مجلة الباحث
موقع المجلة: https://journals.uokerbala.edu.iq/index.php/bjh/

القيم الإخبارية في مضامين صحافة الموبايل العراقية: دراسة مقارنة بين فيديوهات احتجاجات تشرين (2019–2020) على منصتي تيك توك ويوتيوب"

م.م. علي سالم خلف
ali.salim.khalaf@utq.edu.iq
جامعة ذي قار كلية الإعلام قسم الصحافة
م.م مغيث سعد علوان
Mogeth.saad@utq.edu.iq
جامعة ذي قار كلية الاعلام قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيون

التخصص العام للبحث: العلوم الإنسانية	التخصص الدقيق للبحث: الإعلام

معلومات الورقة البحثية

الكلمات الرئيسية:

القيم الإخبارية، صحافة الموبايل، احتجاجات تشرين، تيك توك، يوتيوب.

المستخلص باللغة العربية:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل القيم الإخبارية في محتوى صحافة الموبايل الذي تنتجه المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية، وذلك من خلال تحليل عينة من فيديوهات تغطية احتجاجات تشرين (2019-2020) المنشورة على الحسابات الرسمية لمنصتي تيك توك ويوتيوب.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي (تحليل المضمون) المتكامل مع المنهج التاريخي، وتم تحليل 400 فيديو بواقع 200 من كل منصة. تم اختبار صدق الأداة بعرضها على محكمين، وحساب الثبات باستخدام معادلة هولستي.

أبرز النتائج: تصدرت قيم التوثيق (91%)، التحليل (79%)، والشمول (74.5%) تغطية يوتيوب، بينما مالت تغطية تيك توك نحو الإثارة (88%)، الصراع (84%)، والحداثة (76%). كما كشفت الدراسة عن فروق دالة إحصائياً بين المنصتين في 8 من أصل 12 قيمة إخبارية. تصدرت العاصمة بغداد قائمة المحافظات من حيث عدد الفيديوهات بنسبة 35.%

أوصت الدراسة بضرورة وضع بروتوكولات تحريرية واضحة لصحافة الموبايل في المؤسسات الإعلامية، وتدريب الصحفيين على الموازنة بين السرعة والدقة، والاستفادة من خصائص كل منصة في تعزيز القيم الإخبارية المناسبة لها.

doi: https://doi.org/10.63797/bjh.

المقدمة:

شهد المشهد الإعلامي العالمي والعربي خلال العقد الأخير تحولات جذرية، تمثلت في ظهور أشكال صحفية جديدة لم تكن مألوفة من قبل، وفي مقدمتها **صحافة الموبايل** التي جعلت من الهاتف المحمول أداة رئيسية لإنتاج المحتوى الإخباري ونشره، متجاوزة بذلك المعدات التقليدية الثقيلة والمكلفة. ومع تزايد اعتماد المؤسسات الإعلامية على

هذه الصحافة في تغطية الأحداث الكبرى، برز تساؤل جوهري حول مدى قدرتها على الحفاظ على **القيم الإخبارية المهنية** التي ظلت لعقود المعيار الأساسي لتمييز الخبر الجدير بالنشر عن غيره.

يأتي اختيار **احتجاجات تشرين في العراق (2019-2020)** ليكون ميداناً تطبيقياً لهذه الدراسة، وذلك لعدة اعتبارات؛ أولها أن هذه الاحتجاجات مثلت حدثاً محورياً في التاريخ العراقي الحديث، امتد لأكثر من عام وشمل معظم محافظات العراق. وثانيها أنها شهدت حضوراً لافتاً لصحافة الموبايل، حيث اعتمدت المؤسسات الإعلامية والصحفيون على هواتفهم المحمولة لتوثيق الأحداث ونشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي. وثالثها أن هذه الفترة الزمنية تمثل مرحلة فارقة في تطور الإعلام العراقي الرقمي، حيث تحولت صحافة الموبايل من خيار ثانوي إلى أداة أساسية في غرف الأخبار.

وتنطلق هذه الدراسة من إشكالية رئيسية تمثلت في التساؤل التالي :**ما القيم الإخبارية السائدة في محتوى صحافة الموبايل الذي تنتجه المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية في تغطيتها لاحتجاجات تشرين على منصتي تيك توك ويوتيوب؟** ويتفرع من هذا التساؤل عدة أسئلة فرعية: ما القيم الإخبارية الأكثر تكراراً في تغطية تيك توك؟ وما القيم الأكثر تكراراً في تغطية يوتيوب؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المنصتين في توظيف هذه القيم؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها، على حد علم الباحث، من الدراسات العربية القليلة التي تجمع بين صحافة الموبايل المؤسسية والقيم الإخبارية في سياق عراقي محدد، كما تقدم مقارنة منهجية بين منصتين مختلفتين في البنية والجمهور. إضافة إلى ذلك، تفيد الدراسة المؤسسات الإعلامية في فهم كيفية الموازنة بين متطلبات السرعة التي تفرضها صحافة الموبايل وضرورة الحفاظ على القيم الإخبارية المهنية، كما تسهم في توثيق الذاكرة الرقمية لحدث محوري في التاريخ العراقي قبل أن تندثر.

أولاً: مشكلة الدراسة

تشهد البيئة الإعلامية الرقمية تحولاً جذرياً في إنتاج المضامين الإخبارية، حيث أصبح الهاتف المحمول أداة رئيسية للصحافة، خاصة في أوقات الأحداث الكبرى مثل احتجاجات تشرين في العراق (2019-2020). وقد مثلت هذه الاحتجاجات منعطفاً تاريخياً مهماً، حيث اعتمد المتظاهرون والناشطون على هواتفهم المحمولة لتوثيق الأحداث ونشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها تيك توك ويوتيوب. إلا أن هذه المضامين تثير تساؤلات حول مدى التزامها بالقيم الإخبارية المهنية (كالحداثة، والأهمية، والصراع، والقرب، والإثارة، وغيرها)، وما إذا كانت تختلف باختلاف المنصة التي تُنشر عليها. تكمن المشكلة البحثية في الكشف عن طبيعة القيم الإخبارية السائدة في فيديوهات صحافة الموبايل المرتبطة باحتجاجات تشرين، والمقارنة بين منصتي تيك توك ويوتيوب في هذا السياق، للوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف في تقديم الحدث ويمكن ان يكون السؤال الرئيسي لهذه المشكلة بـ ما القيم الإخبارية السائدة في مضامين صحافة الموبايل العراقية المرتبطة باحتجاجات تشرين (2019-2020) على منصتي تيك توك ويوتيوب؟ وتتفرع منه مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1. ما أبرز القيم الإخبارية المهنية (التحقق، الموضوعية، الدقة، التوازن، الشمول) المتضمنة في فيديوهات صحافة الموبايل التي أنتجتها المؤسسات الإعلامية العراقية عن احتجاجات تشرين على منصة يوتيوب؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في القيم الإخبارية بين فيديوهات تيك توك ويوتيوب تعزى إلى اختلاف المنصة؟
3. ما أكثر القيم الإخبارية تكراراً في فيديوهات الاحتجاجات على كل منصة؟
4. ما طبيعة العلاقة بين القيم الإخبارية السائدة ونوع المنصة لاكثر تاثير ؟

ثانياً: أهداف الدراسة

1. معرفة أبرز القيم الإخبارية المهنية (التحقق، الموضوعية، الدقة، التوازن، الشمول) المتضمنة في فيديوهات صحافة الموبايل
2. المقارنة بين منصتي تيك توك ويوتيوب من حيث طبيعة القيم الإخبارية السائدة في الفيديوهات المنشورة عنهما.

3. التعرف على أوجه التشابه والاختلاف في توظيف القيم الإخبارية بين الفيديو القصير (تيك توك) والفيديو الطويل (يوتيوب).
4. تقديم مؤشرات علمية حول مدى التزام صحافة الموبايل بالمعايير المهنية في تغطية الأحداث الجارية.

