

## أثر صحافة المحمول على الممارسة الإعلامية في إقليم كردستان-العراق دراسة وصفية

أ.م.د. ريبه ر كوران مصطفى

قسم التقنية الاعلامية، كلية الإدارة التقنية، جامعة السليمانية التقنية، إقليم كردستان، العراق  
[rebar.goran@spu.edu.iq](mailto:rebar.goran@spu.edu.iq)

### الملخص

يهدف هذا البحث الى معرفة أثر صحافة المحمول في الممارسة الإعلامية في إقليم كردستان-العراق، ويأتي أهمية هذا البحث بدراسته لظاهرة إعلامية حديثة والتي انعكست على الإعلاميين في نشاطاتهم وأعمالهم الإعلامية اليومية. ويطبق في هذا البحث المنهج الوصفي بإسلوب المسح الميداني على عينة غير عشوائية قصدية من الإعلاميين حجمها (100) إعلامي في إقليم/كوردستان-العراق، وذلك اعتماداً على استمارة استبيان، من أجل الوصول إلى بيانات ومعلومات دقيقة تتعلق بتساؤلات وأهداف البحث. وقد توصل الباحث في هذا البحث الى مجموعة نتائج، من أهمها: أن نسبة عالية من الإعلاميين في إقليم/كوردستان-العراق يستخدمون الهاتف المحمول، ويعتمدون بالدرجة الأولى على جهاز من نوع الأيفون في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية. كما أن عينة البحث يستخدمون بنسبة عالية الهاتف المحمول للتغطيات الإعلامية للصور الثابتة والأخبار، كما يهتمون ويتابعون فيعتمدون على هاتف المحمول بشكل دائم في أعمالهم الإعلامية. وأخيراً أن مواقف الباحثين حول الهاتف المحمول وانعكاساتها على الأداء الإعلامي، وهي ساهمت في تقارب وإندماج وسائل الإعلام.

### معلومات البحث

تاريخ البحث:

الاستلام: ٢٠٢٣/٢/١٤

القبول: ٢٠٢٣/٣/٢٨

النشر: ربيع ٢٠٢٤

الكلمات المفتاحية:

*Effect, Mobile*

*Journalism, Media*

*Practice, Kurdistan*

*Region, Iraq*

Doi:

10.25212/lfu.qzj.9.1.23

### 1. المقدمة:

أصبحت الهواتف الذكية أداة هامة من أدوات وسائل الإعلام و وسيطٍ فعال لنشر مواد إعلامية متنوعة، وكذلك بسبب قدراتها العالية ومميزاتها الخاصة وخدماتها المختلفة، وبدأت تلك الهواتف من خدمات إعلامية متنوعة، مثل: (الرسائل القصيرة العاجلة، صناعة الأخبار، تنفيذ حوار كامل، إجراء عمليات المونتاج، البث والنشر للمواد الإعلامية) كالنصوص والصور الفوتوغرافية وملفات الصوت والصورة (العنانية، 2018). ومع هذا التطور في استخدام الهواتف الذكية في مجال العمل الإعلامي، بدأت تظهر مصطلحات جديدة، من أبرزها صحافة الموبايل التي تعتبر شكلاً ناشئاً من الإعلام الجديد للرواية الصحفية وتستخدم فيها الأجهزة المحمولة مع شبكة اتصالات، لتحرير الأخبار وجمعها وتوزيعها (أمين، 2018). وباتت صحافة الموبايل تمتلك أيضاً

إمكان تقديم التقارير الإخبارية للمجتمعات الصغيرة، وتسهيل عملية تبادل المعلومات بين المستخدمين، بشكل أفضل كثيراً نتيجة سهولة استخدام الهواتف المحمولة، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، مثل: الصحف والراديو والتلفزيون (جابر، 2016، 43). ويحاول الباحث في هذا البحث الى معرفة أثر صحافة المحمول في الممارسة الإعلامية لدى عينة من الإعلاميين في إقليم كردستان-العراق.

## 2. الجانب المنهجي للبحث:

**2.1 مشكلة البحث:** تمثلت مشكلة البحث في تساؤل رئيسي: (ما أثر صحافة المحمول في الممارسة الإعلامية في إقليم كردستان-العراق) ، ويتفرغ من هذا السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات التالية:

1. ما مدى وحجم الإستخدام الإعلامي للهواتف الذكية لدى الإعلاميين في إقليم كردستان/العراق؟
2. ما أبرز انواع التغطية الإعلامية التي تستخدم فيها الإعلاميين الهواتف الذكية؟
3. ما أهم اشكال التغطية الإعلامية عن طريق الهواتف الذكية من قبل الإعلاميين؟
4. ما مواقف المبحوثين حول استخدام الهاتف المحمول وانعكاساتها على أدائهم الإعلامي؟

## 2.2 أهمية البحث: يأتي أهمية هذا البحث من خلال:

1. وصف وتفسير وتحليل أداة و وسيلة إعلامية حديثة التي تستخدم في المجال الإعلامي في العالم كله وإقليم كردستان/العراق على وجه الخصوص.
2. الكشف والوصول إلى بيانات ومعلومات هامة تتعلق بالإعلاميين من حيث الأنماط وطرق استخدامهم للهواتف الذكية وطبيعة علاقتهم بتلك الوسيلة الإعلامية.

