

اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية دراسة ميدانية

المدرس المساعد. محمد علي خلف

الجامعة التكنولوجية

ملخص البحث:

استهدف البحث التعرف على اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية، من خلال الكشف عن مستوى استخدام الجمهور للصحافة الرقمية ومصادر متابعته للأخبار، وتحديد اتجاهاته نحو مصداقية الصحافة الرقمية وخصائصها، بالإضافة إلى التعرف على تأثيراتها والتحديات المرتبطة بها. كما سعت الدراسة إلى الكشف عن مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة). اعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي، وتم استخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات من عينة بلغت (٤٥٠) مفردة من الجمهور العراقي. وتكونت الاستبانة من ثلاثة محاور رئيسة تمثلت في: مستوى استخدام الصحافة الرقمية ومصادر المتابعة، اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية والثقة بها، وتأثير الصحافة الرقمية والتحديات المرتبطة بها. أظهرت النتائج أن مستوى استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية جاء مرتفعاً، حيث بلغ المتوسط الكلي لمحور الاستخدام (٤.١٨) بوزن نسبي (٨٣.٦٪)، وأكدت النتائج اعتماد الجمهور بشكل كبير على الهاتف المحمول لمتابعة الأخبار الرقمية وتفضيل الوسائط الرقمية على الصحافة الورقية. وكشفت النتائج عن وجود اتجاهات إيجابية نحو الخصائص التقنية للصحافة الرقمية، خاصة سهولة الوصول وسرعة تحديث الأخبار، إلا أن مستوى الثقة بالمحتوى الرقمي جاء بدرجة أقل كما أظهرت النتائج إدراك الجمهور للتأثيرات الاجتماعية والمعرفية للصحافة الرقمية، إلى جانب وجود تحديات أبرزها انتشار الشائعات، وضعف الموضوعية في بعض المواقع، وصعوبة اختيار المصادر الموثوقة. وبينت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى للجنس، بينما ظهرت بعض الفروق وفقاً للعمر والمستوى التعليمي والمهنة في بعض محاور الدراسة. وأوصت الدراسة بتطوير المحتوى الإخباري الرقمي، ونشر الثقافة الإعلامية الرقمية لدى الجمهور.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الرقمية، الجمهور العراقي، المصداقية الإعلامية، المواقع الإخبارية الرقمية، الاتجاهات الإعلامية.

Abstract :

This study aimed to examine Iraqi audiences' attitudes toward digital journalism by identifying their level of use of digital news media, their sources of news consumption, and their perceptions of the credibility and characteristics of digital journalism. It also sought to investigate its perceived effects and the challenges associated with it. In addition, the study explored whether statistically significant differences exist in respondents' answers according to demographic variables (gender, age, educational level, and occupation). The study adopted the descriptive survey method, and a questionnaire was used as the data collection tool. The sample consisted of (450) individuals from the Iraqi public. The questionnaire comprised three main dimensions: the level of use of digital journalism and news sources, public attitudes toward digital journalism and its credibility, and the effects and challenges of digital journalism. The findings revealed a high level of use of digital journalism among Iraqi audiences, with an overall mean score of (4.18) and a relative weight of (83.6%). The results also indicated a strong reliance on mobile phones for accessing digital news, as well as a preference for digital media over print journalism. Furthermore, the results showed positive attitudes toward the technical features of digital journalism, particularly ease of access and the speed of news updates; however, the level of trust in digital content was relatively lower. The study also found that audiences are aware of the social and cognitive impacts of digital journalism, alongside several challenges, most notably the spread of rumours, lack of objectivity in some websites, and difficulties in identifying reliable sources. In addition, no statistically significant differences were found based on gender, while some differences were observed according to age,

educational level, and occupation in certain dimensions of the study. The study recommended enhancing digital news content and promoting digital media literacy among audiences.

Keywords: Digital journalism, Iraqi public, media credibility, digital news websites, media attitudes.

مقدمة :

شهدت البيئة الإعلامية خلال السنوات الأخيرة تحولاً واضحاً في أنماط إنتاج الأخبار وتلقيها، نتيجة اتساع استخدام الإنترنت وتزايد حضور المنصات الرقمية في الحياة اليومية للجمهور وقد أسهمت التقنيات الرقمية في إحداث تحول جوهري في طبيعة العمل الصحفي، حيث تجاوزت الصحافة الرقمية القيود التي ارتبطت تاريخياً بالوسائل التقليدية، سواء من حيث محدودية المساحة في الصحف المطبوعة أو الارتباط بالزمن في الوسائل المرئية والمسموعة. وأتاح الفضاء الرقمي إنتاج محتوى صحفي جديد يقوم على توظيف الوسائط المتعددة، من خلال دمج النصوص والصور ومقاطع الفيديو والتسجيلات الصوتية والرسومات التوضيحية ضمن قالب تفاعلي يتيح للمستخدم الوصول إلى المعلومات بصورة أكثر شمولاً ومرونة. وبذلك لم تعد المادة الصحفية مجرد نص يُنشر عبر وسيط إلكتروني، بل أصبحت تجربة إعلامية متكاملة تجمع بين سرعة التحديث وتنوع أشكال العرض وإمكانية تفاعل الجمهور مع المحتوى. (رابح، ٢٠١٤، ص ٤٥) وتبرز أهمية دراسة اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية في ضوء مؤشرات الانتشار المتزايد للبيئة الرقمية في العراق؛ إذ تشير بيانات DataReportal إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في العراق بلغ نحو ٣٨.٠ مليون مستخدم في يناير ٢٠٢٥، بما يمثل ٨١.٧٪ من إجمالي السكان، كما بلغ عدد هويات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي النشطة نحو ٣٤.٣ مليون هوية، بما يعادل ٧٣.٨٪ من السكان. (DataReportal, 2025) وتعكس هذه المؤشرات اتساع نطاق الحضور الرقمي داخل المجتمع العراقي، الأمر الذي يجعل دراسة علاقة الجمهور بالصحافة الرقمية مدخلاً مهماً لفهم التحولات التي طرأت على أنماط التعرض للمعلومات والممارسات الإخبارية في البيئة الرقمية. وفي السياق العراقي، تكتسب دراسة الصحافة الرقمية خصوصية ترتبط بطبيعة البيئة السياسية والاجتماعية والإعلامية بعد عام ٢٠٠٣، وما شهدته من تعددية إعلامية واسعة وتداخل بين الخطاب السياسي والإعلامي. إن التحول الرقمي والسياسي في بنية الخطاب الإعلامي العراقي، يشير إلى أن النظام الإعلامي في العراق يتأثر بالتحولات الرقمية العالمية وبالسياق السياسي المحلي في الوقت نفسه (Haddad, 2024, p3). ومع اتساع استخدام الجمهور العراقي للبيئة الرقمية، أصبحت الأخبار الرقمية من المضامين الإعلامية التي تحظى بحضور متزايد لدى الجمهور، نتيجة تطور تقنيات عرض المحتوى الإعلامي وتنوع أشكاله، وهو ما انعكس على أنماط متابعة الأخبار وطرق التفاعل معها (حسن، ٢٠١٩). كما امتد تأثير الإعلام الرقمي إلى جوانب أوسع من عملية تلقي الإعلامي، حيث أصبح من العوامل المؤثرة في تشكيل بعض الاتجاهات والقيم داخل المجتمع العراقي في ظل الانتشار المتزايد لاستخداماته (مصطاف ونوشي، ٢٠١٨). وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية، من خلال قياس مستويات الاعتماد عليها، ودوافع استخدامها، ومدى الثقة في محتواها، وتقييم الجمهور لخصائصها المهنية والتفاعلية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، مع بحث العلاقة بين بعض الخصائص الديموغرافية للجمهور واتجاهاته نحوها.

المشكلة البحثية :

أصبح حضور الصحافة الرقمية في العراق واقعاً ملموساً في المشهد الإعلامي، سواء عبر المواقع الإلكترونية التابعة للصحف اليومية، أو من خلال المنصات الإخبارية التي تعتمد النشر الرقمي وسيلة أساسية للوصول إلى الجمهور. ويظهر ذلك في وجود صحف عراقية ذات حضور إلكتروني، مثل الصباح، والمدى، والزمان، والصباح الجديد، وطريق الشعب، وهي نماذج تناولتها دراسات عراقية في سياق بحث الصحافة العراقية الإلكترونية (العبيدي، ٢٠٢٢). كما عالجت دراسة حديثة مضمون الصحافة الإيجابية في ثلاث صحف إلكترونية عراقية، هي الصباح، والمدى، والصباح الجديد، بما يؤكد أن الصحافة الرقمية العراقية أصبحت مجالاً قابلاً للدراسة والتحليل الأكاديمي (Abbood & Bulgarova, 2025). ولا يقتصر التحول الرقمي في الصحافة على وجود مواقع إلكترونية، بل يرتبط بقدرة المؤسسات الصحفية على تقديم محتوى مهني وتفاعلي يحظى بقبول الجمهور وثقته. فقد أشار (Deuze (2004 إلى أن الصحافة متعددة الوسائط أصبحت من المفاهيم المركزية في دراسة الصحافة الحديثة، لما فرضته من تغييرات على غرف الأخبار، وأدوار الصحفيين، وآليات تقديم المحتوى الصحفي. وعلى الرغم من اتساع هذا الحضور الرقمي، فإن معرفة اتجاهات الجمهور العراقي نحوه لا تزال تمثل إشكالية بحثية مهمة؛ فوجود الصحافة الرقمية لا يعني بالضرورة أن الجمهور يثق بها أو يفضلها على غيرها من مصادر الأخبار. وتؤكد بعض الدراسات العراقية وجود تحديات مهنية واتصالية تواجه الصحافة الرقمية؛ إذ أوضح ناموس (٢٠٢٠) أن التطبيقات الرقمية أصبحت جزءاً أساسياً من العمل الصحفي، وأن الإعلام الرقمي دفع كثيراً من الصحف التقليدية إلى إنشاء مواقع إلكترونية لنشر مضامينها. كما كشفت دراسة العبيدي (٢٠٢٢) عن ضعف مستوى التفاعلية في مواقع عدد من الصحف اليومية العراقية، مثل

