



اعتماد المستثمرين العراقيين على المواقع الإخبارية ودوره في تشكيل قراراتهم الاقتصادية

دراسة ميدانية في سوق العراق للأوراق المالية

اعتماد المستثمرين العراقيين على المواقع الإخبارية ودوره في تشكيل قراراتهم الاقتصادية

دراسة ميدانية في سوق العراق للأوراق المالية

الطالب طيبة مؤيد حسين

جامعة بغداد كلية الاعلام قسم الصحافة

tebamoed@comc.uobaghdad.edu.iq

ا.د. شكرية كوكز السراج

جامعة بغداد كلية الاعلام قسم الصحافة

drshugriah@comc.uobaghdad.edu.iq

الكلمات المفتاحية: الاعتماد، المستثمر، المواقع الاخبارية، القرارات، القرارات الاقتصادية، سوق الأوراق المالية.

كيفية اقتباس البحث

حسين، طيبة مؤيد ، شكرية كوكز السراج ، اعتماد المستثمرين العراقيين على المواقع الإخبارية ودوره في تشكيل قراراتهم الاقتصادية دراسة ميدانية في سوق العراق للأوراق المالية،مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، تشرين الأول ٢٠٢٦، المجلد: ١٦، العدد: ١٠ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

Registered في
ROAD

مفهرسة في
IASJ

Iraqi Investors' Reliance on News Websites and Its Role in Shaping Their Economic Decisions: A Field Study at the Iraq Stock Exchange

Student: Tayba Moayad Hussein

University of Baghdad, College of Media, Department of Journalism

Prof. Dr. Shukriya Kokaz Al-Sarraj

University of Baghdad, College of Media, Department of Journalism

Keywords : Accreditation, investor, news sites, decisions, economic decisions, stock market.

How To Cite This Article

Hussein, Tayba Moayad , Shukriya Kokaz Al-Sarraj, Iraqi Investors' Reliance on News Websites and Its Role in Shaping Their Economic Decisions: A Field Study at the Iraq Stock Exchange, Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, October 2026, Volume:16, Issue 10.



This is an open access article under the CC BY-NC-ND license
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Abstract

The research problem centers on the primary question: "To what extent do Iraqi investors rely on news websites, and what role does this play in shaping their economic decisions"?

The study aims to:

- Investigate the potential relationship between the demographic characteristics of Iraqi investors and the patterns of how news content influences their economic decision-making.

- Identify the key habits and patterns Iraqi investors follow when using news websites.

This is a descriptive study; the researcher employed a survey methodology using a questionnaire. The research population consisted of Iraqi investors active in financial markets, and a purposive sample of 441 respondents was selected. The study yielded several key findings, most notably:





١. The vast majority of investors follow the news on a daily basis.
٢. Males—particularly young investors and those with limited experience—are the most active participants in financial markets, by a significant margin compared to other demographic segments.
٣. Investors prefer international websites as news sources, with the accuracy of information being the most critical factor in their choice of source.
٤. A website's credibility is the primary driver for an investor's decision to rely on it.
٥. The majority of investors verify news and check whether the source is official.
٦. Economic news—specifically regarding government policies—attracts the highest level of interest, followed by political news and then security-related news.
٧. The results revealed a statistically significant correlation between investors' reliance on news websites and the cognitive, affective, and behavioral influences on their economic decision-making.

المستخلص

تكمن مشكلة البحث في التساؤل الرئيس (ما حجم اعتماد المستثمرين العراقيين على المواقع الاخبارية ودوره في تشكيل قراراتهم الاقتصادية؟) وتهدف الدراسة الى :

- التقصي عن وجود علاقة محتملة بين الخصائص الديموغرافية للمستثمرين العراقيين ونمط تأثرهم بالمضامين الإخبارية عند اتخاذ قراراتهم الاقتصادية

- تحديد أبرز عادات وأنماط متابعة المستثمرين العراقيين للمواقع الإخبارية

يعد البحث من البحوث الوصفية، واعتمدت الباحثة منهج المسج باستخدام استمارة الاستبانة وتمثل مجتمع البحث بالمستثمرين العراقيين المتعاملين في الاسواق المالية واختارت الباحثة عينة البحث بطريقة قصدية وبواقع (٤٤١) مبحوثا / ومبحوثة، و توصل البحث الى عدة نتائج ابرزها :

١. إنَّ الغالبية العظمى من المستثمرين يتابعون الاخبار بشكل يومي .
٢. إنَّ الذكور وخاصة الشباب وذي الخبرة المحدودة هم الاكثر مشاركة في الاسواق المالية بفارق واضح عن باقي الشرائح .

٣. كما وبينت ان المستثمرين يفضلون المواقع العالمية كمصدر للأخبار وان دقة المعلومات هي العامل الاهم في اختيارهم مصدرا دون اخر .
٤. إن مصداقية الموقع هي التي تدفع المستثمر لاعتماده .
٥. كما وظهرت ان غالبية المستثمرين يتحققون من الاخبار ويتأكدون اذا كان المصدر رسمي ام لا .
٦. وبينت النتائج ان الاخبار الاقتصادية تحظى بأعلى اهتمام وخاصة السياسات الحكومية وتليها الاخبار السياسية ثم الامنية .
٧. اتضح من خلال نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد المستثمرين على المواقع الاخبارية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) في تشكيل قراراتهم الاقتصادية .

مقدمة

يمثل القرار الاقتصادي اهم عناصر النشاط الاستثماري في الأسواق المالية، اذ يتأثر هذا القرار بمجموعة من العوامل، من أبرزها طبيعة المعلومات المتوفرة للمستثمر ومصدرها. ومع التقدم الرقمي وانتشار المواقع الإخبارية، أصبح المستثمر يعتمد بشكل متزايد على ما تنشره هذه المواقع من أخبار وتحليلات لتوجيه قراراته الاستثمارية. فقد تحولت هذه المنصات من كونها مجرد وسائط لنقل المعلومات، إلى مصادر فاعلة تسهم في تشكيل توجهات السوق وسلوك الأفراد ، وفي بيئة مثل سوق العراق للأوراق المالية، التي تعاني من ضعف السيولة، وقلة الشفافية، وتراجع الثقة، يغدو اعتماد المستثمرين على المواقع الإخبارية ظاهرة تستحق الدراسة والتحليل ، مما يجعل دور الإعلام الإخباري محورا أساسيا في تشكيل القرار المالي ، لكن هذا الاعتماد يثير تساؤلات عن طبيعة العلاقة بينه وبين القرارات الاقتصادية التي يتخذها المستثمرون، ما اذا كان يؤدي إلى قرارات أكثر نضجا واستنادا إلى معطيات موثوقة ام لا ؟ .

من هنا، جاءت هذه الدراسة لتبحث في العلاقة بين اعتماد المستثمرين العراقيين على المواقع الإخبارية، وبين قراراتهم الاقتصادية في سوق العراق للأوراق المالية، محاولة الكشف عن مدى تأثير هذه المواقع، وأنواع الأخبار المؤثرة، وأهمية مصداقية المحتوى في توجيه السلوك الاستثماري ، توزع البحث على ثلاثة مباحث ، المبحث الاول (الاطار المنهجي) للبحث يشمل مشكلة البحث ، والاهمية ، والاهداف ، والمنهج المستخدم ونوعه ومجالات البحث وحدوده ، ومجتمع البحث وعينته ، واداة البحث ، والدراسات السابقة ، بينما اشتمل المبحث الثاني)



الاطار النظري) ، مفهوم المواقع الاخبارية ومميزاتها ، مفهوم السوق المالية ، والقرارات الاقتصادية وتناول المبحث الثالث الدراسة الميدانية للبحث .

اولا :مشكلة البحث

يرى كثير من العلماء إن تحديد المشكلة من أجل دراستها أصعب بكثير من إيجاد الحلول لها وهناك من يشير إلى عوامل عدة تكمن وراء اختيار مشكلة معينة منها ظروف المجتمع ومشكلاته (السراج، ٢٠١٨)

واهتماماته والامكانات المتاحة للباحثين (٣).

تتبع مشكلة البحث من تساؤل رئيس وهو : ما حجم اعتماد المستثمرين العراقيين على المواقع الإخبارية ؟ والذي تتبثق منه عدة تساؤلات فرعية:

١. ما ابرز عادات وانماط متابعة المستثمرين العراقيين للمواقع الاخبارية ؟
٢. ما طبيعية العلاقة بين مستوى الثقة في الاخبار والقرارات الاقتصادية لدى المستثمرين؟
٣. ما العوامل المؤثرة في اختيار المستثمرين العراقيين للمواقع الإخبارية التي يتابعونها؟
٤. ما أنواع الموضوعات الإخبارية التي تحظى بأكثر اهتمام من قبل المستثمرين العراقيين عند اتخاذ قراراتهم الاقتصادية ؟

ثانيا : اهمية البحث

تكمن اهمية البحث من محاولة دراسة اعتماد المستثمرين العراقيين في اسواق الالوراق المالية على المواقع الاخبارية في بلورة قراراتهم الاقتصادية ، ويمكن تقسيم اهمية البحث وفق الاتي :

الأهمية العلمية:

يقدم البحث مساهمة علمية تجمع بين مجال الإعلام ومجال الاقتصاد ، مما يجعله مرجعاً متعدد التخصصات ، يفتح المجال أمام دراسات ميدانية مستقبلية في مجتمعات وأسواق مالية أخرى لفهم العلاقة بين الأخبار واتخاذ القرار الاقتصادي.

الأهمية المجتمعية:

يتناول البحث قضية معاصرة تتعلق بسلوك المستثمرين في سوق العراق للأوراق المالية، ومدى تأثرهم بالمحتوى الإخباري، مما ينعكس بشكل مباشر على الواقع الاقتصادي للمجتمع ، ويوضح تأثير الأخبار المنشورة على المواقع الإخبارية في تشكيل قرارات الأفراد الاقتصادية، ويساعد في رفع الوعي لدى شرائح مختلفة من المجتمع بخصوص الاسواق المالية او التعامل مع الاخبار .

الأهمية الإعلامية (بالنسبة للاختصاص):

يسهم البحث في تسليط الضوء على دور الإعلام الاقتصادي الرقمي في التأثير على قرارات الجمهور، وخاصة فئة المستثمرين، يزود المؤسسات الإعلامية بمؤشرات عملية حول نوعية المحتوى الأكثر تأثيراً في المجال الاقتصادي، ويشجع على تطوير المحتوى الإعلامي بما يخدم الشفافية والموضوعية.

ثالثاً : اهداف البحث

١. تحديد ابرز عادات وانماط متابعة المستثمرين العراقيين للمواقع الاخبارية .
٢. الكشف عن طبيعية العلاقة بين مستوى الثقة في الاخبار والقرارات الاقتصادية لدى المستثمرين.
٣. الوقوف على العوامل المؤثرة في اختيار المستثمرين العراقيين للمواقع الإخبارية التي يتابعونها.
٤. رصد أنواع الموضوعات الإخبارية التي تحظى بأكبر اهتمام من قبل المستثمرين العراقيين عند اتخاذ قراراتهم الاقتصادية.

رابعاً :نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية المناسبة لهذا النوع من الدراسات المتعلقة بالآراء والمواقف الاجتماعية والمظاهر السلوكية الانسانية (حجاب، ٢٠٠٦، صفحة ٧٨). واعتمدت الباحثة المنهج المسحي ليتناسب مع موضوع البحث ومقتضياته وطبيعته الاجرائية وتحقيقا لاهدافه للوصول الى النتائج المرجوة وهو نموذج معياري لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، فضلا عن انه المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الاعلام في اطارها الوصفي او التحليلي (الحמיד، ٢٠٠٠، صفحة ١٥٨).

خامساً : مجتمع البحث وعينته

يتكوّن مجتمع البحث من المستثمرين العراقيين المتعاملين في سوق العراق للأوراق المالية. وقد تم الوصول الى هذا المجتمع عن طريق التعاون مع عدد من شركات الوساطة المالية المعتمدة في السوق، اذ تم اعتماد هذه الشركات كقنوات للوصول إلى المستثمرين وتحديد الأفراد الذين تنطبق عليهم معايير الدراسة، اعتمدت الباحثة أسلوب العينة القصدية في اختيار أفراد العينة، حيث تم استهداف مجموعة من المستثمرين المتعاملين مع شركات الوساطة في سوق العراق للأوراق المالية، وبالتعاون مع موظفي السوق وتم نشر الاستبانة الالكترونية في كروبوات المستثمرين الخاصة وارسالها لهم بشكل منفصل والحصول على (٤٤١) اجابة، من مجتمع بحث البالغ (٥٤,٥٠١) وفق احصائية حصل عليها الباحث من السوق العراق للاوراق المالية .



سادسا :مجالات البحث

تتوزع مجالات هذا البحث كالتالي:

١. المجال الزمني: تمثلت الحدود الزمنية للدراسة في الفترة الممتدة من ٢٦/٣/٢٠٢٥ إلى ٢٠/٥/٢٠٢٥، وهي المدة التي قامت فيها الباحثة بإعداد الاستبانة، ثم توزيعها على المبحوثين، واستلامها منهم بعد الإجابة، ومن ثم تفريغ البيانات لمعالجتها احصائيا .
٢. المجال المكاني: أجريت الدراسة في سوق العراق للأوراق المالية، الواقع في منطقة الكرادة بمدينة بغداد، مقابل كنيسة سيدة النجاة، ويُعد هذا السوق المالي هو الوحيد في العراق المتخصص ببيع وشراء الأوراق المالية.
٣. المجال البشري: شملت الحدود البشرية للدراسة جميع المستثمرين العراقيين في سوق العراق للأوراق المالية، سواء أكانوا أفرادًا أم ممثلين عن شركات، ويبلغ عددهم (٥٤,٥٠١).

