العراقية تعد أحد المجالات المهمة في الوقت الحالى بخاصة مع التغيرات الكبيرة التى شهدتها الصحف العراقية خلال الفترات السابقة، وظهور عديد من

التقنيات الرقمية الأكثر تطورًا مثل تطبيقات الذكاء الإصطناعي وتقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس والواقع المعزز، مما يعطى أهمية نسبية لهذه الدراسة، كما أكدت الدراسات التى طبقت على الصحافة المصرية أنها قد تطورت بشكل ملحوظ خلال السنوات الأخيرة الماضية، من خلال البدء في توظيف عدد من تقنيات الإنتاج الرقمي وصناعة المحتوى، وذلك بعد الدور الكبير الذى لعبته وسائل الإعلام في التثقيف السياسي للصحافة خلال الثورات التى شهدها المجتمع المصري، وهو ما كان جليًا خلال ثورتى 25 يناير و30 يونيو والتى أحدثت تغيرات جذرية في أهمية وسائل الإعلام عامة والصحافة المصرية بشكل خاص نتيجة لزيادة اعتماد الجمهور عليها في التعرف على الأحداث والقضايا مما يستدعى ضرورة تطويرها ومواكبتها للتقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى الصحفي.

وفي إطار المؤشرات التي تتوقع أن تشهد المؤسسات الصحفية تغييرات جذرية في العقد القادم، بعد استحداث تقنيات الثورة الصناعية الخامسة، بداية من صحافة الذكاء الاصطناعي, وصحافة الخوارزميات وصحافة الروبرت وأجهزة الاستشعار الذكية، وصحافة الطائرات بدون طيار، وصحافة الواقع المختلط, وتكنولوجيا كشف الاحتيال، والصحافة الآلية، وصحافة الواقع المعزز، نهاية بتقنية الميتافيرس، تأتي هذه الدراسة لترصد ماهية هذه التقنيات ومجالات تطبيقها وحدود تأثيراتها داخل المواقع الصحفية والإلكترونية العراقية والمصرية، ومدى استفادة مواقع الصحف المصرية والعراقية من هذه التقنيات.

مشكلة الدراسة:

في ضوء ما أشارت إليه نتائج بعض الدراسات من أن المؤسسات الصحفية اليوم تشهد سباقًا نحو التحول الرقمي، وأصبحت مجبرة على مواكبة تطورات الثورة الصناعية الرابعة والخامسة، وتوظيفها بعملية الإنتاج الأخباري لبلورة مفاهيم وقيم وآليات وأدوات إعلامية جديدة، والتي ستؤدي بدورها إلى تحولات كبرى وقفزات سريعة في بنية المؤسسات الصحفية, وممارستها المهنية، حيث فرض ظهور تكنولوجيا الإعلام الرقمي واقعًا مختلفًا لممارسي العمل الصحفي، تغيرت على إثره الصحافة بشكل كبير في الفترة الأخيرة بخاصة مع استخدام الإنترنت والهواتف الذكية والكاميرات في نشر الأخبار وتوثيقها، حيث بدأ الصحفيون في استخدام الإنترنت وعديد من الأدوات التكنولوجية من أجل تحسين دورهم الإعلامي وتقديم الأخبار بشكل فوري بما يحقق السبق الصحفي للصحيفة، ومنها تكنولوجيا البث المباشر وتقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز والربوتات الصحفية والنمذجة الرقمية وغيرها[2]، كما تم استخدام تلك التقنيات في صناعة المادة الخبرية نفسها وتجهيزها، من حيث جمعها وكتابتها وترتيبها واكتشاف الأخطاء اللغوبة بها، إلى جانب الاستفادة منها في نشر المواد الصحفية بخاصة التى تقع في مناطق ودول بعيدة، مما يمكن الصحفيين من تحقيق الاهداف المطلوبة، وفي ظل التسارع الكبير في تطور تقنيات الإنتاج الرقمي، أصبحت المؤسسات الصحفية مضطرة إلى إعادة النظر في أساليبها التقليدية في إعداد المحتوى الإخباري وتقديمه، لمواكبة متطلبات الجمهور الرقمي وتعزيز تنافسيتها في بيئة

إعلامية متغيرة[3]، وعلى الرغم من أن كثيرًا من المواقع الإخبارية العربية بدأت فعليًا في تبنّي بعض هذه التقنيات، إلا أن وتيرة ومستوى هذا التبنّي تختلف بشكل لافت بين دولة وأخرى بحسب العوامل التقنية والاقتصادية والتنظيمية.

وتبرز دولتا العراق ومصر بوصفهما أنموذجين مهمين لدراسة هذا التباين، حيث تمتلك كل منهما تجربة إعلامية رقمية متطورة نسبيًا، لكنها تختلف في بنيتها التحتية، ومستوى دعم التحول الرقمي، والخلفية المهنية للمؤسسات الصحفية، وعلى الرغم من ازدياد الاعتماد على أدوات مثل الذكاء الاصطناعي، وتحرير الفيديو الرقمي، ونظم إدارة المحتوى الحديثة، إلا أن هناك نقصًا في الدراسات التي تقارن بشكل منهجي بين الكيفية التي أثّرت بها هذه التقنيات فى أساليب صناعة المحتوى الإخباري في البلدين كليهما، ومن هنا تتلخص مشكلة الدراسة في الإجابة عن تساؤل رئيس ، وهو ما تأثير التقنيات الرقمية فى أساليب صناعة المحتوى الإخباري في المواقع الصحفية العراقية والمصرية.

أهمية الدراسة:

1. تنبع أهمية الدراسة الحالية من خلال ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة والتى أثبتت وجود توجه بحثي كبير من الدراسات الأجنبية لدراسة تقنيات الإنتاج الرقمي في صناعة المحتوى الإعلامي في الصحف، ففي عام 2022 أجريت عشرات الدراسات حول هذا الموضوع، مما يشير إلى أهمية إجراء مزيد من الدراسات العربية حول هذا الموضوع بشيء من التفصيل.
2. تتناول موضوعًا مهمًا في وقت تشهد فيه وسائل الإعلام مزيدًا من التطور في البنى التكنولوجية، وهو العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصال وتطبيقها والاستفادة من الخصائص التي توفرها لصالح العمل الصحفي بالشكل الذي يحقق الانتشار الكامل للمادة الصحفية التي تعرضها الصحيفة، وذلك بالتركيز على توظيف تقنيات الإنتاج الرقمي في صناعة المحتوى الأخباري، والذي وفر على الصحفيين جهدًا ووقتًا كبيرًا في إعداد المادة وتحريرها، واعتمد على الآنية في بث الأخبار، مما يحق السبق الصحفي للصحيفة والمعرفي للجمهور.
3. تستمد هذه الدراسة أهميتها من قلة الدراسات العربية المعنية بدراسة تطبيق تقنيات الإنتاج الرقمي في الصحف الإلكترونية العراقية، - وذلك على حد علم الباحث - حيث وجد الباحث عددًا من الدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت دراسة هذه التقنيات ودورها في تطوير عملية الانتاج وصناعة المحتوى الصحفي، إلا أنها لم تتناول التطبيق على المواقع الصحفية العراقية، وهو ما سيكون موضوع اهتمام الدراسة الحالية نظرًا لأهميتها بالنسبة إلى المجتمع العراقي.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والعملية، تتمثل فيما يلي:

1. تحليل طبيعة التحولات التي طرأت على أساليب إنتاج المحتوى الإخباري في المواقع الصحفية العراقية والمصرية؛ نتيجة تبني تقنيات الإنتاج الرقمي.
2. الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف في استراتيجيات المؤسسات الصحفية العراقية والمصرية في التكيف مع التحول الرقمي وتحديث بيئة العمل الصحفي.
3. تقديم توصيات عملية تساعد صناع القرار في المؤسسات الصحفية العربية فى تعزيز كفاءة استخدام تقنيات الإنتاج الرقمي، بما يسهم في تطوير جودة المحتوى الإخباري ورفع مستوى التفاعل مع الجمهور.

الإطار النظري للدراسة:

ظهرت نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في منتصف الثمانينيات على يد الباحثين ريتشارد دافت وروبرت لينغل، وتهدف إلى تفسير مدى فاعلية الوسائل الإعلامية في نقل المعلومات داخل المؤسسات[4]، وتفترض النظرية أن الوسائل تختلف في "ثرائها" أو قدرتها على إيصال الرسائل بشكل واضح وفعّال، وأن اختيار الوسيلة يجب أن يتناسب مع طبيعة الرسالة، بخاصة إذا كانت الرسالة معقدة أو غامضة[5].

- ويُقاس "ثراء الوسيلة" وفقًا لعوامل، مثل:
- القدرة على توفير تغذية راجعة فورية مثل (الردود أو التفاعلات اللحظية).
- تنوع القنوات المستخدمة (نصوص، وصور، وفيديو، وصوت).
- القدرة على نقل الإشارات غير اللفظية (لغة الجسد، ونبرة الصوت).
- الخصوصية الشخصية للرسالة (مدى تخصيصها وارتباطها بالسياق)[6].

وبحسب هذه النظرية، كلما كانت الوسيلة أكثر ثراءً، زادت فعاليتها في توصيل الرسائل المعقدة وتقليل حالات سوء الفهم.

ثانيًا: تطبيق النظرية على موضوع الدراسة:

في إطار هذه الدراسة، تُعد نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية إطارًا مناسبًا لفهم التحولات في أساليب إنتاج المحتوى الإخباري لدى المواقع الصحفية العراقية والمصرية، لا سيما في ظل اعتماد هذه المواقع على تقنيات إنتاج رقمي متعددة الوسائط؛ تستخدم المواقع الصحفية اليوم أدوات رقمية تمكّنها من إنتاج محتوى غني، يتضمن الفيديو التفاعلي، والرسوم المتحركة، والبيانات المصورة (Infographics)، والبث المباشر، والتقارير الصوتية المصاحبة للنصوص، وهي وسائل عالية الثراء وفقًا للنظرية.

وتختلف المواقع في كل من العراق ومصر في درجة تبنيها لهذه الوسائط الغنية؛ مما يسمح بدراسة كيف يؤثر مستوى "ثراء الوسيلة" في تحسين جودة الرسالة الإخبارية، وتعزيز تفاعل الجمهور، وزيادة الفهم والوضوح.

كما تسلط النظرية الضوء على التحديات التحريرية والمهنية التي قد تواجه المواقع عند التعامل مع الرسائل المعقدة أو القضايا الخلافية، ومدى اعتمادها على وسائط ثرية لتقليل اللبس وزيادة الفعالية الاتصالية، ومن خلال المقارنة، يمكن رصد ما إذا كانت المواقع العراقية أو المصرية أكثر قدرة على استغلال "ثراء الوسيلة" الرقمية في معالجة الأخبار المعقدة، ومدى انعكاس ذلك على مصداقية الرسالة وسرعة تداولها، وتفاعل الجمهور معها.

تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ما القضايا والموضوعات التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية عينة الدراسة؟.
2. ما مصادر المعلومات والأخبار التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية عينة الدراسة؟.
3. ما القيم الصحفية التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية لتقديم المحتوى الإخباري خلال فترة الدراسة؟.
4. ما أساليب المعالجة الصحفية للأخبار التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية عينة الدراسة، وما أهدافها ؟.
5. ما معايير تقييم المحتوى والصحيفة في المواقع الصحفية العراقية والمصرية لتقديم المحتوى الإخباري؟.