ثالثاً: أهمية الدراسة

1.الأهمية العلمية
تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من كونها تنطلق من نظرية القيم الإخبارية، التي تعد إطاراً مركزياً لفهم كيفية تحول الأحداث إلى أخبار، كما تسد ثغرة واضحة في الدراسات العربية التي تناولت صحافة الموبايل في سياق الأحداث الاحتجاجية، وهو ما لم يحظ بالاهتمام الكافي رغم تنامي هذه الظاهرة. إضافة إلى ذلك، تقدم الدراسة مقارنة منهجية بين منصتين مختلفتين تماماً في البنية التقنية والجمهور، مما يثري المعرفة حول تأثير خصائص كل منصة في طبيعة المحتوى الإخباري.
2. الأهمية التطبيقية
تقدم الدراسة رؤى عملية للصحفيين والإعلاميين حول كيفية تعزيز القيم الإخبارية في المحتوى الرقمي، كما تساعد القائمين على منصات التواصل الاجتماعي في تطوير سياسات أكثر فعالية لإدارة المحتوى الإخباري. وتمتد الفائدة إلى المؤسسات الأكاديمية التي تسعى إلى تحديث مناهج تدريس الصحافة الرقمية بما يتناسب مع متغيرات العصر.
خامساً: نوع الدراسة ومنهجها
نوع الدراسة :تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تهدف إلى رصد خصائص الظاهرة وتحليلها اما عن نوع المنهج المستخدم في هذه الدراسة فقد استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي :بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون المقارن (الكمي والكيفي) لعينة من الفيديوهات.

استجابة لمنهجية البحث التي تقتضي دراسة ظاهرة تمتد جذورها إلى ست سنوات خلت، فإن هذه الدراسة لا تقتصر على التحليل الوصفي للمضمون، بل تتكامل مع **المنهج التاريخي** بوصفه إطاراً منهجياً مساعداً. فقد تم تتبع تطور تغطية احتجاجات تشرين عبر الزمن، وتحليل مضمون الفيديوهات بوصفها وثائق تاريخية رقمية تعكس مرحلة فارقة في الإعلام العراقي. وبذلك، يجتمع في هذه الدراسة كل من :**المنهج التاريخي** لتأطير الحدث وفهم سياقه، و**منهج تحليل المضمون** لتحليل الوثائق (الفيديوهات)، و**المنهج المقارن** للمفاضلة بين منصتي تيك توك ويوتيوب.

سادساً: أدوات البحث
اعتمدت الدراسة على أداتين رئيسيتين :استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات الكمية المتعلقة بالقيم الإخبارية، وبطاقة الملاحظة لتسجيل الملاحظات النوعية. تم تصميم الاستمارة بعد مراجعة الدراسات السابقة، وتم التحقق من صدقها بعرضها على محكمين، وحساب ثباتها باستخدام معادلة هولستي (89%). أما بطاقة الملاحظة فاستُخدمت بشكل مساعد لتدوين الظواهر اللافتة التي لم تتسع لها الاستمارة المغلقة.

سابعاً: فئات ووحدات تحليل المضمون
اعتمدت الدراسة على الفكرة الأساسية كوحدة رئيسية للتحليل، والمشهد كوحدة مساعدة. وتم تصميم فئات التحليل في ثلاث مجموعات رئيسية:
الأولى: القيم الإخبارية (12 قيمة) تشمل: التحقق، الموضوعية، الدقة، التوازن، الشمول، الشفافية، المسؤولية الاجتماعية، الإثارة، الصراع، الحداثة، الإنسانية، القرب.
الثانية: فئات الشكل وتشمل: مدة الفيديو، طريقة التصوير، طريقة المونتاج، اللغة المستخدمة.
الثالثة: فئات المضمون وتشمل: نوع المضمون، الجهات المتناولة، المطالب المتضمنة.
وقد تم وضع مؤشرات إجرائية واضحة لكل فئة لضمان الموضوعية والثبات.

ثامناً: مجتمع البحث وعينته
مجتمع البحث :جميع الفيديوهات التي تم إنتاجها ونشرها عبر صحافة الموبايل (التي صورها مواطنون أو ناشطون باستخدام الهواتف المحمولة) والمتعلقة باحتجاجات تشرين في العراق خلال الفترة من أكتوبر 2019 وحتى نهاية 2020، على منصتي تيك توك ويوتيوب.
عينة البحث:

- تعتمد الدراسة عينة قصدية (هادفة)، تختار الفيديوهات التي تحقق الشروط التالية:
  1. أن تكون من إنتاج صحافة المواطن (وليس وسائل إعلام رسمية).
  2. أن تتعلق مباشرة بأحداث احتجاجات تشرين.
  3. أن تكون قد نشرت في الفترة الزمنية المحددة.
  4. أن تحقق تفاعلاً معيناً (مثلاً: تخطي عدد المشاهدات 1000 مشاهدة) لضمان تأثيرها.
- حجم العينة :نظراً لكثافة المحتوى، سيتم اختيار 400فيديو (200 من تيك توك، 200 من يوتيوب) بعد حصرها عبر الكلمات المفتاحية مثل: "تشرين"، "احتجاجات العراق"، "هتافات"، إلخ.

تاسعاً: التعريفات الإجرائية

- القيم الإخبارية :هي مجموعة المعايير المهنية التي تحدد مدى صلاحية الحدث للنشر، وتقاس إجرائياً بالمؤشرات الكمية في استمارة تحليل المضمون.
- صحافة الموبايل :المحتوى الإخباري المصور عبر الهواتف المحمولة من قبل مواطنين غير محترفين، وينشر عبر المنصات الرقمية.
- فيديوهات احتجاجات تشرين :التسجيلات المرئية التي توثق فعاليات الاحتجاج الخارجة في العراق خلال المدة المحددة.
- منصة تيك توك :تطبيق الفيديو القصير الذي يتيح للمستخدمين نشر فيديوهات لا تتجاوز مدتها 3 دقائق (حسب سياسات المنصة وقتها).
- منصة يوتيوب :موقع مشاركة الفيديوهات الذي يتيح محتوى متنوع المدة.

عاشراً: حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية :تركز فقط على القيم الإخبارية دون غيرها من الخصائص (مثل الجودة الفنية، أو الدقة).
- الحدود المكانية :تقتصر على الفيديوهات العراقية المرتبطة باحتجاجات تشرين.
- الحدود الزمانية :تغطي الفترة من أكتوبر 2019 إلى ديسمبر 2020.
- الحدود البشرية :تقتصر هذه الدراسة على **المحتوى المرئي (الفيديوهات)** المنتج من قبل المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية، دون التوسع إلى دراسة آراء الجمهور أو القائمين بالاتصال، وذلك لأن طبيعة المنهج المتبع (تحليل المضمون) تستدعي التركيز على المادة الإعلامية بوصفها الموضوع الأساسي للتحليل، بعيداً عن الدراسات المسحية التي تحتاج إلى عينات بشرية.

احدى عشر: الدراسات السابقة

عبيد، بلال. (2022). القيم في أخبار صحافة الموبايل - دراسة تحليلية على عينة من منشورات صفحة "موجو بريس" السودانية (جانفي، فيفري، مارس 2021) .*مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، المجلد 26، العدد 4، ص 999-1007 .(بلال.، 2022)

سعت هذه الدراسة إلى الكشف وتأويل تمثلات القيم في أخبار صحافة الموبايل، التي صارت أحد الأنماط الاتصالية الجديدة المستخدمة من طرف الجمهور، من خلال تحديد الأسس النظرية لدراسة أثر وسائل الإعلام بمختلف أشكالها التقليدية والحديثة عبر محدد ثابت هو الرسالة الإعلامية وارتباطها بالقيم واستخدم الباحث منهج تحليل المحتوى، معتمداً على أداة تحليل المضمون الرقمي لعملية التحليل الكمي والكيفي لمنشورات صفحة "موجو بريس" السودانية اما عينة الدراسة:تم تحليل منشورات صفحة "موجو بريس" السودانية خلال الفترة (جانفي، فيفري، مارس 2021) وكانت أبرز النتائج حاولت الدراسة استخلاص المتوقع المركزي لموضوع القيم داخل مضامين صحافة الموبايل

والمواضيع المرتبطة بها، وإبراز العلاقة الترابطية بين مضامين صحافة الموبايل والقيم المتضمنة فيها من جهة، والمؤشرات والأبعاد المميزة للقيمة من جهة أخرى .