## 2.3 أهداف البحث:

1. معرفة مدى وحجم الإستخدام الإعلامي للهواتف الذكية لدى الإعلاميين في إقليم كردستان/العراق.
2. معرفة أبرز انواع التغطية الإعلامية التي تستخدم فيها الإعلاميين الهواتف الذكية.
3. معرفة أهم اشكال التغطية الإعلامية عن طريق الهواتف الذكية من قبل الإعلاميين.
4. معرفة مواقف المبحوثين حول استخدام الهاتف المحمول وانعكاساتها على أدائهم الإعلامي.

#### 2.4 الدراسات السابقة:

1. دراسة زكرياء بن صغير 2020 (خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية أي مستقل للعمل الإعلامي)، بحث منشور، تعد الهواتف الذكية ثورة اتصالات فاقت جميع ما سبقها من ثورات تكنولوجية لنقل وتبادل المعلومات بكافة أشكالها، فهي تمثل عنصرا أساسيا في صناعة المحتوى الاعلامي، أين ارتبط الأمر بممارسة اعلامية جديدة تعتمد على استخدام الهاتف النقال في مختلف التغطيات والتقارير الاعلامية، وبهذا يهدف البحث إلى معرفة مجمل الخدمات التي يقدمها الهاتف الذكي للعمل الاعلامي، وتنتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية لمقاربة تحليلية لمستقبل العمل الإعلامي في ظل بيئة إعلامية جديدة (بن صغير، 2020).

2. دراسة أحمد والطيب 2020 (استخدام تطبيقات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الأداء الإعلامي)، بحث منشور، يتناول هذا البحث تطبيقات الصحافة الجديدة التي تعتمد على استخدام الهاتف الذكي، حيث تشهد المهنة الإعلامية استخداما متزايدا للتكنولوجيات الذكية ومختلف وسائط وتطبيقات الإعلام الجديد، وتعتبر المحتويات السمعية البصرية من أهم أشكال الرسائل الإعلامية وأكثرها انتشارا عبر منصات وتطبيقات الإعلام الالكتروني، وتنتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية لمقاربة تحليلية لواقع هذه المهنة الجديدة في العالم، وكذا الواقع الإعلامي الجزائري من خلال تقديم بعض تطبيقات صحافة الموبايل في إذاعة سطيف الجهوية كنموذج عن الإذاعات المحلية الجزائرية (أحمد والطيب، 2020).

3. دراسة سناء يوسف شاهين 2018 (صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية)، أطروحة دكتوراه، يهدف البحث إلى معرفة صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية، وتنتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستخدم فيها منهج المسح باستخدام صحيفة استقصاء على عينة عمدية من الإعلاميين في دولة الامارات العربية المتحدة. وقد توصلت الباحثة عدة نتائج من أهمها: بأن صحافة المحمول لها دور ايجابي في تطوير أداء الإعلاميين لمهامهم الإعلامية وتمثل المرحلة الأولى من الصحافة الذكية (شاهين، 2018).

2.5 منهج البحث: ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية وذلك اعتماداً على المنهج المسح بطريقة المسح الميداني لعينة من الإعلاميين.

2.6 مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع البحث الإعلاميين في إقليم كردستان/العراق، واختار الباحث عينة غير عشوائية قصدية عددها (100) إعلامي في مؤسسات (GK-NRT-RUDAW-K24)، بناء على استطلاع رأى مسبق من قبل الباحث على (٤٨) اعلامي، فحسب النتائج اظهرت بان غالبية المشاركين يؤيدون بان تستخدم جهاز الهاتف المحمول في تلك القنوات بدرجة اعلى بمقارنة القنوات الاخرى، مثل: ( kurdsat, news, payam, speda).

**2.7 أداة البحث:** استخدم الباحث في هذا البحث استمارة استبيان لجمع البيانات والوصول إلى نتائج علمية دقيقة تتعلق بتساؤلات البحث.

**2.8 حدود البحث:** يمثل صحافة المحمول والممارسة الإعلامية الحدود الموضوعي للبحث، وأيضاً الإعلاميين في إقليم كردستان/العراق الحدود البشري للبحث، ومؤسسات (GK-NRT-RUDAW-K24) الحدود المكاني للبحث، وشهر (يوليو 2021) الحدود الزمني للبحث.