ثامناً : ادوات البحث

١. الملاحظة: اعتمدت الباحثة أداة الملاحظة البسيطة كإحدى وسائل جمع البيانات لدعم نتائج الاستبانة وتوثيق سلوكيات المستثمرين في بيئتهم الطبيعية داخل سوق العراق للأوراق المالية. وتمثلت هذه الملاحظة بمتابعة مباشرة وغير متعمقة لطريقة تفاعل المستثمرين مع الأخبار المنشورة على المواقع الإخبارية، وخاصة أثناء فترات التداول ، جاء استخدام الملاحظة لدعم النتائج الكمية المستخرجة من الاستبانة، ولاحظت الباحثة وجود تباين في مدى تأثير الأخبار على قرارات المستثمرين، وهو ما ساعد في تعزيز مصداقية النتائج وتقديم تفسير أعمق للعلاقات المدروسة ، واستخدمت الباحثة كذلك أداة الملاحظة العلمية في عملية المراقبة المكثفة لسلوك الظاهرة المشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم و مخطط وهادف بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة الإنسان وتلبية حاجاته (غنيم، ٢٠٠٠).
 ٢. الاستبانة: اعتمدت الباحثة على أداة الاستبانة الالكترونية لجمع البيانات من عينة البحث ، وهي مجموعة تساؤلات ضرورية أو عبارات مكتوبة مزودة بإجاباتها او اجابات محتملة للحصول على أجوبة علمية ومقنعة لها (البياتي، ٢٠١٨، صفحة ٢٤٥).
- وقد صممتها الباحثة استنادا الى اهداف البحث وفرضياته ومعطيات اطاره النظري، وتكونت اسئلة استمارة البحث من:
- المحور الاول: تضمن البيانات الشخصية وفق ستة اسئلة تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين المتمثلين بمستثمري الاسواق المالية العراقية.

المحور الثاني : تضمن عادات وانماط متابعة المواقع الاخبارية: وتضمن ثلاثة عشر سؤالاً بين المغلق والمفتوح كما وضعت الباحثة خيار أخرى في بعض الاسئلة لضمان حرية المبحوث في الاجابة، كما تضمنت الاستبانة اسئلة هدفت الى التحقق من صدق الاجابة وثباتها.

المحور الثالث : وتضمن المقياس: هو تحويل الوقائع الكيفية (الصفات) إلى أخرى كمية (المتغيرات)، أي أن هذه العملية تعنى تحديد معالم الشيء برموز وأعداد (دوبدري، ٢٠٠٨، صفحة ٣٣٩).

وتم اعتماد المقياس خماسي التقدير (اتفق بشدة، اتفق، محايد، لا اتفق، لا اتفق بشدة)، باستعمال مقياس ليكرت (Likert) وذلك لكون مجتمع البحث متخصصاً، وتضمن المقياس اربعة عشر سؤالاً صممت اعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام المتمثلة بالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

تاسعا: الصدق الظاهري :

تم عرض استمارة استبانة (اعتماد المستثمرين على المواقع الإخبارية ودوره في تشكيل قراراتهم الاقتصادية /دراسة ميدانية في سوق العراق للأوراق المالية) على (٧) محكمين في تخصص الاعلام والإدارة والاقتصاد لإبداء آرائهم حول ملائمة استمارة الاستبانة لأهداف البحث، اذ تم التعديل والحذف والإضافة وفقاً لآرائهم حتى أصبحت استمارة الاستبانة في صورتها النهائية، وحظيت الاستمارة بموافقة الخبراء بنسبة (٨٠%) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحيّة أسئلة استمارة الاستبانة. وجدول (١) يبين نسبة اتفاق المحكمين على أداة البحث والتي بلغت نسبته (٩٢.٠٢ %) وهي نسبة مقبولة من الناحية العلمية (دوابه، ٢٠١٨، صفحة ٢٧٠).

إذن الصدق الظاهري يكون = ٩٢.٠٢%

عاشراً: النظرية الموجهة للبحث

بناءً على مشكلة البحث واهداف البحث ودراسته لتأثير الوسيلة على الجمهور ، اختارت الباحثة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام بصفتها الانسب لموضوع البحث .

احدى عشر : دراسات سابقة

١.دراسة (Ensieh Sharifi، ٢٠٢٤) (تأثير الأخبار الإعلامية على قرارات المستثمرين وفقاً لدرجة تحملهم للمخاطر)

Decision-Making According to، (The Impact of Media News on Investors
their Degree of Risk-Taking)

يسعى البحث للتعرف على تأثير الأخبار الاقتصادية المنشورة عبر وسائل الإعلام على قرارات المستثمرين في الأسواق المالية، مع التركيز على اختلاف استجابة المستثمرين تبعاً لدرجة تحملهم للمخاطر، والكشف عن مدى استجابة المتعاملين للأخبار الإيجابية والسلبية، وتحليل الفروقات السلوكية بين المستثمرين ذوي التحمل المرتفع والمنخفض للمخاطر، ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية باستخدام المنهج الوصفي، حيث استخدم الباحثون الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من المستثمرين، واختيار الباحث العينة بطريقة العشوائية البسيطة لتمثيل فئات مختلفة من المستثمرين من حيث العمر والخبرة ومستوى تحمل المخاطرة وتمثلت العينة في ٣٨٤ مستثمراً من المتعاملين الأفراد في سوق طهران للأوراق المالية، أبرز ما توصل إليه البحث من نتائج:

أن الأخبار الاقتصادية تؤثر بوضوح على قرارات المستثمرين، خصوصاً الأخبار السلبية التي تدفع المستثمرين ذوي التحمل المنخفض للمخاطر إلى اتخاذ قرارات سريعة بالخروج من السوق، وجود اختلافات واضحة في سلوك اتخاذ القرار الاستثماري بناءً على درجة تحمل المخاطر، حيث كانت التغطية الإعلامية سبباً رئيسياً في تذبذب سلوكيات المستثمرين الأقل تحملاً للمخاطرة، أكدت النتائج أهمية رفع الوعي الاستثماري بطرق التعامل مع الأخبار الاقتصادية وعدم الانجرار وراء الأخبار المثيرة بشكل مفرط.

٢.دراسة (الجزاف، ٢٠٢٤) (تأثير المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستثمرين في بورصة الكويت)

تهدف الدراسة الى التعرف على اتجاهات المستثمرين نحو اثر مصدر المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي على السلوك الاستثماري في بورصة الكويت، ومعرفة السلوك المفضل للمستثمرين، والكشف عن اثر مصدر المعلومات المنشورة في منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستثمرين في بورصة الكويت، والتعرف على منصات التواصل الاجتماعي التي يهتم بها المستثمرون الافراد، تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث منهج المسح، وتمثل مجتمع الدراسة في المستثمرين الكويتيين النشطين دون سواهم في بورصة الكويت، باختيار عينة قصدية حيث بلغ عددهم (١٠٧٧) مستثمر، باستخدام اداة الاستبانة الالكترونية، وتوصلت الدراسة الى مجموعة نتائج واهمها هو: المستثمرين في بورصة الكويت يفضلون سلوك المضاربة كسلوك استثماري، واكثر مصادر المعلومات التي تؤثر على تغيير السلوك الاستثماري كانت معلومات داخلية تسرب، وجاءت منصات التواصل الاجتماعي باهمية نسبية

(٦٧.٢%) كمصدر معلومات يؤثر على تغيير السلوك الاستثماري، وأكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تهتم بها عينة المستثمرين في بورصة الكويت هي "تويتر".

٣.دراسة (Lee، ٢٠٢٣) (أثر المقالات عبر الإنترنت على قرارات التداول للمستثمرين بحسب أنواعهم)) The Impact of Internet Articles on Investor Trading Decisions by (Investor Types)

سعت الدراسة إلى تحليل تأثير المقالات الاقتصادية المنشورة عبر الإنترنت على قرارات التداول للمستثمرين الأفراد والمؤسسات، التعرف على مدى استجابة كل من المستثمرين الأفراد والمؤسسات تجاه الأخبار الاقتصادية الرقمية، وتحديد ما إذا كانت نبرة المقال (إيجابية أو سلبية) وهل تلعب دوراً حاسماً في تشكيل سلوك التداول، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي التحليلي، حيث قام الباحثون بجمع بيانات حقيقية من السوق الكوري للأوراق المالية، ودمجها مع قاعدة بيانات تضم مقالات اقتصادية منشورة على الإنترنت خلال فترة زمنية محددة، واستخدمت الدراسة تحليل محتوى المقالات لتصنيفها حسب النغمة (إيجابية، سلبية، محايدة)، ثم تم ربط توقيت نشر هذه المقالات مع حركات التداول اليومية للمستثمرين، إذ تمثلت عينة الدراسة في بيانات تداول فعلية لعدد كبير من المستثمرين الأفراد والمؤسسات، مع التركيز على الأثر الفوري واليومي للمقالات الاقتصادية على قرارات الشراء والبيع، واستخدم الباحثون نماذج تحليلية متقدمة مثل نماذج الانحدار مع التحكم بالمتغيرات الثابتة، وتحليل أحداث التداول (Event Study Analysis) لتقييم التأثيرات المباشرة للأخبار على نشاط السوق، أظهرت النتائج أن المستثمرين الأفراد يتأثرون بشكل أكبر بالمقالات الاقتصادية عبر الإنترنت مقارنة بالمستثمرين المؤسسيين، وأن الأخبار السلبية كان لها تأثير أقوى في دفع المستثمرين الأفراد إلى البيع السريع، بينما أبدت المؤسسات المالية قدرة أعلى على مقاومة التأثير بالأخبار الرقمية، مستندة إلى استراتيجيات استثمارية طويلة الأجل وتحليل أعمق للمعطيات الاقتصادية وأكدت الدراسة أن توقيت نشر المقال يلعب دوراً مهماً، إذ أن المقالات التي تُنشر أثناء ساعات التداول يكون تأثيرها على قرارات المستثمرين أكبر من تلك المنشورة بعد الإغلاق.

٤.دراسة (Hansen، ٢٠٢١) تأثير الأخبار على سلوك المستثمرين في سوق الأسهم: دليل من التداول المرتبط بتحليل الأخبار، سعت الدراسة إلى تحليل مدى تأثير الأخبار الاقتصادية المنشورة عبر وسائل الإعلام على سلوك المستثمرين في الأسواق المالية، خصوصاً في ضوء التطور التقني لاستخدام تحليلات الأخبار الآلية في التداولات اليومية، وقياس الفروقات في استجابة المستثمرين الأفراد مقارنة بالمستثمرين المؤسسيين للأخبار الاقتصادية، مع التركيز

على طبيعة الأخبار (إيجابية أو سلبية)، وأثرها الفوري على أسعار الأسهم وحجم التداولات ، واعتمد الباحث على المنهج الكمي التحليلي، حيث تم دمج بيانات التداول اللحظية مع قاعدة بيانات ضخمة للأخبار الاقتصادية، واستخدم نماذج تحليل الحدث (Event Study Methodology) بالإضافة إلى تحليل الانحدار الخطي، لقياس التأثيرات المباشرة للأخبار على سلوكيات المستثمرين ، وتمثلت عينة الدراسة في أكثر من (٩٠٠,٠٠٠) خبر مالي تم تصنيفها حسب النغمة (سلبية - إيجابية - محايدة)، وتم ربطها ببيانات التداول الخاصة بالشركات المدرجة في أسواق الأسهم الأوروبية والأمريكية، واستخدم الباحث أدوات تحليل البيانات الضخمة وتقنيات تصنيف النصوص لتحليل مضمون الأخبار، ومن ثم دراسة تأثير هذه الأخبار على حجم التداول وسعر السهم بناءً على توقيت نشر الخبر، وأبرز ما توصل إليه البحث من نتائج هو أن الأخبار السلبية تخلق تأثيرات أكبر وأسرع على أسعار الأسهم مقارنة بالأخبار الإيجابية، حيث تلاحظ زيادة ملحوظة في حجم التداول مباشرة بعد صدور الأخبار السلبية، أن المستثمرين الأفراد يتفاعلون بشكل أسرع وأقوى مع الأخبار مقارنة بالمؤسسات، وأن الأخبار التي يتم نشرها أثناء ساعات التداول يكون تأثيرها أقوى من تلك المنشورة بعد الإغلاق.

٥.دراسة (الجزاف، اتجاهات المستثمرين الافراد نحو المعالجة الاخبارية للصحافة الاقتصادية والتحليل الفني وتأثيرها على القرار الاستثماري لديهم ، ٢٠٢٠)

هدفت الدراسة الى التعرف على مصادر المعلومات التي يسترشد بها المستثمرون الافراد عند اتخاذ القرار الاستثماري ودور الاخبار الاقتصادية في قضايا بورصة الكويت ، والتحليل الفني والاساسي لاتخاذ قرارات المستثمرين ،واثر المعلومات الداخلية والخارجية على توجهات المستثمرين والعلاقة بين دور الاخبار الاقتصادية ودور التحليل الفني في اتخاذ قرارات الاستثمار ، وتنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية من حيث النوع ،واعتمد الباحث المنهج المسحي وتمثل مجتمع الدراسة في المستثمرين في بورصة الكويت الموجودين بشكل يومي ،وتتمثل اختيار العينة بالطريقة العشوائية المنتظمة ،باستخدام اداة الاستبانة على ١٥٠ من افراد البورصة وتوصلت الدراسة الى مجموعة نتائج اهمها :اهم مصادر المعلومات التي يسترشد بها المستثمرون عند اتخاذ قرارهم هي وسائل الاعلام "الصحف " وانه طبيعة الاستثمار في البورصة غالبا ماتتسم بالمضاربة ،ودور الاخبار الاقتصادية المتعلقة بقضايا البورصة جاء بدرجة متوسطة قريبة جدا للمرتفعة ،ضعف المصادقية في نشر الاخبار الاقتصادية عند تشابك الملكيات في وسائل الاعلام ،دور التحليل الفني جاء بنسبة مرتقة في عملية اتخاذ القرار ،يستفيد المستثمرون من تسريب المعلومات الداخلية للشركات .

