



تطبيقات الاندماج الإعلامي عبر الهاتف الذكي لدى الصحفيين
(دراسة ميدانية في محافظة أربيل)

أ.م. د. عبد الخالق إبراهيم مصطفى

م.م. شيلان طلعت سعيد

الكلية التقنية الإدارية في أربيل/ قسم الإعلام/ جامعة أربيل التقنية

البريد الإلكتروني Email : shilan.saeed@epu.edu.iq

abdulkhaliq.mstaffa@epu.edu.iq

الكلمات المفتاحية: تطبيقات، الاندماج الإعلامي، الهاتف الذكي، الصحفيين.

كيفية اقتباس البحث

سعيد ، شيلان طلعت ، عبد الخالق إبراهيم مصطفى ، تطبيقات الاندماج الإعلامي عبر الهاتف الذكي لدى الصحفيين (دراسة ميدانية في محافظة أربيل)، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، 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.

مسجلة في
Registered ROAD

مفهرسة في
Indexed IASJ

Media Convergence Applications via Smartphones among Journalists: A Field Study in Erbil Governorate

Assist. Lect. Shilan Talaat Saeed

Erbil Technical College | Media Department | Erbil Polytechnic University

Email: shilan.saeed@epu.edu.iq

Asst. Prof. Dr. Abdulkhaliq Ibrahim Mustafa

Erbil Technical College | Media Department | Erbil Polytechnic University

Email: abdulkhaliq.mstaffa@epu.edu.iq

Keywords : Applications, Media Convergence, Smartphone, Journalists.

How To Cite This Article

Saeed, Shilan Talaat, Abdulkhaliq Ibrahim Mustafa, Media Convergence Applications via Smartphones among Journalists: A Field Study in Erbil Governorate, 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.](#)

Abstract

This study aims to monitor and analyze the reality of media convergence via smartphones among journalists in Erbil Governorate. Utilizing an empirical-descriptive approach, the study relies on the survey methodology, employing a structured questionnaire as the primary tool for data collection. The study population comprises all journalists working in media institutions within Erbil Governorate, from which a convenience (non-probability) sample of (85) media professionals—representing various job titles and media organizations—was selected as appropriate for the nature of the study.

Grounded in the theoretical framework of Media Convergence in its technological and professional dimensions, the empirical findings revealed near-total reliance by media professionals in Erbil on smartphones as an essential professional tool, at a rate of (91.8%). Furthermore, there is a clear dominance of the youth category (aged 18–39) in employing these technologies, reaching (88.2%).



The study also concluded that there is a significant gap between practical application and instructional knowledge: (71.8%) of the surveyed journalists had not reviewed specialized professional or academic guides on mobile journalism, indicating that their acquired skills are largely built on trial-and-error and self-guided field experience. Statistically, the study demonstrated no significant differences between genders regarding the usage level of these applications, thereby reflecting the role of technology in bridging professional field disparities.

المخلص

تهدف هذه الدراسة، إلى رصد وتحليل واقع الاندماج الإعلامي عبر الهواتف الذكية لدى الصحفيين في محافظة أربيل، وذلك من خلال دراسة ميدانية وصفية اعتمدت على المنهج المسحي باستخدام استمارة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية داخل محافظة أربيل، وشملت عينة مكونة من (٨٥) إعلامياً من مختلف المسميات الوظيفية و المؤسسات الإعلامية اختيرت بطريقة العينة المتاحة (غير الاحتمالية) ملائمة لطبيعة الدراسة. واستناداً إلى إطار نظرية الاندماج الإعلامي بأبعادها التكنولوجية والمهنية، كشفت النتائج الميدانية عن اعتماد شبه كلي من قبل الإعلاميين في محافظة أربيل على الهاتف الذكي كأداة مهنية أساسية بنسبة بلغت (٩١.٨%)، مع هيمنة واضحة لفئة الشباب (١٨-٣٩ عاماً) على مشهد استخدام هذه التقنيات بنسبة وصلت الى (٨٨.٢%).

كما خلصت الدراسة إلى وجود فجوة ملحوظة بين الممارسة التطبيقية والمعرفة الإرشادية، حيث تبين أن (٧١.٨%) من الصحفيين لم يطلعوا على أدلة مهنية أو أكاديمية متخصصة في صحافة الهاتف، مما يعني أن المهارات المكتسبة تعتمد غالباً على المحاولة والخطأ والخبرة الميدانية الذاتية. وفي الجانب الإحصائي، أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة بين الجنسين في مستوى استخدام هذه التطبيقات، مما يعكس دور التكنولوجيا في تقليص الفوارق المهنية الميدانية.

المقدمة

شهد الحقل الإعلامي المعاصر تحولاً دراماتيكياً أعاد صياغة مفاهيم الإنتاج والاستهلاك الخبري، حيث لم يعد الاندماج الإعلامي مجرد ترف تقني، بل صار ضرورة حتمية فرضتها ثورة الاتصالات الرقمية. وفي قلب هذا التحول برز الهاتف الذكي ليس كأداة للتواصل فحسب، بل "غرفة أخبار متكاملة" محمولة في جيب الصحفي، تمنحه القدرة على الجمع بين النص، الصوت، والصورة والفيديو في آن واحد.

لقد فرضت تطبيقات الهواتف الذكية واقعا مهنيا جديدا يتطلب من الصحفي المعاصر أن يكون متعدد المهارات، قادرا على تطبيق البرمجيات الذكية لخدمة القصة الصحفية بسرعة ودقة. وتبرز محافظة أربيل كنموذج لهذا التحول؛ نظرا لما تتمتع به من بنية تحتية تقنية متطورة وبيئة إعلامية نشطة تتسم بالتنافسية العالية بين مختلف المؤسسات المحلية.

ومع هذا التسارع التقني، تبرز الحاجة الملحة لفهم طبيعة العلاقة بين الصحفي و أدواته الجديدة. فهل نجح الصحفي في مدينة أربيل في توظيف تطبيقات الاندماج الإعلامي بما يخدم جودة المحتوى؟ وما هي أبرز التطبيقات التي يعتمد عليها في ممارسته اليومية؟

تأتي هذه الدراسة الوصفية، لتسلط الضوء على واقع الاندماج الإعلامي، عبر الهاتف الذكي لدى الصحفيين في محافظة أربيل، من خلال رصد أنماط استخدامهم لهذه التطبيقات و تحليل التحديات التي تواجههم في بيئة العمل الرقمي، وصولا الى رسم صورة واقعية تسهم في تطوير الأداء المهني في ظل اقتصاد المعرفة والرقمية الشاملة.

تتكون هذه الدراسة من أربعة فصول: الفصل الأول مخصص للإطار المنهجي للدراسة، والفصل الثاني مخصص للإطار النظري و عرض الدراسات السابقة، والفصل الثالث يعرف الهاتف و صحافة الهاتف في محورين منفصلين، وفي الفصل الأخير تم عرض الجانب العملي للدراسة و أهم النتائج و التوصيات.

الفصل الأول:

١-١ أبعاد و إجراءات الدراسة

١-١-١ مشكلة الدراسة: تكمن مشكلة هذه الدراسة في الغموض و الضبابية المحيطين بمدى توظيف واستخدام الهاتف الذكي من قبل إعلاميي مدينة أربيل في إنجاز أعمالهم الصحفية اليومية، وسعيهم لجمع الأخبار والمعلومات ونقلها بكفاءة. وبما أن الهاتف كأداة عصرية يلعب دوراً مركزياً في تسيير الأنشطة الإعلامية الرقمية المعاصرة، فمن الضروري إجراء دراسة علمية منهجية لتشخيص و اكتشاف مدى مساهمة استخدام تطبيقات الهواتف في ترشيد الوقت والجهد وتطوير جودة الأداء الصحفي في أربيل.

١-١-٢ أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية:

١- تكمن أهمية المنهج المسحي هنا في تقديم بيانات إحصائية ووصفية دقيقة حول مدى انتشار استخدام تطبيقات الهاتف الذكي بين الصحفيين في مدينة أربيل، مما يملأ فراغا في الدراسات الإعلامية الكوردية.



٢- تساهم الدراسة في اختبار الأطر النظرية للانندماج الرقمي و مدى انطباقها على ممارسات الصحفيين في بيئة تتسم بخصوصية تكنولوجية و لغوية.

ثانيا: الأهمية المهنية و التطبيقية:

١- تبرز أهمية الدراسة في قدرتها على تشخيص " الفجوة المهارية" لدى القائم بالاتصال في مدينة أربيل، من خلال تحديد أي التطبيقات (تحرير، مونتاج، بث) هي الأكثر استخداما و أيها يواجه في الصحفيين صعوبات.

٢- تسلط الدراسة الضوء على كيف ساهم الانندماج عبر الهاتف الذكي في تعزيز قدرة صحفيي مدينة أربيل على التغطية الفورية للأحداث، مما يرفع من تنافسية الإعلام المحلي.

ثالثا: الأهمية المجتمعية و المكانية: تأتي الأهمية من كون مدينة أربيل مركزا إعلاميا حيويا، حيث تتيح الدراسة فهم كيف وظف الصحفيون التطور التقني في شبكات الاتصال بالمحافظة لخدمة الصالح العام وتقديم محتوى إعلامي متعدد الوسائط.

١-٣ أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة هو إظهار مستوى اعتماد الإعلاميين على الهواتف الذكية لإنتاج المحتوى الإعلامي، وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الثانوية وهي:

١- عرض مستوى استخدام الهاتف من قبل الإعلاميين بهدف مساعدتهم في إيجاد أفكار و قصص صحفية مهمة.

٢- تحديد أهم التطبيقات داخل هواتف الإعلاميين التي يستخدمونها أكثر للعمل الإعلامي و تساعد في أعمالهم.

٣. ترتيب أنواع استخدامات الهاتف و تسهيل العمل للإعلاميين كجزء من العمل الإعلامي.

