

دور الصحف الالكترونية العراقية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء صنع القرار السياسي العراقي،

دراسة ميدانية على جمهور مدينة الناصرية

م.م. محمد عبد الوهاب عبد الرزاق/ جامعة ذي قار/ كلية الاعلام/ قسم الصحافة

م.م. علي عبد الكريم عبد العالي/ جامعة ذي قار/ كلية الطب

**الملخص:**

تمثل وسائل الاعلام موقعا هاما بين المقاييس التي تشير الى مستوى الحضارة والتقدم في أي بلد من بلدان العالم، وقد اثبتت العديد من الدراسات العلمية الحديثة بأن وسائل الاعلام قوة مستقلة في المجتمع، وأنها تقوم بأدوار أساسية على كافة الأصعدة، وعلى الأخص في الصعيد السياسي، وذلك لما تقدمه من مواد اتصالية متعددة تؤثر من خلالها في عملية صنع القرار السياسي وفي تزويد الجمهور وتوعيتهم بالخبرات السياسية المتعددة التي من خلالها يتشكل الرأي العام في المجتمعات.

الكلمات المفتاحية: (الصحف الالكترونية، اتجاهات الجمهور، القرار السياسي).

**The role of Iraqi electronic newspapers in shaping the public's attitudes towards Iraqi political decision-making, a field study on the public of the city of Nasiriyah**

**Muhammad Abdel Wahab Abdel Razzaq/ University of Dhi Qar/ College of Information/ Department of Journalism**

**Ali Abdel Karim Abdel Aali/ Dhi Qar University/ College of Medicine**

**Abstract:**

The media represents an important position among the standards that indicate the level of civilization and progress in any country in the world. Many recent scientific studies have proven that the media is an independent force in society, and that it plays essential roles at all levels, especially at the political level. Because of the multiple communication materials it provides that influence the political decision-making process and provide the public and educate them about the multiple political experiences through which public opinion is formed in societies.

Keywords: (electronic newspapers, public trends, political decision).

## المقدمة:

برزت العديد من الصحف والمواقع الالكترونية التي تتخصص بالجانب السياسي لما لهذا الجانب الأهمية في حياة المجتمع، وإبراز هذه القنوات العديد من البرامج السياسية حيث تتيح هذه البرامج الفرصة لمتابعيها بمشاهدة الاحداث ومعرفة اخر الاخبار المتعلقة بالسياسة.

وقد اعتمدنا في هذا البحث على خطة بحث تضمنت اربع مطالب، وذلك مراعات المنهجية العلمية وبناء على ذلك جاء الإطار العام لهيكلية الدراسة على النحو الاتي، الإطار المنهجي وذلك من خلال طرح إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وكذا تحديد أهمية واهداف ومنهج ومصطلحات الدراسة، اما الإطار النظري للدراسة تضمن عنوان صنع القرار السياسي عبر الصحف الالكترونية ، كما تطرقنا في الإطار العملي الى توزيع البيانات في جداول بسيطة وتحليلها.

### المطلب الاول: الفصل المنهجي

#### اولاً: مشكلة البحث:

تعرف مشكلة البحث بأنها عبارة عن تساؤلات او بعض التساؤلات الغامضة التي تدور في ذهن الباحث حول موضوع البحث او الدراسة التي اختارتها وهي تساؤلات تحتاج الى تفسير، يسعى الباحث الى إيجاد إجابات شافية ووافية لها

وفي ظل التغيرات التي شكلتها وسائل الاعلام بشكل عام ،والوسائل الالكترونية بشكل خاص وهذه التغيرات انعكست على معرفه الجمهور فيما يتعلق بالقرار السياسي العراقي، ومما تقدم يرى الباحث أن مشكلة بحثة يمكن تصاغ بالاستفهام الاتي: ما دور الصحف الالكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء صنع القرار السياسي؟

ومن الاستفهام الرئيسي تندرج لدينا التساؤلات الفرعية الاتية:

١. ما الصحف الالكترونية التي يتعرض لها الجمهور العراقي ، وكثافة تعرضهم لها؟
٢. ما مدى اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الالكترونية في تشكيل آراءهم السياسية؟

٣. ما الأهداف التي تحقق للجمهور العراقي من الاعتماد على الصحف الالكترونية واهم وما

التأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد على تشكيل وعيهم السياسي؟

٤. ما طبيعة الموضوعات السياسية المطروحة عبر الصحف الالكترونية؟

٥. ما درجة اهتمام الجمهور العراقي بالمضامين السياسية المطروحة عبر الصحف الالكترونية؟

**ثانياً: أهمية البحث:**

**أ- الأهمية المجتمعية:**

ان الصحف الالكترونية تعد من اهم وسائل نشر وتنمية الثقافة السياسية وذلك لأنها تستحوذ على اهتمام كبير من جانب الجماهير، فهي تنقلك من دولة الى أخرى ومن حدث الى اخر، ولذلك نجد فئة كبيرة من الجماهير يتابعون المضامين السياسية عبر الوسائل الالكترونية ، ودور هذه المضامين في تثقيف المجتمع وزيادة معرفتهم بالثقافة السياسية والتي من خلالها يتم غرس أفكار وقيم معينة من السلوك السياسي من هنا جاءت أهمية البحث في التعرف على أنماط صنع القرار السياسي العراقي عن طريق الصحف الالكترونية.