اثنا عشر : تحديد المصطلحات الواردة في البحث اجرائياً

تُعرّف المفاهيم الأساسية الواردة في هذه الدراسة تعريفاً إجرائياً يتفق مع طبيعة البحث وأهدافه، وذلك لتحديد المقصود منها بدقة ضمن سياق الدراسة، وكما يأتي:

١. المواقع الإخبارية: في هذه الدراسة يقصد بها المنصات الرقمية التي تُعنى بنشر الأخبار والمعلومات والتحليلات حول مختلف المجالات، ولا سيما الاقتصادية والسياسية والأمنية ، وتُعد من احد المصادر التي يعتمد عليها المستثمرون في سوق العراق للأوراق المالية لمتابعة التطورات واتخاذ قراراتهم الاقتصادية.

٢. المستثمرون العراقيون: هم الأفراد أو الجهات التي تمارس نشاطاً استثمارياً في سوق العراق للأوراق المالية، من حاملين الجنسية العراقية والمسجلين بالاسواق رسمياً .

٣. القرارات الاقتصادية: ويقصد بها مجموعة الإجراءات التي يتخذها المستثمر، مثل الشراء أو البيع أو الاحتفاظ بالأصول المالية، بناءً على المعطيات المتوفرة لديه، وخصوصاً المعلومات المتلقاة من المواقع الإخبارية ومصادر المعلومات الرقمية.

٤. تشكيل القرار الاقتصادي : يُراد به العملية التي يبني من خلالها المستثمر قراره داخل السوق، والتي تتأثر بعوامل متعددة، منها الاخبار في المواقع الاخبارية ، وما يرتبط بذلك من تحليل شخصي للمعطيات المتاحة.

٥. سوق العراق للأوراق المالية: هو السوق الرسمي المنظم الذي تُداول فيه الأوراق المالية (مثل الأسهم والسندات) في العراق ، وهو تابع للهيئة الرسمية للأوراق المالية.

المبحث الثاني

الاطار النظري

اولاً: مفهوم المواقع الاخبارية الالكترونية

تُعدّ المواقع الإخبارية من أهم أدوات الإعلام الحديث، إذ أصبحت وسيلة فعالة لنشر الأخبار والمعلومات بسرعة وسهولة. ساهمت هذه المواقع في توسيع دائرة الوصول إلى الجمهور، وغيّرت من أساليب التلقي والتفاعل مع المحتوى الإعلامي، مما جعلها جزءاً أساسياً من بيئة الإعلام الرقمي الي

وتعرف على انها مواقع شاملة ومتخصصة بالأخبار ، تعتمد على الانترنت كمجال لعملها ، إضافة الى انها أحد أصناف الصحافة الالكترونية ذات عنوان ثابت على شبكة الانترنت تعرض الاخبار والاحداث الجارية في انحاء العالم كافة من قبل ذوي الاختصاص في الصحافة والاعلام

، مصحوبة بتقديم خدمات ترفيهية واجتماعية وخدماتية (الدليمي ع.، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ٢٠١٥، صفحة ٥٣).

كما تعرف بكونها المواقع التي اتحات مصادر إضافية يمكن الرجوع إليها بشأن الأخبار، وتقديم الأخبار بأشكال متنوعة (صوت وفيديو و نص ، وتوفير خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية ، واعداد ملفات صحفية مميزة عن الأحداث المهمة ، وتقديم خدمات تفاعلية مثل البريد الإلكتروني واستطلاع الرأي، وتوفير فرص المشاركة في منتديات النقاش على المواقع الإخبارية وازافة تعليقات للمادة المنشورة على المواقع الإخبارية ، واستخدام الأرشفة ، واستخدام ملفات الصوت والفيديو (البديري، ٢٠١٥).

وهي مواقع إلكترونية تنشر أخبار وتحليلات وتحقيقات أعدت خصيصا للنشر على شبكة الإنترنت، وتحديث المواد على مدار الساعة ويعمل فيها محررون ومراسلون مهنيون يمكن تسميتهم بصحفيي الإنترنت" (الفصل ع.، ٢٠١٤، صفحة ٩٢) .

وهو الموقع الإلكتروني المملوك لا حدى الشركات أو المؤسسات الإعلامية ، والذي يحتوي على مضامين إعلامية يتم تحديثها على نحو مستمر، وهناك مواقع أخبارية لكل ذوق وفن ، وبعض المواقع الأخبارية تخضع للرقابة ، ومعظمها تحليل مشترك حرية أبداء الرأي والتعليق على ما ينشر لكن هناك مواقع أخبارية لا تسمح بذلك وبعض المواقع لا تفصح عن الأخبار الأبعد دفع مبلغ معين نظير ذلك ، وهناك مواقع أخبارية تزود المشتركين فيها عن طريق إرسالها بواسطة البريد الإلكتروني (سعادة و وآخرون، ٢٠١٠، صفحة ٢٧).

والمواقع الاخبارية تجمع في خصائصها جميع وسائل الإعلام والاتصال والترفيه التي تعرفها اليوم، فهي صحيفة مقروءة وتلفاز مرئي وراديو مسموع، وهاتف يمكن عن طريقها الاتصال وتبادل المعلومات مع الآخرين (سرحان، ٢٠١٢، صفحة ١٦).

اما اجرائيا : فيقصد بها المنصات الرقمية التي تُعنى بنشر الاخبار والمعلومات والتحليلات حول مختلف المجالات ، لاسيما الاقتصادية والامنية والسياسية، وتعد من المصادر التي يعتمد عليها المستثمرون في سوق العراق للأوراق المالية لمتابعة التطورات واتخاذ قراراتهم الاقتصادية. اهمية المواقع الإلكترونية

تتمثل أهمية المواقع الإلكترونية في كونها (زبيدة، ٢٠١٨، صفحة ٢٤):

١. وسيلة لعرض منتجات المؤسسات: معظم المواقع عبارة عن بوابات للمؤسسات هدفها عرض منتجاتها مباشرة وتظهر هذه الأهمية جليا في المواقع ذات علاقة (مؤسسة - جمهور).

٢. أداة لتوسيع قاعدة الزبائن فتواجد المؤسسة على شبكة الأنترنت سيمكنها من البلوغ إلى أسواق مختلفة وبالتالي كسب زبائن جدد ذوي احتياجات مختلفة ولعل كسب الزبائن هو الهدف الجوهري الذي تسعى إليه مختلف المؤسسات.

٣. وسيلة لتعرف بالمؤسسة تعتبر المواقع من الوسائل الحديثة للتعريف والإعلان عن المؤسسة ومختلف نشاطاتها بسهولة وبتكاليف منخفضة مقارنة مع وسائل الإعلان التقليدية كما أنها أكثر فعالية في جذب الزبائن.

وكذلك للمواقع الاخبارية اهمية في كونها (بدر، ٢٠٢٢، صفحة ٢٥):

١. تعد المواقع الإخبارية ذات أهمية هائلة وفوائد كبيرة، إذ توفر واجهة للتواصل بين الجمهور والمؤسسات الاعلامية.

٢. توفر بعض المواقع الاخبارية المعلومات بشكل مجاني، سواء كانت مواقع موسوعية أو متخصصة في مجالات معرفية متنوعة، وبذلك يمكن للقراء الحصول على المعلومة بسهولة ويسر.

٣. تعمل المواقع الإخبارية على حل عدد من المشكلات المتعلقة بقلّة الوقت والموارد المالي.

٤. تقوم بوظائف مثل معرفة اسعار الاسهم والعملات، وحالة الطقس، وخدمة الوصول إلى القواميس والمعاجم والمكتبات الافتراضية، وخدمة الموسيقى والسينما والافلام الوثائقية، وخدمة المعالم الاثرية والسياحية، وخدمات تتعلق بحجز تذاكر السفر وال الطيران، اضافة إلى خدمات تحميل الملفات وتغيير حجم النص بما يتناسب مع المستخدم والجهاز الذي يستخدمه (عبدالله و التميمي ٢٠١٨، صفحة ٢٣٨).

مميزات المواقع الاخبارية

تمتلك المواقع الاخبارية مجموعة من المميزات التي ساهمت في تعزيز حضورها وانتشارها بين جمهور المتلقين من خلال تلبية احتياجاتهم ومن هذه المميزات:

١. أتاحت المواقع الإخبارية الفرصة للجمهور للحصول على كمية كبيرة من الأخبار والمعلومات والتقارير والفنون الصحفية التي تشمل معلومات وبيانات في مختلف المجالات والتخصصات، وتلبي احتياجاتهم واهتماماتهم.

٢. ابتكرت أساليب جديدة في تحرير المواد الصحفية وتقديمها، فضلاً عن إيجادها لفئة جديدة من الإعلاميين القادرين على التعامل مع التقنيات الحديثة والوسائط المتعددة.



٣. دعمت قدرة الجمهور على التواصل مع القائم بالاتصال وأتاحت له حرية اختيار المضامين والموضوعات التي يفضلها.

٤. قد حولت الاتصال من اتصال فرد بالفرد إلى اتصال فرد بالمجموعة و اتصال جماعي بالمجموعات، وهو أعلى مستوى من مستويات التفاعلية.

٥. توفير تغطية صحفية مستقلة ومعالجة أحداث وقضايا معينة من دون الارتباط بتغطية وسائل الإعلام التقليدية.

٦. قدمت خدمات إعلامية محلية وإقليمية و عالمية إذ إن جمهورها متنوع في توجهاته و آرائه (كشكول، ٢٠٢٤، صفحة ٩١).

٧. لسرعة في نقل الخبر وهي بذلك تتنافس مع الفضائيات في نقل الأخبار العاجلة لاسيما وأن الفضائيات تلتزم بمواعيد نشرات ثابتة وإن كانت تحاول التعويض عن ذلك عن طريق الأخبار العاجلة التي تظهر على الشاشة (حمدان ح.، ٢٠١٣، صفحة ٦٢)

٨. تتميز بالتفاعلية والتي يقصد بها تفاعل القراء مع النص، وتفاعل المشتركين مع بعضهم وتبادل ردود الأفعال بشكل مستمر، مما أحدث تطوراً في اقبال الجمهور على الأخبار (سلمان و فاضل، ٢٠٢٥، صفحة ٩١).

ثانياً : مفهوم السوق المالية

السوق هو المكان الجغرافي الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون، دون أن يشترط لذلك وحدة المكان. على ذلك يختلف مفهوم السوق بمعناه الاقتصادي عن المعنى التجاري، فكلمة سوق بالمعنى التجاري تعني الحيز الجغرافي الذي يجتمع فيه عدد كبير من البائعين والمشتريين، بالتالي تتوفر من خلاله كميات من مختلف أنواع السلع، ويتم فيه نقل الملكية من خلال عمليات البيع والشراء، أما السوق بالمعنى الاقتصادي فلا يقصد به مكان أو حيز معين، إنما هو ذلك السياق الذي يتم في إطاره إتمام المعاملات سواء كانت على نطاق محلي أو دولي .

و للسوق المالي مفاهيم متعددة ومتنوعة تم تداولها من قبل المصادر والمؤلفات لعدد كبير من الباحثين في المجالات المالية والاقتصادية وقد يصعب حصرها في تعريف دقيق وشامل ومن ثم سيتم التطرق إلى بعض هذه المفاهيم وعلى النحو الآتي ، إذ عرفها **MISHKIN** بأنها المكان الذي يتم فيه إصدار الأصول المالية وتداولها ، إذ يتم تداول الأوراق المالية بتكاليف معاملات منخفضة وبأسعار تعكس العرض والطلب (Mishkin, 2004, p. ٥٩).

عرفت الأسواق المالية بانها " الآلية التي يتم عبرها تداول الأصول المالية بيعا وشراء، وتمكن تلك الآلية من تحويل الموارد المالية بكفاءة من القطاعات الاقتصادية ذات الفوائض المالية إلى القطاعات الاقتصادية التي تعاني من العجز المالي (عبد النبي م.، ٢٠٠٩، صفحة ٢٢) .

لذلك عرفت الأسواق المالية كذلك بأنها " الإطار الذي يجمع بين الوحدات المدخرة والتي ترغب بالاستثمار و وحدات العجز (الشركات) التي هي بحاجة لأموال لغرض الإستثمار عبر فئات متخصصة عاملة في السوق شرط توافر قنوات اتصال فعالة (التميمي و سلام، ٢٠٠٤، صفحة ١١).

١. السعر العادل : هو مصطلح يستخدم لتقدير القيمة السوقية لسهم يتم تداوله في السوق وذلك بناءً على عوامل عديدة لعل أهمها ربح الشركة المعنية وقدرة الشركة على زيادة هذه الأرباح، مع العلم انه لا يمثل إلا السعر النظري للسهم بينما في الحقيقة يتم تحديد السعر في السوق على أساس عوامل العرض والطلب. (لموقع الالكتروني لنادي خبراء المال، ٢٠١٤).