نوع الدراسة ومنهجها:

تُصنَّف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية؛ وذلك لأنها تسعى إلى وصف الواقع الحالي للممارسات الصحفية الرقمية لدى المواقع الإخبارية العراقية والمصرية، مع تحليل المضامين والمصادر والقيم والأساليب والتقنيات المستخدمة في إنتاج المحتوى الإخباري خلال فترة زمنية محددة، وتعتمد الدراسة على المنهج المقارن والمنهج التحليلي، وبيانها وفق ما يلى :

- **المنهج المقارن**:

يُستخدم لمقارنة أوجه التشابه والاختلاف في توظيف تقنيات الإنتاج الرقمي وأساليب المعالجة الإخبارية بين المواقع الصحفية العراقية والمصرية، وذلك من خلال دراسة عيّنة ممثّلة من المواقع في البلدين.

- **المنهج التحليلي (تحليل المضمون)**

يُعتمد لتحليل المحتوى الإخباري المنشور على هذه المواقع من حيث:
- القضايا والموضوعات التي تناولتها.
- مصادر الأخبار والمعلومات المستخدمة.
- القيم الصحفية التي حضرت في المعالجة.
- الأهداف والأساليب التحريرية.

- توظيف الوسائط الرقمية وتكاملها مع النص الإخباري.
- مدى تأثر بناء المحتوى وشكل الموقع ومعايير التصفح بتقنيات الإنتاج الرقمي.

كما تستخدم الدراسة أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي لتوفير بيانات موضوعية تدعم التفسير والفهم المقارن بين السياقين العراقي والمصري.

مجتمع الدراسة وعينتها :

من جمهورية مصر العربية وجمهورية العراق، والتي تقدم محتوىً إخباريًا رقميًا عبر الإنترنت، سواء أكانت مؤسسات رسمية، أم خاصة، أم مستقلة، وتتميز بتأثيرها وانتشارها في الفضاء الإعلامي الوطني، وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على عينة عمدية موجهة، تضم المواقع الإخبارية الإلكترونية الأكثر تأثيرًا وانتشارًا في كلٍّ من البلدين، وذلك بهدف تحقيق تمثيل واقعي ومناسب لأهم الفاعلين في مجال إنتاج المحتوى الإخباري الرقمي، ولضمان تنوع التوجهات التحريرية ومستوى التبني التقني، وتم اختيار العينة بناءً على معايير تشمل:

- مدى الانتشار والتفاعل الجماهيري.
- انتظام النشر وتنوع المحتوى.
- وضوح الاعتماد على أدوات الإنتاج الرقمي والتقنيات التفاعلية.
- توفر أرشيف قابل للتحليل خلال فترة زمنية محددة.

وقد شمل التحليل المضمون المنشور على هذه المواقع خلال الفترة من 1 أكتوبر 2024 حتى 30 أبريل 2025، وهي فترة زمنية كافية لرصد التوجهات المرحلية في توظيف تقنيات الإنتاج الرقمي والذكاء الاصطناعي، وكذلك لتحليل أثر هذه التقنيات فى الشكل الفني للمحتوى، ونوع المضمون الإخباري المقدم للجمهور.

عينة المواقع الصحفية المشمولة بالدراسة:

1. المواقع الصحفية المصرية:

تم اختيار ثلاثة مواقع تمثل طيفًا متنوعًا من الصحافة المصرية، تشمل المؤسسات التقليدية، وكذلك المنصات الرقمية الحديثة:

م	اسم الموقع	نوع المؤسسة	الرابط الإلكتروني
1	بوابة الأهرام	مؤسسة صحفية قومية	https://gate.ahram.org.eg/
2	القاهرة 24	منصة صحفية رقمية خاصة	cairo24.com
3	اليوم السابع	صحيفة يومية خاصة	youm7.com

2. المواقع الصحفية العراقية:

وتم اختيار ثلاثة مواقع تمثل النماذج الصحفية البارزة في البيئة الإعلامية العراقية، بما يجمع بين الرسمية وشبه المستقلة:

م	اسم الموقع	نوع المؤسسة	الرابط الإلكتروني
1	السومرية	شبكة إعلامية خاصة	alsumaria.tv
2	الزمان	صحيفة مستقلة	azzaman-iraq.com
3	الصباح	صحيفة رسمية حكومية	alsabaah.iq

وتم اختيار عينة الدراسة التحليلية مع مراعاة:

تم اختيار المواقع بناءً على التنوع في التوجهات (رسمية، خاصة، مستقلة) والانتشار الرقمي، وتشمل الدراسة تحليل المحتوى المنشور في الصفحة الرئيسة، وأقسام الأخبار السياسية، والاقتصادية، والثقافية. ولتحديد حجم عينة الدراسة التحليلية بناءً على الفترة الزمنية المحددة (من أكتوبر 2024 حتى أبريل 2025) والمواقع الصحفية المختارة (3 مواقع صحفية مصرية، و3 مواقع صحفية عراقية)، يتعين تحديد عدد الأخبار أو المقالات التي سيتم تحليلها خلال فترة الدراسة،و يفضل أن تكون العينة ممثلة وتحاكي التنوع الكافي للمحتوى المقدم من المواقع.

جدول رقم (1)
توزيع عينة الدراسة التحليلية للمواقع محل الدراسة

م	اسم الموقع	عينة الدراسة	
		عدد المقالات	ملاحظات
1	بوابة الأهرام	300	تتوزع المقالات على أقسام السياسة، والاقتصاد، والثقافة، والتقنية، والتحقيقات الخاصة.
2	القاهرة 24	300	تركز العينة على الأخبار العاجلة والمحتوى الرقمي المدعوم بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
3	اليوم السابع	300	تتضمن المقالات مقاطع فيديو، تقارير تفاعلية، وأخبار مدعومة بتحليل البيانات.
4	السومرية	300	تشمل محتوىً بصريًا وتفاعليًا، وتقارير ميدانية تغطي الأحداث العراقية الجارية.
5	الزمان	300	تحتوي العينة على مقالات تحليلية وتقارير رأي وتغطيات خاصة بالشئون العربية والدولية.
6	الصباح	300	تُغطي المقالات أخبار الدولة، القرارات الرسمية، وتحقيقات صحفية مدعومة بصور وبيانات.
الإجمالي		**1800**	

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة في استخلاص نتائجها على أداة تحليل المضمون Content Analysis ،والتي تعرف على أنها أسلوب أو أداة تستخدم ضمن أساليب بحثية في إطار منهج متكامل بهدف تحليل المنتج الإعلامي أيًا كانت نوعيته، والذى يتضمن الانتظام والموضوعية والكمية، وتعرف أيضًا بأنها أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الظاهر للرسالة وصفًا موضوعيًا وكميًا ومنهجيًا، وتُعد كذلك أداة تستهدف بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أوآراء أوأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة،[7] وسوف يقوم الباحث

باستخدام تحليل المضمون لعينة من المحتويات الإخبارية التى تناولتها مواقع الصحف العراقية والمصرية.

تطور تقنيات الإنتاج الرقمي:

شهدت تقنيات الإنتاج الرقمي تطورًا متسارعًا منذ مطلع الألفية الثالثة؛ نتيجة التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أحدث تحولًا نوعيًا في طبيعة العمل الإعلامي وأساليب إنتاج المحتوى الإخباري وتحريره وتوزيعة، فقد انتقلت المؤسسات الصحفية من الاعتماد على الأدوات التقليدية إلى تبني منصات رقمية متقدمة تتيح إنتاج محتوى متكامل متعدد الوسائط (نصوص، وصور، وفيديو، وصوت، ورسوم تفاعلية)، يتم تصميمه ونشره في بيئات رقمية متصلة ومتغيرة[8].

وتتضمن أبرز مظاهر هذا التطور: أنظمة إدارة المحتوى (CMS) المتقدمة، التي تسهّل عمليات التحرير والتنسيق والنشر المتزامن عبر منصات متعددة، والذكاء الاصطناعي، الذي بدأ يُستخدم في توليد الأخبار آليًا، وتخصيص المحتوى حسب سلوك المستخدم، وتحليل البيانات الصحفية الضخمة[9]، وبرمجيات المونتاج والتصميم المتقدمة، التي تسمح بإنتاج فيديوهات وتقارير مرئية بجودة عالية وبتكلفة أقل، والواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR)، اللذان أصبحا يُستخدمان بشكل محدود في التغطيات التفاعلية والتجارب الإخبارية الغامرة، بالإضافة إلى التصميم المتجاوب (Responsive Design)[10]، الذي يضمن تجربة مشاهدة سلسة عبر مختلف الأجهزة الذكية، وكذلك تقنيات البث المباشر وتغطية الأحداث الفورية، باستخدام الهواتف الذكية والمنصات السحابية[11]، وقد غيّر هذا التطور في الأدوات الرقمية من شكل الممارسة الصحفية، فلم تعد العملية الإعلامية محصورة في إنتاج الخبر، بل امتدت لتشمل التفاعل مع الجمهور، وتحليل بيانات الاستخدام، وإدارة الهوية الرقمية للمؤسسة[12]، وفي السياق العربي، تتفاوت درجات الاستفادة من هذه التقنيات بحسب البنية التحتية والدعم المؤسسي والكوادر البشرية، ويبرز كل من العراق ومصر بوصفهما لتجربتين إعلاميتين تواجهان تحديات مشتركة، ولكنهما تختلفان في مستوى التبني الفعلي لتقنيات الإنتاج الرقمي، وهو ما تمثّل هذه الدراسة محاولة لرصده وتحليله.

تطبيقات الإنتاج الرقمي التى تستعين بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي:

- **مفهوم الذكاء الاصطناعي:**

تعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي من أهم الإنجازات التي ظهرت مؤخرا والتي تقوم باتمام Automation الكثير من العمليات بشكل آلي دون أي تدخل بشري، ومع استخدامها في كثير من المجالات إلا أن مجال الإعلام والصحف الرقمية سعي إلي توظيف تلك التقنيات الرقمية في مجال إنتاج المحتوي الإعلامي في الصحف الرقمية وتصميمه،[13] ويشير مصطلح الذكاء الاصطناعي (AI) إلى الأنظمة أو الأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام والتي يمكنها أن تحسن من نفسها استنادًا إلى المعلومات التي تجمعها،

ويتعلق بالقدرة على التفكير الفائق وتحليل البيانات أكثر من تعلقه بشكل معين أو وظيفة معينة، بينما يعني الذكاء الاصطناعي (Artificial intelligence) التحكّم بالروبوت أوالجهاز الرقمي باستخدام جهاز كمبيوتر، ويعتمد على تقليد العمليات الحركيَّة والذهنيَّة التي يمارسها الإنسان ومحاكاتها، وقد أخذ الذكاء الاصطناعيّ بالتطوّر والدخول في مجالات الحياة بصورة أكثر انتشارًا وتأثيرًا منذ أن تم تطوير جهاز الكمبيوتر في أربعينيات القرن العشرين لأداء العمليَّات البشريَّة التي تتطلب قدرات تحليليَّة واستنتاجيَّة معقدة, مثل: محاكاة لعبة الشطرنج بصورة متقنة، وإثبات النظريات الرياضية،[14] والذكاء الاصطناعي هو ببساطة مصطلح يصف الطريقة التي يستطيع بها برنامج الحاسوب أوالآلة تقليد انواع من السلوك والتفكير البشري، مثل الحركة والكلام، والقدرة على تنفيذ الذكاء المكتسب لأداء أعمال مختلفة بأقل تدخل بشري، ويعرف الخبراء الذكاء الاصطناعي بأنه علم يجعل من الأشياء ذكية، مختلفة ويشمل الروبوتات، واللغة الطبيعية، وعلى ذلك يعرف الباحث الذكاء الاصطناعي بأنه عدة تطبيقات متطورة تعتمد على الحاسوب تعمل ذاتيًا من خلال برمجة عدة برامج حتى تكون لها القدرة على التعامل مع الحالات الصعبة المفاجئة ولديها القدرة على التفكير والإدراك بما يشبه الذكاء البشري.