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

المدى، والزمان، والصباح، وطريق الشعب، حيث لم تتجاوز نسبة التفاعلية العامة فيها ٤٧.١٪، وهو ما انعكس على انخفاض عدد متصفحي تلك المواقع. وفي السياق ذاته، تناول خلف (٢٠٢١) استخدام الجمهور العراقي للصحافة الإلكترونية العراقية وأثرها على الوعي السياسي والإشباع المتحققة منه. غير أن دراسة الاستخدام أو الإشباع لا تكشف وحدها عن الاتجاهات العامة للجمهور؛ إذ تشمل الاتجاهات القبول أو الرفض، والثقة، والتفضيل، والتقييم العام للخصائص المهنية والتفاعلية. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في غياب مؤشرات ميدانية كافية تكشف اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية، في ظل اتساع حضورها وتعدد مصادرها وتزايد الاعتماد عليها. وعليه، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي:

ما اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية؟

وينتفع منه الأسئلة الآتية :

١. ما مستوى استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية ومصادر متابعته للأخبار؟
 - ما أكثر الصحف والمواقع الإخبارية الرقمية العراقية متابعة من وجهة نظر الجمهور؟
 - ما اتجاهات الجمهور العراقي نحو مصداقية الصحافة الرقمية وخصائصها؟
 - ما تأثير الصحافة الرقمية على الجمهور العراقي من وجهة نظره؟
 - ما أبرز التحديات والسلبيات المرتبطة بالصحافة الرقمية من وجهة نظر الجمهور العراقي؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (العمر، الجنس، المستوى التعليمي)؟

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث فيما يأتي:

١. تكشف الدراسة عن واقع اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية، من حيث مستوى الاستخدام، ومصادر المتابعة، ودرجة الثقة، والتأثيرات المدركة، والتحديات المرتبطة بها.
٢. تقدم الدراسة صورة ميدانية عن موقع الصحافة الرقمية في البيئة الإعلامية العراقية، ومدى حضورها في عادات الجمهور الإخبارية.
٣. تسهم الدراسة نظرياً في إثراء الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالصحافة الرقمية واتجاهات الجمهور نحوها، خاصة في السياق العراقي.
٤. تتناول الدراسة الاتجاهات بوصفها مفهوماً أوسع من مجرد الاستخدام، إذ تشمل الثقة، والتفضيل، وتقييم خصائص الصحافة الرقمية ومشكلاتها.
٥. تقيد الدراسة تطبيقياً المؤسسات الصحفية العراقية في التعرف على رؤية الجمهور للصحافة الرقمية، بما يساعدها على تطوير أدائها الرقمي وتحسين علاقتها بالجمهور.
٦. تساعد نتائج الدراسة في تحديد جوانب القوة والقصور في الصحافة الرقمية العراقية من وجهة نظر الجمهور.
٧. توفر الدراسة أداة ميدانية قابلة للإفادة منها وتطبيقها لاحقاً في دراسات مشابهة، سواء على عينات عراقية مختلفة أو في بيئات إعلامية عربية أخرى.

أهداف البحث :

- يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في الكشف عن اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية، والتعرف على طبيعة استخدامه لها وموقفه من خصائصها ومصداقيتها وتأثيراتها. وينبثق عن هذا الهدف الرئيس عدد من الأهداف الفرعية، وذلك على النحو الآتي:
١. التعرف على مستوى استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية، ومصادر متابعته للأخبار عبر المنصات الرقمية المختلفة.
 ٢. رصد أكثر الصحف والمواقع الإخبارية الرقمية العراقية متابعة من وجهة نظر الجمهور العراقي.
 ٣. الكشف عن اتجاهات الجمهور العراقي نحو مصداقية الصحافة الرقمية وخصائصها المهنية والتفاعلية.
 ٤. التعرف على تأثير الصحافة الرقمية في الجمهور العراقي من وجهة نظره، سواء على مستوى المعرفة أو الاتجاهات أو السلوك الاتصالي.
 ٥. تحديد أبرز التحديات والسلبيات المرتبطة بالصحافة الرقمية من وجهة نظر الجمهور العراقي.
 ٦. الكشف عن مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية، مثل العمر، والجنس، والمستوى التعليمي.

- 1- المجال الموضوعي: يتمثل في دراسة اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية من حيث الاستخدام، والثقة، والمميزات، والتأثيرات، والتحديات.
- 2- المجال البشري: يتمثل في عينة من الجمهور العراقي المتابع للصحافة الرقمية والمواقع الإخبارية العراقية، مثل: السومرية نيوز، وشفق نيوز، وكتابات، والصباح، والمدى.
- 3- المجال المكاني: يتمثل في العراق، باعتباره الإطار الجغرافي للدراسة ومجتمع الجمهور المستهدف.
- 4- المجال الزمني: يتمثل في الفترة الممتدة من مايو إلى يونيو ٢٠٢٦، وهي فترة توزيع الاستبيان وجمع البيانات ومعالجتها.

خامساً محددات البحث الرئيسية :

الاتجاه : يُقصد بالاتجاه تقييم عام يكونه الفرد تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو وسيلة إعلامية معينة، ويتراوح هذا التقييم بين القبول والرفض أو الإيجابية والسلبية، وقد يظهر في صورة آراء أو مشاعر أو استعدادات سلوكية. ويتشكل الاتجاه من خلال خبرات الفرد ومعارفه وتفاعلاته الاجتماعية، كما يتأثر بالسياق الثقافي والإعلامي المحيط به. (Maio et al, 2019 , p30)

التعريف الإجرائي : تُعرّف الدراسة اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية بأنها تقييمات الجمهور لهذه الصحافة من حيث درجة الاستخدام، ومستوى الثقة في محتواها، وتقدير خصائصها المهنية والتفاعلية، وإدراك تأثيراتها وتحدياتها

الجمهور : ويقصد بالجمهور اصطلاحاً مجموعة من الأفراد تجمعهم خصائص أو سمات مشتركة، وترتبط بينهم علاقات أو اهتمامات محددة، وقد يتواجد هذا الجمهور داخل نطاق مؤسسة أو تنظيم معين، كما قد يمتد ليشمل مجتمعاً محلياً أو إقليمياً أو نطاقاً عالمياً. (حجاب، ٢٠٠٤، ص. ٩٥٩).

ويقصد بالجمهور في هذا البحث عينة من الأفراد العراقيين الذين يتابعون الصحافة الرقمية أو المواقع الإخبارية الإلكترونية العراقية، والذين يتم استطلاع آرائهم من خلال استمارة الاستبيان عرّف قاموس أكسفورد الصحافة الرقمية اصطلاحاً بأنها عملية جمع الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضايا والأحداث اليومية، وإعدادها وتحريرها، ثم نشرها عبر المنصات والمواقع الرقمية على شبكة الإنترنت، بما يتيح وصولها إلى الجمهور والتفاعل معها في البيئة الإعلامية الرقمية (Oxford Dictionary, 2022). يقصد بالصحافة الرقمية في هذه البحث الحالي المواقع والمنصات الإخبارية المتاحة عبر شبكة الإنترنت، والتي تختص بنشر الأخبار والمعلومات والموضوعات الصحفية بصيغ رقمية متعددة

الإطار النظري للبحث :

الجمهور : وقد تناولت الأدبيات عدة مفاهيم وتعريفات له نذكر منها ما هو ذو صلة بالبحث الحالي فيما يلي

مفهوم الجمهور العام: يشير الجمهور العام إلى مجموعة واسعة وكبيرة نسبياً من الأفراد، تتميز بالتنوع وعدم التجانس، كما أنها تكون غالباً موزعة ومتفرقة. ويتشكل هذا الجمهور عادة حول قضايا ذات طابع عام بهدف التعبير عن موقف أو تبني رأي معين والسعي إلى إحداث تغيير في المجال المجتمعي أو السياسي. ويُقصد به الفئة الواعية والمتابعة لوسائل الإعلام المختلفة، مثل السينما والإذاعة والصحافة الجماهيرية، والتي تسهم في تكوين الرأي العام تجاه القضايا المختلفة، ويتميز بأنه يتجاوز في حجمه نطاق الجماعة أو الحشد. (ماكويل ، ٢٠١٠ ، ص٦٠٤) الجمهور الخاص : يُقصد بهذا النوع من الجمهور مجموعة من الأفراد الذين تجمع بينهم اهتمامات أو احتياجات أو اتجاهات مشتركة تميز انتماءهم إلى هذا الجمهور، مثل الأفراد المشتركين في صحيفة معينة. ومن ثم تسعى وسائل الإعلام إلى تنمية هذا الاهتمام المشترك وتعزيزه والعمل على إشباع حاجات هذا الجمهور (العبد الله وشين ، ٢٠١٤ ، ص١٤٥) الجمهور المفترض يُشير الجمهور المفترض إلى مجموع الأفراد الذين تتوافر لديهم القدرة والاستعداد لاستقبال الرسائل الإعلامية الخاصة بوسيلة اتصال معينة، وذلك من خلال امتلاكهم الإمكانيات المادية والتقنية اللازمة للوصول إلى هذه الوسيلة. وبناءً على ذلك، فإن جميع الأفراد الذين يمتلكون أجهزة التلفاز أو أجهزة الراديو يُعدّون ضمن الجمهور المفترض لهذه الوسائل الإعلامية. (المرجع السابق ، ص١٤٤) خصائص الجمهور يتسم جمهور وسائل الإعلام بالحجم الواسع والتنوع؛ إذ يضم فئات مختلفة من حيث السن والنوع والمستوى الاجتماعي والتعليمي. كما يتميز بالتشتت الجغرافي، خاصة مع تطور وسائل الاتصال الرقمية التي جعلت الجمهور حاضراً في أماكن متعددة في الوقت نفسه. ويُعد الجمهور غير متجانس لاختلاف احتياجات أفراداه واهتماماتهم وإدراكهم للمضامين الإعلامية، كما يتسم بعدم التعارف أو المجهولية، إذ لا يعرف أفراداه بعضهم بعضاً معرفة مباشرة، ولا يعرفهم القائم بالاتصال بذواتهم. فضلاً عن ذلك، يغلب عليه غياب التنظيم الاجتماعي، لأنه لا يجمعه إطار تنظيمي واحد، وإنما يجمعه التعرض لمضمون إعلامي أو الاهتمام بقضية مشتركة. (قدي، ٢٠١٦،

