

The Academic Elite's Attitudes Toward the Role of Websites in Political Awareness - A Field Study

اتجاهات النخب الأكاديمية إزاء دور المواقع الإلكترونية في التوعية السياسية - دراسة ميدانية

Razzaq Abbas Abd Hamad*1,
Professor Dr. Moaded Khalaf Hussein*,2
Anbar University/College of
Arts/Department of Media*2+1

رزاق عباس عبد حميد*1
أ.د. مؤيد خلف حسين*2
جامعة الانبار/ كلية الآداب/ قسم الإعلام*2+1

ABSTRACT

This study aimed to uncover the extent to which the academic elite rely on websites regarding the formation of the government after the 2021 parliamentary elections in Iraq. The research adopts a descriptive approach using a survey methodology. The study employed the theory of media reliance and focused on the community of users of electronic websites among the academic elite in Iraqi universities, with 402 participants. The study covered the period from October 10, 2021, to October 19, 2022. The study found that the average usage of electronic websites was "sometimes" at a rate of 52.24% and "always" at a rate of 39.30%. Political topics were the most followed subjects on electronic websites, accounting for 27.50%. The study also highlighted that "Al-Sharqiya News" website was the most preferred by the respondents for updates on government formation topics.

الخلاصة:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى اعتماد النخب الأكاديمية على المواقع الإلكترونية في استقاء المعلومات إزاء قضية تشكيل الحكومة بعد الانتخابات البرلمانية العراقية ٢٠٢١. ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية، مستخدماً المنهج المسحي، حيث تم تطبيق فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار فكري للدراسة. وتحدد مجتمع البحث بمستخدمي المواقع الإلكترونية من الأكاديميين في الجامعات العراقية بواقع (٤٠٢) مبحوث، كما حدد المجال الزمني بالمدة من (١٠/٢٠٢٢م) لغاية (١٩/١٠/٢٠٢٢م) وهي فترة الحراك السياسي المكثف. وتوصلت الدراسة إلى نتائج حيوية، أبرزها أن معدل الاستخدام للمواقع الإلكترونية جاء بدرجة (أحياناً) وبنسبة (٥٢.٢٤%)، يليه (دائماً) بنسبة (٣٩.٣٠%). كما تصدرت الموضوعات السياسية قائمة المتابعة بنسبة (٢٧.٥٠%)، وأظهرت النتائج تفوق موقع (الشرقية نيوز) كأبرز المصادر الرقمية التي يفضلها المبحوثين لمتابعة مستجدات تشكيل الحكومة وتفسير مواقف الكتل السياسية المختلفة.

الكلمات المفتاحية:

المواقع الإلكترونية، النخب الأكاديمية، الاتجاهات، التوعية السياسية

Keywords:

Electronic Websites, Academic Elite, Trends, political awareness.

Received

استلام البحث

2/6/2025

Accepted

قبول النشر

4 /9/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/4/2026

مقدمة:

أخذ الإعلام الحالي حجم كبيراً ودوراً فاعلاً في جميع المجالات الحياتية، خاصة السياسية والاجتماعية والاقتصادية منها، وذلك بفضل التطور الكبير في علم التكنولوجيا الحديثة، وصار الانترنت وسيلة إعلامية حديثة أنتجت من خلال التطور التكنولوجي، وأصبح من أكثر الوسائل انتشاراً، مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية ونجح هذا التطور في تخطي جميع الحواجز الزمانية والمكانية، وتحقق قدراً كبيراً في التفاعلية والفورية والتحرر من التبعية، فضلاً عن وجود برامج وتطبيقات إلكترونية مختلفة ومن هذه التطبيقات المواقع الإلكترونية العامة والمواقع الإلكترونية الاخبارية الخاصة.

وازداد دور الإعلام والمواقع الإلكترونية العراقية في المراقبة والاطلاع على عملية آليات تشكيل الحكومة، واستطاعتها نشر كل ما يجري في عملية تشكيل الحكومة سواء ما يحدث خلف الكواليس او ما يدور من تغطية في تطوراتها، وتوسعت أيضاً الوسائل الإعلامية والاتصال بكل انواعها في نقل التحليلات السياسية والتصريحات ذات الصلة التي تعمل بها المواقع الإلكترونية، وهذا يكون تحت صياغ أيديولوجية وتوجه مالكيها من خلال سيطرتهم عليها. يحاول الباحث دراسة دور المواقع الإلكترونية في متابعة آليات مراحل تشكيل الحكومة، ومن ثم تحديد اتجاهات الجمهور نحو أزمة تشكيل الحكومة من خلال التغطية العامة والخاصة التي تقدمها المواقع الإلكترونية عن طريق التطبيقات الإلكترونية، وما يصاحبها من زيادة الاعتماد على الوسائل الإعلامية في الحصول على المعلومات ومن ثم تحديد اتجاهات الجمهور ازائها.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

نستطيع ان نحدد مشكلة بحثنا في هذه الدراسة عن طريق عدم الوضوح في مدى اعتماد النخب الاكاديمية على المواقع الإلكترونية العراقية إزاء تشكيل الحكومة العراقية، ويرغب الباحث الحصول والسعي الى تلخيص مشكلة البحث بالسؤال الرئيسي: ما مدى اعتماد النخب الاكاديمية للمواقع الإلكترونية العراقية إزاء تشكيل الحكومة العراقية بعد الانتخابات البرلمانية لسنة ٢٠٢١؟ ويتفرع من هذا السؤال مجموعة أسئلة فرعية أبرزها:

١. هل تمكنت المواقع الإلكترونية من تحديد اتجاهات وميول النخب الأكاديمية نحو أزمة تشكيل الحكومة؟
٢. ما مدى اعتماد النخب الاكاديمية على المواقع الإلكترونية العراقية حول معرفة قضية قرار تشكيل الحكومة العراقية؟
٣. هل ساعدت المواقع الإلكترونية في التأثير على النخب الأكاديمية العراقية إزاء المشاركة الانتخابية؟
٤. ما أبرز المواقع الإلكترونية المفضلة من قبل النخب الأكاديمية التي تتابع قضايا قرار تشكيل الحكومة العراقية وأهم الموضوعات التي تناولتها؟

ثانياً: أهمية البحث

يكتسب البحث العلمي أهميته بما يقدمه من فوائد متعددة للفائز بالبحث العلمي وللعناصر التي ترتبط بالمجتمع وتحل مشكلاته وما تضيفه لميدان العلم في مجال التخصص^(١)، تأتي أهمية هذه الدراسة تماشياً مع حاجة النخب الأكاديمية في معرفة التطورات الإعلامية التي رافقت تشكيل الحكومة بعد الانتخابات، ونستطيع ان نحدد أهمية الدراسة الى أهمية علمية وأخرى نظرية.

١. الأهمية العلمية: تكمن أهمية الدراسة البحثية في ظل ما يجري من تحولات سياسية مستمرة يمر فيها البلد في المجال السياسي الذي يعتبر العصب المهم في هذه التحولات إذ تناولت هذه

(١) إسماعيل ابراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ٢٩.

الدراسة الظاهرة الإعلامية والتي تتمثل في انتشار المواقع الإلكترونية التي لها دور بارز في عملية التواصل بين أنواع الفقرات الجماهيرية، مما ينتج عن هذا التواصل تأثيراً على جمهور المستخدمين في كافة جوانب الحياة.

٢. الأهمية النظرية: تساعد هذه الدراسة على التعرف الإيجابيات والسلبيات للمواقع الإلكترونية فيما يخص دورها في تحديد اتجاهات أزمة تشكيل الحكومة العراقية والتعرف على آثارها على المستوى السياسي، وتساهم هذه الدراسة في طرح وتقديم معلومات مهمة حول دور المواقع الإلكترونية في المجال السياسي وقوة ذلك الدور، أو ضعف هذا الدور والعوامل التي تؤثر في قوته، ما يمهّد الطريق لأجراء بحوث ودراسات في المستقبل تكون أكثر عمقا، وخاصة في حدوث متغيرات أخرى.

ثالثاً: أهداف البحث

إن الجهد المقصود من أي بحث علمي هو الوصول الى أهداف معينة يحددها الباحث في مرحلة مبكرة من البحث وهي لا تنفصل عن المشكلة البحثية^(١)، فتحديد الهدف من الدراسة يضعه الباحث وهو الغاية الأولى التي يسعى الباحث الى تحقيقها، لأن نجاح البحث العلمي مرهون بالهدف الذي يحققه من الدراسة. وتسعى أهداف الدراسة لما يأتي:

- ١- التعرف على دوافع استخدام المواقع الإلكترونية العراقية حول معرفة قضية تشكيل الحكومة.
- ٢- الكشف عن معدلات استخدام المواقع الإلكترونية فيما يخص الجوانب السياسية حول أزمة تشكيل الحكومة العراقية وأبرز المواضيع التي تناولتها.
- ٣- تهدف الدراسة الى كشف العلاقة بين مستوى اعتماد النخب على المواقع الإلكترونية وحجم المشاركة في العملية السياسية لتشكيل الحكومة.
- ٤- الوقوف على حقائق اتجاهات النخب الأكاديمية إزاء تشكيل الحكومة العراقية، وهل تمكنت المواقع من تحديد اتجاهاتهم.
- ٥- كشف ومعرفة تقييم النخب الأكاديمية لعرض المواقع الإلكترونية العراقية لموضوع الانتخابات العراقية ٢٠٢١.

رابعاً: منهج البحث ونوعه

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تعتمد في دراستها على المنهج المسحي. لذا أستُخدم في دراسة هذا البحث المنهج المسحي ليتمكن للباحث التعرف على طبيعة وشكل الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية العراقية التي اعتمدها النخب الأكاديمية إزاء مشكلة تشكيل الحكومة العراقية بعد الانتخابات البرلمانية ٢٠٢١، كما اعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون للتعلم في تحليل وتفسير نتائج المقياس

خامساً: أداة البحث

استخدم الباحث في تحقيق نجاح بحثه أداة الاستبانة: إذ اشتملت على اسئلة التعرض للمواقع الإلكترونية.