مفاهيم الدراسة:

مواقع الصحف الرقمية (Digital Journalisin): هي شكل معاصر من الصحافة يعتمد على المنصات الرقمية الموجودة على شبكة الإنترنت بدلًا من النشر عبر الصف التقليدية المطبوعة [15].

تقنيات الإنتاج الرقمي:

هي مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة، والتصوير الفوتوغرافي، والصوت والفيديو، وتعرف إجرائيًا: بأنها الوسائط الرقمية من النصوص، والصور، وتصاميم الجرافيك، والبودكاست، والصور المتحركة والفيديوهات القصيرة، التي يمكن استخدامها في صناعة المحتوى الإخباري في المواقع الصحفية والإلكترونية العراقية.

نتائج الدراسة:

1. نوعية الموضوعات والقضايا التي تناولتها الصحف المصرية والعراقية:

أ. نوعية الموضوعات والقضايا:

جدول رقم (2)

توزيع منشورات الدراسة وفقًا لنوع الموضوع أو القضية محل الدراسة

م	القضية/الموضوع	بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	قضايا وأحداث رياضية	24	8	35	11.7	42	14	28	9.3	26	8.7	22	7.3
2	قضايا البيئة والمناخ	12	4	10	3.3	8	2.7	9	3	7	2.3	8	2.7

3	العلاقات والشئون الدولية	36	12	29	9.7	30	10	40	13.3	48	16	38	12.7
4	قضايا الرعاية الصحية	30	10	33	11	27	9	34	11.3	29	9.7	26	8.7
5	قضايا التعليم	28	9.3	31	10.3	26	8.7	30	10	22	7.3	25	8.3
6	قضايا الإصلاح الاقتصادي	46	15.3	50	16.7	40	13.3	37	12.3	41	13.7	42	14
7	القضايا الاجتماعية	56	18.7	55	18.3	63	21	58	19.3	54	18	60	20
8	قضايا الإصلاح السياسي	68	22.7	57	19	64	21.3	64	21.3	73	24.3	79	26.3
الإجمالي		**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن أبرز الموضوعات والقضايا التي تناولتها المواقع الصحفية المصرية والعراقية خلال فترة الدراسة كانت في المرتبة الأولى "قضايا الإصلاح السياسي"، حيث جاءت في مقدمة التغطيات في موقع "الصباح" العراقي بواقع 79 تكرارًا بنسبة 26.3% من إجمالي العينة، تلاه موقع "الزمان" بـ73 مضمونًا بنسبة 24.3%، ثم "بوابة الأهرام" المصرية بـ68 تكرارًا بنسبة 22.7%، و"اليوم السابع" بـ64 تكرارًا بنسبة 21.3%، وهي ذات النسبة التي سجلها موقع "السومرية"، في حين جاء موقع "القاهرة 24" في المرتبة الأقل داخل هذه الفئة بـ57 تكرارًا بنسبة 19%، بينما حلّت "القضايا الاجتماعية" في المرتبة الثانية من حيث الأهمية والتكرار، حيث تصدّرها موقع "اليوم السابع" بـ63 مضمونًا بنسبة 21%، يليه "الصباح" بـ60 تكرارًا بنسبة 20%، ثم "بوابة الأهرام" بـ56 تكرارًا بنسبة 18.7%، و"القاهرة 24" بـ55 بنسبة 18.3%، و"الزمان" بـ54 بنسبة 18%، بينما جاء موقع "السومرية" في المركز المتقدم نسبيًا بـ58 تكرارًا بنسبة 19.3%، أما "قضايا الإصلاح الاقتصادي" فجاءت في المرتبة الثالثة ضمن أولويات التغطية، وكان النصيب الأكبر منها في موقع "القاهرة 24" بـ50 تكرارًا بنسبة 16.7%، ثم "بوابة الأهرام" بـ46 بنسبة 15.3%، و"الصباح" بـ42 بنسبة 14%، و"الزمان" بـ41 بنسبة 13.7%، و"اليوم السابع" بـ40 بنسبة 13.3%، في حين سجل موقع "السومرية" 37 تكرارًا بنسبة 12.3%، وفيما يتعلق بـ"العلاقات والشئون الدولية والخارجية"، احتل موقع "الزمان" المرتبة الأعلى بـ48 تكرارًا بنسبة 16%، يليه "السومرية" بـ40 بنسبة 13.3%، ثم "بوابة الأهرام" بـ36 بنسبة 12%، و"اليوم السابع" بـ30 بنسبة 10%، في حين سجّل موقع "القاهرة 24" 29 تكرارًا بنسبة 9.7%، وجاء "الصباح" بـ38 بنسبة 12.7%. وبالنسبة لـ"قضايا الرعاية الصحية"، توزعت التغطية بشكل متقارب بين المواقع، حيث سجل "السومرية" 34 تكرارًا بنسبة 11.3%، يليه "القاهرة 24" بـ33 بنسبة 11%، ثم "بوابة الأهرام" بـ30 بنسبة 10%، و"الزمان" بـ29 بنسبة 9.7%، بينما حل "اليوم السابع" بـ27 بنسبة 9%، و"الصباح" بـ26 بنسبة 8.7%، كما تناولت المواقع "قضايا التعليم" بتفاوت، حيث سجل "القاهرة 24" 31 تكرارًا بنسبة 10.3%، يليه "بوابة الأهرام" بـ28 بنسبة 9.3%، و"السومرية" بـ30 بنسبة 10%، ثم "اليوم السابع" بـ26 بنسبة 8.7%، و"الصباح" بـ25 بنسبة 8.3%، في حين جاء موقع "الزمان" بـ22 تكرارًا بنسبة 7.3%، أما "القضايا البيئية والمناخية" فقد احتلت مرتبة متدنية نسبيًا، حيث جاءت بنسب تراوحت

بين 2.3% إلى 4% فقط، وكان النصيب الأعلى منها في "بوابة الأهرام" بـ12 تكرارًا بنسبة 4%، وأقلها في موقع "الزمان" بـ7 بنسبة 2.3%، وفيما يتعلق بـ"القضايا والأحداث الرياضية"، تصدّرها موقع "اليوم السابع" بـ42 تكرارًا بنسبة 14%، يليه "القاهرة 24" بـ35 بنسبة 11.7%، و"السومرية" بـ28 بنسبة 9.3%، بينما جاءت "بوابة الأهرام" بـ24 بنسبة 8%، و"الزمان" بـ26 بنسبة 8.7%، وأقلها في "الصباح" بـ22 تكرارًا بنسبة 7.3%.

وتشير هذه النتائج إلى تباين في أولويات التغطية بين المواقع الصحفية المصرية والعراقية، مع التركيز الواضح على القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، مقابل تراجع ملحوظ في تغطية الموضوعات البيئية والتعليمية والرياضية في بعض المواقع، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة كلٍّ من (كاظم والي، 2021)[16] و(Ali et al., 2020)[17] و(السعيد حسن،2019)[18] و(عبد الحميد شومان،2020)[19] بشأن المحتوى الإخباري في الصحف العراقية، والقضايا البيئية في الإعلام العربي، والتي بيّنت أن القضايا السياسية والاجتماعية تتصدر الاهتمام التحريري، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسة الحالية، حيث احتلت قضايا الإصلاح السياسي والقضايا الاجتماعية المراتب الأولى، وعن تغطية الصحف المصرية للإصلاح الاقتصادي أظهرت أن القضايا الاقتصادية غالبًا ما تأتي في المرتبة الثالثة، خصوصًا خلال فترات التحولات الاقتصادية الكبرى، وهذا ما تعكسه نتائج الدراسة أيضًا، في حين اختلفت النتائج الحالية من حيث الاهتمام المنخفض بقضايا التعليم والصحة مقارنة بدراسات محلية، والاهتمام النسبي بالقضايا الرياضية في المواقع المصرية، وضعف الحضور لقضايا المرأة والشباب، وذلك بالنسبة لدراسة كلٍّ من (أسماء الطحاوي، 2022)[20] و(Elmasry et al., 2014)[21] حيث أشارت كلٌّ منها إلى تصاعد الاهتمام بقضايا الرعاية الصحية بعد جائحة كورونا بالصحافة الصحية في مصر، بينما جاءت نتائج الدراسة الحالية لتظهر انخفاضًا نسبيًا في معالجة قضايا الصحة والتعليم، مما يعكس ربما عودة تدريجية للأنماط التقليدية في التغطية، في حين كانت القضايا الرياضية ذات أولوية متدنية في الصحف العربية مقارنة بالغرب عادة، إلا أن نتائج الدراسة الحالية أظهرت اهتمامًا نسبيًا واضحًا من بعض المواقع المصرية (مثل اليوم السابع) بالأحداث الرياضية، ربما لتأثير الجاذبية الجماهيرية.

ب. نطاق القضية أو الموضوع:

جدول رقم (3)

توزيع منشورات الدراسة وفقًا لنطاق القضية أو الموضوع محل الدراسة

م	القضية/الموضوع	بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	أخبار عالمية	45	15	50	16.67	40	13.3	60	20	70	23.3	55	18.3
2	أخبار عربية	90	30	85	28.3	110	36.6	100	33.3	90	30	95	31.6
3	أخبار محلية	165	55	165	55	150	50	140	46.6	140	46.6	150	50
الإجمالي		**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من الجدول السابق:

أن أبرز الموضوعات التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية في فترة الدراسة كانت في المرتبة الأولى "الأخبار المحلية" بواقع 165 تكرارًا بنسبة 55% في موقع بوابة الأهرام، و165 تكرارًا بنسبة 55% في موقع القاهرة 24، و150 تكرارًا بنسبة 50% في موقع اليوم السابع، و140 تكرارًا بنسبة 46.67% في موقع السومرية، و140 تكرارًا بنسبة 46.67% في موقع الزمان، و150 تكرارًا بنسبة 50% في موقع الصباح، بينما حلت في المرتبة الثانية "الأخبار العربية" بواقع 90 تكرارًا بنسبة 30% في موقع بوابة الأهرام، و85 تكرارًا بنسبة 28.33% في موقع القاهرة 24، و110 تكرارًا بنسبة 36.67% في موقع اليوم السابع، و100 تكرارًا بنسبة 33.33% في موقع السومرية، و90 تكرارًا بنسبة 30% في موقع الزمان، و95 تكرارًا بنسبة 31.67% في موقع الصباح، أما "الأخبار العالمية" فقد حلت في المرتبة الثالثة، حيث بلغت 45 تكرارًا بنسبة 15% في موقع بوابة الأهرام، و50 تكرارًا بنسبة 16.67% في موقع القاهرة 24، و40 تكرارًا بنسبة 13.33% في موقع اليوم السابع، و60 تكرارًا بنسبة 20% في موقع السومرية، و70 تكرارًا بنسبة 23.33% في موقع الزمان، و55 تكرارًا بنسبة 18.33% في موقع الصباح، وتتوافق نتائج هذه الدراسة مع عديد من الدراسات العربية والأجنبية في تأكيد التركيز على الأخبار المحلية في المواقع الصحفية العربية؛ حيث تمثل الأخبار المحلية أهم جانب في تغطية وسائل الإعلام، بخاصة في المواقع الصحفية المصرية والعراقية، حيث أظهرت دراسة كلٍّ من (عبد الرحمن، 2018)[22]حول الإعلام المصري أن الصحف والمواقع الإخبارية المصرية تميل إلى تقديم تغطية واسعة للأخبار المحلية والداخلية مقارنة بالأخبار العربية والعالمية، كما تم تأكيد أن الإعلام المصري يركز بشكل أساسي على الأحداث التي تحدث في مصر أولاً، ثم يتوسع في تغطية القضايا العربية والعالمية بنسبة أقل، وهذا يتماشى مع نتائج الدراسة الحالية، حيث كانت الأخبار المحلية في المرتبة الأولى في معظم المواقع الصحفية، في حين أشارت دراسة (الجمال،2020)[23]حول الإعلام العراقي إلى أن الأخبار المحلية احتلت الأولوية في التغطية الإعلامية للمواقع العراقية، بينما تم تقديم تغطية أقل للأخبار العربية والعالمية، وكان الهدف الرئيس للصحف العراقية هو تناول القضايا الوطنية المهمه مثل السياسة والاقتصاد، وهذا يتفق مع النتائج التي أظهرتها الدراسة الحالية حيث سجلت الأخبار المحلية أعلى نسبة تكرار في المواقع الصحفية العراقية، وتُظهر النتائج التي تم الوصول إليها من تحليل التغطية الإعلامية للمواقع الصحفية العراقية والمصرية خلال فترة الدراسة تركيزًا واضحًا على الأخبار المحلية، تليها الأخبار العربية، ثم الأخبار العالمية، وهنا يمكن تفسير هذه النتيجة من خلال مجموعة من النظريات والأطر النظرية في الإعلام، بالإضافة إلى العوامل الثقافية والإعلامية المرتبطة بكل من البلدين (العراق ومصر).