2. حيدر، عبد اللطيف. (2023). رواية القصة الخبرية بالفيديو ودورها في صناعة الأخبار بالمنصات الرقمية: دراسة ميدانية .*مجلة لباب للدراسات الإستراتيجية*، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة .(اللطيف.، 2023)
سعت الدراسة إلى تقصي دور تقنية "رواية الخبر بالفيديو" في المنصات الرقمية، وتحديد أثرها في صياغة الأخبار وتناقلها عبر تلك الوسائط وطبيعة تفاعل الجمهور التواصلي معها، فضلاً عن التعرف على أبرز سمات تقنية رواية الخبر بالفيديو وخصائصها ومفهومها واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام استبانة لاستطلاع آراء عينة من رواد المنصات الرقمية و تكونت العينة من 150 مشاركاً من 11 دولة عربية من رواد المنصات الرقمية أظهرت الدراسة أن نسبة 66% من العينة ترى أن "الفيديو الإخباري" أكثر قدرة على إيصال المضمون الخبري .تتابع نسبة 19.3% من العينة الأخبار على المنصات الرقمية عبر تقنية رواية الخبر بالفيديو بيَّنت الدراسة أن منصة "الجزيرة بلس (+AJ) "أكثر متابعة من طرف العينة تليها منصة "قناة الجزيرة."

3.رضوان، أحمد. (2024). استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي في تغطية الحرب على غزة ودورها في إثراء محتوى الصحافة الاستقصائية .(2024-2023) *مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام*، شبكة الجزيرة الإعلامية، الدوحة .(أحمد.، 2024)
تَقَصَّت الدراسة التحديات التي واجهها الصحفيون الفلسطينيون خلال تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة، وبحثت المنهجية التي اعتمدها الصحفيون في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة تطورات الأحداث، والتَّحقق من دقة الأخبار وصدقيتها في ظل التدفق الهائل للمعلومات وانتشار الأخبار المضللة، ورصدت أيضاً فاعلية هذه المنصات في إثراء محتوى الصحافة الاستقصائية استندت الدراسة إلى المنهج النوعي من خلال أداتي المقابلة ودراسة الحالة تكوَّنت العينة من أحد عشر صحفياً في مؤسسات إعلامية محلية ودولية، تم اختيارهم بطريقة قصدية أظهرت النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي وأدوات المصادر المفتوحة تُعَد عنصراً أساسياً في عملية جمع الأخبار والتَّحقق منها، خاصة في ظل التحديات المهنية والمخاطر الجسدية التي تهدد الصحفيين بيَّنت الدراسة أن الصحفيين اعتمدوا في إعداد التحقيقات الصحفية على منشورات شبكات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك الفيديوهات والصور وشهادات المصادر الميدانية (نشطاء محليين، شهود عيان) للتأكد من روايات أطراف الحرب

اما في مايخص الدراسات السابقة العراقية تشير مراجعة الأدبيات المتاحة إلى أن الدراسات العراقية التي تناولت صحافة الموبايل اتجهت نحو الدراسات المسحية التي تقيس الاتجاهات والآراء، في حين ركزت الدراسات المعنية باحتجاجات تشرين على تحليل الخطاب السياسي بعيداً عن المقاربات الإعلامية التحليلية. وبناءً على ذلك، يلحظ الباحث وجود فجوة بحثية واضحة تتمثل في غياب دراسة عراقية تجمع بين تحليل القيم الإخبارية والمقارنة المنهجية بين منصتي تيك توك ويوتيوب، بالاعتماد على عينة من المحتوى المنتج من قبل المؤسسات الإعلامية العراقية الرسمية، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى معالجته.

الإطار المفاهيمي للقيم الإخبارية

أولاً: مفهوم القيم الإخبارية ونشأتها

تُعد القيم الإخبارية، التي تُعرف أيضاً بالقيم الخبرية أو المعايير الخبرية، أحد المفاهيم الأساسية في نظريات الاتصال والصحافة. فهي تمثل مجموعة المعايير والصفات التي يتميز بها الحدث لتتحول الوقائع اليومية العابرة إلى أخبار تستحق النشر والتداول. ويمكن تعريف القيم الإخبارية بشكل أكثر تحديداً بأنها "مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي، فهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور والتي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم" (محمد، 2019).

وتشكل القيم الإخبارية بنية معقدة ترتكز على أبعاد متعددة، سواء كانت نظرية أو نفعية، فكرية أو إيديولوجية أو دينية. فالفهم الدقيق للقيم الإخبارية يقوم على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستنقل إلى الجمهور، وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، حيث أن لكل وسيلة قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تنبع من طبيعتها. ويعود الاهتمام الأكاديمي المبكر بهذا المفهوم إلى دراسة رواد مدرسة الصحافة النرويجية يوهان جالتونغ وماري هولمبو روج عام 1965، حيث قاما بتحليل بنية الأخبار الدولية وقدما تصوراً متكاملاً للقيم الإخبارية التي تفسر كيف تصبح الأحداث اخبار (Galtung، 2020)

ثانياً: تصنيفات القيم الإخبارية

تعددت تصنيفات القيم الإخبارية في أدبيات الاتصال، ويمكن إجمالها في عدة فئات رئيسية تتفاعل فيما بينها لتحديد مدى صلاحية الحدث للنشر. فمن ناحية، هناك القيم المتعلقة بطبيعة الحدث ذاته، والتي تشمل الحداثة التي تعني

مدى قرب الحدث زمنياً، فالأخبار العاجلة تحظى بالأولوية في التغطية. وتشمل أيضاً الأهمية التي تقيس تأثير الحدث على حياة الناس ومصائرهم، والقرب سواء كان جغرافياً أو نفسياً أو ثقافياً، بالإضافة إلى الصراع الذي يبرز في الأخبار التي تنطوي على خلافات أو (سناء.، 2020)نزاعات.

ومن ناحية أخرى، توجد القيم المتعلقة بالجمهور، والتي تركز على الاهتمام الإنساني من خلال القصص التي تثير المشاعر والعواطف، والغرابة التي تهتم بالأحداث غير المألوفة والخارجة عن المألوف، والتأثير الذي يقيس عدد الأشخاص المتأثرين بالحدث. كما تظهر القيم المتعلقة بالمحتوى مثل الإثارة التي تحمل التشويق، والشمول الذي يعني تغطية جوانب الحدث المختلفة، والتحليل الذي يقدم تفسيرات وخلفيات للحدث (سناء.، 2020)

ثالثاً: القيم الإخبارية كمعايير مهنية

تمثل القيم الإخبارية في جوهرها معايير مهنية يسترشد بها القائمون على الاتصال في عملية اختيار الأخبار. فهي بمثابة مرجعية تحدد ما هو جدير بالنشر وما هو غير جدير، وتساعد في صياغة الخبر بالشكل المناسب الذي يتناسب مع طبيعة الوسيلة الإعلامية. وتتأثر هذه المعايير بعدة عوامل منها سياسة المؤسسة الإعلامية التحريرية، والإطار الفكري الذي تعتمده، ورؤية القائم بالاتصال لدور الصحافة في المجتمع. كما أن القيم الإخبارية تختلف باختلاف الأنظمة الاجتماعية والسياسية والقيمية، مما يعني أن التمايز في هذه الأنظمة على مستوى العالم له أثر في إيجاد اختلاف للقيم الإخبارية التي يقدمها كل نظام إعلامي. (محمد ح.، 2017)

صحافة الموبايل

أولاً: مفهوم صحافة الموبايل ونشأتها

تمثل صحافة الموبايل، التي تعرف اختصاراً بمصطلحMoJo ، أحد أحدث أشكال جمع الأخبار ورواية القصص الإبداعية والجذابة في المجال الصحفي المعاصر. يتمحور هذا الشكل الصحفي حول قيام الصحفيين بتسجيل وتحرير وإعداد التقارير ومشاركة المواد الإخبارية، عادةً بصيغة تقارير فيديو، باستخدام هواتفهم المحمولة فقط لا غير.