الصحافة الرقمية هي شكل من أشكال الصحافة التي تعتمد على شبكة الإنترنت في إنتاج المحتوى الإخباري ونشره، مستفيدة من التطورات التقنية الحديثة. وتتيح هذه الصحافة الوصول إلى الأخبار والمعلومات لشرائح واسعة من الجمهور، كما تسهم في تشكيل بيئة إعلامية جديدة تتسم بالديناميكية في القرن الحادي والعشرين، من خلال استخدام أدوات وتقنيات حديثة وأساليب كتابة مبتكرة مثل التدوين. (عبد الرحيم ، ٢٠٢٤ ، ص ١٩٩٠) وتُعد الصحافة الرقمية أحد أبرز التحولات في المجال الإعلامي الحديث، إذ تتيح الوصول السريع إلى الأخبار والمعلومات عبر الأجهزة الرقمية المختلفة في أي وقت ومكان، مما يجعل الجمهور أكثر ارتباطاً بالأحداث الجارية بصورة فورية كما تتميز بقدرتها على تعزيز التفاعل بين الصحفيين والجمهور من خلال التعليقات والمشاركة وتبادل الآراء، إضافة إلى إتاحة استخدام الوسائط المتعددة كالصور والفيديو والرسوم التوضيحية؛ مما يزيد من جاذبية المحتوى الإعلامي وفاعليته. (Global Union of Journalists and Media People, 2023) وفي عصر الصحافة الرقمية، يتم تحديث الأخبار في الوقت الفعلي ونشرها بسرعة عبر المنصات الإلكترونية وقد أصبحت سرعة وسهولة انتشار الأخبار من أبرز مزايا الصحافة الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام تنوع أشكال المحتوى مثل النصوص، والصور، ومقاطع الفيديو، والبود كاست لإثراء تجربة القارئ (Farid, 2023, p 21) وعلى الرغم من هذه المزايا، إلا أن الصحافة الرقمية تواجه تحديات متعددة، من أبرزها صعوبة تحقيق الاستدامة المالية نتيجة تراجع الإعلانات التقليدية والاعتماد على نماذج رقمية جديدة كالاشتراكات والإعلانات الإلكترونية. كما أدى استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار إلى إثارة قضايا تتعلق بالمصداقية وجودة المحتوى. إضافة إلى ذلك، تؤثر الخوارزميات الرقمية في ترتيب وانتشار الأخبار، مما قد ينعكس على توازن التغطية الإعلامية وموضوعيتها. (عبد الحق وعبد العال ، ٢٠٢٥ ، ص ٦٦) ومع ذلك، أصبحت الصحافة الرقمية من أهم أشكال الإعلام المعاصر لما توفره من سرعة وانتشار وتفاعل.

نظريات البحث :

يعتمد البحث على نظرتين أولهما نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ووفقاً لتلك النظرية ، فإن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية يعتمد على العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، والتي تتشكل وفقاً لدرجة الأهمية المدركة ومدى فائدة وسائل الإعلام بوصفها موارد لتحقيق الأهداف الشخصية وفي هذا السياق، يُنظر إلى الأفراد باعتبارهم فاعلين نشطين وموجهين نحو تحقيق أهدافهم، حيث يقومون بتقييم مدى فائدة الموارد المختلفة في الوصول إلى أهدافهم. (Schaeetz et al, 2025, p1363) وثانيهما نظرية الاستخدامات والإشباعات يركز منظور تلك النظرية على دراسة وسائل الإعلام من وجهة نظر المستخدم، من خلال بحث كيفية تعامل الأفراد مع هذه الوسائل والإشباعات التي يحصلون عليها نتيجة استخدامها. وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري بصورة وظيفية ومنظمة، حيث تنظر إلى الجمهور باعتباره عنصراً نشطاً يقوم باختيار الرسائل والمضامين الإعلامية التي تتوافق مع احتياجاته، لذلك يهتم هذا المدخل بدراسة الخصائص الفردية وعلاقتها بالدوافع والحاجات وأنماط الاستخدام، إلى جانب تحليل عادات التعرض لوسائل الإعلام ومدى كفايتها بهدف فهم الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام. (يوسف ، ٢٠١٤ ، ص ٤١)

الدراسات السابقة : ويتم عرضها من الأحدث للأقدم فيما يلي :

دارسة Xu et al (٢٠٢٦) بحثت هذه الدراسة في أنماط استهلاك الأخبار عبر الإنترنت ومستويات ثقة الجمهور في مصادر الأخبار الرقمية في الصين، بهدف فهم العلاقة الديناميكية بين استخدام الوسائط الإعلامية والثقة فيها، مع إجراء مقارنة بين وسائل الإعلام الرسمية ووسائل التواصل الاجتماعي. اعتمدت على قياس تكرار استخدام ومصادقية ٥٠ مصدرًا إخباريًا عبر الإنترنت، تم تصنيفها إلى خمس فئات، إضافة إلى منصتي التواصل الاجتماعي وي تشات (WeChat) وويبو (Weibo)، وذلك من خلال مسح ميداني شمل عينة قوامها (N = 585). وأظهرت النتائج أن الأفراد يختلفون في استخدامهم ووقتهم بمصادر الأخبار المختلفة، حيث تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر، بينما يكون الاعتماد على وسائل الإعلام الرسمية أقل. كما بينت النتائج أن الاستخدام المتكرر لوسائل التواصل الاجتماعي يعزز من إدراك مصداقيتها دراسة حبشي وثانيو (٢٠٢٥) سعت الدراسة إلى رصد اتجاهات الجمهور الجزائري نحو شكل ومضمون محتوى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على منصة فيسبوك، وذلك باستخدام المنهج المسحي واعتماد أداة الاستبيان واستمارة قياس الاتجاه، على عينة قوامها ٧٤ مفردة تم اختيارها بالعينة العشوائية، وبالاستعانة بمقياس لكرت الخماسي. وقد أظهرت النتائج ميلاً واضحاً لدى المبحوثين لصالح سهولة استخدام مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية على فيسبوك، مع وجود اتجاهات إيجابية قوية نحوها، كما كشفت الدراسة عن اتجاهات مؤيدة لخصائص التفاعل مع المحتوى وسرعة الوصول إلى المعلومات، مما أسهم في تكوين اتجاه إيجابي عام نحو شكل هذه المواقع. في المقابل، بينت النتائج أن مؤشري المبالغة وعدم الصدق، وكذلك

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

الاعتماد على الإثارة والتهويل، قد شكلا اتجاهاً سلبياً ضعيفاً لدى الجمهور الجزائري تجاه محتوى هذه المواقع على فيسبوك، بما يعكس تبايناً في إدراك الجمهور بين الجوانب الإيجابية والسلبية للمحتوى الإعلامي الرقمي. دراسة: (Jiang et al. (2025) هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام ومستوى الثقة في المعلومات الصحفية في قيرغيزستان، في ظل انتشار الأخبار الكاذبة وتزايد الاعتماد على المنصات الرقمية كمصدر للأخبار. واعتمدت الدراسة على أساليب التحليل والاستدلال. وأظهرت النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت عنصراً مؤثراً في تشكيل المشهد المعلوماتي، ومنافساً لوسائل الإعلام التقليدية في تقديم الأخبار وتوجيه مواقف الجمهور. دراسة Hasan & Hakim (2025) هدفت الدراسة إلى تحليل أنماط استهلاك الأخبار في البيئة الرقمية، وذلك باستخدام المنهج المسحي من خلال استبانة طُبقت على عينة قوامها (٥٠) مفردة من فئات عمرية ومهنية متنوعة. وأظهرت النتائج وجود تباين في أنماط استهلاك الأخبار بين الفئات المختلفة، حيث يعتمد الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر، في حين يميل الأكبر سناً إلى الوسائط التقليدية أو الهجينة، مع تزايد الاعتماد على الهواتف المحمولة في متابعة الأخبار. دراسة شلبي (٢٠٢٤): هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو استخدام تقنيات الواقع الافتراضي في الصحافة الرقمية في ضوء نموذج قبول التكنولوجيا، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة كأداة للدراسة على عينة من قراء الصحف بلغ عددها (١٣٤٩)، وأظهرت النتائج اتجاهات إيجابية لدى الجمهور نحو توظيف هذه التقنيات في الصحافة الرقمية، مع إدراك أهميتها في تحسين سرعة وفعالية الوصول إلى المعلومات، رغم وجود بعض التحديات المرتبطة بتكلفة الأجهزة الداعمة وتوفرها. دراسة العبد القادر (٢٠٢٤) تناولت الدراسة مدى قدرة الصحيفة الإلكترونية على استقطاب المتلقين وإشباع احتياجاتهم المعلوماتية، في ضوء ما تتميز به من ثراء في تقديم المحتوى وتنوع أساليب عرضه. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، من خلال تطبيقها على عينة عمدية بلغت (١٢٥) مفردة من منسوبي الهيئة الملكية للجبيل وينبع. وأظهرت النتائج تنامي الاعتماد على الإنترنت في الحياة اليومية للأفراد؛ إذ تبين أن (٧٥٪) من أفراد العينة يتصفحون الإنترنت بشكل يومي، مما يعكس تحوله إلى مصدر رئيس للحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار والتواصل والترفيه. كما كشفت النتائج عن تفضيل الجمهور للمواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي باعتبارها من أبرز القنوات الرقمية للحصول على الأخبار والمعلومات. وأوضحت النتائج أن (٥٠٪) من أفراد العينة يعتمدون على الموقع الإلكتروني للهيئة الملكية للجبيل وينبع كمصدر أساسي للمعلومات، وهو ما يشير إلى أهمية تطوير المحتوى الرقمي وتعزيز تحديثاته بما يتلاءم مع احتياجات الجمهور. كما أكدت الدراسة ضرورة تحسين مستوى التفاعل مع المستخدمين، وتوظيف أدوات رقمية أكثر فاعلية لتسهيل الوصول إلى المعلومات والخدمات المقدمة عبر المنصات الإلكترونية. أوجه الشبه والاختلاف مع الدراسة الحالية:

أوجه الشبه: تتقاطع الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الهدف العام؛ حيث تشترك جميعها في رصد وتحليل سلوك الجمهور واتجاهاته نحو البيئة الإعلامية الرقمية، وقياس متغيرات أساسية مثل: (مستويات الثقة والمصادقية، أنماط استهلاك الأخبار، وتأثير منصات التواصل الاجتماعي). كما تتشابه مع غالبية الدراسات) كدراسة Xu، وحبشي، والعبد القادر، و (Hasan) في الاعتماد على المنهج المسحي وأداة الاستبيان كأدوات رئيسية لجمع البيانات الميدانية من المبحوثين. أوجه الاختلاف: تتميز الدراسة الحالية باختلافها في البيئة الجغرافية ومجتمع البحث، حيث تطبق ميدانياً على الجمهور العراقي، وهو سياق له خصوصيته السياسية والاجتماعية والإعلامية مقارنة بالبيئات التي تناولتها الدراسات السابقة (مثل الصين، الجزائر، السعودية، قيرغيزستان، وبنغلاديش). بالإضافة إلى ذلك، تختلف الدراسة الحالية في زوايا المعالجة؛ فهي لا تقتصر على تقييم تقنية محددة (كالواقع الافتراضي في دراسة شلبي)، ولا تركز على مؤسسة بعينها (كالهيئة الملكية في دراسة العبد القادر)، بل تقدم رسداً شاملاً لاتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية كظاهرة متكاملة في الوقت الراهن. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: أفادت الدراسات السابقة في تحديد الفجوة البحثية وإبراز خصوصية واقع الصحافة الرقمية في العراق، إلى جانب الاستفادة منها في تصميم أداة الدراسة (الاستبيان) واختيار المحاور الميدانية التي تناسب واقع الجمهور العراقي الفعلي.

الآطار المنهجي للبحث :

المنهجية :

يعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي (Survey Method) ، بهدف التعرف على اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية، ويُعد هذا المنهج مناسباً لدراسات الإعلام والاتصال؛ لأنه يساعد في جمع البيانات من أفراد العينة وتحليلها بصورة منظمة. (Ary et al., p50, 2019)

المجتمع المبحوث :

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

تكون من الجمهور العراقي من مستخدمي ومتابعي الصحافة الإخبارية الرقمية والمواقع الإلكترونية داخل العراق للعام ٢٠٢٥-٢٠٢٦. عينة البحث:

شملت العينة (٤٥٠) مبحوث من المواطنين العراقيين وهم الذين قاموا بشكل فعلي بالرد على الاستبانة وذلك وفقاً لملفات جوجل التي جُمعت وذلك بعد استبعاد الإجابات غير المكتملة أو غير الصالحة.

أولاً: الوصف الديموغرافي للمبحوثين :

جدول (١): خصائص عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	268	59.6
	أنثى	182	40.4
الإجمالي		450	100
العمر	أقل من ٢٠ سنة	42	9.3
	20 - ٣٠ سنة	135	30.0
	31 - ٤٠ سنة	118	26.2
	أكثر من ٤٠ سنة	155	34.5
الإجمالي		450	100
المستوى التعليمي	ثانوية فأقل	58	12.9
	دبلوم	92	20.4
	بكالوريوس	205	45.6
	دراسات عليا	95	21.1
الإجمالي		450	100
المهنة	طالب	78	17.3
	موظف	212	47.1
	إعلامي	65	14.4
	أخرى	95	21.1
الإجمالي		450	100

توضح الأرقام الواردة في الجدول أن عينة الدراسة (البالغ عددها ٤٥٠ مستجيباً) تعبر عن المجتمع العراقي بشكل متوازن ومناسب؛ حيث بلغت نسبة الذكور في العينة (٥٩.٦٪) بعدد (٢٦٨) مستجيباً، في حين بلغت نسبة الإناث (٤٠.٤٪) بعدد (١٨٢) مستجيباً. وتتفق هذه النتيجة مع الواقع الفعلي للشارع العراقي، حيث يميل الذكور عادةً بشكل أكبر لمتابعة الأخبار السياسية والأمنية المتسارعة، مع وجود نسبة جيدة ومؤثرة للمرأة العراقية في متابعة الأخبار رقمياً. أما بالنسبة لأعمار المبحوثين، فقد جاءت الفئة العمرية (أكثر من ٤٠ سنة) في المقدمة بنسبة (٣٤.٥٪)، وتلتها مباشرة فئة الشباب (٢٠-٣٠ سنة) بنسبة (٣٠.٠٪)، ثم الفئة من (٣١-٤٠ سنة) بنسبة (٢٦.٢٪)، وأخيراً الفئة الأقل من ٢٠ سنة بنسبة (٩.٣٪). وتؤكد هذه النتيجة أن الصحافة الرقمية في العراق تحظى باهتمام الفئات العمرية الناضجة والمستقرة، إلى جانب فئة الشباب التي تشكل الكتلة الأساسية الأكثر استخداماً للهواتف الذكية وتطبيقات التواصل الاجتماعي. وفيما يخص المستوى التعليمي، أظهرت النتائج أن حملة شهادة البكالوريوس هم الأكثر مشاركة في الاستبانة بنسبة (٤٥.٦٪)، يليهم حملة الدراسات العليا بنسبة (٢١.١٪)، ثم حملة الدبلوم بنسبة (٢٠.٤٪)، وجاء في المؤخرة حملة شهادة (ثانوية فأقل) بنسبة (١٢.٩٪). ويعني ذلك أن أغلب المشاركين (أكثر من ٦٦٪) هم من الفئات الجامعية والمتعلمة، وهو ما يعطي الردود قيمة علمية حقيقية لأن هذه الفئات تمتلك وعياً كافياً لتقييم مصداقية الأخبار ونقدها. وأخيراً، انعكس هذا التنوع على الوظائف والمهن الخاصة بأفراد العينة؛ إذ تصدرت فئة الموظفين المرتبة الأولى بنسبة (٤٧.١٪)، تلتها الأعمال والمهن الأخرى بنسبة (٢١.١٪)، ثم فئة

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

الطلاب بنسبة (١٧.٣٪)، وجاءت فئة الإعلاميين بنسبة (١٤.٤٪). ضمن هذا التنوع المهني شمولية نتائج البحث، حيث تعكس آراء شرائح وظيفية متنوعة في المجتمع العراقي يجمعها الاحتياج اليومي المستمر لمتابعة المستجدات الإخبارية الرقمية.

أداة البحث:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، بهدف قياس اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية، والتعرف على آرائهم حول مصداقيتها وخصائصها والتحديات المرتبطة بها. وقد تم إعداد الاستبانة بالرجوع إلى الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، ثم عُرضت على مجموعة من المحكمين المتخصصين وأُجريت التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظاتهم.

وتكونت الاستبانة من ثلاثة محاور رئيسة، هي:

- المحور الأول: اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية.
- المحور الثاني: مصداقية الصحافة الرقمية وخصائصها.
- المحور الثالث: تأثيرات الصحافة الرقمية والتحديات المرتبطة بها.

طريقة قياس الاستجابات :

تم اعتماد مقياس لكرت الخماسي (Likert Scale) لتحديد اتجاه استجابات أفراد العينة، حيث صُممت الاستجابات في خمس درجات تعكس

مستوى الاتجاه نحو الفقرات. جدول (٢): التدرج الوزني لمقياس لكرت الخماسي

اتجاه الاستجابة	الدرجة	حدود الفئة	مستوى الاتجاه
إيجابي جداً	5	4.21 – 5.00	مرتفع جداً
إيجابي	4	3.41 – 4.20	مرتفع
محايد	3	2.61 – 3.40	متوسط
سلبي	2	1.81 – 2.60	منخفض
سلبي جداً	1	1.00 – 1.80	منخفض جداً

1 صدق الاستبانة:

أولاً: الصدق الظاهري (صدق المحكمين): للتحقق من صدق الأداة، تم إعداد الصورة الأولية للاستبانة وعرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين من أعضاء هيئة التدريس في مجال الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع، بلغ عددهم (5) محكماً؛ وذلك بهدف التأكد من سلامة صياغة الفقرات، ومدى ارتباط كل فقرة بالمحور الذي تندرج تحته، وملاءمتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله. وقد أظهرت آراء المحكمين نسبة اتفاق مرتفعة بلغت نحو (٨٠٪) وهي نسبة اتفاق مرتفعة تشير إلى مناسبة الفقرات وصلاحيّة الأداة للتطبيق. وفي ضوء ملاحظات المحكمين ومقترحاتهم، تم إجراء التعديلات اللازمة. ثانياً: الصدق الداخلي (صدق البناء): بعد التحقق من الصدق الظاهري للأداة، تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية مكونة من (٣٠) مستجيباً من غير عينة البحث؛ بهدف التحقق من الاتساق الداخلي لفقرات الأداة. ولتحقيق ذلك، تم استخدام بيانات العينة الاستطلاعية لحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه. وقد أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) أو أقل، مما يدل على تمتع فقرات الأداة بدرجة مناسبة من الاتساق الداخلي، ويؤكد صلاحية بنائها وملاءمتها لقياس ما أُعدت من أجله (Creswell & Creswell, 2018).