أهمية الأسواق المالية

تكمن أهمية الأسواق المالية عن طريق الطلب على الاموال واعادة استثمارها، من عوامل عدة واهمها ما يأتي :

١. تقوم الأسواق المالية بتحفيز المدخرين لتعبئة ورفع الموارد المالية لتمويل المستثمرين من اجل الاكتتاب في الأوراق المالية من أسهم وسندات (مونية، ٢٠١٥، صفحة ١٤)

٢. تهتم الأسواق المالية بتحقيق مستوى مرتفع من الانضباط المؤسسي ، وذلك عن طريق إلزام المؤسسات بعمليات الإفصاح للمعلومات وكذلك عمليات الرقابة الهيئات هذه الأسواق لضمان مناخ استثماري مناسب يمتاز بالشفافية وهذا سيجعل السوق ٢٠:٢٥ المالي عاكسا لاقتصاد الدولة (أحمد ز.، ٢٠١٦، الصفحات ٢٥-٢٤)

٣. إن الإدارة الكفؤة والمكاتب ذات التخصصات والخبرات في هذا المجال هي التي تتيح القابلية لتقديم النصائح والمعلومات للشركات التي تقوم بإصدار الأدوات المالية التي يتم تداولها (عبد الحق و محمد، ٢٠١٦، الصفحات ٨-٩)

٤. تعد الأسواق المالية أحد أهم مجالات التسهيل في عملية التبادل للأصول الاستثمارية بين الأفراد والحكومات والشركات كأركان اقتصادية أساسية .

٥. تمويل خطط التنمية ، عن طريق توفير رؤوس الأموال اللازمة لتنفيذ المشاريع الاستثمارية والبنى التحتية، بما يدعم تحقيق الأهداف التنموية على المستويين الاقتصادي والاجتماعي

٦. تلافي الآثار التضخمية، إذ تسهم في امتصاص السيولة الفائضة من الأفراد والمؤسسات من خلال توجيهها نحو أدوات استثمارية منتجة، بدلاً من بقائها في الدورة الاستهلاكية. ويؤدي هذا التوجيه إلى تقليل الضغط على الطلب الكلي، وبالتالي الحد من ارتفاع الأسعار.

٧. يسهم وجود السوق المالي في توفير مصادر تمويل داخلية منخفضة التكلفة مقارنةً بالتمويل الخارجي، حيث تتيح هذه الأسواق للمؤسسات والأفراد إمكانية الحصول على القروض أو جذب رؤوس الأموال بشروط أكثر ملاءمة، مما يدعم الاستثمار المحلي ويحد من الاعتماد على الاقتراض الأجنبي ذي الكلفة العالية.

٨. إن السماح في مباشرة السوق المالي لنشاطه بالعملة القابلة للتحويل يمكن أن يؤدي إلى تحويل هذا السوق إلى سوق إقليمي أو دولي بما يعود بالفائدة على الإقتصاد المحلي. (الصيرفي، ٢٠٠٨، صفحة ٣٨).

٩. إن السوق المالي هو المسئول عن نقل رؤوس الأموال من القطاعات ذات الفائض إلى القطاعات ذات العجز في الإقتصاد وبالتالي فهو يعمل على زيادة إنتاجية رأس المال وذلك عن طريق توفير المعلومات الخاصة بالاستثمارات وتخصيص الموارد فالوسطاء الماليون يعملون على تجميع البيانات وتقييم المشروعات الاستثمارية، كما يمكن أن تساهم سوق الأوراق المالية في الرقابة على الشركات وذلك للتأكد أن رؤوس الأموال توظف بكفاءة فهي تجبر الشركات على الحرص من أجل مصالح المساهمين، كما تحفز المستثمرين على الاستثمار بأساليب تنطوي على درجة معينة من المخاطرة وبالتالي فهي تنقل الإقتصاد إلى الاستثمارات ذات عائد أكبر وأعلى (أندراوس، ٢٠٠٧).

١٠. تؤدي أسواق الأوراق المالية دورين في تمويل الشركات حيث تعمل على تقليل درجة المخاطرة في الاستثمار في نوع واحد من الأوراق المالية وذلك بتوفير السوق الثانوي الذي يمكن الأفراد والمستثمرين من الحصول على أموالهم في أي وقت آخر وبسعر السوق، أي إن الشركات التي يكون أداؤها جيد تدفع بأسعار أسهمها إلى الارتفاع ويساعد ذلك في الحصول على التمويل من خلال إصدارات جديدة تباع بالأسعار السائدة وبالتالي يعمل السوق على التخصيص الكفء (العبد، ٢٠٠٥).

١١. دمج الأسواق المالية المحلية والإقليمية والدولية معاً باستخدام وسائل التواصل والإعلام المتنوعة، الذي يؤدي بالضرورة إلى زيادة السيولة وتحقيق الاستقرار المالي. (عبد الهادي و المعيني، ٢٠٢٣، صفحة ٢٨).

وظائف الأسواق المالية

اتجه بعض الباحثين الى تقديم وظائف السوق بطريقة اخرى تقوم سوق الأوراق المالية بمجموعة من الوظائف المتعددة والمتنوعة والتي وجدت نتيجة للتطور الذي تعرضت له هذه الأسواق ، وما يتبع ذلك من الحاجة لتحسين أدائها وتتلخص هذه الوظائف في الآتي:

١ - الوظيفة التمويلية: تقوم السوق المالية بتعبئة المدخرات حيث تجمع الأموال من الأعوان الاقتصاديين الذين يملكون قدرة تمويلية وتتوافر لديهم فوائض مالية عن برامجهم الاستثمارية والاستهلاكية وتحويلها إلى المؤسسات الاقتصادية والإدارة العمومية في شكل موارد طويلة الأجل مقابل إصدار أوراق مالية، كما تسهل السوق المالية نمو المؤسسات عن طريق استثماراتها وتؤمن للدولة وسائل إضافية لتمويل سياستها الاقتصادية والاجتماعية، وبهذا فالسوق المالية تعتبر همزة وصل مباشرة بين المدخر الذي يرغب في توظيف أمواله والمستثمر الذي هو في حاجة إلى رؤوس الأموال. (Pilbeam، ٢٠١٠).

٢ - أداة لتحديد السعر المناسب وتسيير المخاطر: يمكن النظر إلى وظيفة تحديد السعر المناسب بأنها وظيفة أساسية في سوق الأوراق المالية باعتبار أنه لا يمكن أن تقوم سوق للأوراق المالية سهلة التسويق على حساب الأسعار، مما يعني أن المستثمر في هذا السوق إلى جانب حرصه على بيع كمية كبيرة من الأوراق المالية فإنه يحرص، أيضا أن يكون السعر الذي يبيع به مناسباً.

كما تعتبر سوق الأوراق المالية أداة لتسيير مخاطر الاستثمار في الأوراق المالية من خلال كثرة أو تنوع هذه الأخيرة بما يكفل تقليص المخاطر وتخفيضها . (حفيظ و براق، ٢٠٠٤، صفحة ٥٠).

٣- تقديم المعلومات المالية: يتم تقديم المعلومات المالية للأفراد والمشاريع التي تتعلق بالأصول المالية المختلفة المتوفرة في السوق المالي، إضافة إلى المعلومات المتعلقة بالوضع المالي للشركات، وبذلك تقلل من تكلفة الحصول على هذه المعلومات من حيث الجهد والوقت والمخاطر، إضافة إلى امتلاكها قدرا من الدقة المتعلقة بالتوقعات للأرباح في المستقبل كونها مؤسسات مالية متخصصة. (الزرري و فرح، الأسواق المالية ، ٢٠٠١، صفحة ٢٣)

٤ - أداة تسهل تحويل العقارات إلى سيولة يتميز الاستثمار في السوق المالية بالنسبة إلى باقي الاستثمارات لا سيما في الأصول الحقيقية، بقابليته للسيولة فحائز الورقة المالية المقيدة في ي تسعيرة البورصة يمكنه بيعها إلى مستثمر آخر في أقصر مدة ممكنة حيث أن هذه الأوراق المالية ما هي إلا عبارة عن صكوك تقابلها عقارات وأدوات ومعدات في المؤسسة وبالتالي فالمستثمر أو المساهم في المؤسسة يعتبر مال لجزء من يلك العقارات فإذا أراد التنازل عن حقه

في المؤسسة فلا يقوم ببيع العقارات ليأخذ حقه، ولكن يمكنه بيع قيمة مساهمته عن طريق بيع الأوراق المالية التي يمتلكها في السوق المالية. (أحمد ر.، ٢٠٠١، صفحة ١٢)

٥- وتجد الباحثة انها وسيلة لقياس قيمة الأموال : يتم الإعلان يوميا في السوق المالية عن أسعار الأوراق المالية، هذه الأخيرة تعكس الصحة المالية للمؤسسة، وعليه فالسوق المالية أداة لقياس قيمة المؤسسات ذات الأحجام المختلفة، كما يمكن توقع قيمة هذه الأخيرة في المستقبل عن طريق صياغة فرضيات تتعلق بالتطورات الاقتصادية المستقبلية والحالة التي يمكن أن تكون عليها المؤسسة آنذاك. فالسوق المالية تعتبر أحد الركائز الأساسية لإقامة اقتصاد السوق وبالتالي فإن الأسعار اليومية المعلن عنها في البورصة بالإضافة إلى تقنيات التقييم المعتمدة من طرف المحللين (تحليل الميزانيات، التحليل المالي والتجاري، أفاق المؤسسة في السوق)، تشكل منهجية لتقييم المؤسسات معترف بها من طرف المؤسسات المالية والإدارة الجبائية.

ولكي تكمل أسواق المال انجاز وظيفتها الرئيسية على الوجه الأكمل تقوم بتقديم الاعمال الآتية : (الصيرفي، ٢٠٠٨، صفحة ١٨) (السيد علي و العيسى، النقود والمصارف والأسواق المالية، ٢٠٠٤، صفحة ٦٤)

١. تسجيل ونشر الأسعار الرسمية وتداولها لتسهيل عقد الصفقات.

٢. موازنة الأسعار مكانا و زمانا.

١. التحوط للتأمين التجاري في بورصة العقود.

٢. المضاربة

هي المخاطرة بالبيع والشراء بناءً على توقع تقلبات الأسعار بغية الحصول على فارق الأسعار، وقد يؤدي هذا التوقع إذا أخطأ إلى دفع فروق الأسعار بدلاً من قبضها (حمدان ع.، ٢٠٠٥، صفحة ١٢١).

. العوامل الملائمة لتكوين الأسواق المالية:

يتطلب انشاء سوق مالي توفر عدة شروط يمكننا اجمالها بالآتي (الزبيدي ح.، الاستثمار والتمويل، ٢٠٠٠، صفحة ٤٣):

١. زيادة عدد المؤسسات المالية في الدولة حيث تعتبر المؤسسات المالية بمثابة اوعية ادخارية

العامة الأفراد وتقوم هذه المؤسسات بعمليات الاقراض الى المستثمرين من أجل قيام مشاريعهم.

٢. تحويل المدخرات الى استثمارات حيث تعتبر السوق المالية من اهم الادوات التي يتم

بواسطتها تحويل المدخرات الم جمعة الى استثمارات، وذلك لكون هذا السوق مجال استثمار اموال

الافراد في شراء الأوراق المالية التي تمثل حصصا من رأس مال المؤسسات الصناعية أو

التجارية أو العقارية. ٣ انشاء بورصات للأوراق المالية حيث تعتبر بورصات الأوراق المالية من اجهزة الادخار والاستثمار الهامة في الدول ذات الحرية الاقتصادية او ذات الاقتصاد المختلط، حيث يلعب كل من القطاع العام والقطاع الخاص دورا في هذا الشأن.

٣. الاهتمام بوسائل الاعلام ومراقبتها : تكوين الشركات او طرح الاسهم والسندات لا بد ان يكون مصحوب بإعلان حتى يعلم كل مستثمر وكل مدخر الفرصة التي قد تحتاج لتوظيف امواله، ولا بد من مراقبة هذه البيانات الواردة في الاعلانات حتى نحافظ على مصلحة صغار المستثمرين وحتى تكون هذه الاعلانات ذات صبغة مجدية.

ثالثا : القرارات الاقتصادية

يعرف القرار الاقتصادي على أنه: "عملية المفاضلة بين حيازة أنواع مختلفة من الأصول والحصول على الأموال". (F. Hernia, 2001, p. ٥٦١) ، وكذلك تعرف على أنها : اختيار البديل الأمثل من بين العديد من المواقف المالية ، حيث يقوم المحلل الاقتصادي بتحليل القوائم والتقارير الاقتصادية والبحث عن المعلومات المحاسبية والمالية وتحليلها وتعديلها لتساعده في اتخاذ القرارات الاقتصادية". (حنفي، ١٩٩٩، صفحة ١٠٤).

٢. أنواع القرارات الاقتصادية :

يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من القرارات الاقتصادية والتي تتمثل في:

أ- قرارات الاستثمار: تعتبر قرارات الاستثمار من أهم قرارات الإدارة المالية وأعقدها بسبب طبيعتها الاستثمارية، والغالب في هذه القرارات أن الإدارة المالية تلجأ لها أملا في زيادة العائد على الاستثمار أو القوة الإدراية من أجل تعظيم ثروة المالك أو تعظيم القيمة السوقية للسهم الواحد. ومن أجل ذلك نجد أن الإدارة المالية تسعى إلى توجيه أموالها الاستثمارية في خلق موجودات مالية مثل الاستثمار في النقد والحسابات المدينة والاستثمار في الأوراق المالية، أو قد تكون استثمارات عينية مثل الاستثمار في المخزون السلعي والموجودات الثابتة وغيرها (سهايلية، ٢٠١٨، صفحة ١٦)

وهذا يعني أن قرارات الاستثمار سوف تنحصر في اختيار نوع الموجودات التي يجب أن تستخدم من قبل إدارة الشركة لتحقيق عوائد مستقبلية مصاحبة للاستثمار وكذلك تتضمن هذه القرارات إعادة تخصيص الاستثمار المتاح عندما يتم التأكد من أن أحد أنواع الموجودات المتاحة لم يعد هناك مبررا اقتصاديا لاستخدامه داخل الشركة أو الاحتفاظ به للفترة القادمة. وبصفة عامة فإن قرارات الاستثمار ونظرا لأن عوائد المستقبل غير معروفة بدرجة من الدقة

والضمان، فإن هذه القرارات لا بد وأن تتعرض لدرجة ما من المخاطر، فكلما زادت الرغبة في تحقيق عائد أكبر كلما زادت درجة المخاطر. (الزبيدي ح.، ٢٠٠٤، الصفحات ص ٧٣-٧٤) وتنقسم القرارات الاستثمارية إلى قسمين:

1- قرارات استثمارية قصيرة الأجل والمتداولة، وهي التي مكن تحويلها إلى نقدية خلال سنة واحدة، أي أنها تتمتع بسيولة عالية.