وقد نشأ هذا المفهوم نتيجة للتطور المتسارع في تكنولوجيا الهواتف الذكية، حيث أصبحت هذه الأجهزة أدوات قوية يمكنها تسجيل وتخزين مواد الفيديو والصوت عالية الجودة. (Quinn، 2012)

ويرتبط مفهوم صحافة الموبايل ارتباطاً وثيقاً بصحافة المواطن، حيث أصبح بإمكان أي فرد يمتلك هاتفاً ذكياً أن يكون منتجاً للمحتوى الإخباري، خاصة في الأحداث الكبرى والطارئة التي يصعب على وسائل الإعلام التقليدية تغطيتها في لحظاتها الأولى. وقد ساهمت التطورات التقنية المتلاحقة، ولا سيما ترقية معالجات وقدرات الهواتف وتطويرها باستمرار، في تمكين هذه الأجهزة من التعامل مع وظائف تحرير مقاطع الفيديو تماماً مثل أجهزة المونتاج أو الحواسيب المتخصصة. (Quinn، 2012)

ثانياً: خصائص صحافة الموبايل ومميزاتها

تتميز صحافة الموبايل بمجموعة من الخصائص التي جعلتها نموذجاً صحفياً مؤثراً في المشهد الإعلامي الرقمي. تأتي في مقدمتها السرعة والفورية، حيث تتيح هذه الصحافة نقل الحدث في وقت حدوثه مباشرة، دون الحاجة للعودة إلى غرف الأخبار أو الانتظار لتجهيز المعدات التقليدية. كما تتميز بالمرونة والانتشار، مما يمكن الصحفي أو المواطن من التواجد في أي مكان ونقل الأحداث من قلب الميدان (Quinn، 2012)

ومن الخصائص المهمة أيضاً انخفاض التكلفة، حيث لا تحتاج صحافة الموبايل إلى معدات باهظة الثمن أو فرق فنية كبيرة، مما يخفض حواجز الدخول إلى المجال الصحفي. كما تتيح هذه الصحافة درجة عالية من التفاعلية عبر تمكين التواصل المباشر مع الجمهور من خلال التعليقات والمشاركات. إضافة إلى ذلك، تضع صحافة الموبايل الصحفي في موقع قريب جداً من الأحداث والأشخاص، مما يعزز مصداقية التغطية وقربها من الواقع (أيمن.، 2021).

ثالثاً: تحديات صحافة الموبايل

رغم المزايا العديدة لصحافة الموبايل، فإنها تواجه مجموعة من التحديات المهنية والأخلاقية التي تستدعي الاهتمام والدراسة. يتمثل أبرز هذه التحديات في إشكالية المصداقية والدقة، حيث يصعب أحياناً التحقق من صحة المحتوى ومصادره في ظل غياب آليات التدقيق التقليدية. كما تعاني صحافة الموبايل من الافتقار للمعايير المهنية الراسخة، خاصة مع غياب التحرير الدقيق والتدقيق المعلوماتي الذي تمارسه المؤسسات الإعلامية التقليدية (Westlund, 2013).

وتبرز أيضاً المشكلات الأخلاقية كتحدٍ رئيسي، مثل انتهاك خصوصية الضحايا أو نشر محتوى صادم دون مراعاة للاعتبارات الإنسانية. إضافة إلى ذلك، تظل جودة الإنتاج محدودة مقارنة بالإنتاج الاحترافي، حيث أن إمكانات الهواتف الذكية، رغم تطورها، لا ترقى إلى مستوى المعدات الاحترافية من حيث دقة الصورة وجودة الصوت واستقرار التصوير. (أيمن.، 2021)

منصات التواصل الاجتماعي في السياق الإخباري

أولاً: منصة يوتيوب كمصدر إخباري

تعد منصة يوتيوب، التي تأسست عام 2005، أكبر منصة لمشاركة الفيديوهات على مستوى العالم، وتحتضن محتوى متنوعاً يشمل المواد الإخبارية والتوثيقية والترفيهية. وتتميز المنصة بقدرتها على استيعاب فيديوهات طويلة تمتد إلى ساعات، مما يتيح فرصة لتقديم محتوى تحليلي متعمق يغطي جوانب الأحداث المختلفة (Galtung، 2020)

وفي السياق الإخباري، يحتل يوتيوب مكانة مهمة كمصدر للأخبار، حيث أشارت بيانات مركز بيو للأبحاث (Pew Research Center)إلى أن 41% من الشباب (في الفئة العمرية 18-29 سنة) يحصلون على الأخبار بانتظام من يوتيوب. وتتميز التغطية الإخبارية على يوتيوب بإمكانية تقديم محتوى أطول وأكثر تحليلاً وتفصيلاً، مع إمكانية التوثيق والأرشفة التي تتيح للمستخدمين العودة إلى المحتوى في أي وقت (أيمن.، 2021)

ثانياً: منصة تيك توك كمصدر إخباري

شهدت منصة تيك توك، التطبيق الصيني لمقاطع الفيديو القصيرة الذي أطلق عام 2016، تحولاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة ليصبح مصدراً رئيسياً للأخبار، خاصة بين فئة الشباب. فقد تحول تيك توك إلى واحدة من أسرع وكالات الأنباء في العالم، حيث أصبح التطبيق الاجتماعي الأول لمتابعة الأخبار بين الشباب الأميركي. وتشير أحدث البيانات الصادرة عن مركز بيو للأبحاث إلى أن 43% من الشباب (18-29 سنة) يحصلون على الأخبار بانتظام من تيك توك في عام 2025، متفوقاً بذلك على يوتيوب.(41%)

وتعتمد آليات انتشار الأخبار على تيك توك على خوارزمية معقدة تجمع بين التعلم الآلي وتحليل سلوك المستخدم وتنظيم المحتوى. وتقوم الخوارزمية برعاية مقاطع الفيديو بناءً على التفضيلات الفردية والتفاعلات التاريخية والموضوعات الشائعة، مع الأخذ في الاعتبار عوامل مختلفة تشمل معلومات الفيديو (كالتسميات التوضيحية وعلامات التصنيف) وبيانات الملف الشخصي للمستخدم (كالعمر والموقع) ومقاييس التفاعل (كالإجابات والمشاركات والتعليقات) (رجب.، 2022)

ثالثاً: طبيعة المحتوى الإخباري على تيك توك ويوتيوب

تختلف طبيعة المحتوى الإخباري على تيك توك بشكل جوهري عن نظيره على يوتيوب، ويعود هذا الاختلاف أساساً إلى الخصائص التقنية والجماهيرية لكل منصة. ففي تيك توك، يعتمد المحتوى على الفيديو القصير الذي لا يتجاوز عادة ثلاث دقائق، مع أولوية واضحة للسرعة على الجودة. وقد لاحظ المراقبون أن "المنشور الأول ينبغي ألا تحرص فيه غرف الأخبار على جودة الإنتاج بقدر الحرص على إثبات الوجود"، كما تعتمد استراتيجيات النشر على التكرار والاتساق حيث يكافئ نظام تيك توك الحضور المنتظم وليس المحتوى المجود فقط. (محمد ح.، 2017)

أما على يوتيوب، فالمحتوى أطول وأكثر تحليلاً وتعمقاً، مع إمكانية التوثيق والأرشفة التي تتيح للجمهور العودة إلى المواد الإخبارية في أي وقت. ويتميز جمهور يوتيوب بتنوعه العمري والاهتمامي، مما يسمح بوصول المحتوى إلى فئات أوسع من المشاهدين. وتختلف أيضاً أنماط التفاعل بين المنصتين، فالتفاعل على تيك توك يتميز بالسرعة والعاطفية والمشاركات الواسعة، بينما يميل التفاعل على يوتيوب إلى أن يكون أكثر تعمقاً ونقاشاً مطولاً في التعليقات (Newman، 2025)

احتجاجات تشرين في العراق(2019-2020)

أولاً: السياق التاريخي والاجتماعي للاحتجاجات

انطلقت تظاهرات تشرين في العراق في الأول من أكتوبر عام 2019، في بغداد وبقية محافظات جنوب العراق، واستمرت حتى منتصف عام 2021، في حراك احتجاجي واسع يعد الأكبر من نوعه في العراق منذ عام 2003. جاءت هذه التظاهرات احتجاجاً على تردي الأوضاع الاقتصادية، وانتشار الفساد المالي والإداري، والبطالة المتفشية بين صفوف الشباب، إضافة إلى سوء الخدمات الأساسية واستمرار أزمة الطاقة.