١-٤ أسئلة الدراسة:

١. ما طبيعة وأنواع تطبيقات الهاتف الذكي الأكثر استخداما من قبل الصحفيين في محافظة أربيل لإنتاج المحتوى الإعلامي؟

٢. كيف يساهم الاعتماد على هذه التطبيقات الذكية في تيسير مراحل العمل الصحفي (الجمع، التحرير، الإنتاج الشامل) وتسهيل المهام المهنية؟

٣. ما التحديات و الصعوبات (الفنية، المهنية، التنظيمية) التي تواجه لجوء إعلامي أربيل للانندماج الرقمي عبر الهاتف الذكي؟

٤. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات توظيف تطبيقات الهاتف تتبع المتغيرات الديموغرافية و المهنية للصحفيين (الجنس، سنوات الخبرة، نوع المؤسسة الإعلامية)؟

١-١-٥ نوع ومنهج الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية. وقد طبق الباحثان المنهج المسحي الميداني بأسلوب المسح بالعينة، مستعينين باستمارة استبانة إلكترونية صممت خصيصاً لهذا الغرض وجرى نشرها وتوزيعها عبر عينة متاحة (غير احتمالية) نظراً لصعوبة حصر كافة مجتمع الصحفيين الفعليين في محافظة أربيل في إطار عينة احتمالية واحدة. وقد استجاب للاستبيان (٨٥) إعلامياً وصحفيّاً من الفئة العمرية (٦٠-١٨) عاماً وهو عدد ملائم ومقبول في الدراسات الكمية.

١-١-٦ مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الإعلاميين و الصحفيين الممارسين للعمل في محافظة أربيل، وقد بلغت العينة المختارة (٨٥) مبحوثاً تم استقطابهم بأسلوب العينة المتاحة.

١-١-٧ حدود الدراسة:

١- الحدود البشرية: تشمل الدراسة جميع إعلاميي مدينة أربيل.

٢- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة في الفترة من ٢٠٢٥/١١/١ إلى ٢٠٢٦/٤/١

٣- الحدود المكانية: مجتمع و عينة الدراسة مرتبطة بمدينة أربيل عاصمة إقليم كردستان

٨.١.١. صدق وثبات الاستبانة:

لقياس صدق وثبات استمارة الاستبانة، قام الباحثان بعد صياغة الفقرات والعبارات، ويهدف التأكد من الصدق الظاهري بعرض الاستمارة على ثلاثة خبراء الأكاديميين والمتخصصين في مجال الإعلام ١ لتقييمها. في ضوء ملاحظاتهم السديدة و اقتراحاتهم المنهجية، تم تعديل صياغة بعض الفقرات وتوحيد البدائل الخيارية.

وللتحقق من معامل الاتساق الداخلي والثبات لأداة الدراسة، تم حساب معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) حيث بلغت القيمة الإجمالية للثبات (٠.٨٤) وهي قيمة ممتازة إحصائياً وتؤكد صلاحية أداة الاستبانة التي بلغت (١٤) فقرة أساسية للتطبيق الميداني الفعلي.

٩.١.١. أداة الدراسة

١١. أسماء المحكمين:

١. أ.م. د. جواد عيسى هركي - جامعة كركوك - الإعلام السياسي
٢. أ.م. د. نازاد عبد العزيز - جامعة صلاح الدين - الإعلام المتخصص
٣. أ.م. د. وريا روستم محمد - جامعة صلاح الدين - الإعلام الجديد

استخدمت في هذه الدراسة استمارة استبانة لجمع البيانات و المعلومات، وقسمت إلى محورين رئيسيين: المحور الأول خصص للخصائص الديموغرافية والمهنية لأفراد عينة الدراسة، بينما ركز المحور الثاني على قياس مستوى اعتماد الإعلاميين وتطبيقات الهواتف الذكية في العمل الصحفي. وقد وزع رابط الاستمارة إلكترونياً على صحفيي مدينة أربيل، واستكمل جمع (٨٥) استمارة صالحة بالكامل للتحليل والمقارنة المنهجية.

١-٢ تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

١-٢-١ تطبيقات الهاتف الذكي: يقصد بها إجرائياً تلك الحزم البرمجية والأدوات الرقمية المثبتة على نظام تشغيل الهاتف الذكي (Android أو iOS) والتي توظفها عينة الصحفيين في محافظة أربيل لإنجاز وتنفيذ مراحل العمل الخبري الميداني، وتشمل تطبيقات النقاط الصور الفوتوغرافية، تصوير الفيديو الاحترافي، تسجيل ومعالجة الصوت، المونتاج السريع، والبث المباشر المتاحة في الاستبانة.

١-٢-٢ الاندماج الإعلامي: إجرائياً، هو قدرة الصحفيين في مدينة أربيل على ممارسة وتجسيد أدوار مهنية متعددة ومدمجة (مراسل، مصور، ومحرر) في وقت واحد وبشكل متكامل باستخدام الهاتف الذكي الذي يجمع وسائط متعددة (نص، صورة، فيديو، صوت) لتقديم قصة إخبارية متكاملة لجمهوره دون الحاجة لمعدات ثقيلة ضخمة.

١-٢-٣ الهاتف الذكي: هو جهاز اتصال محمول متطور يدمج بين خصائص الهاتف النقال و الحاسوب، ويستخدمه الإعلاميون في عينة الدراسة ك (غرفة أخبار متنقلة) تتيح لهم الاتصال الدائم بمصادر الأخبار، وتغطية الأحداث في أربيل، ومعالجة المواد الإعلامية و ارسالها فوراً الى مؤسساتهم الإعلامية.

١-٢-٤ الصحفيين: هو جميع أفراد المهنيين الممارسين للعمل الإعلامي بمختلف مسمياتهم (مراسل، مصور، كاتب، مذيع، منتج) العاملين في المؤسسات الإعلامية النشطة داخل أربيل سواء أكانت حزبية، أهلية أو دولية) والذين شملتهم عينة الدراسة الحالية، والبالغ عددهم (٨٥) مبحوثاً ضمن الفئة العمرية (١٨-٦٠).

١-٣ النظرية المستخدمة في الدراسة

١-٣-١ نظرية الاندماج الإعلامي:

١-٣-١-١ مفهوم الاندماج الإعلامي و تعريفه:

يشير مفهوم الاندماج الإعلامي إلى تحول بنيوي هام في صناعة الصحافة والاتصال الرقمي. ويعرفه جين سينجر بأنه: "مزيج من التقنيات و المنتجات و المهن الصحفية بين قطاعات

الإعلام المطبوع والسمعي البصري والإلكتروني التي كانت متميزة سابقاً، وذلك في ضوء نظرية انتشار المبتكرات" (سنكر، ٢٠٠٤).

ويعرفه تيم دوبر بأنه: "قدرة المستخدمين على تلقي خدمات متعددة و منفردة عبر أجهزة ومنصات متعددة حيث يتقارب التلفزيون و الإذاعة والصحافة المكتوبة وتندمج تقنياً عبر الأنظمة الشاملة" (مهيرة و فيلاي، ٢٠٢١، ص ٦٤٧).

كما يتناول نموذج الاندماج الاتصالي والمجال العام الافتراضي كيف يساهم الاندماج بين أطراف العملية الاتصالية، وسرعة تدفق البيانات، في تمكين المرسل الذكي من تقديم مضامين تفاعلية وجذابة للجمهور عبر المنصات المدمجة (فخرالدين، ٢٠٢٤، ص ١٢).

١-٣-٢ أبعاد نظرية الاندماج الإعلامي:

ميز هنري جينكينز (Henry Jenkins) بين خمس عمليات أساسية للاندماج الإعلامي يتبناها البحث الحالي وهي (عبد الفتاح، ٢٠١٦، ص ٢٢-٢٣):

١. الاندماج التكنولوجي: هو الذي يرتبط بمفهوم الرقمنة أو أي تحول للكلمات و الأصوات الى معلومات رقمية، تتوسع العلاقات المحتملة بينهم و تمكنهم من التدفق عبر المنصات المختلفة.

٢. الاندماج الاقتصادي: تفترض ان المؤسسات الإعلامية ستنتج نحو التكتلات الضخمة و الهدف هو السيطرة على المحتوى من لحظة انتاجه حتى وصوله للمستهلك عبر منصات مختلفة تملكها الشركة ذاتها.

٣. الاندماج الثقافي والمشاركة: يعبر عن انفجار اشكال جديدة من الابداع في المناطق المشتركة لتقنيات الإعلام المتنوعة وصناعاتها وكذلك مستهلكيها. فالاندماج الإعلامي يرعى ثقافة مجتمعية تشاركيه جديدة بإعطاء عموم الناس أدوات لأرشفة المحتوى و التعقيب عليه وإعادة نشره.

٤. الاندماج المهني: الاندماج الإعلامي يؤدي الى كسر الحواجز التقليدية بين التخصصات العمل الصحفي. لم يعد الإعلامي محرراً فقط، بل تفترض النظرية أنه في بيئة الاندماج، تزداد كفاءة النتاج عندما يمتلك القائم بالاتصال مهارات (التصوير، المونتاج، والنشر الإلكتروني) في آن واحد.

٥- الاندماج الاجتماعي: وهو البعد الذي يرتبط بقدرة المستهلكين على التداول والتفاعل والجمع بين تقنيات إعلامية متعددة في حياتهم اليومية بشكل عفوي.

٤.١ الدراسات السابقة

١.٤.١ عرض ومناقشة الدراسات السابقة



١. دراسة د.أ براهيم حسن التوأم (٢٠١٨)، بعنوان (استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفي)

هدفت الدراسة إلى رصد أسلوب ونوع وحجم استخدام الهواتف الذكية من قبل الإعلاميين في عملية الإنتاج. تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية و استخدم الباحث المنهج المسحي و تمثل مجتمع الدراسة في الإعلاميين المصريين و أخذت (٢٠٠) إعلامي مصري كعينة.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي ان الإعلاميين المصريين لم يصلوا الى المستوى المهني في استخدام الهاتف في أدائهم الصحفي، حيث إن الاعتماد على برامج الاتصال و التواصل زاد، وهذا يوازى انخفاضاً في استخدام تسجيل الفيديو، المونتاج، البث المباشر و برامج التعديل الصور، وهي مهمة في عملية إنتاج الأخبار. كذلك الاستخدام السيء للأجهزة الملحقة بالهاتف مثل العدسات، الفلاش...الخ، وهي اجهزة مهمة لإكمال بعض التقارير المصورة بجودة عالية ودقة. بالإضافة الى عدم وجود فرص تدريب و ربما عدم وجودهم في بعض الصحف، يواجهون مشكلة في التعامل مع بعض تلك التطبيقات.