**2.9 صدق وثبات أداة البحث:** قام الباحث بإجراء الصدق الظاهري لصدق الاستبيان بالرجوع الى مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص، بناءً على هذه المعادلة: (الفقرات الصالحة 49فقرة/مجموع الفقرات 53فقرة)  $92.45 = 100 \times$ ، وتم استخدام معامل (ألفا كرونباخ) لقياس مدى وجود الإتساق الداخلي بين عبارات الاستمارة للأسئلة الترتيبية (مقياس ليكرت) وفق الجدول التالي:

#### جدول (1)

يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

الفقرة	عدد الفقرات	قياس الثبات
آراء	13	0.811

تشير نتائج الجدول رقم (1) إلى أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة للأسئلة الترتيبية حيث (0.811) درجة بالنسبة لقياس ثبات استمارة الاستبيان.

#### 2.10 المعامل الاحصائية المستخدمة في البحث:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها إلى الحاسوب، ثم جرت معالجتها، وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " والمعروف باسم (spss) اختصاراً " statistical package for the social sciences"، وذلك باللجوء إلى المعاملات، والاختبارات، والمعالجات الإحصائية الآتية: (التكرارات والنسب المئوية - معامل ألفا كرونباخ - الأهمية النسبية - مستوى الأهمية - رتب فقرات مقياس ليكرت).

### 2.11 تحديد مصطلحات البحث:

1. صحافة المحمول: هي ظاهرة إعلامية حديثة عن طريق الهاتف المحمول لجمع الأخبار والمعلومات والأحداث، ويتم من خلالها تحرير النصوص والصور الفوتوغرافية وملفات الصوت والصورة، وقادرة على إخراج وإنتاج المواد الإعلامية لكي ينشرها أو يبيئها.
2. الممارسة الإعلامية: عبارة عن جميع الوظائف والنشاطات الإعلامية التي يقوم بها الإعلاميين داخل وخارج مؤسساتهم الإعلامية.

### 3. الجانب النظرى للبحث:

#### 3.1 صحافة المحمول:

- مفهوم صحافة المحمول؛ عبارة عن استخدام جهاز المحمول الذكي لإنشاء محتوى متعلق بالمعلومات وتقارير الأخبار، حيث يسمح بإنتاج المحتوى وتحريره ونشره وتبادلته عبر جهاز المحمول الذكي وبجودة عالية (الصعدي، 2020).

- نشأة صحافة المحمول؛ كانت المرة الأولى التي تستخدم فيها تقنية الهاتف المحمول في العمل الصحفي من خلال مجموعة صور صحفية، التقطها أحد مصوري مجلة (times) البريطانية ويدعى (Cey Gilbert) في (7 يناير 1995)، وهو على متن الطائرة أثناء رحلته من لندن إلى واشنطن وكانت الطائرة على ارتفاع (137) ألف قدم وعلى مسافة (200) ميل من الشاطئ رغم ذلك تمكن المصور من إرسال الصورة إلى مقر صحيفته من على متن الطائرة. وبذلك كانت مجلة (times) هي الصحيفة الأولى في استخدام تقنية الهاتف المحمول من خلال نشرها لإحدى هذه الصور في نفس اليوم (النجران، 2003، ص.106).

- فوائد صحافة المحمول؛ توفر صحافة المحمول مجموعة من الفوائد للمؤسسات الإعلامية كالاتي (لاريا ومرعي، 2017، ص.4):

1. قلة التكاليف: تعتمد صحافة المحمول على جهاز الهاتف الذكي ذو قيمة مادية قليلة وإشتراك خدمة الإنترنت من أجل جمع وتحرير وإنتاج المواد الإعلامية.
2. سهولة الحركة: يتحرك الصحفيون بهواتفهم الذكية بأسرع وقت ممكن خلال التغطية الإعلامية العاجلة، وإمكانية دخولهم إلى مناطق غير متاحة من قبل بأسباب مختلفة.
3. السلامة: الصحفيون الذين يستخدمون هواتفهم الذكية أثناء تواجدهم بين الحشود يفتون انتباهها أقل مما لو استخدموا معدات كبيرة وثقيلة لنقل الحدث.

4. التصوير بتقنية الدقة الفائقة: تتيح أحدث أجيال هواتف آيفون (بدأً بآيفون 6 إس) التصوير والتحرير والتحميل بتقنية الدقة الفائقة (4K)، بعكس معظم كاميرات التصوير التي تعتمد على تقنية (HD).

5. البث المباشر: توفر صحافة المحمول إمكانية البث المباشر بشكل أبسط وأقل كلفة من خلال تطبيقات خاصة لجهاز الهاتف الذكي.

6. السرعة والفاعلية: يمكن لصحفي الهاتف الذكي إرسال المواد الإعلامية مباشرة إلى المؤسسة الإعلامية بنقرة واحدة عبر أي تطبيق خاص بالمؤسسة.

7. الإبداع والتجريب: تتيح صحافة المحمول للصحفيين استكشاف مهاراتهم واختبار التقنيات المتوفرة، وتوفير لهم ليصبحوا القوة الدافعة لثورة تغيير أسلوب استهلاك المعلومات والتواصل.