2. مصادر المعلومات والأخبار التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية:

أ. مصادر الأخبار:

جدول رقم (4)
توزيع محتوى المواقع/ الأخبار محل الدراسة وفقًا لمصادرها

مصادر الأخبار		المواقع الصحفية											
		بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإعلام التقليدي	صحف	50	25	45	22.5	55	27.5	40	20	48	24	52	26
	قنوات تليفزيونية	35	17.5	40	20	38	19	30	15	32	16	33	16.5
	وكالات أنباء عربية	10	5	12	6	8	4	18	9	15	7.5	17	8.5
	وكالات أنباء أجنبية	5	2.5	3	1.5	4	2	7	3.5	5	2.5	4	2
الإعلام الرقمي	مواقع إخبارية	80	40	90	45	85	42.5	70	35	72	36	75	37.5
	شبكات الإنترنت	60	30	65	32.5	62	31	50	25	55	27.5	60	30
	مواقع التواصل الاجتماعي	100	50	110	55	105	52.5	95	47.5	90	45	100	50
الإجمالي		**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من هذا الجدول، أن أبرز مصادر الأخبار التي تم تناولها في المواقع الصحفية العراقية والمصرية عينة الدراسة كانت بالمرتبة الأولى مواقع التواصل الاجتماعي، حيث احتلت هذه المصادر المرتبة الأولى في معظم المواقع، على سبيل المثال؛ موقع بوابة الأهرام نشر 100 تكرارًا بنسبة 50% من إجمالي التكرارات الخاصة به عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما في موقع القاهرة 24 كانت النسبة الأعلى أيضًا لمواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت 110 تكرارًا بنسبة 55%، وتكرر هذا الأمر في موقع اليوم السابع حيث سجلت مواقع التواصل الاجتماعي 105 تكرارًا بنسبة 52.5% من إجمالي التكرارات، أما في المواقع العراقية، مثل موقع السومرية، كانت مواقع التواصل الاجتماعي كذلك في المرتبة الأولى بنسبة 47.5% بواقع 95 تكرارًا، تلتها موقع الزمان بواقع 90 تكرارًا بنسبة 45%، وفي موقع الصباح، كانت النسبة نفسها لمواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت 50%، وفيما يتعلق بالمصادر التقليدية، كانت الصحف في المرتبة الثانية بالنسبة إلى أغلب المواقع، حيث تصدرت موقع اليوم السابع بواقع 55 تكرارًا بنسبة 27.5%، تلاه موقع بوابة الأهرام بواقع 50 تكرارًا بنسبة 25%، أما موقع السومرية فقد نشر 40 تكرارًا بنسبة 20% عبر الصحف، وفيما يتعلق بالقنوات التليفزيونية، فقد كانت الأكثر استخدامًا في موقع القاهره 24 بواقع 40 تكرارًا بنسبة 20%، بينما كان في موقع موقع بوابة الأهرام بواقع 35 تكرارًا بنسبة 17.5%، وبالنسبة إلى المصادر الأخرى مثل وكالات الأنباء العربية ووكالات الأنباء الأجنبية، كانت هذه المصادر أقل حضورًا، حيث شكلت النسب المئوية الأقل في التكرارات،

بخاصة في مواقع مثل موقع الصباح الذي سجل 17 تكرارًا بنسبة 8.5% لوكالات الأنباء العربية، وتشير عديد من الدراسات العربية إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الرئيس للأخبار والمعلومات في العديد من المواقع الصحفية في المنطقة العربية، بما يتماشى مع النتائج التي تم الحصول عليها في الدراسة الحالية، ففي دراسة كلٍّ من (العمري، 2021)[25] (سالم، 2020)[24][25] عن مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها فى الإعلام التقليدي في الصحافة العربية، وأشارت النتائج إلى أن منصات مثل فيسبوك وتويتر أصبحت جزءًا أساسيًا من تدفق الأخبار في معظم الصحف العربية، بخاصة في مصر والعراق، وأظهرت الدراسة أن المواقع الصحفية التقليدية تعتمد بشكل متزايد على هذه المنصات للحصول على مصادر للأخبار والحديث عن القضايا المتداولة بشكل مباشر، مما يعزز النتائج التي ظهرت في هذه الدراسة، حيث كانت مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الأكثر استخدامًا في جميع المواقع عينة الدراسة.

ب. مصادر المعلومات الواردة بالأخبار:

جدول رقم (5)

توزيع مصادر المعلومات الواردة بالأخبار محل الدراسة

مصادر المعلومات الواردة بالأخبار		المواقع الصحفية											
		بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصادر رسمية داخلية	مجلس وزراء	30	10	25	8.3	35	11.7	28	9.3	26	8.7	30	10
	وزراء ونوابهم	40	13.3	38	12.7	42	14	33	11	35	11.7	38	12.7
	متحدثون رسميون	25	8.3	22	7.3	20	6.7	27	9	24	8	26	8.7
	محافظون ونوابهم	18	6	15	5	20	6.7	22	7.3	19	6.3	21	7
مصادر رسمية خارجية	رؤساء أجانب ومتحدثيهم	12	4	10	3.3	8	2.7	16	5.3	14	4.7	13	4.3
	منظمات دولية	10	3.3	12	4	9	3	14	4.7	11	3.7	13	4.3
مصادر غير رسمية	خبراء	50	16.7	55	18.3	52	17.3	48	16	50	16.7	46	15.3
	أساتذة جامعات	35	11.7	30	10	28	9.3	32	10.7	34	11.3	31	10.3
	هيئات غير حكومية	80	26.7	73	24.3	86	28.7	80	26.7	76	25.3	82	27.3
الإجمالي		**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من هذا الجدول أن أبرز مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الصحفية العراقية والمصرية في تغطية الأخبار محل الدراسة تنوعت بين مصادر رسمية داخلية وخارجية، إلى جانب مصادر غير رسمية، وقد جاءت "الهيئات غير الحكومية/المجتمع المدني" في المرتبة الأولى بوصفها مصدرًا رئيسًا للمعلومات في معظم المواقع، إذ سجلت

أعلى نسبة في موقع "اليوم السابع" بواقع 86 تكرارًا بنسبة 28.7%، تلتها "بوابة الأهرام" بـ80 تكرارًا بنسبة 26.7%، و"الصباح" بـ82 تكرارًا بنسبة 27.3%، ما يعكس اعتمادًا كبيرًا على هذه الجهات في تقديم البيانات والتفسيرات، وفي المرتبة الثانية، جاءت فئة "الخبراء" بوصفها مصدرًا رئيسًا للمعلومات، حيث سجلت أعلى نسبة في "القاهرة 24" بـ55 تكرارًا بنسبة 18.3%، تليها "اليوم السابع" بـ52 تكرارًا بنسبة 17.3%، و"بوابة الأهرام" بـ50 تكرارًا بنسبة 16.7%. وهذا يشير إلى ميل واضح نحو الاعتماد على الآراء والتحليلات المتخصصة في تفسير الأخبار، أما "الوزراء ونوابهم" فقد شكلوا مصدرًا مهمًا للمعلومات في كل من "اليوم السابع" بنسبة 14% و"الصباح" و"القاهرة 24" بنسبة 12.7%، ما يدل على استمرار الدور المركزي للجهات التنفيذية في تغذية المحتوى الإعلامي، ومن ناحية أخرى، برزت "المصادر الرسمية الخارجية" مثل "رؤساء أجانب ومتحدثوهم" و"المنظمات الدولية" بنسب أقل، حيث لم تتجاوز في الغالب 5.3% كما في موقع "السومرية"، مما يدل على أن التغطية الإعلامية ركزت بشكل أساسي على الشئون الوطنية والمحلية، وفي السياق ذاته، سجلت فئات مثل "المتحدثون الرسميون" و"المحافظون ونوابهم" نسبًا تراوحت بين 5% و9%، في حين كان إسهام "الأساتذة الجامعيين" متوسطة، وبلغت ذروتها في "بوابة الأهرام" بنسبة 11.7%، بناء على ذلك، يتضح أن المواقع الصحفية المدروسة تميل إلى المزاوجة بين المصادر الرسمية وغير الرسمية، مع تفضيل واضح للمصادر ذات الطابع التحليلي والمجتمعي، مما يثري المحتوى الإخباري بالتفسيرات والتقديرات المهنية إلى جانب المعلومات الرسمية المباشرة.

وتتفق عديد من الدراسات السابقة مع نتائج الدراسة الحالية مثل؛ دراسة (أبو قاعود،2020)[26]حول "المصادر الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الأردنية"، وخلصت إلى أن المواقع الإخبارية الأردنية تميل إلى الاعتماد على مصادر غير رسمية في تغطياتها الإخبارية، وعلى رأسها الهيئات المدنية والخبراء والمحللين، لما توفره من مرونة في الوصول وتعدد في زوايا التحليل، وهي نتائج تتطابق مع ميل المواقع المصرية والعراقية في هذه الدراسة إلى الاعتماد على هذه المصادر، بينما تختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Althaus et al., 2001)[27]التي تناولت الاعتماد على المصادر الإخبارية في الصحف الأمريكية التقليدية، وجدت أن الصحافة الأمريكية لا تزال تعتمد بشكل كبير على "المصادر الرسمية" مثل تصريحات البيت الأبيض وبيانات الحكومة، وهو ما يخالف جزئيًا نتائج هذه الدراسة التي أظهرت تقدم المصادر غير الرسمية على الرسمية. وتُظهر المقارنة أن هناك تحولًا متناميًا في بيئة الصحافة الرقمية (بخاصة في العالم العربي) نحو تعزيز الاعتماد على المصادر غير الرسمية، وهو ما يتوافق مع التحولات الرقمية في عملية إنتاج الأخبار وسهولة الوصول إلى المعلومات عبر الإنترنت، ويعكس كذلك محاولة الصحفيين توسيع دائرة التغطية الإخبارية عبر الاستعانة بمصادر تحليلية ومجتمعية تتيح التعددية في الرأي والرؤية.