٢- قرارات استثمارية طويلة الأجل، والتي يكون مردودها على مدى سنوات عديدة قادمة كتشييد المباني.

ب- قرارات التمويل من أعقد القرارات التي تمارسها الإدارة المالية هي تلك القرارات المتعلقة بتحديد وصياغة هيكل التمويل للشركة، من خلال اختيار هيكل التمويل الأمثل لتعظيم ثروة المالك أو تعظيم القيمة السوقية للسهم، وذلك من خلال تحقيق الحد الأدنى لكلفة التمويل وفق افتراض أساس مفاده أنه كلما انخفضت تكلفة التمويل والناتج عن خلق المزيج الأمثل المصادر التمويل، كلما ارتفعت القيمة السوقية للسهم .

إن اهتمام المدير المالي قبل اتخاذ القرار التمويلي وبعده هو التأكد من أن الأموال المطلوبة ممكن توفيرها في الوقت المناسب و خلال فترات زمنية مناسبة و بأقل كلفة ممكنة مع الحرص على استثمارها في المجالات الأكثر فائدة.

و قرار التمويل مرتبط ارتباطاً وثيقاً بقرار الاستثمار، لأنه ستكون هناك مقارنة بين معدل مردودية المشروع الاستثماري وتكلفة تمويله، وبما أن الموارد المالية للشركة محدودة فيجب عليها أن تختار المشاريع الاستثمارية التي تضمن لها مردودية مرتفعة مع تكلفة منخفضة (سهيلية)، (٢٠١٨، صفحة ١٦)

ج- قرارات توزيع الأرباح تصاحب قرارات الاستثمار وقرارات التمويل نوعاً ثالثاً من القرارات، هي قرارات توزيع الأرباح، وتتضمن مجموعة قرارات هذا النشاط كافة الأمور التي تحدد النسبة المئوية للأرباح النقدية التي توزع على المساهمين من حملة الأسهم العادية، وزمن توزيع هذه الأرباح. وهذا يعني ومن خلال نسبة التوزيع وتحديد الأرباح التي يجب أن تحتفظ بها الإدارة المالية داخل الشركة بشكل مقسوم أرباح محتجز احتياطي الأرباح) والذي يعتبر مصدراً مهماً من مصادر التمويل الداخلي يعزز قرارات الإدارة المالية عندما تبحث عن مصادر التمويل المناسبة. ومن المؤكد أن مجموعة القرارات التي تدخل في عملية التوزيع تكون مهمة للإدارة المالية نظراً للرغبات المتعارضة فيما بين المستثمرين والإدارة، فالمستثمرون يرغبون بزيادة مكاسبهم النقدية من خلال توزيع نسبة أكبر من الأرباح عليهم، في حين تفضل الإدارة زيادة الجزء المحتجز

لضمان أموال مهمة لأغراض التوسع الاستثماري داخل الشركة. (الزبيدي ح.، ٢٠٠٤، الصفحات ص ٧٣-٧٤)

- تعريف القرار الاستثماري

يعد القرار الاستثماري من القرارات الحاسمة بالنسبة للمستثمر الفرد، حيث يعتمد نجاح المستثمر داخل سوق رأس المال وبقاؤه على دقة القرار الاستثماري المتخذ (S. A. Qureshi، ٢٠١٢، الصفحات ١٥٤-١٥٨). ويعرف القرار الاستثماري في سوق الأوراق المالية بأنه القرار الذي ينطوي عليه تخصيص قدر معلوم من أموال المستثمر على مدار فترة زمنية بهدف تحقيق ربح في المستقبل، مع وجود درجة من المخاطرة وعدم التأكد.

- صنع القرار الاستثماري:

تفترض النظريات المالية التقليدية، عقلانية المستثمرين على خلاف الواقع فذكر (W. Arthur، R. Palmer، B. LeBaron، J. Holland، و P. Tayler، ٢٠١٨، الصفحات ٢٦١-٢٩٢) أن النجاح في الاستثمار لا يرتبط بمعدل الذكاء، وإنما للمستثمرين شخصياتهم الخاصة التي يمكن أن تؤثر على قرارات الاستثمار لديهم كإنشاء محافظهم الاستثمارية التي تساهم بعد ذلك في تقلبات الأسعار في الأسواق المالية، تناقش معظم دراسات التمويل السلوكي عمليات صنع القرار للمستثمرين من منظور العاطفة وعلم النفس. ولكن هناك العديد من العوامل الأخرى التي تؤثر على عملية صنع القرار الاستثماري، فيشير (J. Peress، ٢٠٠٤، الصفحات ٨٧٩-٩١٤) إلى أن المستثمرين يعتمدون بشكل كبير على الاستنتاجات الشخصية، بالرغم من علمهم بمعلومات السوق. ويلاحظ تأثرهم بنصيحة الآخرين، في أثناء التفاعل مع مجموعة كبيرة من الأعضاء (M. Bowden و S. McDonald، ٢٠٠٨، الصفحات ٢٨٩-٣٠٦) وينتج ذلك من الانحياز السلوكي، لميل الأفراد إلى تقييم الآخرين ومحاكاتهم. فيتجاهلون معرفتهم الخاصة ويميلون للتأثر بموقف المجموعة وتصوراتها وكذلك تشير الأدبيات إلى أن الشخصية تؤثر أيضاً على عملية (P. J. Rentfrow و S. D. Gosling، ٢٠٠٣، الصفحات ١٢٣٦-١٢٥٦) صنع القرار (B. Cornell، ٢٠١٣، الصفحات ٣٢-٣٨) حيث تهين الفرد لحالات مزاجية معينة، وبذلك فإن قرارات المستثمر لا تتسم بالرشد التام.

٣. أنواع القرارات الاقتصادية والعوامل المؤثرة عليها في أسواق الأوراق المالية

تشير الدراسات والكتابات المتعلقة بقرارات المستثمرين في أسواق الأوراق المالية، إلى أن المواقف التي يواجهها المستثمر وتتطلب منه اتخاذ قرار، غالباً ما تكون مرتبطة بالعلاقة بين سعر أداة الاستثمار من جهة، وقيمة العوائد والمخاطر المرتبطة بها من جهة أخرى، وذلك من منظور

المستثمر (M. Islamoğlu و .et al، ٢٠١٥) وعن طريق هذا التصور، يمكن تصنيف القرارات الاقتصادية إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

١. قرار الشراء: يتخذ المستثمر هذا القرار عندما يُقدّر أن القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتوقعة من الأداة الاستثمارية، والتي يتم احتسابها ضمن إطار العائد والمخاطرة، تفوق سعرها السوقي. أي أن السعر في السوق (M) يكون أقل من القيمة المقدرة للأداة (V) من وجهة نظر المستثمر، وهو ما يشكل دافعاً نحو الشراء بهدف تحقيق أرباح رأسمالية مستقبلية عند ارتفاع السعر.

٢. قرار الاحتفاظ: ينشأ هذا القرار عندما يصل سعر السوق إلى نقطة تساوي فيها القيمة السوقية (M) القيمة المقدرة (V) للأداة. في هذه الحالة، يرى المستثمر أن فرص المكاسب الرأسمالية المستقبلية أصبحت محدودة، وبالتالي يتجه إلى الاحتفاظ بالأصل دون اتخاذ قرار بيع أو شراء، طالما أن الظروف السائدة لم تتغير.

٣. قرار البيع: يُقدم المستثمر على البيع عندما يرى أن السعر السوقي للأداة أصبح أعلى من القيمة المتوقعة للتدفقات النقدية منها. وفي ظل تزايد الطلب، قد يتم عرض سعر جديد يتجاوز القيمة المقدرة (V)، مما يدفع المستثمر لاتخاذ قرار البيع بهدف استغلال الفارق.

المبحث الثالث

الدراسة الميدانية

١- هل تتابع الأخبار على المواقع الإخبارية؟

جدول (١٠) يوضح متابعة المبحوثين للأخبار على المواقع الإخبارية.

هل تتابع الأخبار على المواقع الإخبارية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	406	92.06%
كلا	35	7.94%
المجموع	441	100%

يتضح من جدول (١٠) أن المبحوثين الذين يتابعون الأخبار عبر المواقع الإخبارية بلغ (٤٠٦) تكراراً ونسبة بلغت (٩٢.٠٦%)، في حين بلغ عدد المبحوثين الذين يتابعون الأخبار عبر المواقع الإخبارية (٣٥) تكراراً ونسبة بلغت (٧.٩٤%).

تبين هذه النتيجة إدراكاً واضحاً بين المستثمرين لأهمية المعلومات في تشكيل قراراتهم الاستثمارية. فالمواقع الإخبارية أصبحت تُشكّل بالنسبة لهم نافذة يومية ضرورية لفهم ما يجري في السوق ومتابعة التغيرات في الأسعار، السياسات، والتوجهات الاقتصادية محلياً وعالمياً.

٧- ما الوتيرة التي تتابع بها الأخبار عبر المواقع الإلكترونية؟

جدول (١١) يوضح الوتيرة التي يتابع بها المبحوثين الأخبار عبر المواقع الإلكترونية.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
1	يوميًا	251	61.82%	1	4	483.05	9.49	0.05
2	اسبوعياً	73	17.98%	2				
3	شهريًا	4	0.99%	5				
4	نادراً	19	4.68%	4				
5	حسب أوقات الفراغ	59	14.53%	3				
	المجموع	406	100%	-				

كشفت بيانات جدول (١١) أن (٦١.٨٢%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يتابعون الأخبار عبر المواقع الإلكترونية يوميًا، بينما أشار (١٧.٩٨%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يتابعون الأخبار عبر المواقع الإلكترونية اسبوعياً، بالمقابل أشار (١٤.٥٣%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يتابعون الأخبار عبر المواقع الإلكترونية حسب أوقات الفراغ، أما ما نسبته (٤.٦٨%) من أفراد عينة الدراسة فأنهم نادراً ما يتابعون الأخبار عبر المواقع الإلكترونية، في حين أشار (٠.٩٩%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يتابعون الأخبار عبر المواقع الإلكترونية شهرياً، وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في الوتيرة التي يتابع بها المبحوثين الأخبار عبر المواقع الإلكترونية حيث بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٤٨٣.٠٥)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٤.٤٩) وهي دالة احصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤) ولصالح استجابة يوميًا. أي أن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في الوتيرة التي يتابع بها المبحوثين الأخبار عبر المواقع الإلكترونية. وتؤشر لنا هذه النتيجة أن الغالبية العظمى من المستثمرين في الوقت الراهن يتابعون الأخبار المالية والاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية بشكل يومي، وذلك لأن الأخبار تؤثر بشكل كبير على الأسواق المالية، وتساعد المستثمرين على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن استثماراتهم. هذا ما يعزز أهمية بحثنا

٩- ما المصادر المفضلة لديك للحصول على الأخبار؟

جدول (١٣) يبين المصادر المفضلة لدى للمبحوثين للحصول على الأخبار.

ت	المصادر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	مواقع إخبارية محلية	120	15.11%	الخامسة
2	مواقع إخبارية عربية	137	17.25%	الرابعة
3	مواقع إخبارية عالمية	238	29.97%	الأولى
4	منصات التواصل الاجتماعي	156	19.65%	الثانية
5	قنوات التلفاز	143	18.01%	الثالثة
6	أخرى تذكر	-	-	-
	المجموع الكلي	794 ^(*)	100%	-

كشفت نتائج الجدول (١٣) والخاصة بالمصادر المفضلة لدى للمبحوثين للحصول على الأخبار، وتبين أن فئة (مواقع إخبارية عالمية) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٣٨) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٩.٩٧%)، من مجموع (٧٩٤) تكراراً، تلتها فئة (منصات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية وسجلت (١٥٦) تكراراً ونسبة بلغت (١٩.٦٥%)، بينما جاءت فئة (قنوات التلفاز) في المرتبة الثالثة وحقت (١٤٣) تكراراً نسبة (١٨.٠١%)، في حين جاءت فئة (مواقع إخبارية عربية) بالمرتبة الرابعة وحازت على (١٣٧) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٧.٢٥%)، لتأتي فئة (مواقع إخبارية محلية) بالمرتبة الأخيرة بواقع (١٢٠) تكراراً ونسبة (١٥.١١%)، ومن المعطيات الاحصائية نستنتج أن فئة (مواقع إخبارية عالمية) تصدرت باقي الفئات الأخرى الخاصة بالمصادر المفضلة لدى للمبحوثين للحصول على الأخبار، وتعكس لنا هذه النتيجة أن العديد من المستثمرين العراقيين يفضلون متابعة المواقع الإخبارية العالمية للحصول على الأخبار والمعلومات حول الأسواق والفرص الاستثمارية، وهذه المواقع غالباً ما توفر تغطية شاملة وموضوعية للأحداث الاقتصادية والسياسية التي قد تؤثر على الاستثمار.

١٠- العوامل المؤثرة في اختيار مصادر الأخبار:

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٧٩٤)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٠٦)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

جدول (١٤) يبين العوامل المؤثرة في اختيار مصادر الأخبار.