سادساً: مجتمع البحث والعينة

يتمثل في اساتذة الجامعات (النخبة الأكاديمية) في ثمانية جامعات عراقية في تخصصات الإعلام والعلوم السياسية، إذ تم اختيار جامعة الأنبار في غرب العراق، وبغداد والعراقية في وسط العراق، والموصل وتكريت في شمال العراق، وبابل والكوفة وذي قار في جنوب العراق، لتكون ممثلة تمثيلاً دقيقاً لجميع الدراسة، إذ بلغ العدد الكلي (٥٥٣) تدريسي وتدرسية في هذه الجامعات ضمن تخصص الإعلام والعلوم السياسية.

(١) أمنية راند محمد جواد، مضامين الدعاية الموجهة في المواقع الإلكترونية الناطقة بالعربية لموقعي sputnik و موقع time of Israel الإسرائيلي، بغداد، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، ٢٠١٨م، ص ٢٠.

عينة البحث: مكونة من (٤٠٢) مبحوث استجاب لملء الاستمارة والمقياس، إذ قام الباحث بالاعتماد على العينة العمدية، من خلال اختيار التخصصات المذكورة (إعلام وعلوم سياسية) كونهم الاقرب لموضوع الدراسة والاكثر احتكاكاً بأطراف القضية، وتم استخدام اسلوب الحصر الشامل للأساتذة الذين بلغ عددهم (٥٥٣).

سابعاً: مجالات البحث

أ- **المجال الزمني:** تحدد المجال الزمني للبحث بدأً من يوم الانتخابات البرلمانية في ١٠/١٠/٢٠٢١م ولغاية اختيار رئيس الوزراء في ١٩/١٠/٢٠٢٢م.

ب- **المجال المكاني:** يتمثل في الجامعات العراقية الثمانية تخصص الإعلام والعلوم السياسية وهي جامعة بغداد- كلية الإعلام وكلية العلوم السياسية، الجامعة العراقية - كلية الإعلام، وكلية العلوم السياسية، جامعة تكريت - كلية الآداب قسم الإعلام، وكلية العلوم السياسية، جامعة الموصل- كلية الآداب قسم الإعلام، وكلية العلوم السياسية، جامعة ذي قار- كلية الإعلام، جامعة الانبار- كلية الآداب قسم الإعلام، وكلية القانون والعلوم السياسية قسم العلوم السياسية، جامعة الكوفة - كلية الآداب قسم الإعلام، وكلية العلوم السياسية، جامعة بابل - كلية الآداب قسم الإعلام.

ثامناً: الصدق والثبات

يعتبر عنصر الصدق (validity) مصداقية اداة جمع البيانات وهو ايضا يحصل على اجابة للسؤال، هل ان الاداة تقيس الظاهرة المراد دراستها وليس ظاهرة غيرها، اما الثبات (reliability) دقة وموثوقية وهي عبارة عن اداة جمع البيانات والاجابة عن السؤال الاتي، هل ان الاداة تعطي وتزودنا بنتائج متقاربة إذا طبقناها في أكثر من مرة بظروف مماثلة، ومن اللازم التحقق واجراء الصدق والثبات للأدوات في جمع البيانات، ويتم اختبار الصدق من خلال ما يعرض على المحكمين من ادوات جمع البيانات.^(١)

وهم من جامعات عراقية ومحافظات مختلفة، للحصول على تحكيم دقيق من خلال خبرتهم العلمية الميدانية وبحسب البيئة المكانية لهم في المحافظة أو الجامعة، وقد حصلت استمارة الاستبانة على اتفاق المحكمين بنسبة (٩٨.٢٨%) وهي نسبة عالية، بينما حصلت استمارة المقياس على اتفاق المحكمين بنسبة (٩٨.٣٨%) وهي نسبة عالية.

١- **الصدق** إذ تم عرض الاستمارة بمحوريها الاستبانة والمقياس على مجموعة من المحكمين الخبراء في مجال الإعلام وعلم الاجتماع، وبواقع خمسة محكمين خبراء^(*).

(١) مدحت محمد ابو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠١٧م)، ص ١٩٧.

(*) الخبراء المحكمون:

(١) أ.د. حافظ ياسين الهيتي- جامعة الانبار- كلية الآداب- قسم الإعلام.
 (٢) أ.د. عبد الرحمن علي حمد الفهداوي- جامعة الانبار- كلية الآداب- قسم الإعلام.
 (٣) أ.د. فريد صالح فياض- جامعة تكريت - كلية الآداب- قسم الإعلام.
 (٤) أ.د. رباح مجيد محمد الهيتي- جامعة الانبار- كلية الآداب- قسم علم الاجتماع.
 (٥) أ.د. سحر خليفة سالم- الجامعة العراقية- كلية الإعلام- قسم الصحافة.

جدول (١) يوضح نسبة الإتفاق بين المحكمين لإستمارة الإستبيان

ت	المحكمين	مجموع الفقرات	الفقرات الصالحة	الفقرات غير الصالحة	الفقرات التي تم تعديلها	النسبة المئوية
١	أ.د. حافظ ياسين الهيتي	٥٨	٥٦	١	١	٩٦,٥٥%
٢	أ.د. عبد الرحمن علي حمد الفهداوي	٥٨	٥٨	-	-	١٠٠%
٣	أ.د. فريد صالح فياض	٥٨	٥٨	-	-	١٠٠%
٤	أ.د. رباح مجيد محمد الهيتي	٥٨	٥٦	١	١	٩٦,٥٥%
٥	أ.د. سحر خليفة سالم	٥٨	٥٧	-	١	٩٨,٢٨%
	المجموع	٢٩٠	٢٨٥	٢	٣	

ويعد تحكيم استمارة الاستبيان تم استخراج نسبة الاتفاق بين المحكمين وهي نسبة بسيطة تمثلت بخمسة فقرات فقط بين غير صالحة وتعديل وباستخدام المعادلة الآتية:

$$\text{العدد الكلي للفقرات} = \text{عدد الفقرات} \times \text{عدد المحكمين}$$

$$290 = 5 \times 58 = \text{العدد الكلي}$$

$$\text{نسبة الإتفاق} = \frac{\text{عدد الفقرات الصالحة}}{\text{العدد الكلي}} = 100 \times \frac{285}{290} = 98.28\%$$

تاسعاً: مصطلحات البحث

١-المواقع الإلكترونية: هي مواقع موجودة على الشبكة العنكبوتية وذلك بامتدادات (web) بجميع مراحل احياله المختلفة والتي نقصد بها المواقع الإلكترونية التي تناولت اليات تشكيل الحكومة العراقية^(١).

٢-إعتماد: كلمة الاعتماد في الإعلام تعني الاعتماد على مصدر موثوق به للحصول على المعلومات والايخبار، نعني أننا نثق في صحة ودقة المعلومات التي يقدمها المصدر.
عاشراً: دراسات سابقة

١. دراسة هيثم عكاب (٢٠١٧)^(٢)

سعت هذه الدراسة الى تعريف الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي إزاء المشاركة السياسية بوصفها نشاطا يمارسه الجمهور ليتخذ قراره الانتخابي وممارسة حقوقه السياسية بالاعتماد على المعرفة المتحققة من التعرض اليها، وقد اعتمدت الدراسة في اطارها النظري نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمدت هذه الدراسة التحليلية المنهج المسحي للتعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي إزاء المشاركة السياسية وقد تحدد مجتمع الدراسة الحالي في جمهور اربع اقصية تابعة لمحافظة بغداد (حزام بغداد) وهي قضاء الطارمية، ابي غريب، المحمودية، المدائن ممن يحق لهم المشاركة السياسية من سن (١٨ فما فوق)، وقام الباحث بتطبيق دراسته على (٥٥٠) مفردة وبعد عرض النتائج للدراسة فقد توصلت الى عدة نتائج ميدانية هي:

(١) فحفي حسيت عامر، الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ١٥٠.

(٢) هيثم عكاب عطية الدليمي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي إزاء المشاركة السياسية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠١٧م.

- ١- تصدر موقع (الفييس بوك) قائمة المواقع الاكثر اهمية من قبل المبحوثين حول القضايا السياسية التي تهمهم بنسبة (٦٥.١١%)، وجاء موقع تويتر في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٢٢.٢٢%) ثم موقع اليوتيوب في الترتيب الاخير من حيث الاهمية، بواقع (١٢.٦٦%).
- ٢- اثبتت الدراسة فيما يخص كثافة تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ان الفئة الاكبر لمن يستخدمون المواقع وبشكل (دائماً) وبنسبة وصلت الى (٤٩.٨%) ثم في الترتيب الثاني فئة (احياناً) وبنسبة (٤٠.٤%) ثم بالترتيب الاخير من الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل (نادراً) بنسبة (٩.٨%).
- ٣- اثبتت الدراسة وجود علاقة (طردية) دالة احصائياً بين تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه إزاء المشاركة السياسية، اي كلما زاد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور ارتفع بالمقابل اتجاههم نحو المشاركة السياسية، اي ان الجمهور كلما زاد تعرضه لمواقع التواصل الاجتماعي بمختلف انواعه كلما زاد الاتجاه نحو المشاركة السياسية.

أوجه التقارب والاختلاف والاستفادة من الدراسة:

تعدُّ هذه الدراسة من أقرب الدراسات لدراستنا اذ تبحت في دور مواقع التواصل في تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي، اضافة الى تناولها موضوع المشاركة السياسية الانتخابية، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تم استخدامها في دراستنا، وتمت الاستفادة من هذه الدراسة في كيفية تحديد صياغة المشكلة، اضافة الى الاستفادة من مصادرها الخاصة في تحديد الاتجاهات، أما الاختلاف فقد اقتصر على المجال الزمني والمكاني الذي تمثل بعينة جمهور اربعة اقصية تابعة لمحافظة بغداد ونوع العينة غير متجانس.

٢. دراسة وسام الساعدي (٢٠١٨)^(١).