جدول (٣) معاملات ارتباط محاور الدراسة بالدرجة الكلية للاستبانة

اسم المحور	عدد العبارات	معامل الارتباط (بيرسون)
المحور الأول: أنماط استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية ومصادر المتابعة	6	0.754**
المحور الثاني: اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية (الثقة والمميزات)	7	0.743**
المحور الثالث: تأثير الصحافة الرقمية والتحديات المرتبطة بها	7	0.791**

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

* دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) أو أقل.

يتضح من جدول الصديق البنائي أن معاملات ارتباط محاور الدراسة بالدرجة الكلية للاستبانة قد بلغت (٠.٧٥٤)، (٠.٧٤٣)، و(٠.٧٩١) للمحاور الثلاثة على التوالي. وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) أو أقل، مما يشير إلى تمتع الأداة باتساق داخلي عالٍ وترابط وثيق بين أبعادها المختلفة، ويؤكد صدق بناء الاستبانة وصلاحياتها التامة

4.2 ثبات الاستبانة: تم حساب معامل الثبات باستخدام معادلة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) على عينة الاستطلاع، وقد بلغ معامل الثبات (٠.٨٦٤) وهو معامل مرتفع يشير إلى ثبات الأداة.

جدول (٤) ثبات الأداة باستخدام ألفا كرونباخ

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول: أنماط استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية ومصادر المتابعة	6	0.792
المحور الثاني: اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية (الثقة والمميزات)	7	0.845
المحور الثالث: تأثير الصحافة الرقمية والتحديات المرتبطة بها	7	0.811
الأداة ككل (الاستبانة)	20	0.864

يتضح من جدول الثبات أن معامل ثبات ألفا كرونباخ لأداة البحث ككل قد بلغت قيمته (٠.٨٦٤)، كما جاءت معاملات الثبات لمحاور الأداة الثلاثة (٠.٧٩٢)، (٠.٨٤٥)، و(٠.٨١١) على التوالي. وهي معاملات ثبات مرتفعة إحصائياً، مما يشير إلى ثبات مناسب واستقرار عالٍ للأداة، ويضمن صلاحية الاستبانة للتطبيق الميداني والاعتماد على نتائجها بأمان علمي (زارع، ٢٠٢١).

الأساليب الإحصائية:

تم تسجيل الردود الخاصة بالاستبانة وجدولتها بمساعدة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v.26)، وذلك بغرض التعرف على اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية. وقد تضمنت الأساليب الإحصائية الآتي:

- التكرارات والنسب المئوية: لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب: لتحديد مستويات الموافقة والاتجاه العام نحو عبارات ومحاور الاستبانة.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لحساب ثبات أداة الدراسة وضمان استقرارها المنهجي.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): لحساب الصديق البنائي للأداة من خلال قياس درجة ارتباط محاور الدراسة بالدرجة الكلية للاستبانة.
- اختبارات للمجموعات المستقلة (Independent Samples T-Test): للتعرف على الفروق الدالة إحصائياً بين إجابات أفراد العينة والتي تُعزى لمتغير (النوع/الجنس).
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA): للتعرف على الفروق الدالة إحصائياً بين إجابات أفراد العينة والتي تُعزى لمتغيرات (العمر - المؤهل العلمي - المهنة).

الاطار التحليلي للبحث وعرض وتوضيح النتائج :

ويتم هنا عرض النتائج بهدف تحقيق أهداف البحث والإجابة على أسئلته كما يلي :

أولاً : ما مستوى استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية ومصادر متابعته للأخبار؟

جدول رقم (٥) قيم المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والأوزان النسبية لإجابات أفراد العينة حول استخدام الصحافة الرقمية

م	العبرة	المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي (%)	الرتبة	الترتيب
2	أستخدم الهاتف المحمول لمتابعة الأخبار الرقمية	4.72	0.48	94.4%	1	إيجابي مرتفع جداً

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

3	أتابع الأخبار الرقمية أكثر من الصحف الورقية	4.61	0.54	92.2%	2	إيجابي مرتفع جداً
5	أتابع صفحات الصحف الرقمية عبر مواقع التواصل	4.45	0.68	89.0%	3	إيجابي مرتفع جداً
4	أطلع على الأخبار الرقمية عدة مرات خلال اليوم	4.32	0.72	86.4%	4	إيجابي مرتفع جداً
6	أستخدم أكثر من مصدر رقمي للحصول على الأخبار	3.85	0.95	77.0%	5	إيجابي مرتفع
1	أتابع الصحافة الرقمية العراقية بصورة منتظمة	3.12	1.18	62.4%	6	محايد
-	إجمالي المحور	4.18	0.58	83.6%	-	إيجابي مرتفع

أظهرت نتائج المحور الأول المتعلق بمستوى استخدام الصحافة الرقمية أن المتوسط الحسابي الإجمالي بلغ (٤.١٨) بوزن نسبي (٨٣.٦٪)، مما يعكس مستوى مرتفعاً في كثافة الاستخدام والتحول السلوكي الموحد نحو الاستهلاك الرقمي للصحافة لدى الجمهور العراقي؛ إذ تصدرت عبارة الاعتماد على الهاتف المحمول الترتيب بمتوسط (٤.٧٢) وبوزن نسبي (٩٤.٤٪) تلتها عبارة تفضيل الرقمي على الصحافة الورقية بمتوسط (٤.٦١) ووزن نسبي (٩٢.٢٪)، مما يؤكد حالة "الإحلال الرقمي" وتراجع تأثير الوسائط التقليدية. وفي المقابل، جاءت عبارة الانتظام في متابعة الصحافة الرقمية العراقية في الترتيب الأخير بمتوسط (٣.١٢)، وبوزن نسبي (٦٢.٤٪) وهو ما يكشف عن تفاوت في آراء المبحوثين؛ فبينما يتبنى الجمهور نمط الصحافة الرقمية القائم على السرعة والوسيلة التقنية، إلا أن المتابعة القصيدة للمؤسسات الصحفية المحلية تظل محدودة وتنسجم بالطابع العابر وغير المنتظم، مما يشير إلى أن الاستهلاك الرقمي في الواقع العراقي لا يزال يفتقر إلى الارتباط المؤسسي الثابت.

ثانياً: ما أكثر الصحف والمواقع الإخبارية الرقمية العراقية متابعة من وجهة نظر الجمهور؟ وللإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمصادر الصحافة الرقمية الأكثر متابعة من قبل أفراد العينة، وجاءت النتائج كالتالي: جدول (٦) الصحف والمواقع الإخبارية الرقمية الأكثر متابعة من قبل أفراد العينة

م	اسم الموقع / الصحيفة الرقمية	التكرار (ك)	النسبة المئوية (%)	الترتبة
1	السومرية نيوز	148	32.9%	1
2	شفق نيوز	112	24.9%	2
3	الصباح الرقمية	75	16.7%	3
4	المدى	52	11.5%	4
5	كتابات	38	8.4%	5
6	أخرى	25	5.6%	6
-	المجموع	450	100.0%	-

يظهر من الجدول أن موقع صحيفة (السومرية نيوز) جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٣٢.٩٪)، يليه موقع صحيفة (شفق نيوز) في المرتبة الثانية بنسبة (٢٤.٩٪). وتدل هذه النتيجة على أن الجمهور العراقي يفضل الوكالات والمواقع الإخبارية السريعة التي تنشر الأخبار العاجلة بانتظام، وهو ما يتماشى مع رغبتهم في معرفة الأحداث فور وقوعها. في المقابل، جاءت صحيفة (الصباح الرقمية) في المرتبة الثالثة بنسبة (١٦.٧٪)، مما يعكس اهتمام فئة من الجمهور بمتابعة القرارات الرسمية للدولة، تلتها صحيفة (المدى) بنسبة (١١.٥٪)، ثم موقع (كتابات) بنسبة (٨.٤٪)، وأخيراً مواقع أخرى متنوعة بنسبة (٥.٦٪). تؤكد هذه الأرقام أن المواقع والوكالات الإلكترونية هي المسيطرة تماماً على اهتمام الجمهور العراقي حالياً مقارنة بمواقع الصحف الورقية القديمة، وذلك لسرعتها وسهولة تصفحها عبر الهاتف.