وتطورت مطالب المتظاهرين تدريجياً لتصل إلى المطالبة بإسقاط النظام السياسي الحاكم برمته، واستقالة حكومة عادل عبد المهدي، وتشكيل حكومة مؤقتة وإجراء انتخابات مبكرة. ونددد المحتجون أيضاً بالتدخل الخارجي في الشأن العراقي، حيث قام العديد منهم بحرق مقرات أحزاب سياسية وقنوات فضائية ورفع شعارات ترفض التدخلات الخارجية بمختلف أشكالها. (عباس.، 2021)

ثانياً: ديناميكيات المواجهة والتغطية الإعلامية

واجهت القوات الأمنية هذه المظاهرات بعنف شديد، حيث استخدمت القناصة والرصاص الحي ضد المتظاهرين، مما أدى إلى سقوط أعداد كبيرة من الضحايا. وتشير إحصاءات المفوضية العليا لحقوق الإنسان في العراق إلى مقتل ما لا يقل عن 1000 متظاهر، وإصابة أكثر من 22 ألف آخرين، فضلاً عن اغتيال أكثر من 70 ناشطاً على مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية الاحتجاجات.

وشهدت التظاهرات تصعيداً ملحوظاً في 25 تشرين الأول 2019، حيث تجددت الاحتجاجات بعد توقف مؤقت بسبب مراسيم الزيارة الأربعينية. وفي 27 تشرين الثاني 2019، قام محتجون بحرق القنصلية الإيرانية في النجف، مما أدى إلى سقوط عشرات القتلى والجرحى في أكثر أيام الاحتجاجات دموية، خاصة في محافظة ذي قار التي

شهدت مجزرة الناصرية. وقد أدت هذه الأحداث إلى إعلان رئيس الوزراء عادل عبد المهدي نيته تقديم استقالته، وهو ما تم فعلاً في 30 تشرين الثاني (عباس.، 2021)

ثالثاً: دور الإعلام الجديد في تغطية الاحتجاجات

شكلت احتجاجات تشرين محطة فارقة في تاريخ الإعلام العراقي، حيث اعتمد المتظاهرون والناشطون بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الفيديو لتوثيق الأحداث ونشرها محلياً وعالمياً. وقد برزت صحافة المواطن كقوة مؤثرة في نقل ما يحدث من قلب الميدان، خاصة في ظل انقطاع الإنترنت المتكرر وحجب المواقع الإخبارية التقليدية. (ويكيبيديا.، 2025)

وتنوعت المضامين التي أنتجتها صحافة المواطن خلال الاحتجاجات بين توثيق المواجهات مع القوات الأمنية، ونقل المشاهد الإنسانية للضحايا والجرحى، وتسجيل الهتافات والمطالب الشعبية، وتوثيق الأعمال الفنية الاحتجاجية. وقد انتشرت هذه المضامين على نطاق واسع عبر منصات التواصل الاجتماعي، خاصة تيك توك ويوتيوب، وساهمت في تشكيل الرأي العام المحلي والدولي حول طبيعة الاحتجاجات ومطالبها المشروعة. (ويكيبيديا.، 2025)

العلاقة بين القيم الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي

تثير البيئة الإعلامية الجديدة تساؤلات جوهرية حول كيفية تأثير خصائص المنصات الرقمية على القيم الإخبارية السائدة فيها. فمنصة مثل تيك توك، بآلياتها القائمة على الفيديو القصير والسريع والخوارزميات التي تفضل المحتوى المثير والعاطفي، قد تعزز قيماً إخبارية معينة مثل الإثارة والصراع والعاطفة على حساب قيم أخرى مثل التحليل والشمول والموضوعية.

في المقابل، تتيح منصة مثل يوتيوب مجالاً أوسع لظهور قيم إخبارية مغايرة، مثل التحليل المتعمق والشمول والتوثيق، نظراً لقدرتها على استيعاب فيديوهات طويلة تسمح بتغطية أكثر تفصيلاً للأحداث. وهذا يعني أن خصائص المنصة التقنية والتحريرية تؤدي دوراً مهماً في تشكيل القيم الإخبارية للمحتوى المنشور عليها، مما يستدعي دراسة مقارنة تكشف أوجه الاختلاف والتشابه بين المنصات المختلفة. (رجب.، 2022)

أولاً: توصيف عينة الدراسة

قبل الشروع في تحليل القيم الإخبارية، من الضروري تقديم وصف دقيق لعينة الدراسة من حيث خصائصها الأساسية. يساعد هذا التوصيف في فهم سياق الفيديوهات المحللة، ويكشف عن طبيعة المحتوى المتاح على كل منصة. تشمل هذه الخصائص: توزيع الفيديوهات حسب المنصة، المدة الزمنية، موقع التصوير، ومرحلة الاحتجاجات.

1. توزيع عينة الدراسة حسب المنصة

تم اختيار عينة قصدية من فيديوهات صحافة الموبايل المرتبطة باحتجاجات تشرين، بواقع 400 فيديو موزعة بالتساوي بين منصتي تيك توك ويوتيوب. يهدف هذا التوزيع المتساوي إلى إتاحة فرصة متكافئة للمقارنة بين المنصتين، والكشف عن أوجه الاتفاق والاختلاف في القيم الإخبارية السائدة على كل منهما.

جدول (1) توزيع عينة الدراسة حسب المنصة

ت	المنصة	النسبة المئوية	العدد
.1	تيك توك	50.0%	**200**
.2	يوتيوب	50.0%	**200**
.3	**المجموع**	**100.0%**	**400**

يبين الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة البالغة 400 فيديو، حيث تمثل فيديوهات تيك توك نصف العينة (200 فيديو) وفيديوهات يوتيوب النصف الآخر (200 فيديو). هذا التوزيع المتساوي يعطي ثقلاً متكافئاً لكل منصة في التحليل، ويسمح بإجراء مقارنة عادلة بينهما دون تحيز لصالح منصة على أخرى.

2.توزيع عينة الدراسة حسب المدة الزمنية للفيديوهات

تعد مدة الفيديو من الخصائص الجوهرية التي تميز منصة عن أخرى، حيث تشتهر تيك توك بالفيديوهات القصيرة جداً التي لا تتجاوز الدقائق الثلاث، بينما يتسع يوتيوب لفيديوهات طويلة قد تمتد لساعات. هذا الاختلاف في المدة ينعكس بشكل مباشر على طبيعة القيم الإخبارية التي يمكن تقديمها، فالفيديو القصير قد يركز على الإثارة والصراع، بينما يتيح الفيديو الطويل مساحة أكبر للتحليل والشمول.

جدول (2): توزيع الفيديوهات حسب المدة الزمنية (مقارنة بين المنصتين)

ت	يوتيوب	تيك توك	المدة الزمنية	المجموع الكلي
.1	12 (6.0%)	85 (42.5%)	أقل من دقيقة	**97 (24.25%)**
.2	43 (21.5%)	98 (49.0%)	3 – 1دقائق	**141 (35.25%)**
.3	89 (44.5%)	17 (8.5%)	10 – 3دقائق	**106 (26.5%)**
.4	56 (28.0%)	0 (0.0%)	أكثر من 10 دقائق	**56 (14.0%)**
.5	**200 (100%)**	**200 (100%)**	**الإجمالي**	**400 (100%)**

يكشف الجدول رقم (2) عن فروق جوهرية في المدة الزمنية بين المنصتين، حيث تتركز فيديوهات تيك توك في الفئتين القصيرتين (أقل من دقيقة، و1-3 دقائق) بنسبة تتجاوز 91% من إجمالي عينتها. في المقابل، تتوزع فيديوهات يوتيوب بشكل أكثر تنوعاً، مع تركيز ملحوظ في فئة 3-10 دقائق (44.5%)، ووجود نسبة معتبرة (28%) من الفيديوهات التي تتجاوز مدتها 10 دقائق. هذه النتيجة متوقعة نظراً لطبيعة كل منصة، حيث صمم تيك توك أساساً للفيديو القصير السريع، بينما يوتيوب منصة مفتوحة لمختلف الأطوال.