- **أنواع صحافة المحمول**؛ توجد ثلاثة أنواع رئيسية لصحافة المحمول وهي (شاهين، ٢٠١٨، ص: 103):

1. صحافة المحمول التي ينتجها الصحفيون المحترفون وتنتشر في وسائل الإعلام.
2. صحافة المحمول ينتجها المواطنون والهواة وتنتشر في مدوناتهم و وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الخاصة.
3. صحافة المحمول التي ينتجها المواطنون والهواة وتنتشر في وسائل الإعلام الإحترافية.

- **خصائص صحافة المحمول**؛ توجد مجموعة خصائص لصحافة المحمول وهي (شاهين، ٢٠١٨، ص: 103-104):

1. **صحافة متقلة**، يمكن إنتاجها وبثها باستخدام الأجهزة المحمولة من مواقع الحدث في أي مكان في العالم في أي وقت شرط توفر خدمة الاتصال بالإنترنت.
2. **صحافة عند الطلب**، باستطاعة المستخدم الإطلاع عليها والتفاعل معها وقتما يريد، وفي أي مكان بشرط توفر الإنترنت.
3. **صحافة سريعة الانتشار**، حيث تستفيد من خصائص الأجهزة المحمولة في سرعة الإرسال العرض.
4. **صحافة سريعة الإنتاج**، لا تستهلك كثير من الوقت في إنتاجها خاصة وأنها تعتمد في الغالب على البث المباشر للأحداث.

### 3.2 الممارسة الإعلامية:

تعد الممارسة الإعلامية من أكثر الجوانب التي شهدت تغيرات بفضل صحافة المحمول، وكان دورها بارز في هذا المجال. ولفهم هذا الدور ينبغي أن نفهم ما المقصود من الممارسة الإعلامية. هي طريقة العمل أو طريقة يجب أن يتم بها العمل. أي مزاولته ويقصد بالممارسة الإعلامية مزاوله العمل الإعلامي وفق ما تحدده

السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط (عبد اللطيف فرهاد، 2016، ص.94).

تقود صحافة المحمول تغيرات جذرية في قطاع الإعلام، وكيفية ممارسة المهنة وطريقة صناعة المحتوى، وأدخلت مفاهيم حديثة إلى القطاع وتخلص من أخرى ظلت راسخة لسنوات عديدة، وهو تغير يتوقع أن يتواصل مع تطور صحافة المحمول فضلاً عن تطور تقنياتها (شاهين، ٢٠١٨، ص.200).

أحدثت صحافة المحمول، تغيرات جذرية في مفهوم الأداء الإعلامي عما كان سائداً، من حيث الممارسين للمهنة، ووسيلة ممارستها، وأدواتها، وطرق ممارستها. كما استحدثت مسميات وظيفية ومفاهيم جديدة في بيئة العمل، تمثل انعكاساً تطبيقياً لما يمكن أن نطلق عليه (البيئة الذكية) وأداتها الرئيسية المحمول (الهاتف الذكي أو الكمبيوتر اللوحي) (شاهين، ٢٠١٨، ص: 200-201). وغيرت صحافة المحمول طريقة إنتاج الأخبار واستهلاكها، واصبح المحمول وسيلة راسخة لبث الأخبار، لا غنى عنه في عصرنا الحاضر (WestlundOscar, 2013, P.128).

كما تصاعدت أهميته كوسيط لتوزيع الأخبار ومتابعتها، حتى باتت وسائل الإعلام العالمية تمنحه أولوية في إدارة منصاتها الإخبارية فيما يعرف بعصر الموبايل أولاً **First Mobile** وصعدت التوقعات بان الإعلاميون الذين يستخدمون الهاتف المحمول في أداء مهامهم الإعلامية ويطلق عليه مسمى موجوس " **MOJOS** " هم من سيقودون صناعة الصحافة في المستقبل (Marymont: 2007, p:18-21).

ويؤدي صحافة المحمول المهام الإعلامية من تغطية للأحداث وتصوير ومونتاج وبث بمفرده في الغالب دون مساعدة زملائه، وهو سلوك حديث في المجال الإعلامي ينذر بقرب نهاية غرف الأخبار التي تضم عشرات الإعلاميين والمعدات الثقيلة والمكلفة (Martyn Peter, 2009, p.74).

فيما يزداد الطلب على صحفيو المحمول موجوس لتلبية احتياجات البيئة الإعلامية الحديثة التي تتسم بتعدد المنصات وبيوافي احتياجاتها لتوصيل المحتوى للجمهور على مدار الساعة من خلال غرف أخبار مدمجة، تتطلب مهارات متعددة لإنجاز مهام الكتابة والتغطية وإنتاج المواد الإعلامية لأكثر من وسيط في الوقت نفسه (عبد الفتاح، 2016، ص.49).