ثالثاً : ما اتجاهات الجمهور العراقي نحو مصداقية الصحافة الرقمية وخصائصها؟ وللإجابة عن هذا السؤال، تم تحليل المحور الثاني من الاستبانة، والجدول التالي يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية والوزن النسبي والترتيب

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

العبارات الخاصة بالمشور الثاني: اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية (الثقة والمميزات) جدول رقم (٧) قيم المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والأوزان النسبية والرتب لإجابات أفراد العينة حول المشور الثاني اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية (الثقة والمميزات)

م	العبارة	المتوسط	الانحراف	الوزن النسبي	الرتبة	قوة الاتجاه
4	توفر سهولة الوصول إلى المعلومات	4.52	0.58	90.4%	1	إيجابي مرتفع جداً
3	تتميز بسرعة تحديث الأخبار	4.48	0.61	89.6%	2	إيجابي مرتفع جداً
5	تساعد الصور والفيديوهات على الفهم	4.15	0.78	83.0%	3	إيجابي مرتفع جداً
1	مصدر مهم للأخبار	3.82	0.91	76.4%	4	إيجابي مرتفع
6	تتيح التفاعل وإبداء الرأي	3.51	1.04	70.2%	5	إيجابي
7	الأخبار بها حقيقة بشكل مؤكد	2.88	1.21	57.6%	6	سلبي
2	الصحف الرقمية مصدر ثقة للجمهور العراقي	2.41	1.14	48.2%	7	سلبي
-	إجمالي المشور	3.68	0.67	73.6%	-	إيجابي مرتفع

تكشف نتائج الجدول السابق عن وجود تباين في اتجاهات الجمهور العراقي تجاه الصحافة الرقمية؛ إذ يظهر تقدير إيجابي مرتفع للمميزات الوظيفية للوسيلة، مثل سهولة الوصول وسرعة تحديث الأخبار (بوزن نسبي إجمالي ٧٣.٦٪)، في حين سجلت مؤشرات الثقة تراجعاً ملحوظاً؛ حيث حصلت عبارة "الثقة بالمعلومات في المواقع الإخبارية العراقية" على أدنى متوسط حسابي (٢.٤١). هذا التفاوت يعكس ازدواجية في اتجاهات الجمهور؛ فهم يثمنون المزايا التقنية للصحافة الرقمية كأداة إخبارية سريعة، لكنهم في الوقت ذاته يبدون تحفظاً واضحاً تجاه مصداقية المحتوى المحلي. كما تؤكد النتائج ضعف ميل الجمهور للتحقق من مصادر الأخبار قبل مشاركتها، وهو اتجاه يفسر حالة عدم الثقة المتبادلة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية الرقمية المحلية برغم من الاتجاهات الإيجابية نحوها

رابعاً : ما اتجاهات الجمهور العراقي نحو تأثيرات الصحافة الرقمية والتحديات المرتبطة بها؟

جدول رقم (٨) قيم المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي والرتب لإجابات أفراد العينة حول المشور الثالث تأثير الصحافة الرقمية والتحديات المرتبطة بها

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي (%)	الرتبة	الترتيب
5	تساهم الصحافة الرقمية في نشر الشائعات	4.58	91.6%	1	درجة مرتفعة من وجود التحدي/السلبيية
3	تدفعني لمناقشة القضايا العامة	4.35	87.0%	2	إيجابي مرتفع جداً
7	تقتصر بعض المواقع للموضوعية والحياد	4.21	84.2%	3	درجة مرتفعة من وجود التحدي/السلبيية
6	أواجه صعوبة في اختيار مصدر موثق	4.12	82.4%	4	درجة مرتفعة من وجود التحدي/السلبيية
1	تسهم في تشكيل آرائي تجاه الأحداث	3.48	69.6%	5	إيجابي متوسط
2	تزيد من وعيي السياسي والاجتماعي	3.31	66.2%	6	إيجابي متوسط
4	تؤثر على قناعاتي الفكرية	2.45	49.0%	7	سلبي (منخفض)

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

-	إجمالي المحور	3.78	75.6%	-	إيجابي مرتفع
---	---------------	------	-------	---	--------------

أظهرت نتائج تحليل المحور الثالث للاستبانة أن المتوسط الحسابي الإجمالي بلغ (٣.٧٨) بوزن نسبي (٧٥.٦٪)، مما يعكس مستوى مرتفعاً من الإدراك الجماعي للتأثيرات المجتمعية والتحديات المرتبطة بالبيئة الرقمية. وقد تصدرت قائمة التحديات عبارة "تساهم الصحافة الرقمية في نشر الشائعات" بمتوسط (٤.٥٨) ووزن نسبي (٩١.٦٪) مما يعكس وعياً جمعياً وقلقاً مشتركاً من الفوضى المعلوماتية واحتمالية وجود محتوى غير حقيقي. وفي المقابل، أظهرت النتائج أن الصحافة الرقمية نجحت في تحفيز النقاش المجتمعي للقضايا العامة (بمتوسط ٤.٣٥) ووزن نسبي (٣٧٪)، مما يدل على أن التواصل الدائم مع التدفق الإخباري يدفع الجمهور للمشاركة والتفاعل مع الشأن العام. وعلى النقيض، جاءت عبارة التأثير على "القناعات الفكرية" في الترتيب الأخير بمتوسط (٢.٤٥) ووزن نسبي (٤٩٪)، وهو ما يشير إلى أن غزارة المحتوى والتعرض المستمر للأخبار ينجحان في جعل الفرد مطلعاً ومشاركاً في النقاش، لكنهما يعجزان عن إحداث تغيير جذري في المبادئ والأيديولوجيات الفكرية الراسخة لدى المتلقي العراقي، مما يبرز حالة من الحصانة الفكرية تجاه استقباله للمعلومات الإعلامية الرقمية.

خامساً : : "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول اتجاهات الجمهور العراقي نحو الصحافة الرقمية ومحدداتها الميدانية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة)؟" للإجابة عن هذا السؤال، والتحقق من مدى تأثير الخصائص الديموغرافية والخلفيات الاجتماعية والمهنية للجمهور العراقي في اتجاهاتهم وأنماط استخدامهم للصحافة الرقمية، تم استخدام الإحصاء الاستدلالي من خلال تطبيق اختبار "ت" للمجموعات المستقلة (Independent Samples T-Test) للكشف عن الفروق وفقاً لمتغير الجنس (ثنائي الفئة)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن الفروق وفقاً للمتغيرات متعددة الفئات المتمثلة في (العمر، المستوى التعليمي، المهنة). وجاءت النتائج مفصلة على مستوى المحاور الثلاثة للدراسة على النحو الآتي:

أولاً: المحور الأول: مستوى استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية ومصادر المتابعة

جدول رقم (١٣): نتائج اختبار "ت" للمجموعات المستقلة لقياس دلالة الفروق في المحور الأول وفقاً لمتغير الجنس

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
مستوى استخدام الصحافة الرقمية ومصادر المتابعة	ذكر	268	4.22	0.57	1.78	448	0.076	غير دال
	أنثى	182	4.12	0.60				
	-	450	4.18	0.58				

تشير نتائج اختبار "ت" الموضحة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس في المحور الأول، حيث بلغ مستوى الدلالة (٠.٠٧٦) وهو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (٠.٠٥)، مما يدل على أن مستوى استخدام الصحافة الرقمية متقارب بين الذكور والإناث، ويعكس الانتشار الواسع للتقنيات الرقمية ووسائل الاتصال الحديثة والإنترنت بين مختلف فئات المجتمع العراقي دون تمايز نوعي. جدول رقم (١٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لقياس دلالة الفروق في المحور الأول وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	الفئات	العدد	المتوسط	الانحراف	مصدر التباين	مجموع المربعات (SS)	درجات الحرية (df)	متوسط المربعات (MS)	قيمة (F)	الدلالة
العمر	> ٢٠	42	3.89	0.71	بين المجموعات	7.92	3	2.64	7.58	0.000

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

		0.348	446	155.3 4	داخل المجموعا ت	0.56	4.34	13 5	20-30	
			449	163.2 6	الكلي	0.60	4.17	11 8	31-40	
						0.59	4.11	15 5	< ٤٠	
0.27 7	1.2 9	0.447	3	1.34	بين المجموعا ت	0.61	4.10	58	ثانوية	التعليم
		0.347	446	154.6 7	داخل المجموعا ت	0.59	4.12	92	دبلوم	
			449	156.0 1	الكلي	0.55	4.22	20 5	بكالوريوس	
						0.58	4.19	95	دبلوم عالي	
0.00 3	4.7 8	1.65	3	4.95	بين المجموعا ت	0.59	4.15	78	طالب	المهنة
		0.345	446	154.1 1	داخل المجموعا ت	0.61	4.10	21 2	موظف	
			449	159.0 6	الكلي	0.44	4.49	65	إعلامي	
						0.58	4.18	95	أخرى	

أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي الموضحة في الجدول السابق ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط استخدام الصحافة الرقمية تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (ف) (٧.٥٨) عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠)، وقد جاءت الفروق لصالح الفئة العمرية (٢٠-٣٠ سنة) التي سجلت أعلى متوسط حسابي (٤.٣٤)، وهو ما يعكس ارتفاع مستوى التفاعل مع الوسائل الرقمية والاعتماد عليها بشكل أساسي لدى هذه الفئة الشابة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمستوى التعليمي، حيث بلغ مستوى الدلالة (٠.٢٧٧) وهو أكبر من (٠.٠٥)، مما يشير إلى انتشار استخدام الصحافة الرقمية وسلوك التصفح بين مختلف المستويات التعليمية دون فجوة معرفية ناتجة عن التحصيل الأكاديمي.
- وفيما يتعلق بالمهنة، فقد ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٠٣) بقيمة ف بلغت (٤.٧٨)، وجاءت الفروق لصالح فئة (الإعلاميين) الذين سجلوا المتوسط الأعلى (٤.٤٩)، مما يدل على تأثر أنماط الاستخدام بطبيعة النشاط المهني والوظيفي للفرد ومتطلبات ملاحقة التدفق الإخباري.

ثانياً: المحور الثاني: اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية والثقة بها

جدول رقم (١٥): نتائج اختبار "ت" للمجموعات المستقلة لقياس دلالة الفروق في المحور الثاني وفقاً لمتغير الجنس

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية والثقة بها	ذكر	268	3.65	0.66	- ١.١١	448	0.268	غير دال
	أنثى	182	3.72	0.69				
	-	450	3.68	0.67				
المجموع								

تشير نتائج اختبار "ت" الموضحة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول (اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية والثقة بها) تعزى لمتغير الجنس، حيث بلغ مستوى الدلالة (٠.٢٦٨) وهو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (٠.٠٥). وتوضح هذه النتيجة تماثل نظرة وتقييم كلا الجنسين (الذكور والإناث) لمستويات مصداقية ومميزات الصحافة الرقمية في البيئة الإعلامية العراقية، مما يشير إلى أن الوعي النقدي تجاه المحتوى الرقمي يتشكل تحت تأثير ظروف مجتمعية عامة مشتركة.