٢. دراسة أركان جبار محمد (٢٠٢١)، بعنوان (دور صحافة الموبايل في إنتاج أخبار القنوات الفضائية الكوردية لدى الإعلاميين).

هدفت الدراسة لكشف طبيعة الأخبار الموجهة لصحافة الموبايل في الفضائيات الكوردية. تعتبر من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح لتحليل المحتوى و مسح الرأي العام. وقد تمثلت عينة الدراسة في (٥٠) إعلامياً و صحفياً من العاملين في الفضائيات الكوردية بأربيل و السليمانية، وخلصت إلى تفوق الأخبار الاقتصادية و الخدمية في نسب البث المباشر عبر الهواتف، مع تفاوت ملحوظ في كفاءة استخدام التطبيقات و البرامج التقنية الخاصة بالمونتاج والإنتاج الإخباري.

٣. دراسة بناز رسول حمه أمين (٢٠٢١)، بعنوان (موقع موجو جرنال في إنتاج الأخبار التلفزيونية).

الهدف الرئيسي للدراسة هو تحديد أهمية الأنواع الخبرية التي اعتمدت موجو في تغطية الأخبار و الأحداث، وكذلك معرفة المنصات المستخدمة في إنتاج الأخبار. تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدمت الباحثة منهج تحليل المحتوى. من اهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي أن صحافة الموبايل أحدثت تغييرا كبيرا في مجال الإنتاج التلفزيوني من حيث النوع و الجودة و السرعة، بسبب ارتفاع المستوى العلمي للتطبيقات و برامج المونتاج و الصوت و التصوير. و في الوقت نفسه تعتبر صحافة الموبايل مصدرا مهما للأخبار و المعلومات، حيث



استفادت بشكل واسع من تلك الابتكارات و المنصات و التطبيقات لأغراض الأخبار و أنواع العمل الإعلامي الأخرى مثل (القصص، التقارير، المقابلات، الأفلام الوثائقية، الـريورتاج...الخ).
٤. دراسة د. إيهاب مجاهد و د. أمينة رزق عوض (٢٠٢٤) بعنوان (واقع الاندماج الإعلامي من وجهة نظر أجيال مختلفة من الإعلاميين في مصر: دراسة ميدانية).

تمحورت الدراسة حول رصد واقع التكامل و التنافس بين الإعلام التقليدي و الجديد، وكيف تدرك الأجيال المتعاقبة من الإعلاميين المصريين تغييرات هوية المهنية في ظل الثورة الرقمية. تعد هذه الدراسة عملا وصفيا تحليليا متقدما، استندت الى أطر نظرية متينة وهي نموذج المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ونظرية ثراء الوسيلة. أعتمد الباحثان على منهج المسح الإعلامي بتطبيق استمارة استبانة على عينة قوامها (١٥٠) إعلامي و مقابلة المتعمقة مع (١٧) خبيراً، مما أعطى نتائج كمية و كيفية لرصد الفروق بين ثلاثة أجيال (X,Y,Z).

من اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان هناك تباين واضح جيل Z (الجيل الرقمي الخالص) اعتمادا كليا على منصات التواصل كمصدر رئيسي للأخبار، مع قلق متزايد على الهوية الصحفية بسبب دخول غير المتخصصين للمهنة. بينما يراهن جيل (X&Y) على استمرارية الإعلام التقليدي بفضل عامل "الثقة" و الجمهور الوفي، مع الاعتراف بضرورة الاندماج الرقمي كضرورة اقتصادية و مهنية.

٢.٤.١. أوجه الاختلاف و الاستفادة من الدراسات السابقة.

حرص الباحثان في هذه في هذه الدراسة على اخضاع دراستهما للمقارنة المنهجية و المعرفية مع التراث العلمي السابق المتوفر في هذا الحقل، و تحديدا مع الدراسات الأربع المعروضة آنفا ويمكن توضيح أوجه الاختلاف و مساحات الاستفادة على النحو الآتي:

أولاً: أوجه الاختلاف والسياق الجغرافي والثقافي: تختلف الدراسة الحالية بشكل جوهري في التركيز على محافظة أربيل، وهي بيئة ذات خصوصية لغوية، ثقافية، وإدارية متميزة تختلف عن البيئة المصرية في دراسة (التوام، ٢٠١٨) ودراسة (مجاهد وعوض، ٢٠٢٤). ورغم اشتراكها مع دراستي (محمد، ٢٠٢١) و (حمه أمين، ٢٠٢١) في النطاق الكوردستاني، إلا ان الميز الأبرز للدراسة الحالية هو تركيزها الشامل على مختلف الإعلاميين بمسمياتهم المتنوعة داخل أربيل كمركز إعلامي متكامل، مقارنة بدراسة (محمد) التي انحصرت في القنوات الفضائية فقط، ودراسة (حمه أمين) التي ركزت على إنتاج الاخبار التلفزيونية لصحافة الموبايل (Mojo) حصراً.

ثانياً: من حيث المنهج و الأدوات البحثية: تتقاطع الدراسة الحالية وصفياً مع دراسة (التوام، ٢٠١٨)، ودراسة (مجاهد وعوض، ٢٠٢٤) في استخدام المنهج المسحي و استمارة



الاستبانة كأداة رئيسية، لكنها تختلف منهجياً عن دراسة (حمه أمين، ٢٠٢١) و دراسة (محمد، ٢٠٢١) اللتين اقترنتا بين المسح وتحليل المحتوى للمضامين الإخبارية. كما تتميز الدراسة الحالية بالبساطة والتركيز الكمي المباشر للعينة البالغة (٨٥) مبحوثاً لقياس مستوى الاعتماد الإجرائي الميداني.

ثانياً: أوجه الاستفادة العلمية و المنهجية:

١. استفاد الباحثان بشكل ملموس من المحاور و الأدوات لبعض الدراسات كدراسة (النوام، ٢٠١٨) في كيفية صياغة العبارات و الفقرات ال (١٤) في الاستبانة، وتصنيف المحاور التي تقيس درجة الاعتماد الفعلي و التقني و التطبيقي (مونتاج، تصوير، بث) عوضاً عن الاختصار على استخدام العادي للتواصل الاجتماعي.

٢. وفرت دراسة (مجاهد وعوض، ٢٠٢٤) مرجعية ثرية للدراسة الحالية في كيفية نسج العلاقة بين الاندماج المهني و الاندماج التكنولوجي، وكيفية اسقاط المفاهيم المعيارية ل "الصحفي الشامل" و "غرفة الأخبار المتنقلة" و حوسبة العمل المكتبي على الواقع العملي اليومي.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

١.٢. الهاتف الذكي

١.١.٢. تعريف الهاتف الذكي

يعرف الهاتف المحمول بأنه أداة اتصال لاسلكية تعمل ضمن شبكة واسعة من أبراج البث لتوفير خدمات الاتصال في نطاق جغرافي محدد، حيث ترتبط هذه الشبكة عبر خطوط ثابتة أو أقمار صناعية

(Hunukumburek & Others, 2022, P.23).

وقد أفضى التطور التقني المتسارع الذي شهده هذا الجهاز إلى تجاوزه الدور التقليدي المتمثل في الاتصال الصوتي، ليصبح مركزاً حيوياً لتبادل المعلومات ونشر الأفكار؛ الأمر الذي ضاعف من أهميته لاسيما في ظل المنافسة المحتدمة بين الشركات المصنعة التي أدت إلى انخفاض تكلفته، مما أتاح اقتنائه و استخدامه لشرائح واسعة حول العالم، حتى غدا بديلاً استراتيجياً لأجهزة الاتصال الثابتة (رضوان، ٢٠١٦، ص ٩٣).

تاريخياً، ظهر أول هاتف محمول في بريطانيا واليابان في منتصف ثمانينيات القرن العشرين، موفراً ميزة حرية الحركة و الاتصال. وبالعودة إلى جذور هذا الابتكار، نجد أن شركة (موتورولا) قد صنعت في عام ١٩٧٣ جهازاً بوزن كيلوغرام واحد، كان يتطلب عشر ساعات من الشحن المستمر. ثم طورت الشركة النسخة الأولى منه عام ١٩٨٣ و طرحته بسعر ٤٠٠٠ دولار. وفي

عام ١٩٩٠ أحدثت شركة (نوكيا) طفرة نوعية في إنتاج الهواتف المحمولة عبر تحسين التصميم الخارجي، وتقليل الوزن، وزيادة كفاءة البطارية (الرحباني، ٢٠١٢، ص ٩٤-٩٥). وفي العام ذاته، ناهز عدد المستخدمين ٢٩٣ مليون شخص عالمياً. ومع بروز شركة (سامسونج) كمنافس قوي، انتقلت الصناعة إلى مرحلة جديدة تمثلت في إنتاج أول هاتف بشاشة ملونة عام ٢٠٠٢. وبحلول عام ٢٠٠٧ أعلن "ستيف جوبز" عن تدشين عصر الهواتف الذكية، التي تميزت بقدرات برمجية فائقة، واتصال دائم بشبكة الإنترنت و سعة عالية في معالجة البيانات (Richter, 2017).

٢.١.٢. أجيال الهاتف المحمول

شهدت تكنولوجيا الهواتف المحمولة تطوراً مرحلياً عبر عدة أجيال تقنية، يمكن إيجاز أبرز محطاتها فيما يلي ((Kumar, A., et al, 2010):

١. الجيل الأول (1G)، (Analog): ظهر عام ١٩٨٢، واعتمد كلياً على الأنظمة التماثلية حيث اقتصرت الخدمة على نقل الموجات الصوتية فقط، بآلية تشبه أنظمة البث الإذاعي والهاتف الثابت.

٢. الجيل الثاني (2G): مثل عام ١٩٩٤ المحطة الثانية في هذا التطور، حيث جرى التحول نحو الأنظمة الرقمية (MMS) والرسائل المصورة (SMS)، مما أتاح ظهور خدمات الرسائل النصية القصيرة و بداية عهد رقمته البيانات.