سعت هذه الدراسة لمعرفة مدى استخدام النخب الاكاديمية العراقية للمواقع الإلكترونية العراقية وعلاقته بالمشاركة السياسية سواء اكانت في الانتخابات ام في الانتماء الى الاحزاب والتيارات السياسية ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية الذي يهدف الى تحليل خصائص ظاهرة معينة وتفسيرها، واستعان الباحث بالمنهج الوصفي وسعية الدراسة لتحقيق مجموعة من الاهداف اهمها:

- ١- تأثير استخدام النخب الاكاديمية العراقية للمواقع الإلكترونية وعلاقتها بمشاركتهم السياسية.
 - ٢- تحديد مستويات المشاركة السياسية لأفراد النخب الاكاديمية العراقية في المواقع الإلكترونية العراقية
 - ٣- الكشف عن الاشباع المتحققة لأفراد النخبة الاكاديمية العراقية.
- وتمثلت عينة البحث من (٣٦٠) تدريسي من اساتذة الجامعات في مدينة بغداد وكانت نتائج الدراسة كالآتي:

١. كشفت نتائج البحث عن اهمية شبكة الانترنت بالنسبة لأفراد النخبة الاكاديمية العراقية من اجل الحصول على المعلومات والمعرفة، والتواصل مع الاخرين والاطلاع على مختلف القضايا والاحداث.
٢. يزداد استخدام افراد النخبة لشبكات الانترنت عند الاحداث والقضايا المهمة في البلد والاعتماد على شبكة الانترنت كوسيلة إعلامية، لمتابعة الاحداث المهمة.
٣. بينت نتائج الدراسة أن (٦٠.٣%) من افراد عينة البحث يعتقدون بأن المواقع الإلكترونية العراقية احياناً ما تسهم في خدمة العملية السياسية.

(١) وسام غالي الساعدي، استخدام النخب للمواقع الإلكترونية العراقية وعلاقته بالمشاركة السياسية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٨م.

٤. تنوعت الإشباعات المتحققة من استخدام افراد عينة الدراسة وشملت اشباعات معرفية من خلال الحصول على المعلومات عن مختلف الاحداث والقضايا السياسية في البلد، واشباعات اخرى ترتبط بفهم الواقع، وكذلك الاشباعات في مجالات شخصية واجتماعية مثل التعبير عن حرية الرأي.

أوجه التقارب والاختلاف والاستفادة من الدراسة:

وجه التقارب بين هذه الدراسة ودراستنا هو ان الباحث تناول جمهور النخب الاكاديمية في موضوع دراسته، وأما في جانب الاختلاف هو الجانب المكاني إذ اقتصرت دراسته على مجتمع أساتذة جامعات بغداد فقط، وأما الاستفادة من هذه الدراسة فكانت في اعداد الخطة وكيفية استخدام النخب الأكاديمية للمواقع الإلكترونية.

المبحث الثاني: المواقع الإلكترونية ودورها في حل الازمات السياسية.

أولاً: مفهوم المواقع الإلكترونية.

تعريف المواقع الإلكترونية: بانها مجموعة صفحات وصور ونصوص ومقاطع فيديو مرتبطة بسياق هيكل متماسك يمتاز بالتفاعلية ويرمي الى عرض وبيان المعلومات والبيانات لجهة ما او مؤسسة اخرى، إذ يستطيع الوصول اليه بزمن غير محدد ولا مكان محدد، وله عنوان فريد يميزه عن باقي المواقع على الشبكة العنكبوتية^(١).

ثانياً: تأثير المواقع الإلكترونية في تكوين الاتجاهات.

للمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات وطرق اقناع عن طريق انتشار المعلومات من خلال حدود النشاط للنظم الاجتماعية والاتجاهات والميول النفسية، والتي تناسب بشكل منتظم عن طريق وسائل الاتصال والمواقع الإلكترونية وتقوم هذه النظم باستغلال قوة واساليب وسائل الاتصال الحديثة لتعمل على نشر طروحات وكذلك ايدولوجيات ليتحقق نشرها في المجتمع^(٢).

إذ اشار عدة باحثون بأن وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها تعمل عل التأثير في فجوة المعرفة ضيقاً أو اتساعاً مثلاً: حينما تقوم وسائل الإعلام بالاستمرار في تقديم مضامين ورسائل عن الموضوع، أزمة سياسة، اقتصادية، أمنية، كذلك حينما يهتم الشخص بموضوع ما (بصرف النظر عن الوضع الاجتماعي والاقتصادي) سيجعله اشد واكثر تعرضاً للوسائل الإعلامية والاتصال، والتي من خلالها يتم تقديم الرسائل عن الموضوع، كذلك تعمل (قوة الدافع) على التأثير في جعل الفجوة المعرفية ضيقة، وهذا يعني انه كلما وجدت دوافع الافراد كبيرة للحصول على اي معلومات عن الموضوع المعين، كانت الفجوة المعرفية قليلة الاتساع، والعكس صحيح، أن الحصيلة المعرفية قد تكون للأفراد ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المحدود افضل من الاشخاص اصحاب المستوى العالي^(٣). أن مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية اصبح لها تأثير واضح لاسيما على الصعيدين السياسي والاجتماعي، إذ تجد الكثير من اصحاب المدونات قد اتفقوا في تحديد مواعيد تظاهراتهم ورفع مطالبهم وشعاراتهم عن طريق المواقع

(١) محمد مصطفى حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية -دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والاجنبية، جامعة تكريت، كلية الادارة والاقتصاد، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، مجلد ٦، عدد ١٨، ٢٠١٠م، ص ٣٨.

(٢) يمنى عاطف صلاح عبد الحميد، الإعلام والفضاء الإلكتروني، (القاهرة: أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، ٢٠١٥م)، ص ٢٢.

(٣) محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، (الرياض: العبيكان للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ١٢٦.

الإلكترونية، كذلك مناقشة القضايا الاجتماعية التي تنتشر في بلدانهم، وللمواقع الإلكترونية تأثير واضح وكبير على المستخدمين من خلال ما يقضونه من الساعات الطويلة أمام هذه المواقع^(١).

ثالثاً: الأزمة السياسية:

وهي من أهم أنواع الازمات فهي ظاهرة غير مستقرة تولد من صراع متصاعد في ذروته ويترتب عليه مخاطر وتهديد الامن وكذلك الاستقرار، وقد يدفع الى حدوث خسائر معنوية ومادية مما يلزم التدخل السريع حسب استراتيجيات مسبقة ومعدة لها وذلك لاحتوائها من الاضرار واعادة الوضع الى الاستقرار بأقل جهد ووقت وتكلفة، وتبرز مشكلة وظهور الأزمة السياسية من خلال عدم الاستقرار الامني والاستقرار السياسي والذي يرتبط بعدم حصول الاستقرار الحكومي وحسب التغيرات السريعة المتتالية التي لها تأثير على الدولة ومؤسساتها^(٢).

رابعاً: دور الإعلام في حل الأزمة السياسية.

يبرز دور الإعلام في ضل الازمات السياسية وأحداث العنف المتنوعة والصراعات الحزبية، ومع كثرة وسائل الإعلام في حياتنا المعاصرة، صار الإعلام جزءاً رئيسياً في ترتيب الأولويات ومؤثراً في عملية اتخاذ القرار حول القضايا المختلفة للشأن المحلي خاصة والإقليمي عامةً، وأصبح الجانب الأكبر لتصوراتنا عن عالمنا وما يحيط بنا من صناعة الإعلام^(٣).

ويعتبر الإعلام الملجأ الأول بالنسبة للفرد البسيط الذي يروم بالتعرف على الأزمة السياسية التي يواجهها المجتمع وكيفية التعامل معها والتغلب عليها، وهذا بدوره يفرض على وسائل الإعلام ان تتعامل بحرفية وحكمة مع الأزمة حتى يمكن تجاوزها، لذلك تعتبر وسائل الإعلام الاداة الرئيسية والمباشرة لإدارة الأزمة، وربما يتم النجاح في تخطي الأزمة والخروج منها بأقل خسارة نتيجة نجاح الإعلام في كيفية التعامل معها وادارتها بشكل صحيح^(٤).

إن كل أزمة تحمل في طبيعتها البيئية بعض العلاقات المتداخلة والمركبة منها ما هو جماعي وما هو فردي، وهذا يلزم وسائل الإعلام بإمداد الجمهور بالمعلومات والبيانات اثناء الأزمة، ويستمر هذا الالتزام حتى انحسار الأزمة ومعالجة واحتواء اثارها^(٥).

واخذ البعد الإعلامي دوراً بارزاً في مجال ادارة الازمات الدولية إذ أصبح نجاح حل الأزمة السياسية له علاقة بتطور تكنولوجية وسائل الإعلام وذلك من خلال اساليب نقل المعلومات عبر وسائل الاتصال الحديثة، إذ تكون شريك رئيسي في حل وادارة الأزمة عبر منصات المعلوماتية من مواقع وشبكات فضائية^(٦).

(١) حيدر صادق الكرخي، طغيان التواصل الاجتماعي على التلفزيون، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع: ٢٠٢١م)، ص ٢٨.

(٢) علي عبد الرحيم صالح، ديمقراطية التعلم واشكالية التسلط والازمات في المؤسسة الجامعية، (عمان: الناشر العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ١٦٨.

(٣) مهيرة عماد السباعي، القضايا الافريقية من المنظور الإعلامي، (عمان: دار المنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ٩.

(٤) صلاح عبد الحميد، الإعلام وادارة الازمات، (عمان: دار المناهل للنشر والتوزيع، د.ت)، ص ٤-٥.

(٥) هويدا مصطفى، الإعلام ومواجهة الارهاب دليل الممارسة المهنية، (عمان: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ٥.

(٦) هويدا مصطفى المرجع السابق نفسه، ص ١٨.