جدول رقم (١٦): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لقياس دلالة الفروق في المحور الثاني وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات	الفئات	العدد	المتوسط	الانحراف	مصدر التباين	مجموع المربعات (SS)	درجات الحرية (df)	متوسط المربعات (MS)	قيمة (F)	الدلالة
العمر	> ٢٠	42	3.89	0.74	بين المجموعات	12.18	3	4.06	8.96	0.000
	20-30	135	3.41	0.71	داخل المجموعات	202.10	446	0.453		
	31-40	118	3.58	0.68	الكلية	214.28	449			
	< ٤٠	155	3.92	0.56						
التعليم	ثانوية	58	4.08	0.59	بين المجموعات	14.28	3	4.76	10.51	0.000
	دبلوم	92	3.84	0.65	داخل المجموعات	200.00	446	0.448		
	بكالوريوس	205	3.61	0.69	الكلية	214.28	449			
	دبلوم عالي	95	3.37	0.72						

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

المهنة	طالب	78	3.84	0.68	بين المجموعا ت	9.97	3	3.32	7.34	0.00 0
موظف	21 2	3.67	0.66	داخل المجموعا ت	204.3 1	446	0.458			
إعلامي	65	3.05	0.81	الكلي	214.2 8	449				
أخرى	95	3.89	0.59							

أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي الموضحة في الجدول السابق ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور وثقتهم بالصحافة الرقمية تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (ف) (٨.٩٦) عند مستوى دلالة قطعي (٠.٠٠٠)، وتتنج هذه الفروق بشكل واضح لصالح الفئة العمرية (أكثر من ٤٠ سنة) التي سجلت أعلى متوسط (٣.٩٢)، بينما أبدت الفئة الشبابية (٢٠-٣٠ سنة) مستويات أقل تلوح بالتحفظ أو التراجع في اتجاهات الثقة والتقييم.
- ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية حادة تعزى للمستوى التعليمي للمبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (١٠.٥١) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠). وتتنج الفروق لصالح الفئات الأقل تعليمياً (ثانوية فأقل بمتوسط ٤.٠٨)، في حين تتخفف مستويات الثقة تدريجياً كلما ارتفع السلم الأكاديمي لتصل لأدنى مستوياتها لدى حملة (الدراسات العليا بمتوسط ٣.٣٧)، مما يفسر بارتفاع الحس النقدي والتحفظ في منح الثقة للمحتوى الرقمي لدى الفئات الأكثر تعليمياً.

- وفيما يتعلق بالمهنة، فقد كشفت النتائج عن فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠) وقيمة ف بلغت (٧.٣٤). وتتنج الفروق لصالح فئة "أخرى" وفئة الطلاب، بينما سجلت فئة (الإعلاميين) أدنى متوسط حسابي في الثقة والاتجاهات الإيجابية بلغ (٣.٠٥)، وهو ما يعكس أن ممارستهم المهنية واطلاعهم المباشر على صناعة الأخبار يجعلهما الشريحة الأكثر تشككاً وتحفظاً حيال ما يُنشر في الفضاء الافتراضي.

ثالثاً: المحور الثالث : تأثير الصحافة الرقمية والتحديات المرتبطة بها

جدول رقم (١٧): نتائج اختبار "ت" للمجموعات المستقلة لقياس دلالة الفروق في المحور الثالث وفقاً لمتغير الجنس

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
تأثير الصحافة الرقمية والتحديات المرتبطة بها	ذكر	268	3.81	0.63	1.14	448	0.255	غير دال
	أنثى	182	3.74	0.68				
	-	450	3.78	0.65				
المجموع								

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين تعزى لمتغير الجنس في المحور الثالث، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة (٠.٢٥٥) وهي أكبر من (٠.٠٥). وتثبت هذه النتيجة أن وعي وإدراك أفراد العينة لحجم التأثيرات، والتحديات، ومخاطر النشر المرتبطة بالبيئة الإعلامية الرقمية يتسم بالتقارب الشديد بين الذكور والإناث، مما يدل على أن التداعيات الميدانية للإعلام الرقمي تواجه أفراد المجتمع بكافة شرائحه بذات القدر.

جدول رقم (١٨): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لقياس دلالة الفروق في المحور الثالث وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئات	العدد	المتوسط	الانحراف	مصدر التباين	مجموع المربعات (SS)	درجات الحرية (df)	متوسط المربعات (MS)	قيمة (ف)	الدلالة
---------	--------	-------	---------	----------	--------------	---------------------	-------------------	---------------------	----------	---------

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

العمر	٢٠ >	42	3.55	0.76	بين المجموعا ت	4.11	3	1.37	3.14	0.02 5
	20-30	13 5	3.69	0.67	داخل المجموعا ت	185.3 2	446	0.416		
	31-40	11 8	3.83	0.61	الكلي	189.4 3	449			
	٤٠ <	15 5	3.96	0.58						
التعليم	ثانوية	58	3.48	0.73	بين المجموعا ت	18.12	3	6.04	12.0 5	0.00 0
	دبلوم	92	3.66	0.69	داخل المجموعا ت	171.3 1	446	0.384		
	بكالوريوس	20 5	3.84	0.62	الكلي	189.4 3	449			
	دبلوم عالي	95	4.11	0.54						
المهنة	طالب	78	3.56	0.69	بين المجموعا ت	9.18	3	3.06	6.69	0.00 0
	موظف	21 2	3.75	0.63	داخل المجموعا ت	180.2 5	446	0.404		
	إعلامي	65	4.29	0.48	الكلي	189.4 3	449			
	أخرى	95	3.77	0.67						

أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي المدرجة في الجدول السابق ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك تأثيرات وتحديات الصحافة الرقمية تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٣.١٤) بمستوى دلالة (٠.٠٢٥) وهو أصغر من (٠.٠٥). وجاءت الفروق لصالح الفئة العمرية الأكبر (أكثر من ٤٠ سنة) بمتوسط بلغ (٣.٩٦)، مما يعكس تزايد الوعي والقلق من تحديات ومخاطر النشر الإلكتروني كلما تقدم الإنسان في العمر ونمت مسؤولياته الاجتماعية.
- كشفت النتائج عن فروق دالة إحصائية بشكل حاد وجوهري تعزى للمستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة (ف) (١٢.٠٥) بمستوى دلالة قطعي (٠.٠٠٠). وتتجه الفروق بوضوح تام لصالح حملة (الدراسات العليا) الذين تصدروا بأعلى متوسط حسابي قيمته (٤.١١)، مما يؤكد منهجياً أن الارتفاع في السلم الأكاديمي يمنح المبحوثين قدرة أعمق على تشخيص وفهرسة التحديات البنوية والأزمات المهنية التي تواجه بيئة الصحافة الرقمية.

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

• وفيما يخص متغير المهنة، فقد ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية واضحة جداً بقيمة ف بلغت (٦.٦٩) ومستوى دلالة (٠.٠٠٠)، وتوجت الفروق بتميز كبير لصالح فئة (الإعلاميين) بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (٤.٢٩). وتُعزى هذه النتيجة مباشرة إلى طبيعة الممارسة اليومية والخبرة الميدانية؛ كونهم يقفون في الخطوط الأمامية لمواجهة عشوائية النشر ومكافحة التحديات التشريعية والتنظيمية في الفضاء الرقمي العراقي.

الاستنتاجات:

- في ضوء نتائج الدراسة الميدانية وتحليل استجابات أفراد العينة، توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات، من أبرزها:
١. ارتفاع مستوى استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية، حيث أظهرت النتائج أن الصحافة الرقمية أصبحت وسيلة رئيسة للحصول على الأخبار، خاصة من خلال الهاتف المحمول، مع تراجع الاعتماد على الصحف الورقية التقليدية. ويعكس ذلك تحولاً واضحاً في أنماط استهلاك الأخبار باتجاه الوسائط الرقمية التي تتسم بالسرعة وسهولة الوصول .
 ٢. اتسم استخدام الجمهور العراقي للصحافة الرقمية بالطابع السريع والمتعدد المصادر، إذ يميل الأفراد إلى متابعة الأخبار عبر أكثر من منصة رقمية، إلا أن المتابعة المنتظمة للمؤسسات الصحفية العراقية بقيت بدرجة أقل، مما يشير إلى أن العلاقة مع الصحافة الرقمية تقوم بدرجة أكبر على البحث عن الخبر والمعلومة وليس الارتباط بمؤسسة إعلامية محددة .
 ٣. جاءت المواقع الإخبارية الرقمية العراقية في مقدمة مصادر متابعة الجمهور للأخبار، وقد تصدرت المواقع ذات الطابع الإخباري السريع والقدرة على تحديث الأخبار المستمر، مما يؤكد أهمية عنصر السرعة والفورية في تشكيل تفضيلات الجمهور العراقي .
 ٤. أظهرت اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية وجود قبول مرتفع لخصائصها التقنية والوظيفية، خاصة سهولة الوصول إلى المعلومات، وسرعة تحديث الأخبار، ودور الوسائط المتعددة في تعزيز فهم الأحداث، مما يدل على إدراك الجمهور للقيمة الاتصالية التي توفرها الصحافة الرقمية .
 ٥. كشفت النتائج عن وجود فجوة بين تقدير الجمهور لمزايا الصحافة الرقمية ومستوى الثقة بمحتواها؛ فرغم اعتبارها مصدراً مهماً للأخبار، إلا أن مؤشرات الثقة بمصداقية الأخبار ودرجة التأكد من صحتها جاءت بمستويات أقل، مما يشير إلى وجود تحفظ نقدي لدى الجمهور تجاه المحتوى الرقمي .
 ٦. أظهرت النتائج أن الصحافة الرقمية تؤدي دوراً في تنشيط المشاركة المجتمعية، من خلال دفع الجمهور إلى مناقشة القضايا العامة وتكوين مواقف تجاه الأحداث، إلا أن تأثيرها في تغيير القنوات الفكرية العميقة جاء محدوداً، مما يدل على أن تأثيرها يظهر بصورة أكبر في تشكيل الوعي اللحظي والمتابعة اليومية .
 ٧. يمثل انتشار الشائعات ونقص الموضوعية وصعوبة تحديد المصادر الموثوقة أبرز التحديات التي تواجه الصحافة الرقمية من وجهة نظر الجمهور العراقي، حيث يعكس ذلك وجود مخاوف مرتبطة بوفرة المعلومات وسرعة تداولها دون ضمان كافٍ للتحقق .
 ٨. لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في المحاور المختلفة للدراسة، مما يشير إلى تشابه تجربة استخدام الصحافة الرقمية وتقييمها لدى الجنسين نتيجة انتشار البيئة الرقمية بين مختلف أفراد المجتمع .
 ٩. تأثرت اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الرقمية ببعض المتغيرات الديموغرافية؛ إذ ظهرت فروق مرتبطة بالعمر والمهنة والمستوى التعليمي في بعض المحاور، حيث ارتبطت الخبرة المهنية والتعليمية بدرجة أكبر من الوعي النقدي بتحديات الصحافة الرقمية .
 ١٠. أظهر الإعلاميون مستوى أعلى من إدراك تحديات الصحافة الرقمية مقارنة ببعض الفئات الأخرى، وهو ما يمكن تفسيره بطبيعة خبرتهم المهنية واحتكاكهم المباشر بعملية إنتاج ونشر الأخبار .