٣. الجيل الثالث (3G): أطلق عام ١٩٩٩، وتميز بقدرات وسعات تفوق الأجيال السابقة؛ إذ وفر سرعات عالية في تبادل الرسائل و إجراء الاتصالات المرئية، مع إتاحة تصفح شبكة الإنترنت بسرعة وصلت إلى (٤٠) ميجابايت في الثانية.

٤. الجيل الرابع (4G): شهد عام ٢٠١٠ قفزة نوعية في كفاءة الأجهزة، حيث تضاعفت سرعات نقل البيانات لتمكين المستخدمين من رفع و تحميل ملفات الفيديو عالية الدقة و الوسائط المتعددة بسرعة تصل إلى (٥٠) ميجابايت في الثانية.

٥. الجيل الخامس (5G): تزامنا مع بداية عام ٢٠٢٠، ظهر هذا الجيل ليوفر ساعات هائلة لنقل البيانات ودعم مقاطع فيديو ثلاثية الأبعاد، مع القدرة على ربط مئات الأجهزة في آن واحد، ضمن ما يعرف ب (انترنت الأشياء)، وبسرعة نقل بيانات فائقة ناهزت (١) جيجابايت في الثانية ((Agiwal, M. 2016).

١.٣.٢. خصائص الهاتف الذكي



تتسم الهواتف الذكية بحزمة من الخصائص البنيوية و الوظيفية التي تميزها عن وسائط الاتصال التقليدية، ويمكن ايجاز أبرزها فيما يلي (Jung,2019):

١. الأنية و الاتصال الدائم: حيث تتيح للمستخدم الوصول إلى المعلومات و الخدمات دون التقيد بحدود الزمان أو المكان.

٢. الاتصال المرئي التفاعلي ويتم خلال توفير إمكانية التواصل عبر تقنيات الفيديو المباشرة.

٣. الكفاءة التشغيلية: المساهمة في خفض الكلفة و الجهد و الوقت اللازم و لإنجاز الأنشطة اليومية و المعاملات الرقمية.

٤. التنشئة الاجتماعية الرقمية: تعزيز التواصل الاجتماعي عبر تطبيقات الدردشة و المنصات التفاعلية.

وقد أحدث الانتشار المتسارع للهواتف الذكية و الأجهزة اللوحية تحولاً جذرياً في أنماط استهلاك المحتوى الخبري و متابعته؛ ففي الولايات المتحدة الأمريكية، يمتلك أكثر من (٥٠%) من البالغين فوق (١٨ عاماً) هواتف ذكية أو أجهزة لوحية، وتعتمد نسبة منهم على هذه الأجهزة كمصدر أساسي للبحث عن الأخبار، مع ملاحظة وجود علاقة (٦٦%) طردية بين كثافة استخدام الجهاز ومعدل التعرض للأخبار (Phillips,2015,p102).

هذا الواقع الجديد دفع المؤسسات الإعلامية و الإخبارية إلى ضرورة التكيف مع مخرجات تكنولوجيا الهاتف المحمول و الاستفادة من إمكاناتها التقنية. وأن التحدي الجوهرى الذي يواجه العمل الصحفى اليوم لا يقتصر على مجرد التكيف مع الأدوات الراهنة، بل يمتد إلى مدى قدرة الصحفيين على استشراف القادم من الأدوات و الابتكارات التكنولوجية، لضمان الجاهزية المهنية في إنتاج ونشر المحتوى الخبري بأساليب و قوالب اتصالية مبتكرة (Anderson et al., 2016, p.138).

علاوة على ذلك، فإن ملازمة الهاتف الذكي للمستخدمين طوال اليوم حفزت لديهم نمطاً سلوكياً يتمثل في البحث المتكرر وغير المخطط له عن المستجدات الإخبارية، وهو ما يعرف بالاستخدام العفوي أو " اللاواعي" الذي يجعل الفرد في حالة استنفار معلوماتي دائم (Molyneux, 2015, p.4) وتعزى جاذبية هذه الأجهزة لجمهور الإعلام إلى تعددية وظائفها

(Multifunctionality)؛ إذ يدمج الجهاز الواحد بين مهام الاتصال، وقراءة الكتب الرقمية، ومشاهدة الأفلام، والتسوق الإلكتروني، وصولاً إلى متابعة البث المباشر للأخبار وقراءة الصحف الإلكترونية، مما جعل منه أداة اتصالية شاملة (Katz, 2008, p.225)



٢.٢. صحافة الموبايل (Mobile Journalism)

١.٢.٢. تعريف مفهوم صحافة الموبايل:

تعرف صحافة الموبايل (Mobile Journalism – MOJO) بأنها نمط صحفي تكنولوجي حديث يقوم فيه الممارس باستخدام هاتف ذكي كأداة وحيدة لجمع الأخبار، وتعديلها وصياغتها، وبثها بشكل مباشر ومستقل، مما يمثل قمة التطبيق العملي للاندماج التكنولوجي والمهني في جهاز واحد محمول (Westlund, 2013, Burum & Quinn, 2015) ويتفق هذا الطرح مع ما ذهبت إليه الأدبيات العربية الرائدة، حيث تعرف إجرائياً بأنها عملية مهنية متكاملة لإنتاج المحتوى الخبري ونشره باستخدام الهواتف الذكية، وهي تمثل توجهاً مستحدثاً في التغطية الإعلامية يتوقع استدامته كركيزة أساسية في العمل الصحفي المعاصر (لاريا ومرعي، ٢٠١٧).

ولم يعد الهاتف الذكي مجرد أداة اتصالية أو وسيلة للترفيه الرقمي، بل استحال إلى منصة حيوية لتدفق المعلومات و الإنتاج الإعلامي الميداني؛ إذ يرى أن الهواتف الذكية منحت الصحفيين القدرة على الاتصال الدائم بمصادر الأخبار و الجمهور في آن واحد، مما حول الجهاز من أداة شخصية إلى " غرفة أخبار متنقلة"، وهو ما أصله نظرياً عند حديث تحول الصحافة في عصر المعلومات، مشيراً إلى أن الأجهزة الذكية ستصبح القناة الأساسية لنقل الأخبار و الأحداث وتغطيتها بأنية فائقة (علم الدين، ٢٠٠١، ص ٢٦-٢٨).

ومن منظور آخر، تصنف صحافة الموبايل كنمط صحفي انبثق من رحم الأبعاد الإعلامية الجديدة، تهدف بشكل أساسي إلى سرد القصة الصحفية (Digital Storytelling)، من خلال توظيف مهارات الصحفي الشامل الذي يستطيع إنتاج محتوى متعدد الوسائط (نص، صوت، صورة) بجودة عالية وبشكل مستقل (Hill & Burum, 2018). ويؤكد وصفها نوعاً من العمل الصحفي الذي يعيد صياغة العلاقة بين الصحفي و أدواته التقنية في سبيل تحقيق سرعة ودقة أكبر في الوصول إلى الجمهور (رضوان، ٢٠١٦، ص ٨٩).

٢.٢.٢. نشأة وتطور صحافة الموبايل

يمكن تقسيم هذا التطور تاريخياً الى ثلاث مراحل رئيسية:

-المرحلة الأولى: المرحلة التمهيدية و البدايات (١٩٩٥-٢٠٠٣): ارتبطت هذه المرحلة بظهور الجيل الثاني (2G) عام ١٩٩٣، الذي سمح بدمج خدمات الإنترنت المحدودة ونقل البيانات النصية. وقد سجلت أول ممارسة رسمية لصحافة الموبايل في ٧ كانون الثاني ١٩٩٥، حين قام مراسل مجلة (Times) البريطانية بإعداد تغطية خبرية مدعومة بالصور لرحلته من



لندن إلى واشنطن مرسلاً المادة عبر هاتفه المحمول من داخل الطائرة، في سابقة عدت الأولى عالمياً في توظيف الموبايل كمصدر للخبر و الصورة (إسماعيل، ٢٠١٤، ص ١٩٧). وفي عام ٢٠٠٢، بدأ- مؤسسة (Yunnan) الصينية بإرسال تقارير خبرية عبر الرسائل القصيرة، تلاها استخدام الهواتف لتوثيق العمليات العسكرية في العراق عام ٢٠٠٣ (شاهين، ٢٠١٧).

-**المرحلة الثانية: مرحلة التكريس و صحافة الأزمات (٢٠٠٤-٢٠٠٧):** مثلت هذه المرحلة نقطة التحول نحو الاعتماد على الموبايل في تغطية الكوارث الكبرى و الأزمات، نظراً لسهولة حركته و تواجده في قلب الحدث. وقد برز ذلك بوضوح خلال إعصار تسونامي ٢٠٠٤ و تفجيرات لندن ٢٠٠٥، حيث تحول المواطنون و الصحفيون إلى شهود عيان ينقلون الصور و الفيديوها مباشرة عبر هواتفهم، مما كرس دور الموبايل كأداة إعلامية بديلة وفعالة (مصطفى و ريشاوي، ٢٠٢٠، ص ١٠٨-١١٠). وفي عام ٢٠٠٥، ولد مصطلح "MOJO" رسمياً من قبل مؤسسة (Fort Myers News-Press) الأمريكية، لوصف الصحفيين الذين يعتمدون كلياً على المحمول في إنتاج المحتوى (Quinn, 2011).

-**المرحلة الثالثة: مرحلة المؤسسات و الاندماج الشامل (٢٠٠٧ إلى الآن):** بدأت هذه المرحلة مع الثورة التي أحدثتها الهواتف الذكية (Smartphones)، وتحديدًا بعد إطلاق جهاز أيفون عام ٢٠٠٧ و تطور تطبيقات المونتاج الاحترافية. في هذه المرحلة، تحول الموبايل من أداة لنقل المعلومات إلى غرفة أخبار متنقلة تتبناها كبريات المؤسسات العالمية مثل (BBC) و (CNN) (Taylor, 2005, p.74). ولم تعد صحافة الموبايل نتاج مبادرات فردية، بل أصبحت استراتيجية مؤسسية تهدف إلى تحقيق السرعة و الاندماج بين النص و الصوت و الصورة و البث المباشر عالي الدقة، مما جعلها ركيزة أساسية في اقتصاد المعرفة و الرقمية الشاملة (جابر، ٢٠١٦، ص ٤٣).