ت	العوامل المؤثرة في اختيار مصادر الأخبار	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	سمعة المصدر	150	25.47%	الثالثة
2	دقة المعلومات	225	38.2%	الأولى
3	تنوع الموضوعات	53	9%	الرابعة
4	كل ما سبق	161	27.33%	الثانية
5	أخرى تذكر	-	-	-
	المجموع الكلي	589 ^(٢*)	100%	-

كشفت نتائج الجدول (١٤) والخاصة بالعوامل المؤثرة في اختيار مصادر الأخبار، وتبين أن فئة (دقة المعلومات) حلت بالمرتبة الأولى فئة (٢٢٥) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٣٨.٢%)، من مجموع (٥٨٩) تكراراً، تلتها فئة (كل ما سبق) في المرتبة الثانية وسجلت (١٦١) تكراراً ونسبة بلغت (٢٧.٣٣%)، بينما جاءت فئة (سمعة المصدر) في المرتبة الثالثة وحازت على (١٥٠) تكراراً نسبة (٢٥.٤٧%)، في حين جاءت فئة (تنوع الموضوعات) بالمرتبة الأخيرة وسجلت (٥٣) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٩%)، ومن المعطيات الإحصائية نستنتج أن فئة (دقة المعلومات) تصدرت باقي الفئات الأخرى الخاصة بالعوامل المؤثرة في اختيار مصادر الأخبار، وتعكس لنا هذه النتيجة أن دقة المعلومات تعتبر واحدة من العوامل الرئيسية التي تؤثر في اختيار المستثمرين لمصادر الأخبار، ومن الأسباب التي تجعل دقة المعلومات مهمة، أن غالبية المستثمرون يميلون إلى الاعتماد على المصادر التي تثبت دقتها وموثوقيتها.

١٢- الخصائص التي تجعلك تختار موقعاً إخبارياً معيناً:

جدول (١٦) يبين الخصائص التي تجعل المبحوثين يختارون موقعاً إخبارياً معيناً.

ت	الخصائص	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	سهولة الاستخدام	233	25.6%	الثالثة
2	تحديثات الأخبار	264	29.01%	الثانية
3	مصادقية الموقع	343	37.69%	الأولى
4	تصميم الموقع	62	6.81%	الرابعة
5	أخرى تذكر	8	0.88%	الخامسة
	المجموع الكلي	910 ^(٣*)	100%	-

(٢*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٥٨٩)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٠٦)، ويرجع سبب كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

١ كشفت نتائج الجدول (١٦) والخاصة بالخصائص التي تجعل المبحوثين يختارون موقعاً إخبارياً معيناً، وتبين أن فئة (مصادقية الموقع) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٣٤٣) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٣٧.٦٩%)، من مجموع (٩١٠) تكراراً، تلتها فئة (تحديثات الأخبار) في المرتبة الثانية وسجلت (٢٦٤) تكراراً ونسبة بلغت (٢٩.٠١%)، بينما جاءت فئة (سهولة الاستخدام) في المرتبة الثالثة وحقق (٢٣٣) تكراراً نسبة (٢٥.٦%)، في حين جاءت فئة (تصميم الموقع) بالمرتبة الرابعة وحازت على (٦٢) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٦.٨١%)، لتأتي فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الأخيرة بواقع (٨) تكرارات ونسبة (٠.٨٨%)، ومن المعطيات الاحصائية نستنتج أن فئة (مصادقية الموقع) تصدرت باقي الفئات الأخرى الخاصة بالخصائص التي تجعل المبحوثين يختارون موقعاً إخبارياً معيناً، ما يُبرز أن الشكل الخارجي للموقع لا يُعَوّل عليه ما لم يكن المحتوى موثقاً.

13- هل تتحقق من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتك الاستثمارية؟

جدول (١٧) يوضح مدى تحقق المبحوثين من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتهم الاستثمارية.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة حرية	قيمة كا ٢	مستوى دلالة
1	نعم	292	71.92%	1	2	296.89	0.05
2	لا	16	3.94%	3			
3	أحياناً	98	24.14%	2			
	المجموع	406	100%	-			

كشفت بيانات جدول (١٧) أن (٧١.٩٢%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يتحققون من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتهم الاستثمارية، بينما أشار (٢٤.١٤%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يتحققون أحياناً من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتهم الاستثمارية، بالمقابل أشار (٣.٩٤%) من أفراد عينة الدراسة أنهم لا يتحققون من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتهم الاستثمارية.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى تحقق المبحوثين من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتهم الاستثمارية حيث بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٢٩٦.٨٩)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٩١٠)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٠٦)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

(٠.٠٥) ودرجة حرية (٢) ولصالح استجابة نعم. أي أن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في مدى تحققهم من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتهم الاستثمارية. وتؤثر لنا هذه النتيجة أن غالبية المستثمرين يتحققون من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتهم الاستثمارية، ويعتمد الاستثمار الناجح على المعلومات الدقيقة والموثوقة.

14- إذا كانت الإجابة "نعم" أو "أحياناً"، كيف تتحقق؟

جدول (١٨) يبين كيفية التحقق من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ المبحوثين لقراراتهم الاستثمارية.

ت	كيفية التحقق من موثوقية الأخبار	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	التحقق من موثوقية المصدر إذا كان رسمياً	246	28.77%	الأولى
2	مقارنة الخبر بين موقعين أو أكثر	234	27.37%	الثانية
3	استخدام أدوات التحقق الإلكترونية الحديثة مثل Google Image	69	8.07%	الخامسة
4	الاطلاع على آراء المحللين والخبراء	188	21.99%	الثالثة
5	الانتباه لتوقيتات الأخبار الحديثة	118	13.8%	الرابعة
	المجموع الكلي	855 ^(*)	100%	-

كشفت نتائج الجدول (١٨) والخاصة بكيفية التحقق من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ المبحوثين لقراراتهم الاستثمارية، وتبين أن فئة (التحقق من موثوقية المصدر إذا كان رسمياً) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٤٦) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٨.٧٧%)، من مجموع (٨٥٥) تكراراً، تلتها فئة (مقارنة الخبر بين موقعين أو أكثر) في المرتبة الثانية وسجلت (٢٣٤) تكراراً ونسبة بلغت (٢٧.٣٧%)، بينما جاءت فئة (الاطلاع على آراء المحللين والخبراء) في المرتبة الثالثة وحازت على (١٨٨) تكراراً نسبة (٢١.٩٩%)، في حين جاءت فئة (الانتباه لتوقيتات الأخبار الحديثة) بالمرتبة الرابعة وحازت على (١١٨) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٣.٨%)، لتأتي فئة (استخدام أدوات التحقق الإلكترونية الحديثة مثل Google Image) بالمرتبة الأخيرة بواقع (٦٩) تكراراً ونسبة (٨.٠٧%).

النتائج توضح تقارباً كبيراً بين فئة (التحقق من موثوقية المصدر ان كان رسمياً) و (مقارنة الخبر بين موقعين واكثر) هذا التقارب اللافت بين الخيارين يدل على أن المستثمرين لا يكتفون

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٨٥٥)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٠٦)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

بصفة "الرسمية" كميّار كافٍ للثقة، بل يتعاملون معها كحد أدنى ضروري، بمعنى آخر، المستثمر الواعي يدرك أن المعلومة، حتى لو صدرت عن جهة رسمية كهيئة حكومية أو مؤسسة مالية، لا تُعد موثوقة بما يكفي ما لم يتم التحقق منها من خلال مصادر أخرى. لذا، فإن غالبية المستثمرين تتبع آلية تحقق مزدوجة تبدأ بالاطمئنان إلى هوية المصدر، وتُستكمل بالمقارنة والتحقق المتقاطع، وتنتهي بطرقهم الخاصة

١٧- أي نوع من الأخبار يؤثر أكثر في قراراتك الاستثمارية؟

جدول (٢١) يوضح نوع الأخبار التي تؤثر أكثر في قرارات المبحوثين الاستثمارية.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ٢	مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
1	أمنية	48	11.82%	3	2	143.19	0.05
2	سياسية	116	28.57%	2			
	اقتصادية	242	59.61%	1			
	المجموع	406	100%	-			

أظهرت نتائج الجدول أن الأخبار الاقتصادية هي الأكثر تأثيراً في قرارات المستثمرين بنسبة ٥٩.٦١%، تليها الأخبار السياسية بنسبة ٢٨.٥٧%، ثم الأخبار الأمنية بنسبة ١١.٨٢% فقط. وقد دلّ اختبار كاي تربيع (χ^2) بقيمة إحصائية عالية (١٤٣.١٩) ومستوى دلالة ٠.٠٥ على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أنواع الأخبار، ما يُشير إلى أن تفضيل نوع معين من الأخبار لم يكن عشوائياً، بل له أساس سلوكي واستثماري.

هذا التوجه طبيعي ومبرر منطقياً، لأن القرار الاستثماري يتأثر مباشرة بالمؤشرات الاقتصادية مثل: أسعار الفائدة، التضخم، نتائج أرباح الشركات، تحركات السوق، الضرائب، وغيرها من المتغيرات المرتبطة مباشرة بالربح والخسارة. لذلك فإن المستثمر يرى في الأخبار الاقتصادية مادة تحليلية عملية تساعد على بناء استراتيجيات مالية واضحة، أما المرتبة الثانية، التي كانت للأخبار السياسية، فظهرت وعي المستثمر بارتباط الاقتصاد بالقرارات السياسية، خاصة في بيئة كالعراق، حيث تُلقى التغيرات الحكومية أو التشريعية بظلالها على الاستقرار الاقتصادي. لكن مع ذلك، يبقى تأثيرها غير مباشر مقارنة بالأخبار الاقتصادية التي ترتبط بالحركة السوقية اليومية، في المقابل، جاءت الأخبار الأمنية في المرتبة الأخيرة بنسبة ١١.٨٢%، مما يُشير إلى أن المستثمر، رغم إدراكه لأهمية الاستقرار الأمني، إلا أنه يعتبرها خلفية عامة للسوق،

وليس معلومة قابلة للبناء عليها في اتخاذ قرارات دقيقة أو فورية، هذا يعكس قرارات استثمارية ثابتة واستراتيجيات لكل مستثمر مبنية على أساس متين ومدارس تحليلية قوية ، ولا تشكل له الاخبار العاجلة او الامنية رد فعل واضح وجذري ، مما يؤكد على عقلية المستثمر العراقي واستثماره بعيدة المدى وتبنيه لسلوك عقلي تحليلي هذا ما يتعارض مع عدة دراسات سابقة اوضحت في وقت ما ان المستثمرين يتأثرون بالظروف الامنية تأثراً كبيراً جداً قياساً بتأثرهم بالاستراتيجيات الاقتصادية ، يعود ذلك الى استقرار نسبي في الوضع الأمني العراقي مما أدى الى استقرار الفرد نفسه وقراراته واتاح وجود قرارات بعيدة المدى .

١٨- أي نوع من الأخبار الاقتصادية توليه اهتماماً أكبر؟

جدول (٢٢) يبين نوع الأخبار الاقتصادية التي توليها المبحوثين اهتماماً أكبر.

ت	أي نوع من الأخبار الاقتصادية توليه اهتماماً أكبر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	خبر عاجل	118	9.22%	السابعة
2	الرصد والتحليل الإخباري	148	11.56%	الخامسة
3	تقارير مالية	224	17.5%	الثانية
4	أخبار شركات	180	14.06%	الرابعة
5	أسعار السلع والخدمات	133	10.39%	السادسة
6	التضخم	209	16.33%	الثالثة
7	السياسات الحكومية	268	20.94%	الأولى
8	أخرى تذكر	-	-	-
المجموع الكلي		1280 ^(*)	100%	-

كشفت نتائج الجدول (٢٢) والخاصة بنوع الأخبار الاقتصادية التي توليها المبحوثين اهتماماً أكبر، وتبين أن أخبار (السياسات الحكومية) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٦٨) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٠.٩٤%)، من مجموع (١٢٨٠) تكراراً، تلتها أخبار (تقارير مالية) في المرتبة الثانية وسجلت (٢٢٤) تكراراً ونسبة بلغت (١٧.٥%)، بينما جاءت أخبار (التضخم) في المرتبة الثالثة وحقق (٢٠٩) تكراراً نسبة (١٦.٣٣%)، في حين جاءت أخبار (الشركات) بالمرتبة الرابعة وحازت على (١٨٠) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٤.٠٦%)، لتأتي أخبار (الرصد

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (١٢٨٠)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٠٦)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

والتحليل الإخباري) بالمرتبة الخامسة بواقع (١٤٨) تكراراً ونسبة (١١.٥٦%)، تلتها أخبار (أسعار السلع والخدمات) في المرتبة السادسة وحصلت على (١٣٣) تكراراً ونسبة بلغت (١٠.٣٩%)، أما (الأخبار العاجلة) فقد حلت في المرتبة الأخيرة وسجلت (١١٨) تكراراً ونسبة بلغت (٩.٢٢%)، تشير هذه النتائج إلى أن المستثمرين يُولون اهتماماً أكبر للمصادر المؤثرة على الاستراتيجيات أي ذات التأثير العميق على السوق، مثل السياسات الحكومية التي تُحدد توجهات الاقتصاد وتؤثر في بيئة الاستثمار، والتقارير المالية التي تقدم قراءة موضوعية للأداء الاقتصادي. كما أن التركيز على التضخم يعكس وعياً بمخاطره على القيمة الشرائية والعوائد.