خامساً: إسهامات الإعلام السياسي في حل الأزمة^(١):

- ١- التنشئة السياسية: التي تشير الى كيفية نقل وايصال الثقافة السياسية للمجتمع من خلال دور الإعلام السياسي في اكساب الافراد تفاصيل الحياة السياسية المتمثلة بالحملات الانتخابية والاشخاص المرشحين وكل ما يخص البيئة السياسية.
- ٢- التثقيف السياسي: ينتج الوعي السياسي في حالة تراكم ومضاعفة التصورات والمفاهيم والآراء المكتسبة من قبل الإعلام السياسي، فتساهم رسائله الإعلامية في تثبيتها.
- ٣- التعبئة السياسية: يعمل الإعلام السياسي في بناء الافراد معنوياً ونفسياً وذهنياً لاستقبال الاحداث السياسية المتوقعة.
- ٤- التطوير السياسي للأفراد: تعمل وسائل الإعلام السياسي على ترتيب وتوسيع افق الجماهير ودفعهم الى الامام وترتيب اجنداتهم السياسية، ويتم ذلك عبر التركيز على مشكلة معينة توضع في مقدمة الموضوعات التي تجلب اهتمام اصحاب القرار السياسي.

المبحث الثالث: اتجاهات النخب الأكاديمية إزاء دور المواقع الإلكترونية في التوعية

السياسة بتشكيل الحكومة العراقية

قام الباحث بتوزيع استمارة استبيان على عينة مكونة من (٤٠٢) استاذ جامعي من تخصصات الإعلام والعلوم السياسية يمثلون ثمانية جامعات عراقية بغية تحديد اتجاهاتهم إزاء أزمة تشكيل الحكومة العراقية بعد الانتخابات البرلمانية لسنة ٢٠٢١، وبعد عرض استمارة التعرض وأسئلة الدراسة والإجابة عليها، توصل الباحث الى النتائج التالية:

اولاً: محور البيانات العامة.

جدول (١) يبين جنس المبحوثين:

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	النوع	ت
الأولى	٧١,٦٤%	٢٨٨	ذكر	١
الثانية	٢٨,٣٦%	١١٤	انثى	٢
	١٠٠%	٤٠٢	المجموع	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (النوع) إذ حصل الذكور على المرتبة الأولى بـ(٢٨٨) تكراراً وبنسبة (٧١.٦٤%) بينما حلت الاناث بالمرتبة الثانية بتكرار بلغ (١١٤) وبنسبة (٢٨.٣٦%).

وهذا يدل على ان الاهتمام الذكوري بدرجة عالية بالشأن السياسي الذي يخص آليات تشكيل الحكومة وتفصيلها ومناقشاتها بشكل عام مقارنة بفئة الاناث إذ ان الاهتمام السياسي يكون فيه فارقاً نسبياً عند الاناث وذلك بسبب الطبيعة المجتمعية السائدة لفئة الاناث في المجتمع، كذلك يعود على عدد التدريسيات في هذه التخصصات أقل من الذكور.

(١) عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، (عمان: مجموعة اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ٤١-٤٢.

جدول (٢) يوضح توزيع المبحوثين من حيث السكن.

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	السكن	ت
الأولى	٦٦,٩٢%	٢٦٩	مدينة	١
الثانية	٣٣,٠٨%	١٣٣	ريف	٢
	١٠٠%	٤٠٢	المجموع	

تكشف لنا نتائج الجدول أعلاه ان توزيع المبحوثين حسب (السكن)، تبين ان فئة (المدينة) حلت بالمرتبة الأولى بتكرارات بلغت (٢٦٩) وبنسبة (٦٦.٩٢%) بينما حلت فئة (ريف) بالمرتبة الثانية بتكرارات بلغت (١٣٣) وبنسبة (٣٣.٠٨%).

اذ يدل على طبيعة الاهتمام والتواصل في المدينة والمناقشات في الاوضاع السياسية العامة والنقاشات في المؤسسات الاكاديمية التي يتواجدون فيها وفي المجالات العلمية الاخرى، وكذلك المنتديات الترفيهية والثقافية، وربما ذلك يكون منطقياً بان تكون الاغلبية من المبحوثين (التدريسيين) في المدينة كون اغلب (مجتمع الدراسة) الجامعات هي في مراكز المدن، ولكن أيضاً هذا العدد الكبير من التدريسيين والبالغ (١٣٣) من مجموع (٤٠٢) من سكنة الارياف يعتبر مؤشر جيد على مشاركة التدريسيين الذين يسكنون في الريف في المجال الاكاديمي.

جدول (٣) يبين توزيع المبحوثين من حيث العمر

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الفئة العمرية	ت
الأولى	٤٥,٣٠%	١٨٢	من ٥٤-٤٥ سنة	١
الثانية	٢٤,٩٠%	١٠٠	من ٤٤-٣٥ سنة	٢
الثالثة	٢٤,١٠%	٩٧	من ٣٤-٢٥ سنة	٣
الرابعة	٤,٧٠%	١٩	من ٦٤-٥٥ سنة	٤
الخامسة	١%	٤	من ٦٥ سنة فأكثر	٥
	١٠٠%	٤٠٢	المجموع	

تكشف لنا نتائج الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب فقراتهم العمرية، وتبين ان فئة (من ٤٥-٥٤ سنة) حصلت على المرتبة الأولى بتكرارات بلغت (١٨٢) وبنسبة (٤٥.٣٠%) تلتها فئة (من ٤٤-٣٥ سنة) بالمرتبة الثانية ب (١٠٠) تكراراً وبنسبة (٢٤.٩٠%) ثم جاءت فئة (من ٣٤-٢٥ سنة) بالمرتبة الثالثة وب(٩٧) تكراراً وبنسبة (٢٤.١٠%)، ثم فئة (من ٦٤-٥٥ سنة) جاءت بالمرتبة الرابعة وب (١٩) تكراراً وبنسبة (٤.٧٠%) وحلت فئة (من ٦٥ سنة فأكثر) بالمرتبة الخامسة بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (١%).

ويبين الجدول صدارة الفقرات العمرية (٥٤-٤٥) في المرتبة الأولى ثم الفئة (٤٤-٣٥) بالمرتبة الثانية وهذا انسجاماً مع المستوى التعليمي الذي يبرز فيه حملة شهادات الدكتوراه بنسبة عالية يليها فئة (٣٤-٢٥) بالمرتبة الثالثة والذي ينسجم مع حملة شهادة الماجستير ثم يليها فئة (٦٤-٥٥) و(٦٥-٦٥ فأكثر) بالمراتب الاخيرة وهي تفسيراً لمن هم في نهاية الخدمة الاكاديمية لأصحاب الشهادات العليا.

جدول (٤) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى العلمي

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	المستوى العلمي	ت
الأولى	٦١,١٩%	٢٤٦	دكتوراه	١
الثانية	٣٨,٨١%	١٥٦	ماجستير	٢
	١٠٠%	٤٠٢	المجموع	

توضح نتائج الجدول أعلاه ان توزيع المبحوثين حسب (المستوى العلمي) إذ حصلت فئة (دكتوراه) على المرتبة الأولى ب(٢٤٦) تكراراً وبنسبة (٦١,١٩%) فيما حصلت فئة (ماجستير) على المرتبة الثانية وبتكرارات بلغت (١٥٦) وبنسبة (٣٨,٨١%).

إذ يفسر هذا مع الية وفلسفة استمارة البحث التي توجهت بهدف رئيسي الى اصحاب الشهادات العليا من الاكاديميين في الجامعات العراقية والذين تشكل منهم نسبة (٢٤٦دكتور) من مجموع المبحوثين، ثم المستويات الاقل بدرجة الماجستير بنسبة (١٥٦)، وهذا يمثل التطابق مع المستويات العلمية الاكاديمية في مختلف الجامعات والكليات العراقية، ويدل على ان أغلب الاساتذة حصلوا على فرصة اكمال دراستهم العليا(الدكتوراه)، وهذا يحسب للجامعات بإعطاء فرصة كبيرة لأساتذة الجامعات للحصول على تحصيل علمي عالي، والاهتمام بالبحث العلمي بشكل كبير.

جدول (٥) يظهر توزيع المبحوثين من حيث سنوات الخبرة الاكاديمية

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة الجامعية	ت
الأولى	٣٧,٣١%	١٥٠	من ٢٠-١١ سنة	١
الثانية	٢٧,٣٦%	١١٠	من ١٠ - ٥ سنوات	٢
الثالثة	٢٣,١٣%	٩٣	اقل من ٥ سنوات	٣
الرابعة	٦,٩٧%	٢٨	من ٣٠-٢١ سنة	٤
الخامسة	٥,٢٢%	٢١	من ٣١ سنة فأكثر	٥
	١٠٠%	٤٠٢	المجموع	

يظهر من نتائج الجدول أعلاه توزيع المبحوثين من حيث (سنوات الخبرة الاكاديمية)، إذ حصلت فئة (من ٢٠-١١ سنة) على المرتبة الأولى بتكرارات بلغت (١٥٠) وبنسبة (٣٧.٣١%) في حين حصلت فئة (من ١٠ - ٥ سنوات) على المرتبة الثانية ب (١١٠) تكراراً وبنسبة (٢٧.٣٦%)، وجاءت فئة (اقل من ٥ سنوات) بالمرتبة الثالثة بواقع (٩٣) تكراراً وبنسبة (٢٣.١٣%)، تلتها فئة (من ٣٠-٢١ سنة) بالمرتبة الرابعة بواقع (٢٨) تكراراً وبنسبة (٦.٩٧%)، وأخيراً جاءت فئة (من ٣١ سنة فأكثر) بالمرتبة الخامسة بواقع (٢١) تكراراً وبنسبة (٥.٢٢%).

وهذا ما يتناسب مع الفئة العمرية الى حد كبير ويعتبر هؤلاء أكثر اهتماماً بمجريات العملية السياسية لتشكيل الحكومة العراقية وما تعكسه على اوضاعهم الخاصة والعامة.