٣.٢.٢. خصائص صحافة الموبايل ومميزاتها

تستمد صحافة الموبايل (MOJO) قيمتها من مجموعة سمات تقنية ووظيفية تجعلها تتفوق في سياقات معينة على الصحافة التقليدية، ويمكن تلخيص هذه الخصائص فيما يلي (السنجري، ٢٠١٩، ص ٦١-٦٥):

١. **الآنية و الفورية (Immediacy):** السرعة الفائقة في إنتاج المحتوى و نشره بفضل المنصات الذكية المتاحة.
٢. **البث المباشر و التسويق اللحظي (Live Streaming):** القدرة على نقل الأحداث فور وقوعها عبر تقنيات البث المباشر.

٣. انخفاض كلفة الإنتاج: حيث يمكن للصحفي تجهيز " حقيبة إعلامية" متكاملة (هاتف ذكي، حامل ثلاثي Tripod، ميكرفون خارجي، عدسات) بكلفة اقتصادية زهيدة مقارنة بمعدات التلفزيون التقليدية (إبراهيم و حسين، ٢٠١٩).
٤. الاندماج مع الجمهور: تعد من أكثر القوالب الصحفية قدرة على تحقيق التقارب و الاندماج مع المتلقي (بن صغير، ٢٠٢٠).
٥. الرشيقية التنظيمية: تساهم في تقليل الكادر الإعلامي (الصحفي الشامل)، وتتميز بسهولة الحركة والتنقل لعدم حاجتها لمعدات ثقيلة أو طواقم كبيرة.
٦. الأمان و المرونة الميدانية: توفر هامشا عاليا من السلامة المهنية للصحفي، حيث تتيح التصوير في أماكن حساسة أو ضيقة لا تسمح بدخول الكاميرات الكبيرة او التي تتطلب تصاريح معقدة.
٧. التفاعلية وقياس الأثر (Feedback): تتيح التكنولوجيا الرقمية للصحفي رصد رجع الصدى اللحظي من خلال إحصاءات المشاهدات، والتعليقات، ومستويات التفاعل فور النشر.
٨. الجودة و التحسين التقني: توفر دقة تصوير عالية (4K/HD) مع إمكانية المعالجة الفورية لعيوب الصورة والصوت عبر التطبيقات.
- ٤.٢.٢. المنظومة البرمجية لصحافة الموبايل (التطبيقات):
تعتمد صحافة الموبايل على بيئة برمجية متطورة تتيح للصحف القيام بمهام التصوير، والمونتاج، والبت عبر أنظمة تشغيل الهواتف (IOS & Android) ويمكن تصنيف أبرز هذه التطبيقات وفقاً للوظيفة الإعلامية (عبد الرحمن و محمد، ٢٠٢١):
 ١. تطبيقات البث المباشر: تتيح النقل الحي للأحداث، ومن أبرزها (Facebook Live, Ustream, Bambuser, Periscope).
 ٢. تطبيقات تسجيل الفيديو الاحترافي: توفر تحكماً يدوياً في إعدادات الكاميرا مثل (الفوكس، الإضاءة، سرعة الغالق) و منها (Filmic Pro, Open Camera, Mavis, Cinema FV-).
 ٣. تطبيقات التصوير الفوتوغرافي ومعالجة الصور: تهدف إلى تحسين جودة الصور الصحفية ومنها (Snapseed, Adobe Photoshop Express, Pro Shot, Camera+2).
 ٤. تطبيقات مونتاج الفيديو (Video Editing): وهي برامج توفر أدوات تحرير متكاملة تشبه برامج الحاسوب، ومن أشهرها (Lum fusion, Kind Master, Adobe Premiere Rush, VN Vlog Now, iMovie).



٥. تطبيقات تسجيل وهندسة الصوت: تستخدم لتسجيل المقابلات وتنقية الصوت منها (Voice Record Pro) للتسجيل، وتطبيقات (Ferrite, Audio Evolution Mobile Studio) للقيام بعمليات المكساج و المونتاج الصوتي.

الفصل الثالث/ الجانب الميداني للدراسة

أولاً: تعريف عينة الدراسة

١- العمل الصحفي لعينة الدراسة

جدول رقم (١) العمل الصحفي لمجتمع الدراسة		
العمل الصحفي	التكرارات	النسبة المئوية
مراسل	34	40.0%
مصور	7	8.2%
كاتب	17	20.0%
المونتير و المخرج	4	4.7%
المذيع و مقدم برامج	22	25.9%
المنتج	1	1.2%
المجموع	85	100%

يعكس جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة حسب العمل الصحفي، حيث يشكل المراسلون ٤٠ % أغلبية المجتمع، يليهم المذيعون ومقدمو البرامج بنسبة ٢٥.٩ %، ثم الكتاب بنسبة ٢٠ %، في حين تمثل الوظائف الفنية مثل المصورين ٨.٢ % والمونتير والمخرجين ٤.٧ %، أما المنتجون فبلغوا ١.٢ % فقط، مما يشير إلى تركيز المجتمع على جمع الأخبار وتقديمها للجمهور مقارنة بالأنشطة الفنية والإنتاجية.

٢- اعمار عينة الدراسة

جدول رقم (٢) اعمار عينة الدراسة		
العمر	التكرارات	النسبة المئوية
18 الى ٢٥ سنة	33	38.8%
26 الى ٣٢ سنة	25	29.4%
33 الى ٣٩ سنة	17	20.0%
40 الى ٤٦ سنة	7	8.2%

47 إلى ٥٣ سنة	3	3.5%
المجموع	85	100%

يعرض جدول رقم (٢) توزيع أعمار عينة الدراسة، حيث تشكل الفئة العمرية 18 إلى ٢٥ سنة ٣٨.٨%، وهي النسبة الأعلى، تليها فئة 26 إلى ٣٢ سنة بنسبة ٢٩.٤%، ثم 33 إلى ٣٩ سنة بنسبة ٢٠%، بينما تمثل الفئات الأكبر سنًا نسبة أقل، إذ تبلغ 40 إلى ٤٦ سنة ٨.٢% و 47 إلى ٥٣ سنة ٣.٥%، ويظهر المجموع الكلي أن العينة تتألف من 85 شخصًا بنسبة ١٠٠%، ما يشير إلى أن غالبية المشاركين في الدراسة من الشباب حتى منتصف العمر.

٣- جنس عينة الدراسة

جدول رقم (٣) جنس عينة الدراسة		
جنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	58	68.2%
انثى	27	31.8%
المجموع	85	100%

يبين جدول رقم (٣) أن الذكور يشكلون ٦٨.٢% من عينة الدراسة، بينما تمثل الإناث ٣١.٨%، مما يدل على أن العينة أغلبها من الذكور.

٤- موقع العمل لأفراد عينة الدراسة

جدول رقم (٤) موقع العمل لأفراد عينة الدراسة		
موقع العمل	التكرارات	النسبة المئوية
اعلام حزبي	40	47.1%
اعلام اهلي	36	42.4%
اعلام دولي	9	10.6%
المجموع	85	100%

يوضح جدول رقم (٤) توزيع عينة الدراسة حسب موقع العمل الإعلامي، حيث يعمل 47.1% منهم في الإعلام الحزبي بعدد 40 شخصًا، ويعمل 42.4% في الإعلام الأهلي بعدد 36 شخصًا، بينما يشكل العاملون في الإعلام الدولي 10.6% فقط بعدد 9 أشخاص، ما يعكس تركيز عينة الدراسة على المؤسسات الإعلامية المحلية والحزبية مقارنة بالمؤسسات الدولية.

٥- مستوى التعليم لأفراد عينة الدراسة

جدول رقم (5) مستوى التعليم عينة الدراسة		
النسبة المئوية	التكرارات	مستوى التعليم
1.2%	1	متوسطة
12.9%	11	اعدادي
41.2%	35	دبلوم
40.0%	34	بكالوريوس
4.7%	4	ماستر
100%	85	المجموع

بين جدول رقم (٥) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي، حيث أظهرت النتائج أن النسبة الأعلى كانت من حملة الدبلوم بنسبة (٤١.٢%) وبعدها (٣٥) فرداً، تليها فئة البكالوريوس بنسبة (٤٠.٠%) وبعدها (٣٤) فرداً، مما يشير إلى أن غالبية أفراد العينة يمتلكون مؤهلات تعليمية جامعية أو شبه جامعية. كما بلغت نسبة الحاصلين على الشهادة الإعدادية (12.9%) وبعدها (١١) فرداً، في حين جاءت فئة الماجستير بنسبة (٤.٧%) وبعدها (٤) أفراد، بينما سجلت فئة المتوسطة أدنى نسبة بلغت (١.٢%) وبعدها فرد واحد. وتعكس هذه النتائج أن عينة الدراسة تتميز بمستوى تعليمي جيد نسبياً استخدامات الهاتف المحمول لإنجاز العمل الصحفي في عينة الدراسة

٦- استخدامات الهاتف المحمول لأفراد عينة الدراسة

جدول رقم (٦) استخدامات الهاتف المحمول		
النسبة المئوية	التكرارات	استخدامات الهاتف المحمول
17.9%	64	للتواصل مع مصادر الأخبار
15.1%	54	للتسيق مع الزملاء في العمل
9.8%	35	لأغراض التصوير والتوثيق
10.6%	38	لأغراض تدوين الملاحظات والمعلومات
6.7%	24	لمراجعة وتحليل الملاحظات الخاصة بي
7.3%	26	للحصول على آراء وتقييمات الأفراد
14.0%	50	لإرسال الأخبار العاجلة والمواد بشكل رسمي إلى الجهة المختصة التي أعمل فيها
8.7%	31	لنشر جزء من الأخبار والتقارير والبرامج الخاصة بي
10.1%	36	لتعزيز كفاءتي المهنية
100.0%	358	المجموع

يبين جدول رقم (٦) أن الإجابة عن هذا السؤال كانت متعددة الخيارات (أكثر من جواب)، وهو ما يفسر ارتفاع مجموع التكرارات إلى (٣٥٨). و أن أبرز استخدامات الهاتف المحمول لدى أفراد العينة تمثلت في التواصل مع مصادر الأخبار بنسبة (١٧.٩%)، تليها التنسيق مع الزملاء في العمل بنسبة (١٥.١%)، ثم إرسال الأخبار العاجلة والمواد رسمياً إلى جهة العمل بنسبة (١٤.٠%)، مما يعكس الدور المهني الواضح للهاتف المحمول في بيئة العمل الإعلامي. كما توزعت بقية الاستخدامات بين تدوين الملاحظات (١٠.٦%)، تعزيز الكفاءة المهنية (١٠.١%)، أغراض التصوير والتوثيق (٩.٨%)، نشر جزء من الأخبار (٨.٧%)، الحصول على آراء الأفراد (٧.٣%)، ومراجعة الملاحظات (٦.٧%). وتشير هذه النتائج إلى أن الهاتف المحمول يُستخدم بدرجة أكبر كأداة مهنية للتواصل والإنتاج الإعلامي أكثر من كونه وسيلة للاستخدامات الثانوية.