## 4. الجانب الميدانى للبحث:

## 4.1 توزيع عينة البحث حسب المتغيرات الديموغرافية:

## جدول (2)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	فقرات خصائص ديموغرافية	خصائص المبحوثين
1	45	45	مراسل	نوع العمل
2	23	23	مندوب	
4	15	15	محرر	
3	17	17	مصور	
4	19	19	GK	مكان العمل
3	22	22	NRT	
2	27	27	RUDAW	
1	32	32	K24	
1	42	42	أقل من 5 سنوات	الخبرة الإعلامية
3	21	21	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
2	24	24	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	
4	13	13	15 سنة فما فوق	
		100%	100	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن من مجموع عينة البحث جاء (المراسل) بالترتيب الأول من ضمن نوع العمل الإعلامي، كما جاءت فضائية (K24) بالمرتبة الأولى من حيث مكان العمل الإعلاميين، وأخيراً حصلت (أقل من 5 سنوات) على الترتيب الأول لتحديد فترات الخبرة الإعلامية للإعلاميين المختارة من البحث.

#### 4.2 ثانياً/إجابات الإعلاميين:

##### 1. استخدام الهاتف المحمول في العمل الإعلامي من قبل المبحوثين.

###### جدول (3)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	حجم الاستخدام
1	63	63	نعم
2	37	37	لا
	%100	100	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة عالية من العينة المختارة في هذا البحث يستخدمون الهاتف المحمول في العمل الإعلامي، وهذه النتيجة تدل على أنه عينة البحث يعتمدون على تكنولوجيا الهاتف الذكي في سير أعمالهم الإعلامية الحديثة لكي يواكب ملامح ما يسمى بصحافة المحمول.

2. أسباب عدم الاستخدام لهاتف المحمول في العمل الإعلامي لدى عينة البحث.

###### جدول (4)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	أسباب عدم الاستخدام
1	30	11	عدم توفير الهاتف المحمول للعمل الإعلامي في مؤسستي الإعلامية
4	16	6	قلة معرفتي باستخدام الهاتف المحمول في العمل الإعلامي
3	19	7	ضعف مهاراتي في مجال صحافة المحمول
5	13	5	عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية بتدريب وتأهيل الإعلاميين حول الاستخدام الأفضل صحافة المحمول

2	22	8	بيئتي الإعلامية غير مهينة وملائمة لاستخدام تلك التكنولوجيا
	%100	37	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر من ثلث عينة البحث لن يستخدم الهاتف المحمول في العمل الإعلامي بأسباب عدة، وجاءت الفقرة الأولى بالترتيب الأول، وهي (عدم توفير الهاتف المحمول للعمل الإعلامي في مؤسستي الإعلامية) بمعنى أن المؤسسات الإعلامية محل الدراسة لن يتوفر للاعلاميين أجهزة الهاتف المحمول لكي يقوم بأعمالهم اليومية، وهذه النتيجة دلالة على غياب الأهمية الاتصالية والإعلامية لصحافة المحمول من قبل تلك الوسائل في تطوير العمل الإعلامي.
3. أسباب الاستخدام لهاتف المحمول في العمل الإعلامي لدى الإعلاميين.

## جدول (5)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	أسباب الاستخدام
3	16	10	تستخدم الهاتف المحمول في بث التغطيات الإعلامية من موقع الحدث
2	35	22	تستفيد من الهاتف المحمول في تسجيل التغطيات الإعلامية وبثها لاحقاً
1	49	31	تعتمد على الهاتف المحمول في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية
	%100	63	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن فقرة (تعتمد على الهاتف المحمول في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية) جاءت بالترتيب الأول من ضمن أسباب الاستخدام لهاتف المحمول في العمل الإعلامي لدى عينة البحث، وهذه النتيجة دلالة على اهتمام الباحثين بالهاتف المحمول لرصد الأخبار والمعلومات المحلية والإقليمية والدولية واستخدامهم في العمل الإعلامي.

## 4. نوع الهاتف المحمول المستخدم في العمل الإعلامي لدى المبحوثين.

## جدول (6)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	نوع الهاتف
1	56	35	الآيفون (I Phone)

2	44	28	السامسونج (Samsung)
	%100	63	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المبحوثين يعتمدون على الهاتف الذكي من نوع (الآيفون) أكثر من نوع السامسونج في أعمالهم الإعلامية، لأن تختلف تلك النوعين من حيث نظام التشغيل والخدمات والخصائص والدقة، ومن المعروف بان جهاز السامسونج تعتمد على أنظمة (الأندرويد Android) هو من النظم فتوحة المصدر (source open) على عكس جهاز الآيفون.

##### 5. أنواع التغطية الإعلامية عبر الهاتف المحمول في العمل الإعلامي من قبل عينة البحث.

###### جدول (7)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	أنواع التغطية
1	34	21	التغطية الإعلامية بالصور الثابتة
3	22	14	التغطية الإعلامية بالفيديو
4	17	11	التغطية الإعلامية بالمقاطع الصوتية
2	27	17	التغطية الإعلامية متعددة الوسائط
	%100	63	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عينة البحث يستخدمون الهاتف المحمول في أعمالهم الإعلامية اليومية لتغطيات إعلامية متنوعة، وجاءت التغطية الإعلامية بالصور الثابتة بالترتيب الأول بمقارنة التغطيات الإعلامية الأخرى، وهذا دليل على أن العينة المختارة في هذا البحث يجمعون صور فوتوغرافية بدقة عالية من موقع الحدث عبر الهاتف المحمول.