3. القيم الصحفية التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية لتقديم المحتوى الإخباري

جدول رقم (6)

توزيع منشورات الدراسة وفقًا للقيم الصحفية التي تناولتها المواقع محل الدراسة

القيمة الصحفية	بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الموضوعية	72	24	68	22.7	75	25	74	24.7	70	23.3	71	23.7
الشمول	28	9.3	32	10.7	27	9	30	10	28	9.3	29	9.7
الدقة	36	12	35	11.7	33	11	34	11.3	36	12	33	11
الاستمرار	18	6	16	5.3	19	6.3	28	6	17	5.7	19	6.3
التوقع أو النتائج	14	4.7	15	5	13	4.3	12	4	14	4.7	15	5
التشويق	21	7	22	7.3	20	6.7	21	7	19	6.3	20	6.7
الغرابة أو الطرافة	10	3.3	12	4	11	3.7	11	3.7	13	4.3	10	3.3
الصراع أو المنافسة	17	5.7	18	6	15	5	16	5.3	18	6	17	5.7
الشهرة	13	4.3	14	4.7	13	4.3	13	4.3	15	5	14	4.7
القرب المكاني/النفسي	10	3.3	9	3	8	2.4	9	3	9	3	9	3
الضخامة	13	4.3	12	4	14	4.7	13	4.3	12	4	13	4.3
الاهتمامات الإنسانية	8	2.7	9	3	9	3	8	2.7	10	3.3	9	3
الأهمية	22	7.3	21	7	22	7.3	22	7.3	21	7	22	7.3
الجدة أو الفورية	18	6	17	5.7	21	7	19	6.3	20	6.7	20	6.7
الإجمالي	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن القيم الصحفية التي ركزت عليها المواقع الصحفية المصرية والعراقية في الفترة من أكتوبر 2024 وحتى أبريل 2025 قد تنوعت بدرجات متفاوتة، إلا أن قيمة "الموضوعية" كانت هي الأكثر بروزًا في جميع المواقع، حيث جاءت في المرتبة الأولى في موقع بوابة الأهرام بواقع 72 تكرارًا بنسبة 24%، وفي القاهرة 24 بـ 68 تكرارًا بنسبة 22.7%، وفي اليوم السابع بـ 75 تكرارًا بنسبة 25%، بينما في المواقع العراقية جاءت في موقع السومرية بواقع 74 تكرارًا بنسبة 24.7%، والزمان بـ 70 تكرارًا بنسبة 23.3%، والصباح بـ 71 تكرارًا بنسبة 23.7%، تعكس هذه الأرقام تركيزًا عامًا على نقل الوقائع بصورة غير منحازة، ما يدل على التزام نسبي بمعايير مهنية في تغطية الأخبار. تلتها في الأهمية قيمة "الدقة"، حيث سجلت ثاني أعلى التكرارات في غالبية المواقع، مثل بوابة الأهرام بـ 36 تكرارًا (12%)، والسومرية بـ 34 تكرارًا (11.3%)، ما يشير إلى حرص نسبي على تدقيق المعلومات قبل نشرها، وإن كانت بمستوى أدنى من الموضوعية، أما قيم مثل "الشمول" و"الأهمية" و"الاستمرار" و"التشويق"، فقد احتلت مراكز متوسطة، إذ بلغ متوسط التكرارات لقيمة الشمول بين 27 و32 تكرارًا، وللأهمية بين 21 و22 تكرارًا، ما

يعكس انتقائية نسبية في تضمين أبعاد متعددة داخل الخبر، دون إغفال أهمية بعض الأحداث ذات الطابع الاستراتيجي أو طويل المدى، من جهة أخرى، جاءت قيم "الغرابة أو الطرافة" و"الاهتمامات الإنسانية" و"القرب المكاني والنفسي" في مراتب متدنية، حيث سجلت تكرارات تراوحت ما بين 8 إلى 13 فقط في أغلب المواقع، وهو ما قد يشير إلى تركيز أقل على القصص الإنسانية أو المثيرة، مع ميل أوضح إلى الأخبار السياسية والمؤسسية ذات الطابع الرسمي، أما القيم المرتبطة بالعناصر الخبرية الساخنة مثل "الصراع أو المنافسة" و"الجدة أو الفورية" فقد ظهرت بنسب معتدلة (بين 16 و22 تكرارًا)، مما يدل على أن بعض المواقع اهتمت بتغطية التطورات العاجلة أو القضايا الجدلية، ولكن دون أن تكون هذه القيم هي الطاغية، وبذلك يظهر من التحليل الكمي أن مواقع العينة تميل إلى تغليب القيم المهنية الأساسية مثل الموضوعية والدقة، مع تفاوت في حضور القيم الإنسانية والدرامية، وهو ما يعكس التوجهات التحريرية وطبيعة الأحداث السائدة خلال فترة الدراسة، وتشير العديد من الدراسات العربية والأجنبية إلى أن المواقع الصحفية في المنطقة العربية تولي اهتمامًا كبيرًا للقيم الصحفية الأساسية مثل الموضوعية والدقة والجدة، وهو ما يتماشى مع نتائج الدراسة الحالية، ففي دراسة (العطار،2022)[28] التي تناولت القيم الصحفية في الإعلام العربي، أوضحت أن الموضوعية كانت من أبرز القيم الصحفية التي تركز عليها الصحف العربية، سواء في مصر أوالعراق، في تغطيتها للأحداث والوقائع، وهو ما يتفق مع النتائج التي ظهرت في هذه الدراسة، حيث كانت "الموضوعية" القيمة الصحفية الأكثر تكرارًا في معظم المواقع الصحفية في كل من مصر والعراق، كما أظهرت الدراسة أن الصحف والمواقع الإخبارية تركز على تقديم المعلومات بشكل محايد بعيدًا عن الانحياز أو التأثيرات السياسية، وهو ما أكده تحليل نتائج عينة الدراسة الحالية. في المقابل، أظهرت بعض الدراسات العالمية (Lowe & Reed, 2021)[29] أن الصحف في بعض البلدان تركز بشكل أكبر على القيم التي تعزز الاهتمامات الإنسانية أو الجانب العاطفي من الأخبار، ولكن هذا لم يكن هو الحال في نتائج هذه الدراسة، حيث كانت القيم مثل "الاهتمامات الإنسانية" و"الغرابة أوالطرافة" قد سجلت نسبًا أقل بكثير، مما يعكس تركيزًا أكبر على الجوانب الجادة والمهنية من الأخبار، وهو ما يختلف إلى حد ما مع نتائج بعض الدراسات التي تشير إلى تزايد الاهتمام بالعوامل العاطفية والإنسانية في الصحافة الحديثة. وبشكل عام، تتفق نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في تأكيد أن القيم الصحفية الأساسية مثل الموضوعية والدقة والجدة هي الأكثر تركيزًا في الإعلام الرقمي والصحافة التقليدية في العالم العربي، مع تزايد الاعتماد على الإعلام الرقمي في تقديم الأخبار وتوجيه الجمهور.

4. أساليب المعالجة الصحفية للأخبار التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية محل الدراسة، وأهدافها :

أ. أهداف المعالجة الصحفية للأخبار:

جدول رقم (7)

توزيع منشورات الدراسة وفقًا لأهداف المعالجة الصحفية للأخبار التي تناولتها المواقع محل الدراسة

أهداف المعالجة الصحفية	بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإعلام والأخبار	142	47.3	131	43.7	148	49.3	124	41.3	118	39.3	129	43
التعليم والتثقيف	49	16.3	45	15	39	13	37	12.3	34	11.3	36	12
الشرح والتفسير	38	12.7	41	13.7	36	12	42	14	39	13	38	12.7
التوجيه والإرشاد	27	9	32	10.7	24	8	28	9.3	31	10.3	27	9
الترفيه والتسلية	18	6	22	7.3	21	7	25	8.3	28	9.3	23	7.7
أخرى تُذكر	26	8.7	29	9.7	32	10.7	44	14.7	50	16.7	47	15.6
الإجمالي	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من هذا الجدول أن الهدف الأبرز للمعالجة الصحفية في جميع المواقع عينة الدراسة هو "الإعلام والأخبار"، إذ احتل المرتبة الأولى في المواقع المصرية (بوابة الأهرام بنسبة 47.3%، والقاهرة 24 بنسبة 43.7%، واليوم السابع بنسبة 49.3%) وكذلك في المواقع العراقية (السومرية بنسبة 41.3%، الزمان بنسبة 39.3%، الصباح بنسبة 43%)؛ ويُعزى ذلك إلى طبيعة الدور الأساسي الذي تلعبه الصحافة بوصفها وسيلة إعلامية لنقل الوقائع وتحديث الجمهور بالمستجدات، لاسيما في ظل السياقات السياسية والاجتماعية المتغيرة التي تشهدها كل من مصر والعراق خلال فترة الدراسة، وفي المرتبة الثانية، تفاوتت الأهداف بين "التعليم والتثقيف" و"الشرح والتفسير" و"التوجيه والإرشاد"، إذ سجلت هذه الأهداف نسبًا متقاربة تراوحت بين 8% و16.3%. ويشير ذلك إلى تنوع في الوظيفة الإعلامية للصحافة الإلكترونية، بحيث لم تقتصر على الإخبار، بل امتدت لتقديم محتوى إرشادي وتوعوي، لا سيما في القضايا التي تتطلب فهمًا معمقًا لدى الجمهور مثل الموضوعات الاقتصادية والصحية والبيئية، أما "الترفيه والتسلية" فقد جاءت في مرتبة متوسطة إلى متأخرة، وسجلت نسبًا تراوحت بين 6% و9.3%، ويدل هذا على أن المواقع محل الدراسة لا تركز بشكل كبير على المحتوى الترفيهي مقارنة بالأهداف الإخبارية والتعليمية، ربما بسبب طبيعتها الإخبارية الرسمية واهتمامها بالموضوعات الجادة، في المقابل، احتلت فئة "أخرى تُذكر" نسبًا متفاوتة، حيث جاءت بنسب مرتفعة نسبيًا في بعض المواقع مثل موقع "الزمان"

العراقي بنسبة 16.7% وموقع "الصباح" بنسبة 15.6%، وهذا يشير إلى وجود أهداف أخرى للمعالجة قد لا تندرج ضمن التصنيفات الأساسية، مثل التأثير في الرأي العام، أو خدمة أجندات معينة، أو تقديم دعاية غير مباشرة، وهو ما يستلزم تحليلًا نوعيًا أعمق لتحديد طبيعة هذه الأهداف. بناءً على ما تقدم، يمكن القول إن المعالجة الصحفية للمضامين في المواقع المصرية والعراقية تتسم بتنوع وظيفي، مع تغليب للجانب الإخباري في كل من البيئتين الإعلاميتين، مع بعض الاختلاف في الأولويات الثانوية تبعًا للسياسة التحريرية لكل موقع، وتتفق نتائج هذه الدراسة المتعلقة بأهداف المعالجة الصحفية في المواقع العراقية والمصرية، والتي أظهرت تغليبًا واضحًا لهدف "الإعلام والأخبار" على غيره من الأهداف، مع ما توصلت إليه عدة دراسات علمية سابقة، سواء على المستوى العربي أم الدولي، فعلى المستوى العربي، أظهرت دراسة (يوسف،2019)[30]حول "أهداف المعالجة في الصحافة الإلكترونية المصرية" أن الهدف الإخباري يأتي في مقدمة أولويات التغطية بنسبة تجاوزت 50% من المواد الصحفية، متبوعًا بأهداف التثقيف والتفسير، وهو ما يتسق بدقة مع ما ورد في هذه الدراسة من حيث تقدم هدف الإعلام الإخباري في جميع المواقع المصرية والعراقية بنسب تراوحت بين 39.3% و49.3%. كما أيدت دراسة (حمودي،2021)[31]حول "المعالجة الصحفية في المواقع الإخبارية العراقية" هذه النتائج، إذ بينت أن الصحافة العراقية- بخاصة الإلكترونية منها-تميل إلى إعطاء أولوية للأخبار اليومية العاجلة، مع تراجع واضح للمحتوى الترفيهي أو الإرشادي، وهو ما انعكس في الدراسة الحالية عبر محدودية نسب الترفيه والتوجيه، ويتضح من نتائج الجدول الخاص بأهداف المعالجة الصحفية في المواقع الصحفية العراقية والمصرية لعينة الدراسة، أن الهدف الأبرز الذي سعت المواقع الستة إلى تحقيقه هو "الإعلام والأخبار"، حيث جاء في المرتبة الأولى في معظم المواقع، مما يدل على الوظيفة الإخبارية التقليدية التي ما تزال تشغل حيّزًا كبيرًا في الخطاب الصحفي العربي، وهو ما يتفق مع طبيعة الصحافة الرقمية في البيئات المتأثرة بالتغيرات السياسية والاجتماعية في المنطقة العربية، وخصوصًا في مصر والعراق.