النتائج

- 1- كشفت الدراسة أن الغالبية العظمى من المبحوثين يتابعون الأخبار على المواقع الإخبارية بنسبة ٩٢.٠٦%.
- ٢- أوضحت النتائج أن غالبية المبحوثين يتابعون الأخبار يومياً بنسبة ٦١.٨٢%، تليها متابعة أسبوعية، ثم بحسب أوقات الفراغ، ثم نادراً، وأخيراً شهرياً.
- ٣- بينت النتائج أن مواقع الأخبار العالمية هي المصدر المفضل الأول للمبحوثين بنسبة ٢٩.٩٧%، تليها منصات التواصل الاجتماعي، ثم قنوات التلفاز، فالمواقع العربية، وأخيراً المواقع المحلية.
- ٤- كشفت الدراسة أن دقة المعلومات هي العامل الأهم في اختيار مصادر الأخبار بنسبة ٣٨.٢%، تليها "كل ما سبق"، ثم سمعة المصدر، وأخيراً تنوع الموضوعات.
- ٥- أوضحت النتائج أن مصداقية الموقع هي الخاصية الأهم التي تدفع المبحوث لاختيار موقع إخباري بنسبة ٣٧.٦٩%، تليها تحديثات الأخبار، ثم سهولة الاستخدام، ثم تصميم الموقع، وأخيراً خيارات أخرى.
- ٦- بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يتحققون من موثوقية الأخبار قبل اتخاذ قراراتهم بنسبة ٧١.٩٢%.
- ٧- أوضحت النتائج أن أغلب من يتحققون من الأخبار يعتمدون على التحقق من المصدر الرسمي بنسبة ٢٨.٧٧%، ثم مقارنة الخبر بين أكثر من موقع، ثم آراء المحللين، ثم توقيت الخبر، وأخيراً أدوات التحقق الإلكترونية.
- ٨- أظهرت النتائج أن الأخبار الاقتصادية هي الأكثر تأثيراً على قرارات المبحوثين الاستثمارية بنسبة ٥٩.٦١%، تليها السياسية، ثم الأمنية.

٩- أوضحت الدراسة أن المبحوثين يولون أكبر اهتمام لأخبار السياسات الحكومية بنسبة ٢٠.٩٤٪، تليها التقارير المالية، ثم التضخم، ثم أخبار الشركات، ثم التحليل الإخباري، ثم أسعار السلع، وأخيراً الأخبار العاجلة .

١. المصادر

٢. الغالي، بن ابراهيم، عدنان، و بن ضيف محمد. (٢٠١٩). الاسواق المالية الدولية ، تقييم الأسهم والسندات. بسكرة: دار علي بن زيد للطباعة والنشر.
٣. أمين عبد العزيز. (٢٠٠٧). الأسواق المالية . القاهرة: دار قباء الحديثة للنشر والتوزيع.
٤. (٢٠١٤ ، ١ ٣١). تم الاسترداد من الموقع الكتروني لنادي خبراء المال.
- 5.B. Cornell. (2013). *What Moves Stock Prices: Another Look*. The Journal of Portfolio Management.
- 6.F. Hernia. (2001). *gestion financière de l'entreprise*. فرنسا: Dunod.
- 7.Hyunkwon Cho، Ga-Young Choi، Joonil Lee. (University of London Institutional Repository, 2023). The impact of internet articles on investor trading decisions by investor types. *Finance Research Letters* ,, 56, 104110. doi: 10.1016/j.frl.2023.104110.
- 8.J. Peress. (2004). *Wealth, information acquisition, and portfolio choices*.
- 9.Keith Pilbeam. (2010). *Finance and Financial Markets*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- 10.Khadijeh Ebrahimi kahrizsangi Arezoo Aghaei Chadegani Ensieh Sharifi. (26 Serial, 2024). The Impact of Media News on Investors' Decision-Making According to their Degree of Risk-Taking. *Iranian Journal of Accounting, Auditing & Finance* ، Vol. 8, No. 1, Winter. الصفحات ٦٨-٨٧ ،
- 11.Kristian Bondo Hansen. (2021). The Impact of News on Stock Market Investors. *Ryan Basilone 7 Pages* ، August.
- 12.Levine, Ross و Zervos, Stelios. (1999). *Stock Market Development and Long Run Growth*. Washington, D.C: World Bank Conference.
- 13.M. Bowden و S. McDonald. (2008). *The Impact of Interaction and Social Learning on Aggregate Expectations*. Computational Economics.
- 14.M. Islamoğlu و et al. (2015). *Tools and Factors Contributing to Financial Engineering*. Publisher.
١٥. MA Global Group. (٢٧ أبريل، ٢٠٢٥). ما هي أنواع المواقع الإلكترونية في ٢٠٢٢. تم الاسترداد من MA Global Group: <https://www.maglobalgroup.com> -أنواع-المواقع-الإلكترونية-؟
- 16.Mishkin, F. S. (2004). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (Vol. 7th Edition). Columbia University.
- 17.P. J. Rentfrow و S. D. Gosling. (2003). *The Do Re Mi's of Everyday Life: The Structure and Personality Correlates of Music Preferences*. Journal of Personality and Social Psychology.
- 18.S. A. Qureshi. (2012). *Measuring Validity of the Determinants of Investment Decision Making*. ICEBT (International Conference on Economics, Business and Trade).
- 19.W. Arthur، J. Holland، B. LeBaron، R. Palmer و P. Tayler. (2018). *Asset Pricing under Endogenous Expectations in an Artificial Stock Market*.

٢٠. احمد شيشي عبد الحق، و محمد بن زية. (٢٠١٦). أسواق المال. عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع.
٢١. اديب قاسم شندي. (٢٠١٣). الاسواق المالية واثرها في التنمية الاقتصادية. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، صفحة ١٥٦.
٢٢. ارشد فؤاد التميمي، و اسامة عزمي سلام. (٢٠٠٤). الإستثمار بالأوراق المالية. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
٢٣. أسامة الفولي، و زينب عوض الله. (٢٠٠٥). اقتصاديات النقود والتمويل. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
٢٤. أسماء حسن عبود كشكول. (٢٠٢٤). المعالجة الإخبارية في المواقع الإلكترونية لأزمة تشكيل الحكومة العراقية وعلاقتها بثقة الجمهور بالعملية السياسية. بغداد، العراق: كلية الإعلام، جامعة بغداد.
٢٥. انور عبد الوهاب الجزاف. (٢٠٢٠). اتجاهات المستثمرين الافراد نحو المعالجة الاخبارية للصحافة الاقتصادية والتحليل الفني وتأثيرها على القرار الاستثماري لديهم . مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية المجلد ٤٦ العدد ١٧٦، الصفحات ٢١٣-٢٦٤.
٢٦. انور عبد الوهاب الجزاف. (٢٠٢٤). تأثير معلومات منصات التواصل الاجتماعي على سلوك المستثمرين في بورصة الكويت. مجلة العلوم الاجتماعية جامعة الكويت ، المجلد ٥٢ ، العدد ١ ، الصفحات ٥٥-٨٤.
٢٧. إيمان عز الدين محمد دوابه. (يونيه ، ٢٠١٨). دور المشروعات التطبيقية في تنمية التفكير الابتكاري وتطوير الأداء الإعلامي لطلاب الإعلام التربوي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع عشر، العدد الثاني.
٢٨. بتول عبد العزيز العاني. (٢٠١٥). معايير مصداقية منتجي المواقع الإلكترونية الإخبارية العراقية: شبكة العراق الجديد دراسة مقارنة المواقع الإلكترونية شبكة أخبار النجف الأشرف وشبكة العراق الجديد الإعلامية في ديوتويت والوكالة الوطنية العراقية للأنباء (نينا). بغداد: جامعة المستنصرية.
٢٩. بيرق حسين موسى. (٢٠١٥). فن الإخراج الصحفي للمواقع والجرائد الإلكترونية. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
٣٠. ثريا أحمد البدري. (٢٠١٥). مستخدم الإنترنت - قراءة في نظريات الإعلام الجديد ومناهجه. القاهرة: عالم الكتب.
٣١. جلال إبراهيم العبد. (٢٠٠٥). بورصة الأوراق المالية. الإسكندرية: الدار الجامعية.
٣٢. حسام عبد الحميد حمدان. (٢٠١٣). المواقع الإخبارية العربية: دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة العنكبوتية. كوينهاغن، الدنمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة بالدنمارك، كلية الآداب، قسم الإعلام.
٣٣. حسني خربوش، و وآخرون. (١٩٩٨). الأسواق المالية: مفاهيم وتطبيقات. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
٣٤. حمزة محمود الزبيدي. (٢٠٠٠). الاستثمار والتمويل. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
٣٥. حمزة محمود الزبيدي. (٢٠٠٤). الإدارة المالية المتقدمة. عمان: الوراق للنشر.
٣٦. حمزة محمود الزبيدي. (٢٠٠٤). الاستثمار في الأوراق المالية. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
٣٧. درفلو زبيدة. (٢٠١٨). دور المواقع الإلكترونية في تحسين أداء المؤسسة السياحية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

اعتماد المستثمرين العراقيين على المواقع الإخبارية ودوره في تشكيل قراراتهم الاقتصادية

دراسة ميدانية في سوق العراق للأوراق المالية

٣٨. رجي مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم. (٢٠٠٠). مناهج واساليب البحث العلمي. عمان: دار الصفا للنشر والتوزيع.
٣٩. رجاء محمود ابو علام. (٢٠٠٤). مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية. القاهرة: دار النشر للجامعات.
٤٠. رجاء وحيد دويدري. (٢٠٠٨). البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العملية. القاهرة: دار الفكر.
٤١. رشيد مصيبيح أحمد. (٢٠٠١). تقييم دور المشتقات المالية في الأسواق المالية. مجلة العلوم المالية، صفحة ١٢.
٤٢. زهري الطيب الفكي أحمد. (٢٠١٦). أسواق المال. عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع.
٤٣. السراج، شكرية كوكز. (٢٠١٨). اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة: مجلة الباحث الإعلامي انموذجاً - دراسة مسحية. الباحث الإعلامي، ١٠ (٣٩)، ٢٨ - ٢٨.
- <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.65>
٤٤. صالح محمد سعادة، و آخرون. (٢٠١٠). مقدمة إلى الإنترنت. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
٤٥. عادل أحمد بدر. (٢٠٢٢). دور المواقع الإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الرياضية: دراسة مسحية. بغداد: كلية الإعلام، جامعة بغداد.
٤٦. عاطف وليم. (٢٠٠٨). أسواق الأوراق المالية بين ضرورات التحول الاقتصادي والتحرر المالي ومتطلبات تطويرها. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
٤٧. عاطف وليم أندراوس. (٢٠٠٧). أسواق الأوراق المالية بين ضرورات التحول الاقتصادي والتحرير المالي ومتطلبات تطويرها. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
٤٨. عبد الأمير الفيصل. (٢٠١٤). مدخل في صحافة الإنترنت. العين: دار الكتاب الجامعي.
٤٩. عبد الحميد حفيظ، و براق محمد. (٢٠٠٤). أدوات سوق الأوراق المالية ومناهج تقييمها. مجلة تبسة للنشر العلمي، صفحة ٥٠.
٥٠. عبد الرزاق الدليمي. (٢٠١٥). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. عمان: دار الوائل للنشر والتوزيع.
٥١. عبد الغفار حنفي. (١٩٩٩). أساسيات التمويل والإدارة المالية. الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر.
٥٢. عبد المطلب عبد الرزاق حمدان. (٢٠٠٥). المضاربة كما تجريها المصارف الإسلامية وتطبيقاتها المعاصرة. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
٥٣. عبد المنعم السيد علي، و نزار سعد الدين العيسى. (٢٠٠٤). النقود والمصارف والأسواق المالية. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
٥٤. عبد النافع الزرري، و غازي فرح. (٢٠٠١). الأسواق المالية. عمان: دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.
٥٥. عبد النافع الزرري، و غازي فرح. (٢٠٠٩). الأسواق المالية. عمان: دار وائل للنشر.
٥٦. عثمان محمد الدليمي. (٢٠٢٠). مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

٥٧. عبد الهادي، علاء مكي، و المعيني، ماجد صالح. (٢٠٢٣). استخدامات تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لأسواق الأسهم الخليجية. *الباحث الإعلامي*، ١٥ (٥٩)، ٢٣-٤٤.
<https://doi.org/10.33282/abaa.v15i59.948>
٥٨. سلمان، علي خلف، و فاضل، علي عباس. (٢٠٢٥). تفاعلية المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية ودورها في تغطية الحرب الروسية الأوكرانية. *الباحث الإعلامي*، ١٧ (٦٧)، ٨٧-٩٨.
<https://doi.org/10.33282/abaa.v17i67.1054>
٥٩. عماد عمر سرحان. (٢٠١٢). سر النجاح في بناء وتأسيس المواقع الإلكترونية. الرياض: العبيكان للنشر والتوزيع.
٦٠. عمر جواد علي. (٢٠١٦). التغطية الإخبارية للانقلاب التركي عام ٢٠١٦ في موقع الجزيرة نت للفترة من ٢٠١٦/٧/١٥ إلى ٢٠١٦/٨/١٥. الرمادي: جامعة الأنبار.
٦١. فارس البياتي. (٢٠١٨). الحاوي في مناهج البحث العلمي. عمان: دار السواقي العلمية .
٦٢. كمال بن يمينه، و عطية حليلة. (٢٠١٧). الاسواق المالية ودورها في تمويل الاستثمارات في ظل الازمات. *مجلة المالية و الاسواق*، 249.
٦٣. لؤي خليل. (٢٠١٠). الإعلام الصحفي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
٦٤. محمد احمد عبد النبي. (٢٠٠٩). الأسواق المالية الأصول العلمية والتحليل الاساسي. عمان: زمزم.
٦٥. محمد الصيرفي. (٢٠٠٨). البورصات. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
٦٦. محمد صالح الحناوي. (٢٠٠٥). تعبئة الموارد من أسواق رأس المال. الاسكندرية مصر : دار الجامعة الجديدة للنشر.
٦٧. محمد عبد الحميد. (٢٠٠٠). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. القاهرة : عالم الكتب .
٦٨. محمد فتح الله النشار. (٢٠٠٦). التعامل بالأسهم. الإسكندرية: الدار الجامعية الجديدة للطبع.
٦٩. محمد منير حجاب. (٢٠٠٦). اساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية ط٤. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
٧٠. محمود محيي الدين. (مارس ٢٠٠١). النمو الاقتصادي والتنمية المالية: إشكالية تحديد العلاقة السببية. "غير محددة": ورقة غير منشورة.
٧١. مونية سلطان. (٢٠١٥). كفاءة الأسواق المالية الناشئة ودورها في الاقتصاد الوطني: دراسة حالة بورصة ماليزيا. بسكرة، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .
٧٢. نبيلة سهيلية. (٢٠١٨). أثر القرارات المالية ومحدداتها على القيمة السوقية للمؤسسة الاقتصادية. أم البواقي: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .
٧٣. عبدالاله، حسني رفعت حسني، و التميمي، هاشم حسن. (٢٠١٨). خدمات المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة تحليلية للمواقع الإخبارية (شبكة الإعلام العراقي، اليوم السابع، هافينغتون بوست عربي). *الباحث الإعلامي*، ١٠ (٣٩)، ٢٣٣-٢٤٦.
<https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.85>