٧- استخدامات الهاتف المحمول لأعمال الصحفية التي قمتُ بها في عينة الدراسة

جدول رقم (٧) الأعمال الصحفية التي قمتُ بها		
النسبة المئوية	التكرارات	الأعمال الصحفية التي قمتُ بها من خلال الهاتف المحمول
22.8%	38	احتجاج جماهيري
7.2%	12	كوارث طبيعية
9.6%	16	حادث (انفجار، حادث مروري)
15.6%	26	تغطية الحروب
16.8%	28	اجتماع ولقاء سياسي
28.1%	47	مؤتمر الصحفيين
100.0%	167	المجموع

يبين جدول رقم (٧) أن الإجابة عن هذا السؤال كانت متعددة الخيارات (أكثر من جواب)، وهو ما يفسر ارتفاع مجموع التكرارات إلى (١٦٧). وتظهر النتائج أن أعلى نسبة من الأعمال الصحفية التي أنجزت عبر الهاتف المحمول تمثلت في المؤتمر الصحفيين بنسبة (٢٨.١%)، تليها الاحتجاجات الجماهيرية بنسبة (٢٢.٨%)، ثم الاجتماعات واللقاءات السياسية بنسبة (١٦.٨%)، وتغطية الحروب بنسبة (١٥.٦%). كما جاءت الحوادث مثل الانفجارات أو الحوادث المرورية بنسبة (٩.٦%)، وأخيراً الكوارث الطبيعية بنسبة (٧.٢%). وتشير هذه النتائج إلى تنوع مجالات التغطية الصحفية المنجزة عبر الهاتف المحمول، مع تركّز أكبر في الفعاليات الرسمية والأحداث الميدانية ذات الطابع الإخباري المباشر.

٨- التطبيقات الموجودة في هاتفك المحمول التي تستخدمها أكثر في العمل الصحفي في عينة الدراسة

جدول رقم (٨) التطبيقات الموجودة في هاتفك المحمول التي تستخدمها أكثر		
النسبة المئوية	التكرارات	التطبيقات الموجودة في هاتفك المحمول التي تستخدمها أكثر
24.4%	49	تطبيق خاص بالتصوير الفوتوغرافي
15.9%	32	تطبيق مخصص لتسجيل الفيديو
10.4%	21	تطبيق مخصص لتحرير الفيديو
10.0%	20	تطبيق مخصص لتحرير الفيديو ونشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي
9.0%	18	تطبيق مخصص لإضافة الرسوميات على النصوص والعناوين
9.0%	18	تطبيق مخصص لإضافة العناوين، والتعليقات، والصور، والشعارات
21.4%	43	تطبيق مخصص لتسجيل الصوت
100.0%	201	المجموع

يبين جدول رقم (٨) أن الإجابة عن هذا السؤال كانت متعددة الخيارات (أكثر من جواب)، وهو ما يفسر ارتفاع مجموع التكرارات إلى (٢٠١). وتظهر النتائج أن أكثر التطبيقات استخدامًا في العمل الصحفي هو تطبيق خاص بالتصوير الفوتوغرافي بنسبة (٢٤.٤%)، يليه تطبيق مخصص لتسجيل الصوت بنسبة (٢١.٤%)، ثم تطبيق مخصص لتسجيل الفيديو بنسبة (١٥.٩%). كما توزعت بقية الاستخدامات بين تطبيقات تحرير الفيديو (١٠.٤%)، وتحرير الفيديو ونشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي (١٠.٠%)، وإضافة الرسوميات على النصوص والعناوين (٩.٠%). وتشير هذه النتائج إلى أن الاستخدام يتركز بصورة أكبر على التطبيقات المرتبطة بالإنتاج الميداني (التصوير والتسجيل)، مقارنة بتطبيقات المعالجة والنشر، مما يعكس طبيعة الاعتماد على الهاتف المحمول كأداة أساسية في جمع المحتوى الصحفي.

٩- قرأت دليل الصحافة عبر الهاتف المحمول الذي أعده الشبكة الدولية للصحفيين في عينة الدراسة

جدول رقم (٩) قراءات دليل الصحافة عبر الهاتف المحمول		
النسبة المئوية	التكرارات	قراءات دليل الصحافة عبر الهاتف المحمول
28.2%	24	نعم
71.8%	61	كلا
100%	85	المجموع

يبين جدول رقم (٩) أن غالبية الإعلاميين المشاركين في الدراسة لم يقرأوا دليل "الصحافة عبر الهاتف المحمول"، إذ بلغت نسبتهم (٧١.٨%) بعدد (٦١) فرداً، مقابل (٢٨.٢%) فقط من الإعلاميين الذين قرأوا الدليل بعدد (٢٤) فرداً. وتشير هذه النتائج إلى أن معظم الإعلاميين لم يطلعوا على الإرشادات المتخصصة في العمل الصحفي عبر الهاتف المحمول، وهو ما قد يؤثر على مستوى المعرفة المهنية أو طرق استخدام التكنولوجيا في جمع وتحرير الأخبار.

١٠- استخدام الهاتف المحمول كأداة في العمل الصحفي داخل غينة الدراسة

جدول رقم (١٠) استخدام الهاتف المحمول كأداة في العمل الصحفي		
استخدام الهاتف المحمول كأداة في العمل الصحفي	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	78	91.8%
كلا	٠	0%
لا اعلم	7	8.2%
المجموع	85	100%

يبين جدول رقم (١٠) أن غالبية الإعلاميين المشاركين في الدراسة يستخدمون الهاتف المحمول كأداة في العمل الصحفي، إذ بلغت نسبة الذين أجابوا بـ "نعم" (٩١.٨%) بعدد (٧٨) فرداً، بينما بلغت نسبة من أجابوا بـ "لا أعلم" (٨.٢%) بعدد (٧) أفراد، ولم توجد إجابات بـ "كلا". وتشير هذه النتائج إلى أن الهاتف المحمول أصبح أداة أساسية وواسعة الانتشار في العمل الصحفي بين الإعلاميين، مما يعكس الاعتماد الكبير على التكنولوجيا المحمولة في جمع الأخبار وتحريرها ونشرها.

١١- تنزيل التطبيقات على هاتفك المحمول لتساعدك في العمل الصحفي داخل عينة الدراسة

جدول رقم (١١) تنزيل التطبيقات على هاتفك المحمول		
تنزيل التطبيقات على هاتفك المحمول	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	70	82.4%
كلا	7	8.2%
لا اعلم	8	9.4%
المجموع	85	100%

يبين جدول رقم (١١) أن الغالبية العظمى من الإعلاميين المشاركين في الدراسة يقومون بتنزيل التطبيقات على هواتفهم المحمولة، حيث بلغت نسبة الإجابات بـ "نعم" (٨٢.٤%) مقابل (٨.٢%) أجابوا بـ "كلا" و (٩.٤%) بـ "لا أعلم". تعكس هذه النسبة المرتفعة اعتماد الإعلاميين على التطبيقات الرقمية كأدوات مساعدة في أداء المهام الصحفية، سواء في جمع المعلومات، توثيق الأحداث، تحرير المحتوى، أو النشر عبر المنصات الرقمية. وتدل هذه النتائج على الدور المتزايد للتكنولوجيا المحمولة في تعزيز الكفاءة المهنية للإعلاميين.

١٢- استخدام الهاتف المحمول في جمع المعلومات والقصص الصحفية المهمة داخل عينة الدراسة

جدول رقم (١٢) استخدام الهاتف المحمول في جمع المعلومات والقصص الصحفية		
النسبة المئوية	التكرارات	استخدام الهاتف المحمول في جمع المعلومات والقصص الصحفية
88.2%	75	نعم
4.7%	4	كلا
7.1%	6	لا أعلم
100%	85	المجموع

يبين جدول رقم (١٢) أن غالبية الإعلاميين المشاركين في الدراسة يستخدمون الهاتف المحمول في جمع المعلومات والقصص الصحفية، حيث بلغت نسبة الإجابات بـ "نعم" (٨٨.٢%) بعدد (٧٥) فرداً، مقابل (٤.٧%) أجابوا بـ "كلا" و (٧.١%) أجابوا بـ "لا أعلم". وتشير هذه النتائج إلى أن الهاتف المحمول يمثل أداة رئيسية وفعالة للإعلاميين في العملية الصحفية، سواء في رصد الأحداث الميدانية أو جمع البيانات والمصادر، مما يعكس التوجه المتزايد نحو استخدام التكنولوجيا المحمولة لتعزيز سرعة ودقة العمل الصحفي.