جدول (٦) يوضح توزيع المبحوثين الذين اجابوا على الاستمارة موزعين على الجامعات والكليات

المرتبة	النسبة المئوية	عدد الذين اجابوا الإستبيان	العدد الكلي لأفراد العينة	الكلية والقسم	الجامعة
الأولى	٢٣,١٣%	٤٢	٦٩	كلية الإعلام	جامعة بغداد
		٥١	٧٦	كلية العلوم السياسية	
		٩٣	١٤٥	المجموع	
الثانية	١٩,١٥%	٤٥	٦٧	كلية الإعلام	الجامعة العراقية
		٣٢	٤٠	كلية العلوم السياسية	
		٧٧	١٠٧	المجموع	
الثالثة	١٣,١٨%	٢١	٣٠	آداب/قسم الإعلام	جامعة تكريت
		٣٢	٤٨	كلية العلوم السياسية	
		٥٣	٧٨	المجموع	
الرابعة	١٢,٦٩%	١٣	١٦	آداب/قسم الإعلام	جامعة الموصل
		٣٨	٥٠	كلية العلوم السياسية	
		٥١	٦٦	المجموع	
الخامسة	١٠,٤٥%	٣٤	٥٢	كلية الإعلام	جامعة ذي قار
		٨		لا يوجد علوم سياسية	
		٤٢	٥٢	المجموع	
السادسة	٨,٤٦%	١٢	١٥	آداب/قسم الإعلام	جامعة الانبار
		٢٢	٣٠	كلية القانون/قسم العلوم السياسية	
		٣٤	٤٥	المجموع	
السابعة	٧,٩٦%	١٢	١٥	آداب/قسم الإعلام	جامعة الكوفة
		٢٠	٢٩	كلية العلوم السياسية	
		٣٢	٤٤	المجموع	
الثامنة	٤,٩٨%	١٤	٢٠	آداب/قسم الإعلام	جامعة بابل
		٦		لا يوجد علوم سياسية	
		٢٠	٢٠	المجموع	
	١٠٠%	٤٠٢	٥٥٧	الكلية	

تم توزيع استمارة الاستبيان على الجامعات العراقية والتي شملت الكليات والأقسام المشمولة وبواقع (٤٠٢) مبحث من الاكاديميين والتدريسيين الذين تم استلام اجاباتهم بنسب متباينة اذ بلغت نسبة المشاركة في جامعة بغداد كلية الإعلام بأقسامها وكلية العلوم السياسية بأقسامها وبتكرارات بلغت (٩٣) من مجموع (١٤٥) مبحث بنسبة (٢٣.١٣%) تليها الجامعة العراقية كلية الإعلام وكلية العلوم السياسية بأقسامها وبتكرارات بلغت (٧٧) من مجموع (١٠٧) مبحث وبنسبة (١٩.١٥%) ويأتي سبب تصدر هاتان الجامعتان بالمرتبة الأولى والثانية كونهما في العاصمة بغداد فضلاً عن الكثافة السكانية التي تحتلها العاصمة اضافة لاحتوائها على عدة اقسام في كلياتها، أما في المرتبة الثالثة جاءت جامعة تكريت في كلية الآداب قسم الإعلام وكلية العلوم

السياسية إذ بلغت تكراراتها (٥٣) مبحوث من مجموع (٧٨) وبنسبة (١٣.١٨%) اما في المرتبة الرابعة جاءت بها جامعة الموصل ب (٥١) تكراراً من مجموع (٦٦) مبحوث وبنسبة (١٢.٦٩%) وحلت جامعة ذي قار في المرتبة الخامسة بواقع (٤٢) تكراراً من مجموع (٥٢) مبحوث حيث تضم كلية الإعلام فقط، إذ لا يوجد قسم او كلية للعلوم السياسية باستثناء (٨) تدريسيين في تخصص العلوم السياسية على ملاك كلية الإعلام، وكانت النسبة (١٠.٤٥%)، وجاءت في المرتبة السادسة جامعة الانبار في قسم العلوم السياسية في كلية القانون وقسم الإعلام في كلية الآداب بواقع (٣٤) تكرار من مجموع (٤٥) مبحوث وبنسبة (٨.٤٦%) اما في المرتبة السابعة فكانت جامعة الكوفة من خلال كلية العلوم السياسية وقسم الإعلام في كلية الآداب بواقع (٣٢) تكراراً من مجموع (٤٤) مبحوث وبنسبة (٧.٢٦%) اما في المرتبة الثامنة كانت جامعة بابل كلية الآداب قسم الإعلام فقط بواقع (٢٠) تكراراً وهم مجمل مجموع المبحوثين مبحوث علماء ان (٦) مبحوثين هم من اختصاص العلوم السياسية معينين في قسم الإعلام كلية الآداب وبنسبة (٤.٩٨%)، علماً ان الجامعة لا يوجد فيها علوم سياسية.

جدول (٧) يبين توزيع المبحوثين من حيث الحالة الاجتماعية

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الحالة الاجتماعية	ت
الأولى	٧١,١٤%	٢٨٦	متزوج	١
الثانية	٢٣,٨٨%	٩٦	أعزب	٢
الثالثة	٣,٩٨%	١٦	مطلق	٣
الرابعة	١%	٤	أرمل	٤
	١٠٠%	٤٠٢	المجموع	

تبين نتائج الجدول توزيع المبحوثين من حيث (الحالة الاجتماعية) إذ حصلت فئة (متزوج) على المرتبة الأولى بواقع (٢٨٦) تكراراً وبنسبة (٧١.١٤%) فيما حصلت فئة (أعزب) على المرتبة الثانية وبواقع (٩٦) تكراراً وبنسبة (٢٣.٨٨%) (تليها فئة (مطلق) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٦) تكراراً وبنسبة (٣.٩٨%) ثم فئة (أرمل) بالمرتبة الرابعة بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (١%).

وحصول فئة متزوج على المرتبة الأولى يتوافق مع مخرجات المرحلة، وحسب البيئة المجتمعية العراقية، كذلك الحال للمرتبة الثانية كون هناك نسبة من حملة شهادة الماجستير أو المعينين الجدد الذين يشقون طريقهم، أما ما يخص المرتبة الثالثة ربما جاءت لظروف معينة وخاصة ببعض التدريسيين.

جدول (٨) يبين توزيع المبحوثين من حيث مستوى الدخل

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	مستوى الدخل	ت
الأولى	٤١,٢٩%	١٦٦	من ٢-١ مليون	١
الثانية	٣٠,٣٥%	١٢٢	من ٥٠٠- مليون	٢
الثالثة	٢٨,٣٦%	١١٤	أكثر من مليونين	٣
	١٠٠%	٤٠٢	المجموع	

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين من حيث (مستوى الدخل) إذ جاءت فئة (من ٢-١ مليون) بالمرتبة الأولى بواقع (١٦٦) تكراراً وبنسبة (٤١.٢٩%) في حين حلت فئة (من ٥٠٠- مليون) بالمرتبة الثانية وبتكرار (١٢٢) وبنسبة (٣٠.٣٥%) (تلتها فئة (أكثر من مليونين) بواقع (١١٤) تكراراً وبنسبة (٢٨.٣٦%).

من الواضح ان هذه الشرائح في المستوى العمري والعلمي يتوفر لديها وضع اقتصادي مستقر نتج عنه التقارب في الدخل بحيث ان النسبة الاعلى من فئة (من ١ - ٢ مليون) بينما جاءت في المرتبة الثانية فئة من (٥٠٠ - مليون) والتي تمثل المراحل التدريجية من حملة شهادة الماجستير أو بصفة عقد أو معين جديد، أما فئة مليونين فاكثر فهي تمثل اصحاب الدرجات الوظيفية الأعلى، بحكم سنوات العمل التي تصل الى اكثر من ثلاثين عام.

جدول (٩) يبين متابعة الأكاديميين للمواقع الإلكترونية العراقية

ت	مدى المتابعة	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
١	نعم	٤٠٢	١٠٠%	الأولى
٢	كلا	٠	٠	الثانية

تظهر لنا نتائج الجدول أعلاه ان جميع الباحثين يتابعون المواقع الإلكترونية العراقية اذ اجاب جميع الباحثين والبالغ عددهم (٤٠٢) بنعم وبنسبة بلغت (١٠٠%).

ويستنتج من الجدول أعلاه ان جميع الأكاديميين العراقيين في الجامعات العراقية (عينة البحث) هم مواكبين للتطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية وساعد على ذلك توفر الهواتف النقالة التي أصبحت جزءاً أساسياً من متطلبات الحياة اليومية وبالتالي سهلت متابعتهم للمواقع الإلكترونية العراقية.

جدول (١٠) يبين مدى استخدام الباحثين للمواقع الإلكترونية العراقية

ت	استخدام المواقع	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
١	احيانا	٢١٠	٥٢,٢٤%	الأولى
٢	دائماً	١٥٨	٣٩,٣٠%	الثانية
٣	نادراً	٣٤	٨,٤٦%	الثالثة
	المجموع	٤٠٢	١٠٠%	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات الباحثين على السؤال (ما مدى استخدامك للمواقع الإلكترونية العراقية؟) بأن فئة (احياناً) جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٢٠) تكراراً وبنسبة (٥٢,٢٤%) بينما حصلت فئة (دائماً) على المرتبة الثانية بواقع (١٥٨) تكراراً وبنسبة (٣٩,٣٠%) أما المرتبة الثالثة فهي (نادراً) إذ جاءت ب(٣٤) تكراراً وبنسبة (٨,٤٦%).

تباينت عينة البحث حول الاجابة عن مدة استخدام المواقع الإلكترونية وذلك وفق طبيعة المهام للشرائح المتصدرة للباحثين واجادتهم في التعامل مع التقنيات الاتصالية عموماً، والتصفح في المواقع الاخبارية التي عن طريقها يتناول الاوضاع السياسية وألية تشكيل الحكومة خاصة، ولكن اجابات الباحثين تدل على انهم جميعاً يتابعون المواقع لكن بنسب مختلفة، وهذا يتطابق مع الجدول أعلاه.

جدول (١١) المدة التي يقضيها الأكاديميين باستخدام المواقع الإلكترونية العراقية في اليوم.