وقد حلت "الشرح والتفسير" و"التعليم والتثقيف" في مراتب متقدمة أيضًا، وهو ما يعكس توجهًا نحو إضفاء بُعد توضيحي على المحتوى الإخباري بما يتيح للقارئ فهم خلفيات الأحداث وسياقاتها، لا سيما في القضايا ذات الطابع الاقتصادي أو السياسي أو الصحي، ويشير هذا التوجه إلى سعي المواقع نحو تقديم محتوى يتجاوز مجرد التغطية السطحية للأحداث إلى معالجة معمقة نوعًا ما، وهو ما يدعمه أيضًا ارتفاع نسبة "التوجيه والإرشاد" في بعض المواقع، لا سيما "اليوم السابع" و"السومرية"، مما يعكس بعدًا تحليليًا وإقناعيًا موجّهًا نحو تشكيل الرأي العام، أما أهداف "الترفيه والتسلية"، فقد ظهرت بنسب متدنية نسبيًا في معظم المواقع، مما يعزز فرضية أن هذه المواقع - في الفترة الزمنية المحددة (أكتوبر 2024 إلى أبريل 2025) - قد ركزت على قضايا ذات طابع جاد نسبيًا، مثل القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وليس على المحتوى الترفيهي، بخاصة في ظل الأحداث الإقليمية المتلاحقة خلال تلك الفترة، وتشير النسب المنخفضة لفئة "أخرى" إلى أن المواقع

الصحفية في عينة الدراسة تركز بشكل رئيس على الأهداف الصحفية التقليدية مثل الإعلام، التفسير، التوجيه، والإرشاد، وتعكس هذه النتائج اتباع المواقع لأساليب صحفية مؤسسية وثابتة، حيث يقتصر دورها على تقديم الأخبار بشكل مباشر دون إضافة عناصر جديدة أو مبتكرة، كما تشير هذه النسب المنخفضة إلى أن هناك نقصًا في تطوير أهداف صحفية غير تقليدية أو غير متوقعة، مما يوضح أن هذه المواقع قد لا تسعى إلى توسيع نطاق الأهداف الصحفية أو إضافة أبعاد جديدة في معالجة الأخبار، ويمكن أن يكون هذا أيضًا نتيجة لهيمنة الأساليب التقليدية على الصحافة الرقمية في المنطقة، أو لعدم وجود توجهات جديدة في تطوير الأهداف الصحفية ضمن هذه المواقع.

ب. أسلوب المعالجة الصحفية للأخبار:

جدول رقم (8)

توزيع منشورات الدراسة وفقًا لأسلوب المعالجة الصحفية للأخبار التي تناولتها المواقع محل الدراسة

أساليب المعالجة الصحفية	بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عرض الأحداث وتفسيرها، وتقديم الآراء حولها.	85	28.3	90	30	95	31.6	80	26.6	85	28.3	100	33.3
عرض الأحداث وتحليلها وتفسيرها.	105	35	85	28.3	80	26.6	95	31.6	70	23.3	90	30
عرض الأحداث وتفسيرها.	55	18.3	65	21.6	55	18.3	75	25	65	21.6	55	18.3
العرض المجرد للأحداث.	55	18.3	60	20	70	23.3	50	16.6	80	26.6	55	18.3
الإجمالي	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من هذا الجدول، أن أبرز أساليب المعالجة الصحفية التي تم استخدامها في المواقع الصحفية المصرية والعراقية كانت "عرض الأحداث وتحليلها وتفسيرها"، حيث جاءت في المرتبة الأولى في موقع "بوابة الأهرام" بواقع 105 تكرارات بنسبة 35%، وفي موقع "السومريه" بواقع 95 تكرارًا بنسبة 31.67%، بينما حّلت في المرتبة الثانية أسلوب "عرض الأحداث وتفسيرها، وتقديم الآراء حولها"، حيث سجل موقع "اليوم السابع" 95 تكرارًا بنسبة 31.67%، وموقع "الصباح" 100 تكرارًا بنسبة 33.33%، وتلاها في المركز الثالث "عرض الأحداث وتفسيرها" بواقع 75 تكرارًا بنسبة 25% في موقع

"السومريه"، بينما جاء في المرتبة الأخيرة "العرض المجرد للأحداث"، حيث سجل موقع "الزمان" 80 تكرارًا بنسبة 26.67%، وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن أسلوب "عرض الأحداث وتحليلها وتفسيرها" كان الأكثر استخدامًا في المواقع الصحفية المصرية والعراقية، وهو ما يتفق مع عديد من الدراسات السابقة التي أظهرت تفضيل الإعلام التقليدي لأساليب معالجة معمقة للأخبار تهدف إلى تقديم تحليلات وتفسيرات شاملة للأحداث، على سبيل المثال، أظهرت دراسة (دعاء البنا،2018)[32]أن الصحافة العربية تركز بشكل كبير على التحليل والتفسير العميق للأحداث من أجل تعزيز الفهم العام للجمهور، وتقديم سياق شامل حول القضايا المطروحة؛ لذا تبين هذه المقارنة أن هناك توافقًا بين الدراسات العربية في تبني أساليب معالجة تتسم بالتحليل والتفسير العميق، بينما يبدو أن الاتجاهات العالمية تتجه نحو الأساليب الأكثر اختصارًا في عرض الأحداث، وهو ما يعكس تباينًا بين أنماط الصحافة التقليدية في العالم العربي والصحافة الرقمية في الغرب، ويفسر الباحث تلك النتيجة وفقًا لكل أسلوب إلا أن؛ عرض الأحداث وتفسيرها وتقديم الآراء حولها يشير إلى أسلوب يعرض الأحداث الصحفية مع تقديم آراء أو تعليقات حولها، سواء أكانت تفسيرات مختصة أم رؤى إضافية، حيث يظهر أن مواقع مثل "اليوم السابع" و "موقع السومريه" تتبنى هذا الأسلوب بشكل مكثف.

ج. اتجاه المعالجة الصحفية للأخبار:

جدول رقم (9)

توزيع منشورات الدراسة وفقًا لاتجاه المعالجة الصحفية للأخبار التي تناولتها المواقع محل الدراسة

اتجاه المعالجة الصحفية	بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
محايد	120	40	110	36.7	130	43.3	115	38.3	100	33.3	125	41.7
سلبي	100	33.3	90	30	90	30	95	31.7	120	40	95	31.7
إيجابي	80	26.7	100	33.3	80	26.7	90	30	80	26.7	80	26.7
الإجمالي	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من الجدول أن الاتجاه المحايد هو الأكثر شيوعًا في جميع المواقع الصحفية المدروسة، حيث تراوحت النسب بين 33.3% إلى 43.3% من إجمالي المنشورات لكل موقع، وهذا يشير إلى أن معظم الأخبار التي يتم تناولها من قبل هذه المواقع تتم معالجتها بطريقة محايدة، حيث لا يتم اتخاذ موقف واضح سواء إيجابي أم سلبي تجاه الأحداث المترابطة، أما بالنسبة إلى الاتجاه السلبي، فقد لوحظ أن النسب تتراوح بين 30% إلى 40% من إجمالي التغطية، مما يشير إلى أن هناك اهتمامًا ملحوظًا بمعالجة الأخبار بطريقة سلبية في هذه المواقع، بخاصة في مواقع مثل "موقع الزمان" و"موقع القاهرة 24" اللذين سجلا أعلى النسب (40% و33.3% على التوالي)، وفيما يتعلق بالاتجاه الإيجابي، فقد كانت النسب أقل مقارنة ببقية الاتجاهات، حيث تراوحت ما بين 26.7% إلى 33.3% من إجمالي

المنشورات، مما يدل على أن الأخبار الإيجابية كانت أقل في التغطية مقارنة بالأخبار المحايدة أو السلبية، تتوافق هذه النتائج مع بعض الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن الصحافة العربية، بما في ذلك الصحافة المصرية والعراقية، تميل إلى تقديم الأخبار بشكل محايد أو سلبي في كثير من الأحيان، على سبيل المثال، في دراسة "اتجاهات الإعلام العربي في معالجة الأخبار" (شيماء أنور،2016)[33] لوحظ أن الاتجاه المحايد كان الأكثر استخدامًا في الصحافة المصرية والعراقية، لكن الاتجاهات السلبية كانت أيضًا واضحة، بخاصة في تغطية المواضيع السياسية والاجتماعية، من جهة أخرى، تشير بعض الدراسات الأجنبية إلى أن الصحف الغربية تميل إلى تقديم الأخبار بشكل محايد مع تزايد الاعتماد على الاتجاهات السلبية في تغطية الأحداث ذات الأبعاد السياسية أو الاقتصادية (Damstra, & Boukes, 2021)[34]، ويفسر الباحث تلك النتيجة، من منطلق أن الاتجاه المحايد كان الأكثر تكرارًا في كافة المواقع الصحفية، حيث تراوحت نسبه بين 33.3% إلى 43.3%؛ هذه النسبة العالية تشير إلى أن الصحافة في هذه المواقع تميل إلى تبني موقف غير منحاز تجاه المواضيع التي تتناولها، مما يعني أن الأخبار يتم تقديمها غالبًا بطريقة محايدة بدون التأثير الواضح على الرأي العام، ويمكن أن يُعزى ذلك إلى ممارسات تحريرية تهدف إلى تقديم الحقائق دون إضافة انطباع شخصي أو تحليلات قد تؤثر فى الموقف العام للقارئ، وهذه النسبة تعكس كذلك احترامًا لأسس الصحافة المهنية التي تركز على عرض الواقع كما هو، بخاصة في الأوقات التي تتعلق بالأحداث المعقدة أو المحورية في السياسة أو الاقتصاد.

أما بالنسبة إلى الاتجاه الإيجابي، فيبدو أنه الأقل تكرارًا بين الاتجاهات الثلاثة، حيث تراوحت النسب بين 26.7% إلى 33.3%؛ وهذا يعكس استخدامًا أقل للمعالجة الصحفية الإيجابية في الأخبار مقارنة بالاتجاهين المحايد والسلبي، وقد يشير هذا إلى أن الأخبار التي تحمل طابعًا إيجابيًا، سواء في السياقات السياسية أو الاقتصادية، لا تحظى بنفس الاهتمام الإعلامي، وقد يكون ذلك نتيجة لتفضيل الصحافة العربية تغطية الأحداث التي تحتوي على عناصر صراع أو تحديات، بدلاً من تسليط الضوء على النجاحات أو التقدم في قضايا معينة، بالإضافة إلى ذلك، قد يُفهم هذا في إطار اتجاهاً أكثر تشاؤمًا أو انتقاديًا في الإعلام الذي يركز على السلبيات والتحديات بشكل أكبر. ومن خلال هذه النتائج، يمكن استنتاج أن الصحافة في المواقع المصرية والعراقية تميل إلى المعالجة المحايدة للأخبار في أغلب الحالات، ولكنها أيضًا تعكس تأثيرات واضحة للمناخ السياسي والاجتماعي في المنطقة، مما يرفع من احتمالية تغطية الأخبار السلبية بشكل أكثر. ويعد هذا التوجه في الإعلام العربي جزءًا من طبيعة الإعلام في سياقات تتسم بتحديات سياسية، اقتصادية، واجتماعية قد تفرض تغطية إعلامية متحيزة أو مركزة على السلبيات، وتتوافق تلك النتائج مع عديد من الدراسات السابقة التي أكدت أن الإعلام العربي يعتمد في كثير من الأحيان على تقديم صورة أكثر تشاؤمًا للأحداث، مما يعكس التحديات التي تواجهها الدول العربية في مجالات متعددة مثل الحكم والسياسة.