1. Sources

2. Al-Ghali, Adnan Bin Ibrahim, & Bin Daif, Mohammed. (2019). *International Financial Markets: Valuation of Stocks and Bonds*. Biskra: Dar Ali Bin Zaid for Printing and Publishing.
3. Amin, Abdul Aziz. (2007). *Financial Markets*. Cairo: Dar Qubaa Al-Haditha for Publishing and Distribution.
4. (January 31, 2014). Retrieved from the "Money Experts Club" (Nadi Khubaraa Al-Mal) website.
5. B. Cornell. (2013). What Moves Stock Prices: Another Look. *The Journal of Portfolio Management*.
6. F. Hernia. (2001). *Gestion financière de l'entreprise*. France: Dunod.
7. Hyunkwon Cho, Ga-Young Choi, & Joonil Lee. (University of London Institutional Repository, 2023). The impact of internet articles on investor trading decisions by investor types. *Finance Research Letters*, 56, 104110. doi: 10.1016/j.frl.2023.104110.
8. J. Peress. (2004). Wealth, information acquisition, and portfolio choices.
9. Keith Pilbeam. (2010). *Finance and Financial Markets*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
10. Khadijeh Ebrahimi Kahrizsangi, Arezoo Aghaei Chadegani, & Ensieh Sharifi. (2024). The Impact of Media News on Investors' Decision-Making According to their Degree of Risk-Taking. *Iranian Journal of Accounting, Auditing & Finance*, Vol. 8, No. 1 (Winter), pp. 68-87.
11. Kristian Bondo Hansen. (2021). The Impact of News on Stock Market Investors. Ryan Basilone, 7 pages (August).
12. Levine, Ross, & Zervos, Stelios. (1999). Stock Market Development and Long Run Growth. Washington, D.C.: World Bank Conference.
13. M. Bowden and S. McDonald. (2008). The Impact of Interaction and Social Learning on Aggregate Expectations. Computational Economics.
14. M. Islamoğlu et al. (2015). Tools and Factors Contributing to Financial Engineering. Publisher.
15. MA Global Group. (April 27, 2025). What Are the Types of Websites in 2022? Retrieved from MA Global Group: <https://www.maglobalgroup.com/-ما-هي-أنواع-المواقع-الالكترونية-؟>
16. Mishkin, F. S. (2004). The Economics of Money, Banking, and Financial Markets (7th Edition). Columbia University.
17. P. J. Rentfrow and S. D. Gosling. (2003). The Do Re Mi's of Everyday Life: The Structure and Personality Correlates of Music Preferences. Journal of Personality and Social Psychology.
18. S. A. Qureshi. (2012). Measuring Validity of the Determinants of Investment Decision Making. ICEBT (International Conference on Economics, Business and Trade).



19. W. Arthur, J. Holland, B. LeBaron, R. Palmer, and P. Tayler. (2018). Asset Pricing under Endogenous Expectations in an Artificial Stock Market.
20. Ahmed Chichi Abdelhaq and Mohamed Benzia. (2016). Financial Markets. Amman: Dar Al-Jinan for Publishing and Distribution.
21. Adib Qasim Shandi. (2013). Financial Markets and Their Impact on Economic Development. Journal of Baghdad College of Economic Sciences University, p. 156.
22. Arshad Fuad Al-Tamimi and Osama Azmi Salam. (2004). Investment in Securities. Amman: Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution.
23. Osama Al-Fouli and Zainab Awadallah. (2005). *Economics of Money and Finance*. Alexandria: New University Publishing House.
24. Asmaa Hassan Abboud Kashkool. (2024). *News Coverage on Websites Regarding the Iraqi Government Formation Crisis and Its Relationship to Public Confidence in the Political Process*. Baghdad, Iraq: College of Media, University of Baghdad.
25. Anwar Abdul-Wahab Al-Jazzaf. (2020). Individual Investors' Attitudes Toward Economic Press Coverage and Technical Analysis, and Their Impact on Investment Decisions. *Journal of the Gulf and Arabian Peninsula Studies*, Vol. 46, No. 176, pp. 213–264.
26. Anwar Abdul-Wahab Al-Jazzaf. (2024). The Impact of Social Media Platform Information on Investor Behavior in the Kuwait Stock Exchange. *Journal of Social Sciences (Kuwait University)*, Vol. 52, No. 1, pp. 55–84.
27. Iman Ezz El-Din Mohamed Dawaba. (June 2018). The Role of Applied Projects in Fostering Innovative Thinking and Developing Media Performance among Educational Media Students. *Egyptian Journal for Public Opinion Research*, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Vol. 17, No. 2.
28. Batoul Abdul-Aziz Al-Ani. (2015). Credibility Standards for Iraqi News Website Producers: A Comparative Study of the "New Iraq Network," "Najaf Al-Ashraf News Network," "New Iraq Media Network" (Detroit), and the "National Iraqi News Agency" (NINA). Baghdad: Al-Mustansiriya University.
29. Bayraq Hussein Mousa. (2015). The Art of Press Layout for Websites and Online Newspapers. Amman: Ghaidaa Publishing and Distribution House.
30. Thuraya Ahmed Al-Badri. (2015). The Internet User: A Reading of New Media Theories and Methodologies. Cairo: Alam Al-Kutub.
31. Jalal Ibrahim Al-Abd. (2005). The Stock Exchange. Alexandria: University House (Al-Dar Al-Jami'iyya).
32. Hossam Abdel-Hamid Hamdan. (2013). Arab News Websites: A Descriptive Study of the Al Jazeera Net Website. Copenhagen, Denmark: Arab Open Academy in Denmark, Faculty of Arts, Department of Media.
33. Hosni Kharboush, et al. (1998). Financial Markets: Concepts and Applications. Amman: Zahran Publishing and Distribution House.
34. Hamza Mahmoud Al-



- Zubaidi. (2000). *Investment and Financing*. Amman: Wael Publishing and Distribution House.
35. Hamza Mahmoud Al-Zubaidi. (2004). *Advanced Financial Management*. Amman: Al-Warraaq Publishing.
36. Hamza Mahmoud Al-Zubaidi. (2004). *Investment in Securities*. Amman: Al-Waraq Foundation for Publishing and Distribution.
37. Darfalou Zubaida. (2018). *The Role of Websites in Improving the Performance of Tourism Enterprises*. Amman: Osama Publishing and Distribution House.
38. Rabhi Mustafa Olayan and Othman Muhammad Ghunaim. (2000). *Scientific Research Methodologies and Techniques*. Amman: Dar Al-Safa for Publishing and Distribution.
39. Raja Mahmoud Abu Allam. (2004). *Research Methodologies in Psychological and Educational Sciences*. Cairo: University Publishing House.
40. Raja Wahid Duwaidari. (2008). *Scientific Research: Theoretical Foundations and Practical Application*. Cairo: Dar Al-Fikr.
41. Rashid Musaybah Ahmed. (2001). *Evaluating the Role of Financial Derivatives in Financial Markets*. Journal of Financial Sciences, p. 12.
42. Zuhri Al-Tayeb Al-Faki Ahmed. (2016). *Financial Markets*. Amman: Dar Al-Jinan for Publishing and Distribution.
43. Al-Sarraj, Shukriya Kawkaz. (2018). *Scientific Research Trends in Specialized Journalism: "Al-Bahith Al-I'lami" (Media Researcher) Journal as a Case Study*. Al-Bahith Al-I'lami, 10(39), 9–28. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.65>
44. Saleh Muhammad Sa'ada, et al. (2010). *Introduction to the Internet*. Amman: Arab Community Library for Publishing and Distribution.
45. Adel Ahmed Badr. (2022). The Role of Websites in Shaping the Mental Image of Sports Organizations: A Survey Study. Baghdad: College of Media, University of Baghdad.
46. Atef William. (2008). Securities Markets: Between the Imperatives of Economic Transition and Financial Liberalization and the Requirements for Their Development. Alexandria: Dar Al-Fikr Al-Jami'i.
47. Atef William Andraos. (2007). Securities Markets: Between the Imperatives of Economic Transition and Financial Liberalization and the Requirements for Their Development. Alexandria: Dar Al-Fikr Al-Jami'i.
48. Abdul Amir Al-Faisal. (2014). Introduction to Online Journalism. Al Ain: Dar Al-Kitab Al-Jami'i.
49. Abdelhamid Hafid and Burraq Muhammad. (2004). Securities Market Instruments and Valuation Methods. Tebessa Journal for Scientific Publishing, p. 50.
50. Abdul Razzaq Al-Dulaimi. (2015). New Media and Online Journalism. Amman: Dar Al-Wael for Publishing and Distribution.
51. Abdel Ghaffar Hanafi. (1999). *Fundamentals of Finance and Financial Management*. Alexandria: University Publishing House.



52. Abdel Muttalib Abdel Razzaq Hamdan. (2005). *Mudaraba as Practiced by Islamic Banks and Its Contemporary Applications*. Alexandria: University Thought House.
53. Abdel Moneim Al-Sayed Ali & Nizar Saad al-Din al-Issa. (2004). *Money, Banking, and Financial Markets*. Amman: Al-Hamid House for Publishing and Distribution.
54. Abdel Nafe' Al-Zarari & Ghazi Farah. (2001). *Financial Markets*. Amman: Wael House for Printing, Publishing, and Distribution.
55. Abdel Nafe' Al-Zarari & Ghazi Farah. (2009). *Financial Markets*. Amman: Wael Publishing House.
56. Othman Muhammad Al-Dulaimi. (2020). *Social Media Sites: A Close-Up View*. Amman: Ghaida House for Publishing and Distribution.
57. Abdel Hadi, Alaa Makki & Al-Muaini, Majid Saleh. (2023). Uses of Social Media Applications and Sites in Promoting Gulf Stock Markets. *Al-Bahith Al-I'lamī* [The Media Researcher], 15(59), 23-44. <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i59.948>
58. Salman, Ali Khalaf & Fadel, Ali Abbas. (2025). Interactivity of Satellite Channel Websites and Their Role in Covering the Russia-Ukraine War. *Al-Bahith Al-I'lamī* [The Media Researcher], 17(67), 87-98. <https://doi.org/10.33282/abaa.v17i67.1054>
59. Imad Omar Sarhan. (2012). The Secret to Success in Building and Establishing Websites. Riyadh: Obeikan Publishing and Distribution.
60. Omar Jayyad Ali. (2016). News Coverage of the 2016 Turkish Coup on Al Jazeera Net (July 15, 2016 – August 15, 2016). Ramadi: University of Anbar.
61. Faris Al-Bayati. (2018). *Al-Hawi* [The Comprehensive Guide] on Scientific Research Methodologies. Amman: Dar Al-Sawaqi Al-Ilmiyya.
62. Kamal Ben Yamina and Atiya Halima. (2017). Financial Markets and Their Role in Financing Investments Amidst Crises. *Finance and Markets Journal*, 249.
63. Luay Khalil. (2010). Press Media. Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution.
64. Mohamed Ahmed Abdel Nabi. (2009). Financial Markets: Scientific Foundations and Fundamental Analysis. Amman: Zamzam.
65. Mohamed Al-Sayrafi. (2008). Stock Exchanges. Alexandria: Dar Al-Fikr Al-Jami'i.
66. Mohamed Saleh Al-Hinnawi. (2005). Resource Mobilization from Capital Markets. Alexandria, Egypt: New University Publishing House.
67. Mohamed Abdel Hamid. (2000). Scientific Research in Media Studies. Cairo: Alam Al-Kutub.
68. Mohamed Fathallah Al-Nashar. (2006). Stock Trading. Alexandria: New University Press.
69. Mohamed Mounir Hijab. (2006). Fundamentals of Media and Social Research (4th ed.). Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution.

70. Mahmoud Mohieldin. (March 2001). Economic Growth and Financial Development: The Problem of Determining the Causal Relationship. "Unspecified": Unpublished paper.
71. Mounia Soltane. (2015). Efficiency of Emerging Financial Markets and Their Role in the National Economy: A Case Study of Bursa Malaysia. Biskra, Algeria: Faculty of Economic, Commercial, and Management Sciences.
72. Nabila Sahailia. (2018). The Impact of Financial Decisions and Their Determinants on the Market Value of the Economic Enterprise. Oum El Bouaghi: Faculty of Economic, Commercial, and Management Sciences.
73. Abdelilah, Hosni Rifaat Hosni, & Al-Tamimi, Hashim Hassan. (2018). News Website Services: An Analytical Study of News Websites (Iraqi Media Network, Youm7, Huffington Post Arabi). *Al-Bahith Al-I'lami* [The Media Researcher], 10(39), 233–246. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i39.85>