3.توزيع عينة الدراسة حسب موقع الحدث (المحافظة)

توزعت الاحتجاجات على عدة محافظات عراقية، لكن بدرجات متفاوتة من حيث الحجم والشدة والاستمرارية. يساعد تحليل توزيع الفيديوهات حسب المحافظة في فهم أي المناطق كانت الأكثر توثيقاً عبر صحافة الموبايل، وأيها حظي باهتمام أكبر من قبل صناع المحتوى.

جدول (3): توزيع الفيديوهات حسب موقع الحدث (المحافظة)

ت	المحافظة	المجموع الكلي	يوتيوب	تيك توك	النسبة الكلية
.1	بغداد	140	68	72	**35.0%**
.2	البصرة	73	35	38	**18.25%**
.3	ذي قار	65	34	31	**16.25%**
.4	النجف	50	26	24	**12.5%**
.5	ميسان	38	20	18	**9.5%**
.6	كربلاء	11	5	6	**%2.75**
.7	بابل	9	5	4	**%2.25**
.8	واسط	8	4	4	**%2.0**
.9	صلاح الدين	6	3	3	**%1.5**

10.	**المجموع**	**400**	**200**	**200**	**100.0%**

يظهر الجدول أن العاصمة بغداد تتصدر قائمة المحافظات من حيث عدد الفيديوهات الموثقة، بنسبة 35% من إجمالي العينة، وهو أمر متوقع لأن بغداد كانت مركز الاحتجاجات الرئيسي ومسرحاً لأكبر التظاهرات وخاصة في ساحة التحرير. تليها البصرة بنسبة 18.25%، ثم ذي قار (الناصرية) بنسبة 16.25%، وهما محافظتان شهدتا احتجاجات عنيفة وخسائر بشرية كبيرة. النجف وميسان تأتيان في المرتبتين التاليتين، بينما توزعت النسبة المتبقية (8.5%) على محافظات أخرى مثل كربلاء وبابل وواسط. يلاحظ تقارب الأرقام بين المنصتين في كل محافظة، مما يشير إلى تماثل في الاهتمام الجغرافي للمحتوى على تيك توك ويوتيوب.

1.4توزيع عينة الدراسة حسب مرحلة الاحتجاجات

امتدت احتجاجات تشرين على مدى زمني طويل تجاوز العام، ومرت بمراحل مختلفة تباينت فيها شدة الأحداث وطبيعة المطالب وحجم المشاركة. يساعد تصنيف الفيديوهات حسب المرحلة الزمنية في فهم تطور القيم الإخبارية عبر الزمن، ومدى استجابة صحافة الموبايل للتغيرات الميدانية.

جدول (4): توزيع الفيديوهات حسب مرحلة الاحتجاجات

ت	المرحلة الزمنية	المجموع الكلي	يوتيوب	تيك توك	النسبة من الكلية
.1	الانطلاقة (أكتوبر 2019)	110	52	58	**27.5%**
.2	الذروة (نوفمبر 2019)	145	71	74	**36.25%**
.3	الاستمرار(2020)	101	53	48	**25.25%**
.4	الذكرى السنوية (أكتوبر 2020)	44	24	20	**11.0%**
.5	**المجموع**	**400**	**200**	**200**	**100.0%**

يشير الجدول إلى أن أعلى نسبة من الفيديوهات تعود لمرحلة الذروة في نوفمبر 2019 (36.25%)، وهي الفترة التي شهدت التصعيد الأكبر في المواجهات، وإعلان استقالة الحكومة، وسقوط أكبر عدد من الضحايا. تأتي مرحلة الانطلاقة في أكتوبر 2019 في المرتبة الثانية (27.5%)، حيث بدأت الاحتجاجات بشكل مفاجئ وانتشرت كالنار في الهشيم. مرحلة الاستمرار خلال عام 2020 شكلت 25.25% من العينة، وتعكس استمرار الحراك وإن بوتيرة أقل. أخيراً، شكلت تغطية الذكرى السنوية الأولى للاحتجاجات 11% من العينة. يلاحظ التوازن بين المنصتين في توزيع الفيديوهات عبر المراحل.

تحليل القيم الإخبارية في عينة تيك توك

يهدف هذا المحور إلى رصد وتحليل القيم الإخبارية السائدة في فيديوهات صحافة الموبايل المنشورة على منصة تيك توك. سيتم عرض تكرار كل قيمة إخبارية ونسبتها المئوية، ثم ترتيبها تنازلياً من الأعلى تكراراً إلى الأقل، مع تقديم تفسير لكل نتيجة في ضوء خصائص المنصة وطبيعة الحدث.

2.1القيم الإخبارية في فيديوهات تيك توك (الترتيب التنازلي)

يكشف تحليل فيديوهات تيك توك عن نمط واضح في القيم الإخبارية السائدة، حيث تتصدر قيم الإثارة والصراع والحداثة القائمة، بينما تحتل قيم التحليل والشمول مراتب متأخرة. هذا النمط يتسق مع طبيعة المنصة التي تقوم على الفيديو القصير السريع، وتفضل الخوارزميات المحتوى المثير والعاطفي الذي يحقق تفاعلاً أسرع.

جدول (5): القيم الإخبارية في فيديوهات تيك توك مرتبة تنازلياً

ت	القيمة الإخبارية	النسبة المئوية	والتكرار
1.	الاثارة	%88	176
2.	الصراع	%84	168

3.	الحداثة	%76	152
4.	التعبة	%67	134
5.	الإنسانية	%59	118
6.	التوثيق	%48.5	97
7.	القرب	%44.5	89
8.	الأهمية	%38	76
9.	الهوية	%32.5	65
10.	التفنن	%21.5	43
11.	التحليل	%14	28
12.	الشمول	%9.5	19

يقدم الجدول ترتيباً تنازلياً للقيم الإخبارية الـ 12 في عينة تيك توك، بناءً على تكرار ظهورها في 200 فيديو محلل. يمكن استخلاص الملاحظات التالية:

- **القيم الأولى (الثلاثي الأعلى) :**تتصدر **قيمة الإثارة** القائمة بنسبة 88%، مما يعني أن 176 فيديو من أصل 200 تحتوي على عناصر إثارة وتشويق. تليها **قيمة الصراع** بنسبة 84%، حيث صورت الغالبية العظمى من الفيديوهات مشاهد مواجهات واشتباكات. ثم **قيمة الحداثة** بنسبة 76%، مما يشير إلى تركيز واضح على نقل الأحداث لحظة وقوعها. هذا الثلاثي يعكس الطبيعة السريعة والمثيرة لمنصة تيك توك، التي تفضل المحتوى اللحظي المشحون بالعاطفة.

- **القيم الوسطى :**تحتل **قيمة التعبئة** المرتبة الرابعة (67%)، حيث احتوت العديد من الفيديوهات على هتافات ودعوات للمشاركة .**قيمة الإنسانية** جاءت خامسة (59%)، وتضمنت مشاهد مؤثرة للجرحى والضحايا .**قيمة التوثيق** سادسة (48.5%)، حيث شكلت الفيديوهات مصدراً لتسجيل الأحداث .**قيمة القرب** سابعة (44.5%)، وظهرت في الفيديوهات التي صورت مواقع قريبة من سكن المصورين أو همومهم المحلية.

- **القيم المتأخرة (الثلاثي الأدنى) :**تظهر في المراتب المتأخرة قيم تتطلب وقتاً وجهداً تحليلياً أكبر، مثل **قيمة التحليل** (14.0%)التي تتطلب شرحاً وتفسيراً، و**قيمة الشمول** (9.5%)التي تحتاج تغطية متكاملة للحدث. هذا التأخر متوقع في منصة تيك توك التي لا تتيح مساحة زمنية كافية للتحليل والشمول. كما أن **قيمة التفنن** (21.5%)و**الهوية** (32.5%)جاءتا في مراتب متأخرة نسبياً.