ت	المدة التي يقضيها	التكرارات	النسبة المئوية	الرتبة
١	من ساعة الى ساعتين	١٤٨	٣٦,٨٢%	الأولى
٢	اقل من ساعة يومياً	١٤٣	٣٥,٥٧%	الثانية
٣	من ساعتين الى ثلاث ساعات	٦٦	١٦,٤٢%	الثالثة
٤	أكثر من ثلاث ساعات	٤٥	١١,١٩%	الرابعة
	المجموع	٤٠٢	١٠٠%	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (ما المدة التي تقضيها باستخدام المواقع الإلكترونية العراقية في اليوم الواحد؟) حصول فئة (من ساعة الى ساعتين) على المرتبة الأولى وبواقع (١٤٨) تكراراً وبنسبة (٣٦.٨٢%) أما التي حصلت على المرتبة الثانية (اقل من ساعة يومياً) ب(١٤٣) تكراراً وبنسبة (٣٥.٥٧%) فيما حلت فئة (من ساعتين الى ثلاث ساعات) المرتبة الثالثة بواقع (٦٦) تكراراً وبنسبة (١٦.٤٢%) وأخيراً حصلت فئة (أكثر من ثلاث ساعات) على المرتبة الرابعة ب(٤٥) تكراراً وبنسبة (١١.١٩%).

ويفسر هذا التباين والتفاوت بمدة الاستخدام بحسب طبيعة الانشغالات للمبحوثين من حيث العمل والوظيفة ومدى تفرغهم من جهة اخرى، ويشير ذلك ايضاً ان المبحوثين تقتصر متابعتهم للمواقع الإلكترونية حسب برامجهم المفضلة فقط، كما ان حصول فئة (من ساعة الى ساعتين) مع حجم الانشغالات الكبيرة وحجم الجهد المبذول من قبل التدريسيين تعتبر نسبة كبيرة جداً مقارنة مع حجم العينة.

جدول (١٢) يبين نوع الجهاز المستخدم في تصفح المواقع الإلكترونية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	نوع الجهاز المستخدم	ت
الأولى	٧١,١٤%	٢٨٦	الهاتف	١
الثانية	٢٢,٦٤%	٩١	كلاهما	٢
الثالثة	٦,٢٢%	٢٥	اللابتوب	٣
	١٠٠%	٤٠٢	المجموع	

تبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (ما نوع الجهاز الإلكتروني الذي تستخدمه في تصفح المواقع الإلكترونية العراقية؟) حيث حصلت فئة (الهاتف) على المرتبة الأولى ب(٢٨٦) تكراراً وبنسبة (٧١.١٤%) فيما جاءت فئة (كلاهما) بالمرتبة الثانية ب(٩١) تكراراً وبنسبة (٢٢.٦٤%) وحلت فئة (الآب توب) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٥) تكراراً وبنسبة (٦.٢٢%).

وهذا ما يفسر ان امتلاك نسب عالية من المبحوثين من المجتمع العراقي على جهاز الهاتف النقال الذكي، وكذلك سهولة حمله وما يحتويه من تطبيقات متنوعة، ومن هذه التطبيقات متصفح المواقع الاخبارية الإلكترونية، ومنها ايضا ما يقوم بمتابعة مجمل الوضع العام السياسي للبلد.

جدول (١٣) يبين الموضوعات التي يتابعها الأكاديميون في المواقع الإلكترونية العراقية.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الموضوعات التي تم متابعتها	ت
الأولى	٢٧,٥٠%	٢٧٦	الموضوعات السياسية	1
الثانية	٢٦,١٠%	٢٦٢	الموضوعات الاجتماعية	٢
الثالثة	١٨,٠٢%	١٨١	الموضوعات الترفيهية والتسلية	٣
الرابعة	١٤,٤٤%	١٤٥	الموضوعات الاقتصادية	٤
الخامسة	١٣,٩٤%	١٤٠	الموضوعات الأمنية	٥
	١٠٠%	١٠٠٤	المجموع	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (ما الموضوعات التي تتابعها في المواقع الإلكترونية العراقية؟) (يمكن اختيار أكثر من موضوع)) إذ حصلت فئة (الموضوعات السياسية) على المرتبة الأولى بواقع (٢٧٦) تكراراً وبنسبة (٢٧.٥٠%) أما فئة (الموضوعات الاجتماعية) جاءت بالمرتبة الثانية وبتكرارات بلغت (٢٦٢) وبنسبة (٢٦.١٠%) والمرتبة الثالثة

كانت من نصيب (الموضوعات الترفيهية والتسلية) بواقع (١٨١) تكراراً وبنسبة (١٨.٢%) أما المرتبة الرابعة (الموضوعات الاقتصادية) فكانت بواقع (١٤٥) تكراراً وبنسبة (١٤.٤٤%) والتي حصلت على المرتبة الخامسة (الموضوعات الأمنية) بتكرارات بلغت (١٤٠) وبنسبة (١٣.٩٤%)، إذ يفسر الاهتمام الأعلى بالنسبة للمبوحين بتعدد الخيارات للموضوعات المقدمة من خلال التصفح في المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تكون مهمة في الدرجة الأساسية للموضوعات السياسية وما لها من دور وتأثير فعال على حياة العراقيين والمختصين، لذلك من الطبيعي ان تحظى بالاهتمام من المتخصصين في الإعلام والعلوم السياسية، ومن ثم البقية للموضوعات الأخرى، والتي جاءت لترتيب الأولوية بالنسبة للمبوحين ولأكثر من اختيار مما يفسر أيضاً على تفاعل العينة مع استمارة التعرض وكذلك المقياس، وجاء ذلك كون مدة الدراسة فيها تغطية مكثفة عن الانتخابات وألية تشكيل الحكومة والخلافات السياسية العميقة التي تلت تلك العملية وما لها من دور وتأثير فعال على حياة العراقيين والمختصين، لذلك من الطبيعي ان تحظى بالاهتمام من المختصين بالإعلام والعلوم السياسية، ويجب الإشارة إلا ان الزيادة في عدد التكرارات في هذا الجدول جاءت كون هذا السؤال يتيح للمبوحين الاجابة على اكثر من خيار.

جدول (١٤) منصات مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع فيها الأكاديميون الاخبار والنشاطات

ت	أبرز منصات التواصل	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	فيس بوك	٣٥٩	٣٥,١٠%	الأولى
٢	واتساب	٢٠٤	١٩,٩٤%	الثانية
٣	تليغرام	١٦٢	١٥,٨٤%	الثالثة
٤	انستغرام	١٤٩	١٤,٥٦%	الرابعة
٥	تويتر	١١٤	١١,١٤%	الخامسة
٦	فايبر	٣٥	٣,٤٢%	السادسة
	المجموع	١٠٢٣	١٠٠%	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبوحين على السؤال (ما أبرز منصات مواقع التواصل الاجتماعي التي تتابع من خلالها الاخبار والنشاطات؟) (يمكنك اختيار أكثر من خيار) إذ حصلت فئة (فيس بوك) على المرتبة الأولى بتكرارات بلغت (٣٥٩) وبنسبة (٣٥.١٠%) والتي حصلت على المرتبة الثانية فئة (واتساب) بمجموع (٢٠٤) تكراراً وبنسبة (١٩.٩٤%) وحلت بالمرتبة الثالثة (تليغرام) بتكرارات بلغت (١٦٢) وبنسبة (١٥.٨٤%) أما في المرتبة الرابعة (انستغرام) بواقع (١٤٩) تكراراً وبنسبة (١٤.٥٦%) وحلت بالمرتبة الخامسة فئة (تويتر) بمجموع (١١٤) تكراراً وبنسبة (١١.١٤%) وكانت فئة (فايبر) في المرتبة السادسة بتكرارات بلغت (٣٥) وبنسبة (٣.٤٢%).

يرى الباحث ان ما حصلت عليه موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على درجة عالية في مجموع تكرارات من قبل المبوحين كان سببه هو ان غالبية المبوحين في عينة الدراسة يمتلكون صفحات شخصية وحسابات على موقع الفيسبوك بسبب سهولة انشاء الحسابات وسلاسة البحث فيه، معتمدين على الارقام الهاتفية او البريد الالكتروني كما ان الهاتف المحمول الذكي يمتلك تقنية وتطبيق (Wi Fi) مع الشريحة اذ لها القدرة على الاتصال بشبكات الانترنت على عكس الوسائل الأخرى التي لا تمتلك هذه الميزة او التطور التقني وكذلك سهولة التواصل مع الأشخاص المستخدمين لهذا الموقع (الفيسبوك).

اما حصول الواتساب على المرتبة الثانية جاء بسبب استخدامه بين الافراد والاشخاص للتواصل على شكل كروبات محدودة وهذه الكروبات دائماً ما تكون مجموعات ذات نشاطات علمية او تجارية او مشاركات للنخب الإعلامية البارزة في الوسط المجتمعي، اما حصول فئة التليغرام على المرتبة الثالثة هو استخدامه بين الاشخاص للتواصل الفردي في تبادل المعلومات حول البيئة العلمية المشتركة بينهم، اما حصول الانستغرام والتويتر على المرتبة الثالثة والرابعة وبنسب متقاربة هو ان اكثر الافراد يستخدمونه فقط للتعليق على الاحداث الجارية في الساحة، اما الفايبير فهو على الأغلب يستخدم للتواصل بين الافراد وبين المؤسسات الحكومية والقطاعات التجارية ولا يتسع لنشر المعلومات والآراء الشخصية.