## 6. أشكال التغطية الإعلامية عبر الهاتف المحمول في العمل الإعلامي من قبل الإعلاميين.

## جدول (8)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	أشكال التغطية
1	30	19	التغطية الإعلامية عبر الأخبار
2	24	15	التغطية الإعلامية عبر التقارير الإخبارية
5	13	8	التغطية الإعلامية عبر المقابلات الإعلامية
4	14	9	التغطية الإعلامية عبر القصص الخبرية
3	19	12	التغطية الإعلامية عبر التحقيقات الإعلامية
	%100	63	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الإعلاميين يستخدمون الهاتف المحمول في أعمالهم الإعلامية اليومية لأشكال التغطيات الإعلامية المختلفة، وجاءت التغطية الإعلامية للأخبار بالترتيب الأول بمقارنة أشكال التغطيات الإعلامية الأخرى، وهذا دليل على أن الإعلاميين في هذا البحث يقومون بالتغطية الإعلامية للأخبار من موقع الحدث عبر الهاتف المحمول.

## 7. مدى اهتمام المبحوثين بالهاتف المحمول أثناء القيام بأعمالهم الإعلامية.

## جدول (9)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	اهتمام المبحوثين
1	60	38	تهتم دائماً
3	18	11	تهتم إلى حد ما
2	22	14	تهتم نادراً
	100	63	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين يهتمون باستخدام الهاتف المحمول في أعمالهم الإعلامية، وهذا دليل إيجابي بأن عينة البحث يهتمون بالهاتف الذكي بدرجة عالية.

8. مدى متابعة عينة البحث بالأخبار والمعلومات والأحداث عبر الهاتف المحمول في أعمالهم الإعلامية.

جدول (10)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	متابعة المبحوثين
1	43	27	دائماً
2	32	20	أحياناً
3	25	16	نادراً
	100	63	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عينة البحث يتابعون الأخبار والمعلومات والأحداث عبر الهاتف المحمول بدرجة عالية، وهذه النتيجة تدل على أنه المبحوثين لديهم متابعة مستمرة لتلك الأحداث والمعلومات والأخبار المحلية والإقليمية والدولية عبر المحمول الرقمي.

9. ثقة الإعلاميين بمصداقية أعمالهم الإعلامية عبر الهاتف المحمول.

جدول (11)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	ثقة المبحوثين
1	49	31	دائماً
2	35	22	أحياناً
3	16	10	نادراً
	100	63	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الإعلاميين يتقنون بنسبة عالية جداً بأعمالهم الإعلامية عبر الهاتف المحمول، وهذه النتيجة تدل على أن عينة البحث حريصون على استخدام تكنولوجيا الهاتف الذكي بشكل دائم في الأعمال الإعلامية لديهم.

10. وجهة نظر المبحوثين حول الهاتف المحمول وانعكاساتها على الأداء الإعلامي.

جدول (12)

الترتيب	مستوى الأهمية	الأهمية النسبية	لا أوافق بشدة		لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق		أوافق بشدة		الفقرات
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
١٠	متوسط	٠,٥٥	4	5	4	8	10	17	12	22	7	11	تؤدي إلى التخلي عن غرف الأخبار التقليدية
٤	متوسط وعالي	٠,٦٦	5	7	5	10	9	15	11	18	8	13	غيرت معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها أو وسائلها
٢	متوسط وعالي	٠,٧٤	1	1	2	4	13	23	12	20	9	15	غيرت تعريف مفهوم الإعلامى نتيجة تعدد مهامه وتبادل الدور مع المستخدمين
٩	متوسط	٠,٥٦	10	13	10	20	4	7	8	14	5	9	زادت عبء العمل على الإعلاميين المحترفين إذا عليهم أن يتحققوا من المحتوى المنتج من المستخدمين
١	عالي	٠,٨٠	2	3	4	6	5	9	9	16	17	29	ساهمت في تقارب وإنماج وسائل الإعلام
٣	متوسط وعالي	٠,٧٠	4	5	7	12	8	13	7	12	13	21	جعلت حرية الصحافة حقيقة
٥	متوسط وعالي	٠,٦١	10	13	8	14	7	11	5	8	10	17	غيرت معايير توظيف