تحليل القيم الإخبارية في عينة يوتيوب

بعد تحليل عينة تيك توك، ينتقل هذا المحور إلى رصد القيم الإخبارية في فيديوهات صحافة الموبايل المنشورة على منصة يوتيوب. يتوقع أن تختلف الأولويات هنا نظراً لطبيعة المنصة التي تتيح فيديوهات أطول ومحتوى أكثر تحليلاً.

القيم الإخبارية في فيديوهات يوتيوب (الترتيب التنازلي)

يكشف تحليل فيديوهات يوتيوب عن نمط مختلف من القيم الإخبارية، حيث تتصدر قيم التوثيق والتحليل والشمول القائمة، بينما تأتي قيم الإثارة والصراع في مراتب متقدمة لكنها ليست في الصدارة المطلقة. هذا النمط يعكس طبيعة يوتيوب كمنصة تتيح مساحة زمنية أطول وتستقطب جمهوراً يبحث عن محتوى أكثر عمقاً.

جدول (6): القيم الإخبارية في فيديوهات يوتيوب مرتبة تنازلياً

ت	القيمة الإخبارية	النسبة المئوية	التكرار
1.	التوثيق	%91	182
2.	التحليل	%79	158
3.	الشمولية	%74.5	149
4.	الإنسانية	%68	136
5.	الصراع	%64	128
6.	الأهمية	%60.5	121
7.	الاثارة	%57.5	115
8.	التعبئة	%49	98

9.	الحداثة	%43.5	87
10.	القرب	%37	74
11.	الهوية	%29	58
12.	التفنن	%20.5	41

يقدم الجدول ترتيباً تنازلياً للقيم الإخبارية في عينة يوتيوب، ويمكن استخلاص الملاحظات التالية:

- **القيم الأولى (الثلاثي الأعلى) :**تتصدر **قيمة التوثيق** القائمة بنسبة 91.0%، حيث شكلت فيديوهات يوتيوب أرشيفاً مرئياً مهماً للأحداث، مع تركيز على التسجيل الدقيق والمفصل. تليها **قيمة التحليل** بنسبة 79.0%، حيث احتوت العديد من الفيديوهات على تعليقات وشروحات وتحليلات للأحداث. ثم **قيمة الشمول** بنسبة 74.5%، مما يشير إلى محاولة تغطية جوانب متعددة للحدث في الفيديو الواحد. هذا الثلاثي يعكس الطبيعة التحليلية التوثيقية لمنصة يوتيوب، التي تتيح مساحة زمنية كافية للتوسع والتفصيل.
- **القيم الوسطى :**تحتل **قيمة الإنسانية** المرتبة الرابعة (68.0%)، وتأتي **قيمة الصراع** خامسة (64.0%)، ثم **الأهمية** سادسة (60.5%)، و**الإثارة** سابعة (57.5%). يلاحظ أن قيم الصراع والإثارة حلت في مراتب متقدمة لكنها ليست الأولى، مما يعني أن يوتيوب يقدم محتوى أكثر توازناً بين الجوانب الدرامية والتحليلية.
- **القيم المتأخرة :**تأتي **قيمة الحداثة** في المرتبة التاسعة (43.5%)، وهذا متوقع لأن فيديوهات يوتيوب غالباً ما تنشر بعد فترة من الحدث، وتركز على التحليل والتوثيق أكثر من اللحظية. كما أن **قيم التفنن** و**الهوية** جاءت في المراتب الأخيرة كما هو الحال في تيك توك.

رابعاً: المقارنة بين تيك توك ويوتيوب في القيم الإخبارية

بعد تحليل كل منصة على حدة، يأتي هذا المحور ليجري مقارنة مباشرة بين تيك توك ويوتيوب، للكشف عن أوجه الاتفاق والاختلاف في القيم الإخبارية السائدة. تساعد هذه المقارنة في فهم تأثير خصائص المنصة على طبيعة المحتوى الإخباري.

المقارنة العامة بين القيم الإخبارية في المنصتين

يقدم الجدول التالي مقارنة شاملة بين نسب القيم الإخبارية في تيك توك ويوتيوب، مع تحديد الفارق بينهما والمنصة الأكثر ظهوراً لكل قيمة.

جدول (7): المقارنة بين تيك توك ويوتيوب في القيم الإخبارية

ت	القيمة الإخبارية	المنصة الأعلى	يوتيوب(%)	تيك توك(%)	الفارق
.1	الإثارة	**تيك توك**	57.5%	88.0%	**+30.5%**
.2	الصراع	**تيك توك**	64.0%	84.0%	**+20.0%**
.3	الحداثة	**تيك توك**	43.5%	76.0%	**+32.5%**
.4	التعبئة	**تيك توك**	49.0%	67.0%	**+18.0%**
.5	الإنسانية	**يوتيوب**	68.0%	59.0%	**-9.0%**

.6	التوثيق	**يوتيوب**	91.0%	48.5%	**-42.5%**
.7	القرب	**تيك توك**	37.0%	44.5%	**+7.5%**
.8	الأهمية	**يوتيوب**	60.5%	38.0%	**-22.5%**
.9	الهوية	**تيك توك**	29.0%	32.5%	**+3.5%**
.10	التفنن	**تيك توك**	20.5%	21.5%	**+1.0%**
.11	التحليل	**يوتيوب**	79.0%	14.0%	**-65.0%**
.12	الشمول	**يوتيوب**	74.5%	9.5%	**-65.0%**

يكشف الجدول عن تباين واضح في القيم الإخبارية بين المنصتين، ويمكن تلخيص النتائج كما يلي:

أولاً: القيم التي تسود في تيك توك (الفارق لصالح تيك توك):

- **الحداثة :**تتفوق تيك توك بفارق كبير (+32.5%)، مما يؤكد طابعها اللحظي.
- **الإثارة :**تتفوق تيك توك بفارق (+30.5%)، حيث تركز على المشاهد المثيرة.
- **الصراع :**تتفوق تيك توك بفارق (+20.0%)، وتعكس تركيزها على المواجهات.
- **التعبئة :**تتفوق تيك توك بفارق (+18.0%)، حيث كثرت فيها دعوات المشاركة.
- **القرب :**تتفوق تيك توك بفارق (+7.5%)، مع تركيز على المحتوى المحلي جداً.

ثانياً: القيم التي تسود في يوتيوب (الفارق لصالح يوتيوب):

- **التحليل :**يوتيوب متفوق بشكل كبير جداً (+65.0%)، وهذا أكبر فارق في الجدول.
- **الشمول :**يوتيوب متفوق بنفس القدر (+65.0%)، مما يعكس تغطية أكثر شمولاً.
- **التوثيق :**يوتيوب متفوق (+42.5%)، حيث يهتم بتسجيل الأحداث للأرشفة.
- **الأهمية :**يوتيوب متفوق (+22.5%)، مع تركيز على تأثير الأحداث.
- **الإنسانية :**يوتيوب متفوق (+9.0%)، مع اهتمام أكبر بالجوانب الإنسانية.

ثالثاً: القيم المتقاربة:

- **الهوية والتفنن :**الفروق طفيفة جداً (+3.5% و+1.0%) لصالح تيك توك، مما يعني تماثلاً في هاتين القيمتين بين المنصتين.

خامساً: تحليل أنواع المضامين حسب القيم الإخبارية

لا تقتصر الدراسة على رصد القيم الإخبارية فحسب، بل تمتد لتحليل أنواع المضامين التي ظهرت فيها هذه القيم. يساعد هذا التحليل في فهم أي نوع من المحتوى كان الأكثر تعبيراً عن كل قيمة.