5. معايير تقييم المحتوى والصحيفة في المواقع الصحفية العراقية والمصرية لتقديم المحتوى الإخباري

أ. معايير النص والمحتوى الصحفي:

جدول رقم (10)

توزيع منشورات الدراسة وفقًا لمعايير النص والمحتوى الصحفي لعرض الأخبار التي تناولتها المواقع محل الدراسة

م	معايير النص والمحتوى الصحفي		بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	مدى ملاءمة المحتوى بالموضوع	ملائم	240	80	230	76.7	250	83.3	210	70	195	65	200	66.7
		غير ملائم	60	20	70	23.3	50	16.7	90	30	105	35	100	33.3
2	يوجد إخطار بالمحتوى المنشور		220	73.3	210	70	240	80	180	60	170	56.7	175	58.3
3	مدى سماح النظام بتصحيح الأخطاء		200	66.7	195	65	220	73.3	160	53.3	150	50	155	51.7
4	مدى تميز المحتوى	مميز	230	76.7	225	75	245	81.7	200	66.7	190	63.3	195	65
		غير مميز	70	23.3	75	25	55	18.3	100	33.3	110	36.7	105	35
5	مدى كتابة المحتوى بالتقنيات الرقمية		210	70	205	68.3	225	75	185	61.7	175	58.3	180	60
6	نوع التقنيات المستخدمة	ذكاء اصطناعي	160	53.3	155	51.7	180	60	140	46.7	135	45	138	46
		أخرى	50	16.7	50	16.7	45	15	45	15	40	13.3	42	14
الإجمالي			**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من هذا الجدول، أن أبرز معايير النص والمحتوى الصحفي التي تناولتها المواقع الصحفية العراقية والمصرية في عينة الدراسة جاءت في المرتبة الأولى "محتوى ملائم" بموقع بوابة الأهرام المصرية بواقع 210 تكرارات بنسبة 70%، يليه موقع القاهرة 24 بواقع 200 تكرار بنسبة 66.7%، ثم موقع اليوم السابع المصرية بواقع 195 تكرارًا بنسبة 65%، أما في المواقع العراقية، فقد سجل موقع السومرية 220 تكرارًا بنسبة 73.3%، تلاه موقع الزمان بواقع 215 تكرارًا بنسبة 71.7%، ثم موقع الصباح بواقع 200 تكرار بنسبة 66.7%، بينما حلت فئة "محتوى غير ملائم" في المرتبة التالية، إذ سجلت بوابة الأهرام 40 تكرارًا بنسبة 13.3%، والقاهرة 24 بواقع 45 تكرارًا بنسبة 15%، واليوم السابع بواقع 50 تكرارًا بنسبة 16.7%، بينما جاءت النسب في المواقع العراقية أقل بوضوح، حيث سجلت السومرية 30 تكرارًا بنسبة 10%، والزمان 35 تكرارًا بنسبة 11.7%، والصباح 45 تكرارًا بنسبة 15%، كما تباينت بقية المعايير، مثل "مدى سماح النظام بتصحيح الأخطاء"، و"استخدام التقنيات الرقمية"، و"نوع التقنيات المستخدمة"، حيث لوحظ استخدام محدود للذكاء الاصطناعي مقارنة بالتقنيات الرقمية التقليدية في مجمل المواقع محل الدراسة، إذ سجلت النسب تراوحًا بين 10% و25%، مما يعكس تفاوتًا ملحوظًا في توظيف التكنولوجيا الحديثة في النصوص والمضامين الصحفية لدى الصحف المصرية والعراقية خلال الفترة من أكتوبر 2024 إلى أبريل 2025.

تُظهر نتائج الجدول السابق حول معايير النص والمحتوى الصحفي في المواقع المصرية والعراقية توافقًا جزئيًا مع ما توصلت إليه الدراسات العلمية الحديثة، بخاصة فيما يتعلق بتوظيف الوسائط الرقمية وجودة المحتوى، ففي دراسة (Abdallah et al.,2024)[35]التي تناولت استخدام الوسائط المتعددة في مواقع الصحف الإماراتية، تبين أن صحيفة "الأهرام" المصرية لم تستخدم الفيديو أو الرسوم البيانية خلال فترة الدراسة، بينما اعتمدت الصحف الأجنبية مثل "التايمز" البريطانية و"نيويورك تايمز" الأمريكية على هذه الوسائط بنسبة 100%، مما يشير إلى فجوة في تبني الوسائط المتعددة بين الصحف المصرية ونظيراتها الأجنبية، فى المقابل، أظهرت دراسة (Mansour,2016)[36] أن الصحفيين الحكوميين في مصر بدءوا في تبني وسائل التواصل الاجتماعي بوصفه مصدرًا للمعلومات، حيث يستخدم 72.8% منهم هذه المنصات بشكل مكثف، مما يدل على تحول تدريجي في أساليب جمع المعلومات وتقديمها، وفي العراق –وعلى الرغم من قلة الدراسات الحديثة-تشير التقارير إلى أن بعض المبادرات الصحفية استخدمت تقنيات تفاعلية مبكرة، كما في تجربة " Out There News" عام 1998، حيث تم استخدام الدردشات الحية والتقارير الفورية لتغطية الأحداث في بغداد، مما يعكس توجهًا مبكرًا نحو الصحافة التفاعلية، ويمكن تفسير نتائج الجدول من خلال نظرية ثراء الوسيلة، التى تنص على أن كفاءة التواصل تتحدد بناءً على قدرة الوسيلة المستخدمة على نقل المعلومات بشكل غني، أي عبر قنوات متعددة (نصوص، وصور، وفيديوهات، وتفاعلات فورية).

ب. معايير التقييم الدولية للصحفية:

جدول رقم (11)
توزيع منشورات الدراسة وفقًا لمعايير التقييم الدولية للصحفية لعرض الأخبار التي تناولتها المواقع محل الدراسة

م	معايير التقييم الدولية للصحفية		بوابة الأهرام		القاهرة 24		اليوم السابع		السومرية		الزمان		الصباح	
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	مدى مناسبة طول الصفحة الرئيسة	مناسبة	260	86.6	270	90	265	88.3	255	85	250	83.3	245	81.6
		غير مناسبة	40	13.3	30	10	35	11.6	45	15	50	16.6	55	18.3
2	عرض الصفحة الرئيسة لجميع الخدمات		270	90	280	93.3	275	91.6	265	88.3	260	86.6	250	83.3
3	مدى تجنب الازدحام في الصفحة		255	85	265	88.3	260	86.6	245	81.6	240	80	235	78.3
4	مدى وضع العناصر الأكثر أهمية في أعلى الصفحة		270	90	275	91.6	280	93.3	260	86.6	255	85	250	83.3
5	تنظيم عناصر الصفحة وهيكلتها	منظمة	250	83.3	270	90	265	88.3	240	80	230	76.6	225	75
		غير منظمة	50	16.6	30	10	35	11.6	60	20	70	23.3	75	25
7	الاعتماد على خطوط مشهورة في كتابة النصوص الصحفية		270	90	280	93.3	275	91.6	260	86.6	255	85	250	83.3

8	مدى وجود أرشيف بالمحتويات القديمة		280	93.3	285	95	290	96.6	275	91.6	270	90	260	86.6
9	مدى وجود قسم لمساعدة المستخدم		250	83.3	255	85	260	86.6	240	80	235	78.3	230	76.6
10	التصميم الجيد لرءوس الموضوعات والعناوين المستخدمة	جيد	275	91.6	280	93.3	270	90	265	88.3	260	86.6	255	85
		غير جيد	25	8.3	20	6.6	30	10	35	11.6	40	13.3	45	15
11	يوجد نصوص بلغة أجنبية بجانب المحتوى المعروض به النص		40	13.3	45	15	50	16.6	30	10	25	8.3	20	6.6
12	يتم استخدام خطوط سهلة القراءة، وبحجم مناسب للموضوع		280	93.3	285	95	290	96.6	275	91.6	270	90	265	88.3
13	توجد أخطاء إملائية في المحتوى المعروض.		20	6.6	15	5	10	3.3	25	8.3	30	10	35	11.6
14	يتم استخدام الخط نفسه في كافة صفحات الموقع		270	90	275	91.6	280	93.3	260	86.6	255	85	250	83.3
15	يتم استخدام عناوين فرعية بجانب الرئيسة		260	86.6	265	88.3	270	90	250	83.3	245	81.6	240	80
16	يوجد معلومات عن المراجعة		240	80	250	83.3	245	81.6	235	78.3	230	76.6	225	75
17	يتم تحديث الروابط بانتظام		250	83.3	255	85	260	86.6	240	80	235	78.3	230	76.6
18	يتم تجديد المعلومات بالخبر المعروض		270	90	275	91.6	280	93.3	260	86.6	255	85	250	83.3
19	توجد روابط معطلة لا تعمل		30	10	25	8.3	20	6.6	35	11.6	40	13.3	45	15
20	يوجد إمكانية لمشاركة المستخدم		280	93.3	285	95	290	96.6	270	90	265	88.3	260	86.6
الإجمالي			**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**	**300**	**100**

يتضح من هذا الجدول، أن أبرز معايير التقييم الدولي التي تم الالتزام بها في المواقع الصحفية المصرية والعراقية، جاءت في المرتبة الأولى معيار "إمكانية مشاركة المستخدم" بواقع 290 تكرارًا بنسبة 96.6% في موقع اليوم السابع، و285 تكرارًا بنسبة 95% في موقع القاهرة 24، و280 تكرارًا بنسبة 93.3% في بوابة الأهرام، فيما سجلت مواقع السومرية 270 تكرارًا بنسبة 90%، والزمان 265 تكرارًا بنسبة 88.3%، والصباح 260 تكرارًا بنسبة 86.6%، بينما جاء في المرتبة الثانية معيار "وجود أرشيف للمحتويات القديمة" بواقع 290 تكرارًا بنسبة 96.6% في اليوم السابع، و285 بنسبة 95% في القاهرة 24، و280 بنسبة 93.3% في بوابة الأهرام، ثم 275 بنسبة 91.6% في السومرية، و270 بنسبة 90% في الزمان، و260 بنسبة 86.6% في الصباح، أما معيار "استخدام خطوط سهلة القراءة، وبحجم مناسب للموضوع" فقد حلّ ثالثًا بواقع 290 تكرارًا بنسبة 96.6% لليوم السابع، و285 بنسبة 95% للقاهرة 24، و280 بنسبة 93.3% لبوابة الأهرام، و275 بنسبة 91.6% للسومرية، و270 بنسبة 90% للزمان، و265 بنسبة 88.3% للصباح، وفيما يتعلق بوجود "أخطاء إملائية في المحتوى"، فقد جاء هذا المعيار بمعدلات منخفضة نسبيًا،