جدول (١٥) يبين المواقع الإلكترونية العراقية التي يفضل الأكاديميين متابعتها لمعرفة قرارات تشكيل الحكومة

ت	المواقع الإلكترونية المفضلة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	موقع الشرقية نيوز	٢٦٣	٢٥,٤٦%	الأولى
٢	موقع السومرية نيوز	١٧٨	١٧,٢٣%	الثانية
٣	موقع قناة دجلة الفضائية	١٤٣	١٣,٨٤%	الثالثة
٤	موقع قناة العراقية الفضائية	١٣٦	١٣,١٧%	الرابعة
٥	وكالة الأنباء العراقية (واع)	١٠٢	٩,٨٧%	الخامسة
٦	وكالة الانبار نيوز	٦٢	٦,٠٠%	السادسة
٧	موقع الغد برس	٤٠	٣,٨٧%	السابعة
٨	موقع بغداد اليوم	٣١	٣,٠٠%	الثامنة
٩	موقع قناة الإتجاه الفضائية	٢٣	٢,٢٣%	التاسعة
١٠	موقع قناة الفرات نيوز	٢٣	٢,٢٣%	العاشرة
١١	النهرين نيوز	١٧	١,٦٥%	الحادية عشر
١٢	موقع بغداد تايمز الإخبارية	١٥	١,٤٥%	الثانية عشر
	المجموع	١٠٣٣	١٠٠,٠٠%	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (ما المواقع الإلكترونية العراقية التي تفضل إن تتابعها لمعرفة قرارات تشكيل الحكومة؟ (يمكنك اختيار أكثر من موقع)) حيث حصلت على المرتبة الأولى (موقع الشرقية نيوز) بتكرارات بلغت (٢٦٣) وبنسبة (25.46%) وجاء بالمرتبة الثانية (موقع السومرية نيوز) بواقع (١٧٨) تكراراً وبنسبة (17.23%) أما في المرتبة الثالثة حل (موقع قناة دجلة الفضائية) ب(١٤٣) تكراراً وبنسبة (13.84%) والتي حصلت على المرتبة الرابعة (موقع قناة العراقية الفضائية) بواقع (١٣٦) تكراراً وبنسبة (13.17%) والتي حصلت على المرتبة الخامسة (وكالة الأنباء العراقية (واع) وبتكرارات بلغت (١٠٢) وبنسبة (9.87%) والتي حصلت على المرتبة السادسة (وكالة الانبار نيوز) بتكرارات بلغت (٦٢) وبنسبة (٦%)، أما القنوات الاخيرة فكانت نسبها متدنية وذلك لضعف المعلومة واسلوب الالقاء وعدم الحيادية في نقل المعلومة.

يرى الباحث ان تصدر مواقع القنوات الفضائية لدى المبحوثين هو اهتمام هذه المواقع بالشؤون السياسية العامة للدولة وقرار تشكيل الحكومة، وكذلك ما تقوم به من تغطية اخبارية تامة وتقديم احاطة شاملة لجميع المبحوثين عن طريق المتابعة لجميع مجريات قرارات تشكيل الحكومة،

وتتميز هذه المواقع بتقديم برامج ثقافية وتعليمية مفيدة إذ تتناول البرامج والمواضيع المتنوعة مثل الفنون والعلوم والتاريخ والقضايا السياسية الساخنة، وتحاول هذه المواقع في المساهمة في تعزيز وغرس المعرفة والتفكير النقدي لدى المشاهد وتحفيزه في الإسهام للمشاركة في قرارات تشكيل الحكومة عبر المحتوى الإعلامي خاصة في ظل الظروف السياسية الراهنة التي تفرضها علينا مجريات أزمة تشكيل الحكومة.

جدول (١٦) يبين مع من يناقش الأكاديميين موضوعات تشكيل الحكومة العراقية في المواقع الإلكترونية

ت	الموضوعات التي يتم مناقشتها	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الأصدقاء	٣٢٢	٤٥,٨١%	الأولى
٢	العائلة	٢٠٥	٢٩,١٦%	الثانية
٣	المتخصصون	١١٣	١٦,٠٧%	الثالثة
٤	كتاب الموضوعات أنفسهم (الرد في التعليقات)	٦٣	٨,٩٦%	الرابعة
	المجموع	٧٠٣	١٠٠,٠٠%	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (مع من تناقش موضوعات تشكيل الحكومة العراقية التي تتصفحها في المواقع الإلكترونية، بصورة مباشرة؟) (يمكن اختيار أكثر من اجابة). حيث حصلت على المرتبة الأولى (الأصدقاء) ب (٣٢٢) تكراراً وبنسبة (٤٥.٨١%) وجاءت بالمرتبة الثانية (العائلة) وبتكرار بلغ (٢٠٥) وبنسبة (٢٩.١٦%) والتي حلت في المرتبة الثالثة فئة (المتخصصون) بمجموع تكرارات بلغت (١١٣) وبنسبة (١٦.٠٧%) والتي حصلت على المرتبة الرابعة (كتاب الموضوعات أنفسهم (الرد في التعليقات)) ب(٦٣) تكراراً وبنسبة (٨.٩٦%).

تشير النسبة العالية في فئة الاصدقاء بأنها جاءت لتؤكد أن النقاشات المتولدة عن تصفح المواقع الإلكترونية الاخبارية حول موضوع تشكيل الحكومة العراقية هو دليل على التفاعل بين فقرات المجتمع وهذا التفاعل يبقى ايضا بعد الخروج من المواقع الإلكترونية ليتحول الى نقاشات مفتوحة في مكان العمل او النادي، او من خلال الجلوس في المواصلات وخاصة شرائح المجتمع ممن هم في مستوى ثقافي عالي ولديهم اطلاع حول اليات تشكيل الحكومة، اي انهم جمهور متجانس، أما بالنسبة للموضوعات التي تناقش مع العائلة فمن البديهي ان اكثر الاكاديميين لديهم ازواج من نفس المستوى الثقافي والعلمي، أما المناقشة مع المتخصصون فتكون محدودة بسبب الانشغال وعدم توافر الوقت الكافي لذلك، وبشكل عام فإن الاكاديميين الذين يناقشون موضوعات تشكيل الحكومة العراقية على المواقع الإلكترونية يعملون على تحليل الاحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية في العراق، إذ يتناولون قضايا مهمة مثل التحالفات السياسية وتوزيع المناصب، والتحديات التي تواجه البلد في الوقت الراهن، كما انهم يتفاعلون مع جميع المتابعين من المتخصصين والاصدقاء والعائلة، ويستعمون الى تعليقاتهم وآرائهم مما يولد نقاش وحوار حول هذه القضايا المهمة.

جدول (١٧) يبين تبادل إرسال روابط المواقع أو المقاطع الفيديوية والصور الخاصة بأزمة تشكيل الحكومة مع أشخاص آخرين أو مجموعات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	تبادل الروابط بين المبحوثين	ت
الأولى	٤٧,٢٦%	١٩٠	أحيانا	١
الثانية	٢٩,١١%	١١٧	كلا	٢
الثالثة	٢٣,٦٣%	٩٥	نعم	٣
	١٠٠,٠٠%	٤٠٢	المجموع	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (هل تتبادل إرسال روابط المواقع أو المقاطع الفيديوية والصور الخاصة بأزمة تشكيل الحكومة مع أشخاص آخرين أو مجموعات) حيث حصلت على المرتبة الأولى (أحيانا) وبتكرارات بلغت (١٩٠) وبنسبة (٤٧.٢٦%) والتي حصلت على المرتبة الثانية (كلا) بواقع (١١٧) تكراراً وبنسبة (٢٩.١١%) والتي حصلت على المرتبة الثالثة (نعم) بتكرار بلغ (٩٥) وبنسبة (٢٣.٦٣%)، تنوعت الاجابات حول تبادل وارسال الروابط بين المبحوثين وهذا يدل على التوافق بان هناك وجود نسبة واسعة لها مسائل نقاشية حول اليات تشكيل الحكومة مع اشخاص او مجموعات (كروب) وتكون هذه المجموعات (خاصة) او (عامة) عبر شبكات التواصل لذا نجد ان فئة احيانا ونعم بنسبة (٧٠.٨٠%) مجتمعتان، مما يؤشر على وجود اتساقا واضحا وتاما على نسبة الاهتمام الواسعة يتخطى مسالة النقاش حول اليات تشكيل الحكومة الى الزيادة من خلال ارسال وتبادل التعليقات وتوثيقها وهذا يخلق اجواء وبيئة تفاعلية، ويعمل ايضا على تشكيل وتحديد اتجاهات جديدة نحو العملية السياسية، أما فئة كلا البالغة نسبتها (٢٩.١١%) إذ يدل هذا على ان ارسال الروابط وتبادلها في المواقع الإلكترونية حول أزمة تشكيل الحكومة مع اشخاص اخرين لا ينصح به في بعض الاحيان، حيث يمكن ان تحتوي هذه المقاطع او الصور على معلومات مضللة او غير صحيحة، او قد تكون مسيئة او تثير التناحر والفتنة بين الاطراف المختلفة.

جدول (١٨) يبين أسباب تفضيل الأكاديميين للمواقع الإلكترونية للحصول على موضوعات تشكيل الحكومة.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	أسباب تفضيل المواقع الإلكترونية	ت
الأولى	٣٠,٦٢%	٢٢٩	سهولة الوصول إلى أخبار تشكيل الحكومة	١
الثانية	٢٣,٦٦%	١٧٧	التفاعلية والسماح بالتعبير عن الرأي	٢
الثالثة	١٧,٦٥%	١٣٢	الحيادية والموضوعية في طرح آليات تشكيل الحكومة	٣
الرابعة	١٧,٥١%	١٣١	غزارة المعلومات المعروضة وأهميتها	٤
الخامسة	١٠,٥٦%	٧٩	الأساليب الفنية والشكلية في عرض المعلومات	٥
	١٠٠,٠٠%	٧٤٨	المجموع	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (ما أسباب تفضيلك للمواقع الإلكترونية للحصول على موضوعات تشكيل الحكومة؟ (يمكنك اختيار أكثر من خيار)) حيث حصلت على المرتبة الأولى (سهولة الوصول إلى أخبار تشكيل الحكومة) بتكرارات بلغت (٢٢٩) وبنسبة (٣٠.٦٢%) والتي حصلت على المرتبة الثانية (التفاعلية والسماح بالتعبير عن الرأي) بتكرارات بلغت (١٧٧) وبنسبة (٢٣.٦٦%) وحلت بالمرتبة الثالثة (الحيادية والموضوعية في طرح آليات

تشكيل الحكومة) وب(١٣٢) تكراراً وبنسبة (١٧.٦٥%) والتي حصلت على المرتبة الرابعة (غزارة المعلومات المعروضة واهميتها) بتكرارات بلغت (١٣١) وبنسبة (١٧.٥١%) والتي حصلت على المرتبة الخامسة (الأساليب الفنية والشكلية في عرض المعلومات) ب (٧٩) تكراراً وبنسبة (١٠.٥٦%).