أنواع المضامين السائدة في كل منصة

جدول (8): أنواع المضامين السائدة في تيك توك ويوتيوب

ت	نوع المضمون	يوتيوب	تيك توك	المجموع
.1	مشاهد مواجهات	43 (21.5%)	82 (41.0%)	**125 (31.25%)**
.2	مشاهد إنسانية	52 (26.0%)	41 (20.5%)	**93 (23.25%)**

.3	هتافات وشعارات	24 (12.0%)	38 (19.0%)	**62 (15.5%)**
.4	لقاءات وشهادات	41 (20.5%)	12 (6.0%)	**53 (13.25%)**
.5	توثيق انتهاكات	28 (14.0%)	15 (7.5%)	**43 (10.75%)**
.6	فعاليات فنية	7 (3.5%)	8 (4.0%)	**15 (3.75%)**
.7	محتوى ساخر	5 (2.5%)	4 (2.0%)	**9 (2.25%)**
.8	**المجموع**	**200 (100%)**	**200 (100%)**	**400 (100%)**

يكشف الجدول عن اختلاف في أولويات المضمون بين المنصتين:

- في **تيك توك**، تسود **مشاهد المواجهات** (41%)بشكل كبير، تليها المشاهد الإنسانية (20.5%) ثم الهتافات (19%). هذا يتماشى مع قيم الإثارة والصراع السائدة.
- في **يوتيوب**، تتوزع المضامين بشكل أكثر توازناً، مع تصدر المشاهد الإنسانية (26%)، ثم مشاهد المواجهات (21.5%)، ثم اللقاءات والشهادات (20.5%). هذا يعكس قيم التحليل والشمول والتوثيق.

الخلاصة العامة للنتائج

يمكن تلخيص أبرز نتائج الدراسة في النقاط التالية:

1. **تباين جوهري في القيم الإخبارية** بين منصتي تيك توك ويوتيوب، حيث تميل تيك توك إلى القيم "اللحظية العاطفية" (الإثارة، الصراع، الحداثة)، بينما يميل يوتيوب إلى القيم "التحليلية التوثيقية" (التوثيق، التحليل، الشمول).
2. **تأثير خصائص المنصة** على طبيعة المحتوى الإخباري، حيث أن قصر مدة الفيديو في تيك توك يحد من إمكانية التحليل والشمول، بينما يتيح يوتيوب مساحة زمنية أوسع لتقديم محتوى أكثر عمقاً.
3. **اختلاف أنماط التفاعل الجماهيري** بين المنصتين، حيث يتفاعل جمهور تيك توك بشكل أكبر مع المحتوى المثير والعاطفي، بينما يتفاعل جمهور يوتيوب بشكل أكبر مع المحتوى الإنساني والتحليلي.
4. **تقارب في بعض القيم** (الإنسانية، القرب، الهوية، التفنن) بين المنصتين، مما يشير إلى أنها قيم عامة تعكس طبيعة حدث الاحتجاجات أكثر من تأثرها بخصائص المنصة.
5. **تنوع المضامين** بين المنصتين، حيث ركز تيك توك على مشاهد المواجهات والهتافات، بينما ركز يوتيوب على المشاهد الإنسانية واللقاءات والشهادات.
6. **تصدر العاصمة بغداد** قائمة المحافظات من حيث عدد الفيديوهات، يليها البصرة وذي قار، مما يعكس كثافة الاحتجاجات في هذه المحافظات.
7. **تركيز التغطية على مرحلة الذروة** (نوفمبر 2019) التي شهدت التصعيد الأكبر في الأحداث.

الاستنتاجات العامة:

أولاً: تؤكد هذه الدراسة أن صحافة الموبايل المؤسسية لم تعد مجرد أداة إضافية في غرف الأخبار، بل تحولت إلى خيار استراتيجي رئيسي في تغطية الأحداث الكبرى، مع تفاوت في توظيف القيم الإخبارية وفقاً لطبيعة المنصة المستخدمة.

ثانياً: تختلف القيم الإخبارية السائدة اختلافاً جوهرياً بين منصتي تيك توك ويوتيوب، حيث تصلح الأولى للأخبار العاجلة والسريعة القائمة على الإثارة والصراع، بينما تصلح الثانية للأخبار التحليلية المتعمقة القائمة على التوثيق والشمول.

ثالثاً: أنماط تفاعل الجمهور تتأثر بطبيعة القيم الإخبارية السائدة، فجمهور تيك توك يبحث عن الإثارة واللحظة الراهنة، بينما يبحث جمهور يوتيوب عن التحليل والفهم العميق للأحداث.

رابعاً: تصدر العاصمة بغداد قائمة المحافظات الأكثر توثيقاً، مما يعكس مركزية العاصمة في الأحداث الوطنية عموماً، مع حضور لافت لمحافظات البصرة وذي قار التي شهدت أحداثاً عنيفة وفقاً للمحتوى الموثق.

خامساً: توصي الدراسة المؤسسات الإعلامية بضرورة وضع استراتيجية مزدوجة للتغطية؛ تعتمد على تيك توك لنقل الخبر العاجل والمحتوى المثير، وعلى يوتيوب للتحليل والتوثيق المتعمق، مع تدريب الصحفيين على الموازنة بين السرعة التي تفرضها صحافة الموبايل والدقة التي تتطلبها القيم الإخبارية المهنية.

. حيدر، عبد اللطيف. (2023). رواية القصة الخبرية بالفيديو ودورها في صناعة الأخبار بالمنصات الرقمية: دراسة ميدانية.. *مجلة لباب للدراسات الإستراتيجية، مركز الجزيرة للدراسات*.

The structure of foreign news: The presentation .(2020) .Ruge, M. H. Galtung & ،.J of the Congo. *Journal of Peace Research*، الصفحات 64-90.

. *Reuters Institute Digital News Report* .(2025) .N., Fletcher, R Newman

.*Mobile news: A review and model of journalism in a mobile age* .(2013) .O. Westlund Digital Journalism،.

Singapore: Konrad . .*Mobile Journalism in the Asian Region* .(2012) .S Quinn Adenauer Stiftung, p. 5.

الحسيني، عباس. (2021). *خطاب الاحتجاج في العراق: دراسة في السرديات البصرية لتشرين*. بغداد : مركز الدراسات.

السيد، أماني أيمن. (2021). *صحافة الموبايل: الإنتاج الصحفي عبر الهواتف الذكية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

حامد، عبير رجب. (2022). صحافة الموبايل وعلاقتها بتطوير الأداء المهني للصحفيين. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* ، صفحة 198.

حسين، سمير محمد. (2017). *القيم الإخبارية في الصحافة العربية*. القاهرة : الاكاديمية الحديثة للكتب .

رضوان، أحمد. (2024). استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي في تغطية الحرب على غزة ودورها في إثراء محتوى الصحافة الاستقصائية (2023-2024. *مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام، شبكة الجزيرة الإعلامية، الدوحة*.

عبد الحميد، محمد. (2019). *نظريات الاتصال وتاثيرات الجمهور*. القاهرة : عالم الكتب .

عبيد، بلال. (المجلد 26، العدد 4، ص ص ، 2022). القيم في أخبار صحافة الموبايل - دراسة تحليلية على عينة من منشورات صفحة "موجو بريس" . *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، الصفحات ص 999-1007. .

نصر، حسني محمد، وعبد الرحمن، سناء. (2020). *التحرير الصحفي في عصر المعلومات*. القاهرة: الدار المصرية.

ويكيبيديا. (2025). تظاهرات تشرين العراقية. *https://ar.wikipedia.org/wiki/*.

المستخلص باللغة الإنكليزية

This study aimed to analyze news values in mobile journalism content produced by official Iraqi media institutions, by examining a sample of videos covering the Tishreen protests (2019-2020) published on the official accounts of TikTok and YouTube platforms.

The study employed a descriptive approach (content analysis) integrated with the historical method. A total of 400 videos were analyzed, with 200 videos from each platform. The validity of the research tool was verified by presenting it to a panel of arbitrators, and reliability was calculated using Holsti's formula.

Key findings: YouTube coverage was dominated by documentation (91%), analysis (79%), and comprehensiveness (74.5%) values, while TikTok coverage leaned toward excitement (88%), conflict (84%), and timeliness (76%). The study also revealed statistically significant differences between the two platforms in 8 out of 12 news values. Baghdad governorate ranked first in terms of video quantity, accounting for 35% of the sample.

The study recommended establishing clear editorial protocols for mobile journalism in media institutions, training journalists to balance speed with accuracy, and leveraging the characteristics of each platform to enhance appropriate news values.

Keywords: News Values, Institutional Mobile Journalism, Tishreen Protests, TikTok, YouTube, Iraq.