١٣- التحديات و الصعوبات التي تواجه الصحفيين في تبني وتوظيف الهاتف المحمول في العمل الصحفي داخل عينة الدراسة

جدول رقم (١٣) التحديات و الصعوبات التي تواجه الصحفيين في تبني وتوظيف الهاتف المحمول في العمل الصحفي داخل عينة الدراسة		
النسبة المئوية	التكرارات	التحديات و الصعوبات المهنية التي تواجه الصحفيين في تبني وتوظيف الهاتف المحمول
27.6%	16	عدم توفر إمكانية لاقتناء هاتف ذكي
5.2%	3	لم أكن متمرساً في استخدام الهاتف المحمول

37.9%	22	أستطيع إنجاز مهام مهنية دون الحاجة إلى الهاتف المحمول
8.6%	5	في الأساس، لم أكن أعير أهمية لذلك الموضوع
20.7%	12	التطبيقات المخصصة في هذا المجال متوفرة بلغات أجنبية، ولا أتمكن من فهمها
100.0%	58	المجموع

يبين جدول رقم (١٣) التحديات و الصعوبات التي تواجه الصحفيين في تبني وتوظيف الهاتف المحمول في العمل داخل عينة الدراسة: أظهرت النتائج أن أبرز الصعوبات تتمثل في عدم توفر الأجهزة المتطورة والمتقدمة لدعم إنتاج فني متكامل بنسبة (٢٧.٦%)، ومن ثم الاكتفاء بأساليب التحرير المكتبية وصعوبة المونتاج الميداني بنسبة (٣٧.٩%)، ويليها مواجهة عوائق لغوية لتوفر البرامج المتقدمة بلغات أجنبية فقط بنسبة (٢٠.٧%). فيما سجل غياب الوعي والاهتمام الكافي ببرمجيات المونتاج الصوتي و الفيديو المتخصصة بنسبة (٨.٦%) و ضعف المهارات التطبيقية المباشرة بنسبة (٥.٢%).

التحقق من الفرضيات

أ-وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وقراءة دليل الصحافة عبر الهاتف المحمول

جدول رقم (١٤) اختبار مربع كاي		
قيمة مربع كاي	درجات الحرية	Sig.
104 ^a	1	.747

يبين جدول رقم (١٤) نتائج اختبار مربع كاي للتحقق من وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وقراءة دليل الصحافة عبر الهاتف المحمول. وقد بلغت قيمة مربع كاي (٠.١٠٤) عند درجة حرية (١)، وبمستوى دلالة إحصائية (Sig = 0.747) وبما أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من (٠.٠٥)، فإن ذلك يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وقراءة دليل الصحافة عبر الهاتف المحمول لدى أفراد عينة الدراسة. وعليه يمكن الاستنتاج أن قراءة هذا الدليل لا تختلف باختلاف الجنس بين الإعلاميين المشاركين في الدراسة.

ب-وجود علاقة بين الجنس و استخدام الهاتف المحمول كأداة في العمل الصحفي

جدول رقم (١٥) اختبار مربع كاي		
قيمة مربع كاي	درجات الحرية	Sig.
2.267 ^a	1	.132

يبين جدول رقم (١٥) نتائج اختبار مربع كاي للتحقق من وجود علاقة بين الجنس واستخدام الهاتف المحمول كأداة في العمل الصحفي. وقد بلغت قيمة مربع كاي (٢.٢٦٧) عند درجة حرية (١)، وبمستوى دلالة إحصائية $(Sig = 0.132)$ وبما أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من (٠.٠٥)، فإن ذلك يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس واستخدام الهاتف المحمول كأداة في العمل الصحفي لدى أفراد عينة الدراسة، مما يدل على أن استخدام الهاتف المحمول في العمل الصحفي لا يختلف باختلاف الجنس بين الإعلاميين المشاركين في الدراسة.

ت-الجنس * تنزيل التطبيقات على هاتفك المحمول

جدول رقم (١٦) اختبار مربع كاي		
قيمة مربع كاي	درجات الحرية	Sig.
3.849 ^a	2	.146

يبين جدول رقم (١٦) نتائج اختبار مربع كاي للتحقق من وجود علاقة بين الجنس وتنزيل التطبيقات على الهاتف المحمول. وقد بلغت قيمة مربع كاي (٣.٨٤٩) عند درجة حرية (٢)، وبمستوى دلالة إحصائية $(Sig = 0.146)$ وبما أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من (٠.٠٥)، فإن ذلك يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وتنزيل التطبيقات على الهاتف المحمول لدى أفراد عينة الدراسة، مما يشير إلى أن عملية تنزيل التطبيقات لا تختلف باختلاف الجنس بين الإعلاميين المشاركين في الدراسة.

ث-الجنس * استخدام الهاتف المحمول في جمع المعلومات والقصص الصحفية المهمة

جدول رقم (١٧) اختبار مربع كاي		
قيمة مربع كاي	درجات الحرية	Sig.
3.661 ^a	2	.160

يبين جدول رقم (١٧) نتائج اختبار مربع كاي للتحقق من وجود علاقة بين الجنس واستخدام الهاتف المحمول في جمع المعلومات والقصص الصحفية المهمة. وقد بلغت قيمة مربع كاي (٣.٦٦١) عند درجة حرية (٢)، وبمستوى دلالة إحصائية $(Sig = 0.160)$ وبما أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من (٠.٠٥)، فإن ذلك يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس واستخدام الهاتف المحمول في جمع المعلومات والقصص الصحفية لدى أفراد عينة



الدراسة، مما يدل على أن استخدام الهاتف المحمول في هذا المجال لا يختلف باختلاف الجنس بين الإعلاميين المشاركين في الدراسة.

الفصل الرابع/ النتائج و الاستنتاجات و المقترحات و التوصيات

٤-١ نتائج الدراسة:

١. أظهرت النتائج ان صحافة الهاتف المحمول في مجتمع الدراسة تعتمد بشكل رئيسي على فئة الشباب حيث شكلت الفئات العمرية (١٨-٣٢ عاما) النسبة الأكبر بواقع ٦٨% و تزامن ذلك مع هيمنة الوظائف الميدانية (المراسلين و المضيفين) على العينة بنسبة اجمالية بلغت ٦٥.٩%.
٢. كشفت النتائج أن الإعلام الحزبي و الأهلي هما البيئتان الأكثر استقطابا للصحفيين المستخدمين للهاتف بنسبة احتمالية تجاوزت ٨٩% مما يشير الى مرونة المؤسسات في تبني التقنيات الحديثة مقارنة بالإعلام الدولي المحدود في العينة.

٣. هناك اعتماد شبه كلي على الهاتف المحمول كأداة مهنية بنسبة ٩١.٨%، وتتركز الاستخدامات الأساسية في التواصل مع المصادر و التنسيق العملي و إرسال الأخبار العاجلة.

٤. رغم الاعتماد العالي على الهاتف، إلا أن هناك فجوة كبيرة في الجانب الإرشادي الأكاديمي، حيث ان ٧١.٨% من الصحفيين لم يطلعوا على أدلة مهنية متخصصة.

٥. يميل الصحفيون إلى استخدام تطبيقات "الجمع و الالتقاط" (تصوير، تسجيل صوتي) بنسبة تزيد عن ٦٠% بينما تقل النسبة بشكل ملحوظ في تطبيقات "المعالجة و التحرير" (المونتاج و الجرافيك)، مما يعني ان الهاتف يستخدم كأداة جمع أكثر من كأستوديو متكامل.

٤-٢ الاستنتاجات (Conclusion):

١. تشير النتائج الى تحول مهني نحو مفهوم "الصحفي الشامل" الذي يعتمد على حقيبة إعلامية ذكية (الهاتف)، لكن هذا التحول لا يزال في مراحله الأولى (مرحلة الجمع و النقل).

٢. ممارسة صحافة الهاتف لدى العينة تعتمد على (الخبرة الميدانية و المحاولة و الخطأ) أكثر من اعتمادها على المنهجية العلمية أو الدلة المهنية، بدليل عدم الاطلاع على الأدلة التخصصية.

٣. يستنتج من تركيز الاستخدام في (تغطية الاحتجاجات، المؤتمرات، الأخبار العاجلة) أن الهاتف ينظر إليه كأداة سرعة و تدفق و ليس بالضرورة أداة جودة و إنتاج فني عميق.

٤. التساوي الإحصائي بين الجنسين استخدام التطبيقات يعكس ان صحافة الهاتف قللت من الفوارق الجسدية أو التقنية التي كانت تفرضها المعدات الثقيلة سابقا (الكاميرات الكبيرة)، مما أتاح فرصا متساوية للجنسين في الميدان.



٣-٤ مقترحات الدراسة (Suggestion):

١. إجراء دراسة مقارنة بين جودة المحتوى المنتج عبر الكاميرات الاحترافية والمحتوى المنتج عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر الجمهور.
٢. بحث أخلاقيات صحافة الهاتف المحمول (الخصوصية، التصوير السري، التزييف) ومدى التزام الصحفيين بها في الميدان.
٣. إجراء دراسة تحليلية للمواد التي انتجتها أفراد العينة عبر هواتفهم لتقييم مستواها الفني و المهني.
٤. دراسة أثر استخدام الذكاء الاصطناعي المدمج في الهواتف الحديثة على تطوير الداء الصحفي للمراسل الميداني.

٤-٤ توصيات الدراسة (Recommendations):

١. توصي الدراسة المؤسسات الإعلامية بضرورة تعريب و نشر الأدلة المهنية لصحافة الهاتف، و إقامة الورش عمل تخصصية تركز على المونتاج و التحرير عبر الهاتف و ليس التصوير فقط.
٢. دعوة المطورين و الجهات الإعلامية الكبرى لتوفير واجهات تطبيقات باللغة العربية او كردية (حسب سياق العينة) لتسهيل استخدام الأدوات المعقدة في الجرافيك و المونتاج.
٣. على المؤسسات الإعلامية (الحزبية و الأهلية) توفير هواتف ذكية ذات مواصفات عالية وباقات أنترنت كجزء من أدوات العمل الرسمية للمراسلين، لتجاوز العائق المادي الذي ذكره ٢٧.٦% من غير المستخدمين.
٤. ضرورة دمج مساق (صحافة الهاتف المحمول) كجانب عملي إجباري في كليات الإعلام، لضمان تخرج طلبة يمتلكون المهرة قبل الدخول لسوق العملي.

قائمة المصادر

المراجع الكوردية (Kurdish Sources)

١. مستهفا، رزير گوران و رزشاوى، يحيى عومر (٢٠٢٠)، ميدياى نوئ له ساپهى شورشى زانياربييهكاندا، توري ئهكاديميا و ديالوگى ميديا، ج١، سلئمانى.
٢. عبد الرحمن، فرمان (٢٠٢١)، رزبى رورنامهى موبایل MOJO - ، ج٢، چاپخانهى كارو، سلئمانى.
٣. محمهد، ئىركان جىبار (٢٠٢١)، رولى رورنامهى موبایل له بهرهمهئنانى هوالى كهئاله ئاسمانبييه كوردبييهكان لاي ميدياكاران (توئزئهميهكى وهسى رووپئوبيه)، (نامهى ماستر)، زانكوى پؤليتهكنيكي سلئمانى، بهشى تهكنيكي ميديا.