													الإعلاميين، بحيث تشمل مهارات صحفية ومعرفة تقنية المستخدمين
١٢	متوسط	٠،٤٩	13	17	13	24	3	5	6	10	4	7	قللت من تكلفة إنتاج العمل الإعلامي
١٣	متوسط	٠،٤٧	10	13	16	30	5	9	4	6	3	5	ساهمت في تغطية وتوثيق الأحداث بالمناطق التي لا يوجد بها مراسلون صحفيون
١١	متوسط	٠،٥٢	12	15	10	18	9	15	5	8	4	7	أجبرت الحكومات على قول الحقيقة
٧	متوسط	٠،٥٨	10	13	9	16	7	11	6	10	8	13	ساهمت في قبول الآخر والإعتراف به في ممارسة المهنة
٨	متوسط	٠،٥٧	12	15	7	12	8	13	7	12	7	11	تدعم مسيرة تحول الصحافة إلى الواقع الإفراضي
٦	متوسط	٠،٥٩	7	9	5	10	12	21	8	14	5	9	تراعي المؤسسات الإعلامية من الناحية الاقتصادية
			100	129	100	184	100	169	100	170	100	167	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن وجهة نظر المبحوثين حول الهاتف المحمول وانعكاساتها على الأداء الإعلامي، جاءت الفقرة الخامسة بالترتيب الأول وهي: تساهم الهاتف المحمول في تقارب وإندماج وسائل الإعلام باهمية نسبية (٠،٨٠) وذات مستوى اهمية عالية، وهذا دليل على أنه الهاتف المحمول وسيلة ضرورية وفعالة وهامة في عملية جمع المعلومات والتحرير والأخراج والإنتاج الإعلامي، خصوصاً في تقارب الوسائل والتقنيات الحديثة المستخدمة في العمل الإعلامي. كما جاءت الفقرة التاسعة بالترتيب الاخير وهي: الهاتف المحمول قللت من تكلفة إنتاج العمل الإعلامي باهمية نسبية (٠،٤٧) وذات مستوى اهمية متوسطة، وهذا دليل على انه اذا كان الهاتف المحمول يعتمد عليها من قبل المؤسسات الاعلامية

بحجم اكبر يساعد فى انخفاض ميزانيتها والتوجه الى الظاهرة الحديثة الذى ينعكس البيئة الاعلامية الجديدة.

## 5. الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات.

### - أولاً: استنتاجات البحث:

1. أن نسبة عالية من الإعلاميين في إقليم/كوردستان-العراق يستخدمون الهاتف المحمول، ويعتمدون بالترتيب الأول على جهاز من نوع الأيفون في جمع الأخبار والمعلومات من المصادر الإعلامية.
2. أن أفراد عينة البحث يستخدمون بالمرتبة الأولى الهاتف المحمول للتغطيات الإعلامية للصور الثابتة والأخبار، كما يهتمون ويتابعون ويتقنون بالهاتف المحمول بشكل دائم في أعمالهم الإعلامية.
3. بناء على مواقف المبحوثين حول الهاتف المحمول وانعكاساتها على الأداء الإعلامي، تساهم تلك الهواتف في تقارب وإندماج وسائل الإعلام من حيث الممارسة اليومية الاعلامية.

### - ثانياً: التوصيات:

1. يوصي الباحث الإعلاميين في المؤسسات الإعلامية الكوردية باستخدام الهاتف المحمول ومعرفة طبيعة التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في العمل الإعلامي، وضرورة فهم بأنه هي ظاهرة إعلامية فعالة وانتشرت بشكل واسع في البيئة الإعلامية لمعظم الدول المتقدمة.
2. كما يوصي الباحث المؤسسات الإعلامية بتوفير الهاتف المحمول وتعطي الفرصة لاستخدامها، كما تفتح دورات تدريبية وتأهيلية لرفع كفاءة ومستوى الإعلاميين.

### - ثالثاً: المقترحات:

#### أ. مقترحات ببحوث علمية:

1. اعتماد الإعلاميين على الهاتف المحمول ودوره في تغطية النشرات الإخبارية التلفزيونية.

#### ب. مقترحات ببحوث تطبيقية.

1. اهتمام الباحثين بمزايا وصفات وخصائص الهاتف المحمول وانعكاساتها في البيئات الإعلامية المختلفة.
2. أجندة المؤسسات الإعلامية في توفير الهاتف المحمول للإعلاميين ويشجعهم لكي يستخدموا التكنولوجيا الحديثة وتتفاعلوا معها كظاهرة جديدة في بيئة إعلامية حديثة .

## 6. المصادر:

1. أحمد، بوعون والطيب، بلوصيف. (2020) استخدام تطبيقات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الأداء الإعلامي، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 11، العدد الثالث، ص ص424-440.
2. أمين، محمد عبوب. (2018) استخدام تطبيقات البث المباشر عبر المحمول تأثيراتها على الأداء الإعلامي للمؤسسات السمعية البصرية، الملتقى الوطني حول صحافة الموبايل، جامعة بسكرة، ص81.
3. بن زكة، سمية وحنون، نزهة (2019) استخدام الصحفيين الجزائريين لصحافة الموبايل في تغطية أحداث الحراك الشعبي بعد 22 فيفري 2019، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 7، العدد الثالث، ص451-465.
4. بن صغير، زكريا، (2020) خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية أي مستقل للعمل الإعلامي، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 20، العدد الأول، ص773-784.
5. جابر، جاسم محمد (2016) صحافة المحمول، بيت الغشام للصحافة والنشر والترجمة والاعلان، الطبعة الأولى.
6. شاهين، سناء يوسف محمد (2018) صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، قسم الصحافة والنشر، ص د.
7. الصعيدي، طارق محمد (2020) اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 4، العدد الرابع والخمسون، ص2172.
8. العنانية، أحمد على، (2018) دور الهاتف الخليوي الذكي في تقليل اعتماد طلبة الجامعة الاردنية على الصحافة المطبوعة، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 18، العدد الثالث، ص5.
9. عبداللطيف، فرهاد حسن (2016) الإعلام الحكومي والرسمي، الجنادرية لمنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
10. عبد الفتاح، فاطمة الزهراء (2016) الإندماج الإعلامي وصناعة الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
11. لاريا، ديانا ومرعي، منتصر (2017) صحافة الهاتف المحمول، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير.
12. النجران، سعيد نجيب (2003) تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدرا المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى.
13. نور، عزيزة محمد (2020) استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام/الجزيرة أنموذجاً، معهد الجزيرة للإعلام، زمالة الجزيرة، ص5.