التوصيات:

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يوصي البحث بما يلي:
١. ضرورة تعزيز معايير المصداقية المهنية في الصحافة الرقمية العراقية من خلال الالتزام بالتحقق من الأخبار، وتوضيح مصادر المعلومات، والحد من نشر الأخبار غير الموثوقة .
 ٢. تطوير سياسات تحريرية أكثر وضوحاً للمؤسسات الصحفية الرقمية تركز على الموضوعية والتوازن والشفافية بما يساهم في زيادة ثقة الجمهور بالمحتوى الإخباري الرقمي .

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

٣. تعزيز الثقافة الإعلامية الرقمية لدى الجمهور العراقي من خلال نشر الوعي بمهارات التحقق من الأخبار، والتمييز بين المصادر المهنية والمصادر غير الموثوقة .
٤. الاهتمام بتطوير المواقع الصحفية الرقمية العراقية من خلال تحسين تجربة المستخدم، وتوظيف الوسائط المتعددة، وتوفير محتوى أكثر تفاعلاً يتناسب مع طبيعة الجمهور الرقمي .
٥. مواجهة ظاهرة الشائعات الرقمية عبر إنشاء آليات مهنية للتحقق من الأخبار وتصحيح المعلومات المغلوطة بسرعة، مع تعزيز دور المؤسسات الإعلامية في التوعية بمخاطر تداول المحتوى غير الموثق .
٦. زيادة التفاعل بين المؤسسات الصحفية والجمهور من خلال توفير مساحات للحوار والمشاركة، بما يعزز دور الصحافة الرقمية كمنصة للنقاش العام .
٧. إجراء دراسات مستقبلية تتناول تأثير الصحافة الرقمية على فئات اجتماعية مختلفة، مع التوسع في دراسة علاقتها بالسلوك السياسي والاجتماعي والوعي الإعلامي لدى الجمهور العراقي .

المراجع :

أولاً : المراجع العربية :

١. حجاب، محمد منير . (2002). أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية . القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
٢. حسن، سعد كاظم. (٢٠١٩). قارئية الجمهور العراقي للأخبار الرقمية . مجلة آداب الفراهيدي، ١١(38)، 341-341.
٣. حبشي، شفيقة، وثنيو، فاطمة الزهراء. (٢٠٢٥). اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصحف الإلكترونية الجزائرية على الفيسبوك: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي فيسبوك الصحف الإلكترونية الجزائرية . المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، ١٢(2)، ٢٤٠-254-مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1578266>
٤. خلف، حسين محمد. (٢٠٢١). استخدام الجمهور للصحافة الإلكترونية العراقية وأثرها على الوعي السياسي والإشاعات المتحققة منه . مجلة آداب الفراهيدي، ١٣(44)، 223-223.
٥. رابح، الصادق. (٢٠١٤). الصحافة الإلكترونية وعصر الويب ٢.٠ . الباحث الإعلامي، ٦(23)، ٢٨-50. <https://doi.org/10.33282/abaa.v6i23.288>
٦. زارع، نسرین محمد سعيد. (٢٠٢١). مقارنة معاملات ثبات درجات الاختبار في ظل مجموعة من الاشتراطات: دراسة محاكاة مونت كارلو . *المجلة التربوية، ٨٨*، ١١٠٧-١١٧٤. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1165783>
٧. شلبي، نهاد. (٢٠٢٤). الجمهور والتكيف مع التكنولوجيا: تحليل اتجاهات الجمهور نحو تقبل تطبيقات الواقع الافتراضي في الصحافة . مجلة بحوث الإعلام الرقمي، ٥(5)، ١٠٧-140. <https://doi.org/10.21608/jsmd.2025.362860.1009>
٨. عبد الحق، خالد، وعبد العال، دعاء. (2025). الصحافة الدولية . عمان: دار البازوري العلمية.
٩. عبد الرحيم، أحمد جمال محمد السيد. (٢٠٢٤). معالجة الصحافة الرقمية لأزمة البعثة المصرية بدورة الألعاب الأولمبية باريس ٢٠٢٤ م. مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، ٧٠، ١٩٨٧-2012.
١٠. العبد الله، مي، وشين، عبد الكريم. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال . بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر .
١١. العبد القادر، عبد الرحمن بن عبد الله. (٢٠٢٤). اتجاهات الجمهور نحو إصدار صحيفة إلكترونية مؤسساتية . مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ٣٠، ٦٠٩-664. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1570568>
١٢. العبيدي، حبيب خلف ملح. (٢٠٢٢). التفاعلية في مواقع الصحف اليومية العراقية: دراسة تحليلية لموقع صحيفة المدى والزمان والصباح وطريق الشعب . الباحث الإعلامي، ١٤(58)، ٢٧-50. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i58.939>
١٣. قدي، عبد الرحمن. (٢٠١٦). المقاربات النظرية والمنهجية في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة . المجلة الأفريقية للعلوم السياسية، ٥(1)، 109-109.
١٤. مأكويل، دينيس. (2010). نظرية مأكويل للاتصال الجماهيري (أيمن باجنيد وعبير خالد، مترجمان). منتدى أسبار الدولي.
١٥. مصطفى، عادل عبد الرزاق، ونوشي، زينة سعد. (٢٠١٨). استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد أنموذجاً . الباحث الإعلامي، ١٠(42)، ٤٧-72. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i42.218>

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

١٦. ناموس، جمال عبد. (٢٠٢٠). انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية: دراسة ميدانية على الصحفيين العاملين في صحف الزمان والمدة والصباح والمشرق والزوراء والصباح الجديد 13. International Journal on Humanities and Social Sciences, ٢٠٤-225. <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.13.2020.95>
١٧. يوسف، علي سيد عبد النبي مصطفى. (٢٠١٩). الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، ٧(23)، ٣٩-72.

ثانيًا : المراجع الأجنبية :

1. Abbood, M. W., & Bulgarova, B. A. (2025). Positive journalism content in Iraqi electronic newspapers: An analytical study. *Iraqi Literary and Cultural Review*, 3(1), 37–57. <https://doi.org/10.69513/ilcr.v3.i1.a4>
2. Ary, D., Jacobs, L. C., Irvine, C. K. S., & Walker, D. (2019). *Introduction to research in education* (10th ed.).
3. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
4. Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5(2), 139–152. <https://doi.org/10.1080/1461670042000211131>
5. Farid, A. S. (2023). Changing the paradigm of traditional journalism to digital journalism: Impact on professionalism and journalism credibility. *Journal International Dakwah and Communication*, 3(1), 22–32.
6. Global Union of Journalists and Media People. (2023). Digital journalism. Retrieved from <https://iujournalists.org/News/digital-journalism>
7. Haddad, H. I. (2024). Digital and political transformation: A perspective on the discourse of Iraqi media system. *European Journal of Communication and Media Studies*, 3(2), 1–7. <https://doi.org/10.24018/ejmedia.2024.3.2.33>
8. Hasan, M., & Hakim, L. (2025). Patterns of news consumption in the digital era of Bangladesh: A survey-based study. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 6(12), 5620–5627. <https://ijrpr.com/uploads/V6ISSUE12/IJRPR57857.pdf>
9. Jiang, L., Duishekeeva, A. T., Wang, R., Liu, T., & Hu, F. (2025). Analyzing the impact of social media on the formation of public opinion and trust in information in contemporary journalism in Kyrgyzstan. *Review of Communication*, 25(2), 63–77. <https://doi.org/10.1080/15358593.2025.2463460>
10. Kemp, S. (2025, March 3). *Digital 2025: Iraq*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025->
11. Maio, G. R., Haddock, G., & Verplanken, B. (2019). *The psychology of attitudes and attitude change* (3rd ed.). SAGE Publications.
12. Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). *Reuters Institute Digital News Report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>
13. Oxford University Press. (n.d.). Online journalism. In *Oxford Learner's Dictionaries*. Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/online-journalism>
14. Schaetz, N., Gagrčin, E., Toth, R., & Emmer, M. (2025). Algorithm dependency in platformized news use. *New Media & Society*, 27(3), 1360–1377. <https://doi.org/10.1177/14614448231193093>
15. Xu, Y., Zhou, D., & Wang, W. (2026). Using and believing—Exploring public trust in online news sources in China. *Journalism Practice*, 20(2), 475–493. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2361370>