تطبيقات الاندماج الإعلامي عبر الهاتف الذكي لدى الصحفيين (دراسة ميدانية في محافظة

أربيل)

٤. أمين، بنار رسول حمه (٢٠٢١)، موقع موجو جورنال في إنتاج الأخبار التلفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السليمانية.

المراجع العربية (Arabic Sources)

١. إبراهيم، سعد وحسين، حيدر أحمد (٢٠١٩)، دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الأخبار المتنقلة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٦، برلين.
٢. بن صغير، زكريا (٢٠٢٠)، خدمات صحافة الموبايل وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية المتنقلة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد ١، الجزائر.
٣. التوأم، إبراهيم حسن (٢٠١٨)، استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة.
٤. جابر، جاسم محمد الشيخ (٢٠١٦)، صحافة المحمول، بيت الغشام للصحافة والنشر، مسقط.
٥. حجاب، محمد منير (٢٠١٠)، نظريات الاتصال، ط ١، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
٦. الرحباني، عبير (٢٠١٢)، الإعلام الرقمي، ط ١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
٧. رضوان، سائد سعيد محمد (٢٠١٦)، اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة.
٨. السنجري، بشرى داود (٢٠١٩)، صحافة الموبايل (موجو) خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية، ط ١، دار الكتب الجامعية، العين.
٩. شاهين، سناء يوسف محمد (٢٠١٧)، صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم.
١٠. عبد الحميد، محمد (٢٠٠٦)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٣، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة.
١١. عبد الفتاح، علي (٢٠١٦)، الاندماج الإعلامي والاتصالي وتطبيقاته المعاصرة، دار غيداء للنشر، عمان.
١٢. علم الدين، محمود (٢٠٠١)، الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات، مطابع الأهرام، القاهرة.
١٣. فخر الدين، رانيا (٢٠٢٤)، الاندماج الإعلامي الافتراضي والمجال العام التفاعلي، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد ٥، العدد ١، القاهرة.
١٤. لاريا، ديانا ومرعي، منتصر (٢٠١٧)، دليل صحافة الهاتف المحمول، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب، ط ١، الدوحة، قطر.
١٥. مجاهد، إيهاب وعوض، أمينة رزق (٢٠٢٤)، واقع الاندماج الإعلامي من وجهة نظر أجيال مختلفة من الإعلاميين في مصر: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، القاهرة.
١٦. مكاي، حسن عماد والسيد، ليلي (٢٠٠٦)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط ٦، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
١٧. مهيرة، نوال وفيلاي، هدايات (٢٠٢١)، الاندماج الإعلامي الرقمي والمنصات التفاعلية، مجلة دراسات وأبحاث، العدد ٢، الجزائر.

المراجع الأجنبية (English sources)



- 1.Agiwal, M., Roy, A., & Saxena, N. (2016). Next generation 5G wireless networks: A comprehensive survey. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 18(3), 1617-1645.
- 2.Anderson, C. W., Downie, L., & Schudson, M. (2016). *The News Media: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press.
- 3.Burum, I., & Quinn, S. (2015). *MOJO: The Mobile Journalism Handbook*. Focal Press.
- 4.Dwyer, T. (2010). *Media Convergence*. Open University Press.
- 5.Hill, S., & Burum, I. (2018). *Editorial Craftsmanship in Mobile Journalism*. Routledge.
- 6.Hunukumburek, M., Coon, J. P., Allen, B., & Vernon, T. (2022). *Technology and Business of Mobile Communications*. Wiley-IEEE Press.
- 7.Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- 8.Katz, J. E. (2008). *Handbook of Mobile Communication Studies*. The MIT Press.
- 9.Kumar, A., et al. (2010). Evolution of mobile wireless communication networks: 1G to 4G. *International Journal of Computer Applications*, 1(14), 68-73.
- 10.Molyneux, L. (2015). Mobile news consumption: A habit of snacking. *Digital Journalism*, 3(1), 108-125.
- 11.Phillips, A. (2015). *Journalism in Context: Practice and Theory for the Digital Age*. Routledge.
- 12.Richter, F. (2017). *The Smartphone Platform War Is Over*. Statista. Retrieved from <https://www.statista.com/chart/4112/smartphone-platform-market-share/>
- 13.Taylor, A. J. (2005). *Computer Supported Cooperative Work*. Springer.
- 14.Westlund, O. (2013). A review of societal, organizational and individual factors affecting mobile journalism. *Mobile Media & Communication*, 1(1), 6-26.

List of sources

Kurdish Sources

- 1.Mustafa Robert Girran and Rishawi, Yahya Omer (2020), New Media for the World Canada, Technology and Technology Dialectic Media, Part 1, Soleimani .
- 2.Abdel-Rahman Farman (2021), Mobile Banking - MOJO vol. 2, Chap Khan, Soleimani .
- 3.Mohamed Erkan Jabbar (2021), Mobile phone name for the most important language in the world. (Tweaking and installing the robot), (master name), technical technology, Soleimani, technical media .
- 4.Amin Banaz Rasul Hama (2021), The Role of Mojo Journal in Television News Production, Unpublished Master's Thesis, University of Sulaimani .

Arabic Sources

- 1.Ibrahim Saad and Hussein, Haider Ahmed (2019), The role of mobile journalism in the shift towards mobile news consumption, *Journal of Media Studies*, Issue 6, Berlin .
- 2.Ben Sghir, Zakaria (2020), Mobile Journalism Services and Their Impact on Independent Media Practice, *Journal of Human Sciences*, Issue 1, Algeria .
- 3.Al-Tawam Ibrahim Hassan (2018), The use of mobile phone applications by Egyptian journalists and its impact on their journalistic performance, *Egyptian Journal of Media Research*, Cairo University .
- 4.Jaber Jassim Mohammed Al-Sheikh (2016) *Mobile Journalism*, Bait Al-Ghasham for Press and Publishing, Muscat .
- 5.Hijab Muhammad Munir (2010) *Communication Theories*, 1st ed., Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, Cairo .
- 6.Rahbani Abeer (2012) *Digital Media*, 1st ed., Osama Publishing and Distribution House, Amman .
- 7.Radwan Saed Saeed Muhammad (2016) *The reliance of Palestinian youth on mobile phone journalism as a source of news during times of crisis*, unpublished master's thesis, Faculty of Arts, Islamic University of Gaza .



- 8.Al-Sinjari ,Bushra Dawood (2019) 'Mobile Journalism (Mojo): Its Formal Characteristics and Technical Capabilities' , st ed ,University Book House, Al-Ain .
- 9.Shaheen ,Sanaa Yousef Mohamed (2017) 'Mobile Journalism and its Implications for Media Practice' , Unpublished Doctoral Thesis, Sudan University of Science and Technology, Khartoum .
- 10.Abdul Hamid, Muhammad (2006) 'Media Theories and Trends of Influence' , rd ed., Alam Al-Kutub Publishing and Distribution, Cairo .
- 11.Abdel Fattah, Ali (2016) 'Media and Communication Integration and its Contemporary Applications' , Ghayda Publishing House, Amman .
- 12.Alam El-Din, Mahmoud (2001) 'Journalism in the Information Age: Fundamentals and Innovations' , Al-Ahram Press, Cairo .
- 13.Fakhr El-Din, Rania (2024), Virtual Media Convergence and the Interactive Public Sphere ,*Journal of Public Opinion Research* , Volume 5, Issue 1 ,Cairo .
- 14.Laria ,Diana and Marai, Montaser (2017) 'Mobile Journalism Guide' , Al Jazeera Media Training Center, 1st ed., Doha, Qatar .
- 15.Mujahid, Ehab and Awad, Amina Rizk (2024), The reality of media integration from the perspective of different generations of media professionals in Egypt: A field study ,*Journal of Media Research* , Al-Azhar University, Cairo .
- 16.Makawi ,Hassan Emad and El-Sayed, Laila (2006) 'Communication and its Contemporary Theories' , th ed., Egyptian-Lebanese House, Cairo .
- 17.Mahira ,Nawal and Filali, Hidayat (2021), Digital Media Convergence and Interactive Platforms ,*Journal of Studies and Research* , Issue 2 ,Algeria .
- (English sources) Foreign references**
- 15.Agiwal, M., Roy, A., & Saxena, N. (2016). Next generation 5G wireless networks: A comprehensive survey. *IEEE Communications Surveys & Tutorials* , 18(3), 1617-1645.
- 16.Anderson, C. W., Downie, L., & Schudson, M. (2016). *The News Media: What Everyone Needs to Know* . Oxford University Press.
- 17.Burum, I., & Quinn, S. (2015). *MOJO: The Mobile Journalism Handbook* . Focal Press.
- 18.Dwyer, T. (2010). *Media Convergence* . Open University Press.
- 19.Hill, S., & Burum, I. (2018). *Editorial Craftsmanship in Mobile Journalism* . Routledge.
- 20.Hunukumburek, M., Coon, J.P., Allen, B., & Vernon, T. (2022). *Technology and Business of Mobile Communications* . Wiley-IEEE Press.
- 21.Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* . New York University Press.
- 22.Katz, J. E. (2008). *Handbook of Mobile Communication Studies* . The MIT Press.
- 23.Kumar, A., et al. (2010). Evolution of mobile wireless communication networks: 1G to 4G. *International Journal of Computer Applications* , 1(14), 68-73.
- 24.Molyneux, L. (2015). Mobile news consumption: A habit of snacking. *Digital Journalism* , 3(1), 108-125.
- 25.Phillips, A. (2015). *Journalism in Context: Practice and Theory for the Digital Age* . Routledge.
- 26.Richter, F. (2017). *The Smartphone Platform War Is Over* . Statista. Retrieved from <https://www.statista.com/chart/4112/smartphone-platform-market-share/>
- 27.Taylor, A. J. (2005). *Computer Supported Cooperative Work* . Springer.
- 28.Westlund, O. (2013). A review of societal, organizational and individual factors affecting mobile journalism. *Mobile Media & Communication* , 1(1), 6-26.