14. Martyn, Peter H (2004). "The Mojo in the Third Millenium: Is multimedia journalism affecting the news we see?". Journalism Practice. 3 (2): 196–215. doi: 10.1080/17512780802681264.
15. Marymont, K. (2007). Mojo a Go-Go. Quill (Supplement), 18–21.
16. Westlund, Oscar. 2013. "Mobile News: A Review and Model of Journalism in an Age of Mobile Media." Digital Journalism 1(1): 6–26. doi:10.1080/21670811.2012.740273.

## كارىگه رى رۆژنامه گه رى مۆبايل له سه ر كارى ميديايى له هه رىمى كوردستان-عيراقدا

### پوخته:

ئامانج له م تووژينه وهيه زانينى ئه و كارىگه ريبه يه كه ره نكه رۆژنامه گه رى مۆبايل بيگيريت له كارى ميديايى له هه رىمى كوردستان-عيراقدا، ههروهه ها گرنكى ئه م تووژينه وهيه له ليكوئينه وهيه له ديارده يه كى ميديايى نوئ كه ره نكدانه وهيه له سه ر ميدياكاران هه يه له چالاكى وكارى ميديايى رۆژانه ياندا. له م تووژينه وهيه دا ميتۆدى وه صفى به شيوازى روپۆوى مهيدانى جيبه جيكراره له سه ر سامپليكى ناهه ره مه كى مه به ستدار له ميدياكاران كه ژماره يان (١٠٠) ميدياكاره له هه رىمى كوردستان-عيراقدا، به پشت به ستن به ئامرازى راپرسى را، له پيناو گه شتن به داتا وزانيارى ورد په يوه ست به پرسىار وئامانجى تووژينه وه. تووژهر له م تووژينه وهيه دا گه شتۆته چه ند ئه نجاميک گرنگتريبيان: ريژه يه كى به رز له ميدياكاران له هه رىمى كوردستان-عيراقدا مۆبايلى زي ره ك به كاردينن، به پله ي به كه م پشت به جوورى ئايفون ده به ستن بۆ كوكردنه وهيه هه وال وزانيارى له سه رچاوه ميدياييه كان.

ههروهه سامپلى توپژينه وه كه به رپژهيه كه به رز موبايلى زيرهك بو رومالى ميديايى فوئوى جيگير وهه وال به كارده هينن، ههروهه گرنگى وچاودپرى ومتمانده كه به موبايلى زيرهك به شيويهيه كه به رده وام له كارى ميدياييندا. له كوئاييدا هه لوپستى ميدياكاران سه بارهت به موبايلى زيرهك ورهنگدانه وهى له سه ر ئه داي ميديايى، بو هوى به شدار يكردن له نزىك كردنه وه وتيكه لكردنى ئامرازه كانى ميديا.

## The Effect of mobile journalism on media practice in the Kurdistan region-Iraq

**Asst. Prof. Rebar Goran Mustafa**

Department of Media Technic, College of Administrative Technical Administration, University of Polytechnic, Sulaimaiya, Kurdistan Region, Iraq  
[rebar.goran@spu.edu.iq](mailto:rebar.goran@spu.edu.iq)

**Keywords:** *Effect, Mobile Journalism, Media Practice, Kurdistan Region, Iraq.*

### Abstract

This research aims to know the Effect played by mobile journalism in media practice in the Kurdistan region - Iraq. In this research, the descriptive approach is applied in the manner of a field survey on a non-random, intentional sample of media professionals whose size is (100) media professionals in the Kurdistan Region - Iraq, based on a questionnaire form, in order to access accurate data and information related to the questions and objectives of the research. In this research, the researcher reached a set of results, the most important of which are: that a high percentage of media professionals in the Kurdistan Region-Iraq use a mobile phone, and they rely primarily on an iPhone-type device to collect news and information from media sources. The research sample also uses a mobile phone for media coverage of still images and news, and they care, follow and trust the mobile phone



permanently in their media work. Finally, the respondents' attitudes about the mobile phone and their implications for media performance, which contributed to the convergence and integration of the media.