ان تفسير تفضيل المواقع الإلكترونية للأشخاص المبحوثين هو دليل على وجود مزيج بين جانبيين هما الجانب التصميمي والجانب التحريري للمواقع الاخبارية الإلكترونية وهذا ما تم ملاحظته في نسبة التفضيل للفقرات في اعلاه وبدرجات متقاربة نوعاً ما، كما ان الأكاديميين يرغبون استخدام المواقع الإلكترونية لأنها توفر لهم معلومات متنوعة ومحدثة بشكل دوري، كما انها تمكنهم من الاطلاع على التحليلات الشاملة والمفصلة للأحداث السياسية، فضلاً عن ذلك تمكنهم على تطوير فهمهم لجميع الموضوعات المتعلقة بتشكيل الحكومة العراقية.

جدول (١٩) يبين شكل عرض موضوعات تشكيل الحكومة في المواقع الإلكترونية العراقية.

ت	عرض الموضوعات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	مناسب	٢٩١	٧٢,٣٩%	الأولى
٢	غير مناسب	١١١	٢٧,٦١%	الثانية
	المجموع	٤٠٢	١٠٠%	

يتبين من الجدول أعلاه ان إجابات المبحوثين على السؤال (كيف ترى شكل عرض موضوعات تشكيل الحكومة في المواقع الإلكترونية العراقية؟) إذ حصلت فئة (مناسب) على المرتبة الأولى وبتكرارات بلغت (٢٩١) وبنسبة (٧٢.٣٩%) والتي حصلت على المرتبة الثانية (غير مناسب) بتكرارات بلغت (١١١) وبنسبة (٢٧.٦١%).

يرى الباحث ان التنوع في اجابات المبحوثين حول رؤيتهم في كيفية عرض اليات تشكيل الحكومة العراقية في المواقع الإلكترونية من خلال السياسة التحريرية قد احرز نسبة كبيرة في تقييم المبحوثين، وساعد على فهم ونشر الوعي السياسي والمعرفة بين المجتمع حول الأحداث السياسية في العراق، ويوفر معلومات دقيقة ومحدثة للمهتمين بموضوع تشكيل الحكومة، أما من يرى أن عرض موضوعات تشكيل الحكومة في المواقع الإلكترونية غير مناسب، سببه التحليلات السياسية المضللة والخروج عن الهدف الرئيسي في ترسيخ المفاهيم السائدة لتثبيت الديمقراطية المجتمعية وعدم تحديد مشكلة تشكيل الحكومة.

❖ النتائج:

١. بعد اكمال البحث توصل الباحث الى عدة نتائج نذكر أهمها:

١- ان جميع الأكاديميين العراقيين في الجامعات العراقية (عينة البحث) هم مواكبين للتطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية عبر المواقع الإلكترونية وساعد على ذلك توفر الهواتف النقالة التي أصبحت جزءاً أساسياً من متطلبات الحياة اليومية وبالتالي سهلت متابعتهم للمواقع الإلكترونية العراقية، إذ أجاب جميع المبحوثين والبالغ عددهم (٤٠٢) بنعم وبنسبة بلغت (١٠٠%).

٢- ان تصدر مواقع القنوات الفضائية لدى المبحوثين هو اهتمام هذه المواقع بالشؤون السياسية العامة للدولة وقرار تشكيل الحكومة، وكذلك ما تقوم به من تغطية اخبارية تامة وتقديم احاطة شاملة لجميع المبحوثين عن طريق المتابعة لجميع مجريات قرارات تشكيل الحكومة لذا حصلت على المرتبة الأولى (موقع الشرقية نيوز) بتكرارات بلغت (٢٦٣) وبنسبة (25.46%) وجاء

بالمرتبة الثانية (موقع السومرية نيوز) بواقع (١٧٨) تكراراً وبنسبة (17.23%) أما في المرتبة الثالثة حل (موقع قناة دجلة الفضائية) ب(١٤٣) تكراراً وبنسبة (13.84%) والتي حصلت على المرتبة الرابعة (موقع قناة العراقية الفضائية) بواقع (١٣٦) تكراراً وبنسبة (13.17%) والتي حصلت على المرتبة الخامسة (وكالة الأنباء العراقية (واع) وبتكرارات بلغت (١٠٢) وبنسبة (9.87%) والتي حصلت على المرتبة السادسة (وكالة الانبار نيوز) بتكرارات بلغت (٦٢) وبنسبة (٦%)، أما القنوات الاخيرة فكانت نسبها متدنية وذلك لضعف المعلومة واسلوب الالقاء وعدم الحيادية في نقل المعلومة.

٣- ان الاهتمام الذكوري بدرجة عالية بالشأن السياسي الذي يخص آليات تشكيل الحكومة وتفصيلها ومناقشاتها بشكل عام مقارنة بفئة الاناث إذ ان الاهتمام السياسي يكون فيه فارقاً نسبياً عند الإناث وذلك بسبب الطبيعة المجتمعية السائدة لفئة الاناث في المجتمع، كذلك يعود على عدد التدريسيات في هذه التخصصات أقل من الذكور، إذ حصل الذكور على المرتبة الأولى بـ (٢٨٨) تكراراً وبنسبة (٧١.٦٤%)، بينما حلت الاناث بالمرتبة الثانية بتكرار بلغ (١١٤) وبنسبة (٢٨.٣٦%).

٤- إن الاهتمام والتواصل والمناقشات في الاوضاع السياسية العامة في المدينة افضل بكثير من الأرياف وذلك لأن النقاشات في المؤسسات الاكاديمية التي يتواجدون فيها وفي المجالات العلمية الاخرى والمنتديات الترفيهية والثقافية ومجتمع الدراسة الجامعات هي في مراكز المدن، إذ حلت فئة (المدينة) بالمرتبة الأولى بتكرارات بلغت (٢٦٩) وبنسبة (٦٦،٩٢%) بينما حلت فئة(ريف) بالمرتبة الثانية بتكرارات بلغت (١٣٣) وبنسبة (٣٣،٠٨%).

المصادر والمراجع

١. إسماعيل ابراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
٢. أمنية رائد محمد جواد، مضامين الدعاية الموجهة في المواقع الإلكترونية الناطقة بالعربية لموقعي sputnik الروسي، وموقع time of Israel الإسرائيلي، بغداد، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، ٢٠١٨م.
٣. حيدر صادق الكرخي، طغيان التواصل الاجتماعي على التلفزيون، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م).
٤. صلاح عبد الحميد، الإعلام وادارة الازمات، (عمان: دار المناهل للنشر والتوزيع، د.ت).
٥. عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، (عمان: مجموعة اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
٦. علي عبد الرحيم صالح، ديمقراطية التعلم واشكالية التسلط والازمات في المؤسسة الجامعية، (عمان: اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
٧. فتحي حسيت عامر، الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).
٨. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، (الرياض: العبيكان للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
٩. محمد مصطفى حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية -دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والاجنبية، جامعة تكريت، كلية الادارة والاقتصاد، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، مجلد ٦، عدد ١٨، ٢٠١٠م.
١٠. مدحت محمد ابو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠١٧م).
١١. مهيرة عماد السباعي، القضايا الافريقية من المنظور الإعلامي، (عمان: دار المنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).
١٢. هويدا مصطفى، الإعلام ومواجهة الارهاب دليل الممارسة المهنية، (عمان: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).

١٣. هيثم عكاب عطية الدليمي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي إزاء المشاركة السياسية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠١٧م.
١٤. وسام غالي الساعدي، استخدام النخب للمواقع الإلكترونية العراقية وعلاقته بالمشاركة السياسية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٨م.
١٥. يمنى عاطف صلاح عبد الحميد، الإعلام والفضاء الإلكتروني، (القاهرة: أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، ٢٠١٥م).

1. Abdul-Razzaq Aldulaimi, *Specialized Media*, (Amman: Al-Yazouri Group for Publishing and Distribution, 2019).
2. Ali Abdul-Raheem Saleh, *Democracy of Learning and the Problem of Domination and Crises in the University*, (Amman: Al-Yazouri Scientific for Publishing and Distribution, 2019).
3. Ameena Raad Mohammed Jawad, *Contents of Targeted Propaganda on Arabic-speaking Websites for the Russian Sputnik and Israeli Time of Israel*, Baghdad, University of Baghdad, College of Media, 2018.
4. Fathi Hussein Amer, *Present and Future of Electronic Journalism*, (Cairo: Arabi for Publishing and Distribution, 2018).
5. Haider Sadeq Al-Karkhi, *The Dominance of Social Media on Television*, (Amman: Dar Ghaida for Publishing and Distribution, 2021).
6. Haitham Akab Atiya Aldulaimi, *The Role of Social Media in Shaping the Attitudes of the Iraqi Public Toward Political Participation*, Unpublished Ph.D. Thesis, University of Baghdad, College of Media, 2017.
7. Hawida Mustafa, *Media and Counterterrorism: A Professional Practice Guide*, (Amman: Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2018).
8. Ismaeel Ibrahim, *Research Methods in Journalism*, (Cairo: Dar El-Fajr for Publishing and Distribution, 2017).
9. Mahdat Mohamed Abu El-Nasr, *Research Methods in Social Work*, (Cairo: Arab Group for Training and Publishing, 2017).
10. Mehira Emad Al-Sabai, *African Issues from a Media Perspective*, (Amman: Dar Al-Manhal for Publishing and Distribution, 2018).
11. Mohammed Bin Saud Al-Bushr, *Theories of Media Influence*, (Riyadh: Al-Obeikan for Publishing and Distribution, 2014).
12. Mohammed Mustafa Hussein, *Evaluating the Quality of Websites – A Comparative Analytical Study Between Some Arabic and Foreign Websites*, Tikrit University, College of Administration and Economics, Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume 6, Number 18, 2010.
13. Salah Abdel-Hameed, *Media and Crisis Management*, (Amman: Dar Al-Manahil for Publishing and Distribution).
14. Wasam Ghali Al-Saadi, *Elites' Use of Iraqi Websites and Its Relation to Political Participation*, Unpublished Ph.D. Thesis, University of Baghdad, College of Media, Journalism Department, 2018.
15. Yamna Atef Salah Abdel-Hameed, *Media and Cyberspace*, (Cairo: Atlas for Publishing and Media Production, 2015).