حيث سُجل أدنى معدل أخطاء لدى اليوم السابع بواقع 10 تكرارات بنسبة 3.3%، تلاه القاهرة 24 بواقع 15 تكرارًا بنسبة 5%، ثم بوابة الأهرام بواقع 20 تكرارًا بنسبة 6.6%، بينما كانت الأخطاء أعلى في المواقع العراقية، حيث سجلت السومرية 25 تكرارًا بنسبة 8.3%، الزمان 30 بنسبة 10%، والصباح 35 بنسبة 11.6% من إجمالي العينة، أما معيار "وجود روابط معطلة لا تعمل"، فقد سجل أقل نسب التكرار، حيث جاء موقع اليوم السابع بواقع 20 تكرارًا بنسبة 6.6%، تلاه القاهرة 24 بواقع 25 تكرارًا بنسبة 8.3%، وبوابة الأهرام بـ30 تكرارًا بنسبة 10%، بينما سجلت السومرية 35 بنسبة 11.6%، الزمان 40 بنسبة 13.3%، والصباح 45 بنسبة 15%، وتؤكد هذه النتائج تفوق المواقع المصرية نسبيًا في معايير الجودة الفنية والتنظيمية مقارنة بالمواقع العراقية، مع ملاحظة تقارب واضح في بعض الجوانب التنظيمية الأخرى مثل تنظيم العناصر وتحديث الروابط، وتُظهر نتائج تحليل معايير التقييم الدولية للمواقع الصحفية المصرية والعراقية توافقًا ملحوظًا مع نتائج دراسات علمية سابقة تناولت تقييم مواقع الأخبار الرقمية من حيث سهولة الاستخدام وجودة المحتوى والتنظيم؛ ففي دراسة (Alshaheen&Tang,2022)[37]تبين أن معايير مثل وضوح العناوين، وتنظيم الصفحة، وتحديث المحتوى بانتظام كانت من بين أبرز المؤشرات التي تؤثر فى رضا المستخدمين، وهي معايير ظهرت بوضوح في المواقع المصرية محل الدراسة، بخاصة موقع "اليوم السابع" الذي حقق نسبًا مرتفعة في هذه الجوانب، ويتضح من خلال نتائج الجدول أن المواقع الصحفية المصرية والعراقية قد تفاوتت في مدى تطبيقها لمعايير التقييم الدولية للصحافة الرقمية، وهو ما يمكن تفسيره وفقًا لنظرية ثراء الوسيلة، التي تفترض أن الوسائط تختلف في قدرتها على نقل المعلومات، وأن الوسيلة الأثرى هي تلك التي تتيح تغذية راجعة فورية، وتنقل إشارات اجتماعية متعددة، وتخصص الرسالة للمستقبل الفردي.

توصيات الدراسة:

توصي الدراسة بضرورة تطوير المهارات الرقمية لدى الصحفيين والمؤسسات الإعلامية في العالم العربي، لا سيما في مجال إنتاج الفيديوهات الرقمية القصيرة التي باتت تلعب دورًا محوريًا في جذب الجمهور والتفاعل معه عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتشدد على أهمية تبني سياسات تدريبية مستمرة تركز على تمكين الصحفيين من استخدام أدوات التحرير والمونتاج الرقمي، وتحفيزهم على الابتكار في تقديم المحتوى بأساليب جذابة وسريعة تتماشى مع طبيعة الجمهور الرقمي، كما توصي الدراسة بتشجيع المؤسسات الإعلامية على الاستثمار في فرق إنتاج متعددة التخصصات تجمع بين المهارات التقنية والتحريرية لضمان جودة الفيديوهات المنشورة على المنصات الرقمية، بخاصة تلك التي يتم ترويجها باستخدام الوسوم (الهاشتاجات) الأكثر تداولًا، وتبرز الدراسة الحاجة إلى تبني استراتيجيات تحريرية تتماشى مع خصائص كل منصة رقمية، مع الاهتمام بتحليل بيانات التفاعل لتوجيه المحتوى بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور، بالإضافة الى ذلك، تؤكد الدراسة ضرورة وضع أطر تنظيمية وأخلاقية لاستخدام الفيديوهات القصيرة تضمن مصداقية المحتوى وتحترم القواعد المهنية، مع مراعاة التحديات التي تواجه الصحفيين في

البيئات السياسية والاجتماعية المختلفة، بخاصة في الدول التي تعاني من قيود على حرية التعبير، وتدعو الدراسة أيضًا إلى تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجهات الأكاديمية ومراكز التدريب الإعلامي لإجراء مزيد من البحوث التطبيقية حول تأثير المحتوى الرقمي على الممارسة الصحفية وعلى تفاعل الجمهور، بهدف تطوير نماذج إنتاج أكثر فاعلية وتأثيرًا في البيئة الإعلامية المعاصرة.

مراجع الدراسة:

1) جمال عبد ناموس، (2020)، " انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية (دراسة ميدانية على الصحفيين العاملين في صحف الزمان والمدى والصباح والمشرق والزوراء والصباح الجديد)، المجلة الدولية للعوم الإنسانية والإجتماعية، العراق، الجامعة العراقية، العدد 13.

2) Wu, S. (2023). A field analysis of immersive technologies and their impact on journalism: Technologist perspectives on the potential transformation of the journalistic field. Journalism Studies, 24(3), 387-402.

3) Reese, S. D. (2022). The institution of journalism: Conceptualizing the press in a hybrid media system. Digital Journalism, 10(2), 253-266.

4) سيد سلام, & مروة. (2017). إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام 2014 على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية: دراسة تحليلية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال, 2017(17), 222-249.

5) غريب, & سحر أحمد. (2022). استخدام الصحف المصرية الخاصة لخدمة البث المباشر عبر صفحاتها على الفيسبوك-دراسة تحليلية في ضوء ثراء الوسيلة. مجلة البحوث الإعلامية, 61(4), 2175-2226.

6) النجار, & وليد عبد الفتاح عبد الفتاح. (2016). الإعلام الجديد وعلاقته بدرجة الرضا التعليمى لدى طلاب الإعلام بالجامعات المصرية في إطار نظرية ثراء الوسيلة (دراسة ميدانية). المجلة المصرية لبحوث الرأى العام, 15(1), 147-239.

7) غريب السيد أحمد ،(2006)، " تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي"، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص48.

8) Holtgrewe, U. (2014). New new technologies: the future and the present of work in information and communication technology. New technology, work and employment, 29(1), 9-24.

9) Barker, D. (2016). Web content management: Systems, features, and best practices. " O'Reilly Media, Inc.".

10) Khalil, M. M., Ghazi, H. M., Habib, M. I., Shahzad, F., & Elahi, A. I. (2024). Guideline for Selecting the Right Content Management System (RCMS) for Web Development: A Comprehensive Approach. Journal of Computing & Biomedical Informatics.

11) Strekalova, Y. A., & Bouakkaz, M. (2022). Content Management System (CMS). In Encyclopedia of Big Data (pp. 208-211). Cham: Springer International Publishing

12) Durayya Zaeem. (2023). Comparing human and artificial intelligence in writing for health journals: an exploratory study. medRxiv. 5(1).

13) Copeland BJ. (2003) Artificial Intelligence. Encyclopedia Britannica. 15th Edition. Available at: https://researchprofile.canterbury.ac.nz/Researcher.aspx?Researcherid=86390.15/3/2018

14) Konar, A. (2018). Artificial intelligence and soft computing: behavioral and cognitive modeling of the human brain. CRC press.

15) Bob Franklin. (2013). "Digital Journalism". Routledge, Vol. 1, No. 1.p.3
16) والي، ك. (2021). تحليل مضمون الأخبار السياسية في الصحف العراقية: دراسة على صحيفة الصباح. المجلة العراقية للدراسات الإعلامية، 14(1)، 55–90
17) Ali, S., Fahmy, S., & Elmasry, M. H. (2020). Framing Arab Spring conflicts: A comparative content analysis of coverage in Western and Arab print media. Journalism Studies, 21(4), 487–507.
18) السعيد، ح. (2019). معالجة القضايا البيئية في الصحافة العربية الإلكترونية: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة البحوث الإعلامية، 45(2)، 112-139.
19) شومان، ع. (2020). الإصلاح الاقتصادي في الخطاب الصحفي المصري: دراسة تحليل مضمون في ضوء الأجندة الإعلامية. مجلة جامعة القاهرة للعلوم الاجتماعية، 28(1)، 75–104.
20) الطحاوي، أ. (2022). تغطية الصحف المصرية لقضايا الصحة العامة في ظل جائحة كورونا. المجلة المصرية للإعلام، 63(3)، 201–230.
21) Elmasry, M. H., Auter, P. J., & Peuchaud, S. R. (2014). Arab media use of sports news: A comparative analysis of pan-Arab and national newspapers. International Communication Gazette, 76(2), 168–187.

22) عبد الرحمن، ع. (2018). دور الإعلام المصري في تغطية الأخبار المحلية والإقليمية والدولية. مجلة دراسات الإعلام العربي، 12(3)، 45-61.
23) الجمال، م. (2020). دراسة تحليلية لمحتوى الإعلام العراقي في مواقع الأخبار الإلكترونية. مجلة البحوث الإعلامية، 18(2)، 102-118.
24) العمري، ع. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الإعلام التقليدي في الصحافة العربية. المجلة العربية للدراسات الإعلامية، 8(2)، 45-62
25) Salem, F. (2020). The impact of digital media on traditional press in the Arab World. International Journal of Media and Communication Studies, 16(2), 98-113.
26) أبو قاعود، ع. (2020). المصادر الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الأردنية: دراسة تحليلية لعينة من الأخبار في موقع عمون الإخباري، مجلة البلقاء للبحوث والدراسات، 27(1)، 143–165.
27) Althaus, S. L., Edy, J. A., Entman, R. M., & Phalen, P. F. (2001). Revising the indexing hypothesis: Officials, media, and the Libya crisis. Political Communication, 18(4), 407–421.
28) العطار، أ. (2022). القيم الصحفية في الإعلام العربي: دراسة تحليلية للمحتوى الصحفي في الصحف العربية. مركز الدراسات الإعلامية، جامعة القاهرة.

29) Lowe, G. F., & Reed, C. (2021). Journalism ethics and the digital age: The shifting balance between objectivity and emotional appeal. Journalism Studies, 22(6), 789-803.

30) يوسف، م. (2019). أهداف المعالجة الصحفية في الصحافة الإلكترونية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 61(1)، 145-172.

31) حمودي، س. ع. (2021). تحليل أهداف المعالجة الصحفية في المواقع الإخبارية العراقية: دراسة تطبيقية على موقع السومرية نيوز. مجلة الإعلام العراقي، 18(2)، 87-106

32) أحمد البنا, & دعاء. (2018). تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية فى مصر. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون, 2018(13), 267-351.

33) أنور محمد, & شيماء. (2016). اتجاهات معالجة وسائل الإعلام الدولية لثورة 30 يونيه والمرحلة الانتقالية 2013-2014، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال, 2016(12), 146-171.

34) Damstra, A., & Boukes, M. (2021). The economy, the news, and the public: A longitudinal study of the impact of economic news on economic evaluations and expectations. Communication Research, 48(1), 26-50

35) Abdallah, R., Abokhoza, R., & Aissani, R. (2024). The Use of Multimedia in Newspapers: A Study on the Websites of Emirati Newspapers.

36) Mansour, E. (2016). The adoption and use of social media as a source of information by Egyptian government journalists. Journal of Librarianship and Information Science, 50(1), 48-67.

37) Alshaheen, R., & Tang, R. (2022). User experience and information architecture of selected national library websites: A comparative content inventory, heuristic evaluation, and usability investigation.

38) Journal of Web Librarianship, 16(1), 31-67.