**ب- الأهمية العلمية:**

يمكن للباحثين الاطلاع على هذه الدراسة حال الانتهاء منها، لأجل التعرف على النتائج التي توصلت اليها، والتي تساعدهم في البحث والتطوير في متغيرات أخرى تخص موضوع الدراسة، كما يمكنهم الاستفادة من هذه الدراسة للتعرف على أهمية الموضوعات السياسية عبر الصحف الالكترونية في التعرف على أنماط صنع القرار السياسي العراقي.

**ثالثاً: اهداف البحث:**

- ١- تحديد الصحف الالكترونية التي يقبل الجمهور العراقي على متابعتها، وكثافة تعرضهم لها.
- ٢- الكشف عن مدى اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الالكترونية في تشكيل آراءهم السياسية.
- ٣- معرفة الأهداف التي تحقق للجمهور العراقي من الاعتماد على الصحف الالكترونية واهم التأثيرات الناتجة من هذا الاعتماد على تشكيل وعيهم السياسي.
- ٤- التعرف على طبيعة الموضوعات السياسية المطروحة عبر الصحف الالكترونية.

٥- التعرف على درجة اهتمام الجمهور العراقي بالمضامين السياسية المطروحة عبر الصحف الالكترونية.

رابعاً: حدود البحث:

تتمثل حدود البحث فيما يلي:

١. الحدود الزمانية: تمثلت في الفترة الزمنية من ٢٠٢٣/١١/٢٠ الى ٢٠٢٤/١/٣٠ وهي المدة التي تم عن طريقها صياغة أسئلة الاستبيان وتوزيعها على الجمهور واسترجاعها ومعالجتها احصائياً.
٢. الحدود المكانية: تم تطبيق الاستبانة في حدود الرقعة الجغرافية لمدينة الناصرية المركز.
٣. الحدود البشرية: جمهور مدينة الناصرية المركز ممن يطالع الموضوعات السياسية عبر الصحف الالكترونية من الذكور والاناث والذين تبلغ أعمارهم من ١٨ سنة فأكثر.

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

- **مجتمع البحث:** يعرف مجتمع البحث بأنه المجتمع الذي يستطيع الباحث ان يختار منه عينة البحث، والذي يرغب في تعميم النتائج عليه<sup>(١)</sup>. وكان مجتمع بحثنا هم جمهور محافظة ذي قار ممن يطالعون الموضوعات السياسية عبر الصحف الالكترونية.
- **عينة البحث:** تعرف عينة البحث بأنها مجموعة نسبية من مجتمع البحث الأصلي، يتم اختيارها بطريقة معينة واجراء البحث عليها بالملاحظة والتحليل<sup>(٢)</sup>. حيث استخدم الباحث العينة العمدية باعتبارها الأفضل والاقرب للدراسة للذين يطالعون الموضوعات السياسية عبر الصحف الالكترونية.

سادساً: منهج البحث:

منهج البحث هو المنهج المسحي: مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها<sup>(٣)</sup>. اذ استخدم الباحث المنهج المسحي الميداني لان موضوع البحث يعتبر من دراسات الجمهور واستخدام الباحث الاستبانة في أداة البحث.

سابعاً: أدوات البحث:

الاستبانة (الاستبيان):

تعد أحد وسائل جمع المعلومات وتعرف بأنها مجموعة من الأسئلة يتم الإجابة عليها من قبل المبحوثين دون مساعدة الباحث أو من يقوم مقامه سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابة عليها<sup>(٤)</sup>.

ولذلك تم تصميم استبانة الكترونية خاصة لجمع البيانات حول موضوع البحث وفقاً لأهداف واستئلة الدراسة وتألفت استبانة الاستبانة من (١٥) أسئلة مقدمة وفق موضوع الدراسة وأهدافها فقد تم توزيع (١٠٠) استبانة على جمهور مدينة الناصرية المركز ممن يطالعون الموضوعات السياسية عبر الصحف الالكترونية والذين تبلغ أعمارهم من ١٨ سنة فأكثر.

ثامناً: مصطلحات البحث (الإجرائية):

١. الدور: (بمعنى الوظيفة) أي قدرة الصحف الإلكترونية على تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء صنع القرار السياسي عن طريق المحتوى السياسي المقدم عبرها.
٢. الجمهور: يقصد به افراد مجتمع الناصرية المركز من الذكور والاناث الذين تتراوح أعمارهم من ١٨ سنة فأكثر.
٣. صنع القرار السياسي: ويقصد به كيفية المشاركة السياسية من خلال تكوين توجيه سياسي لدى الجمهور وايضاً تكوين ثقافة سياسية لديهم عبر تعرضهم لمضامين الصحف الالكترونية وبالتالي يصنعون القرار السياسي عبر المشاركة السياسية مثل الانتخابات.

المطلب الثاني: الاطار النظري

مفهوم صنع القرار السياسي:

صنع القرار هي سلسلة من الاستجابات الفردية او الجمعية التي تنتهي باختيار البديل الأنسب لمواجهة موقف معين، كما يعتبر اتخاذ القرار احد استراتيجيات التفكير التي تحل المشكلات وتتضمن خطوات وعمليات تختلف عن بعضها البعض والقرار السياسي هو ذلك القرار الذي تتوافر



فيه واحدة من مجموعة عناصر مختلفة أهمها أن يكون صادرا عن شخص ذي صفة سياسية أو من خلال أحد أجهزة السلطة السياسية، أو منصبا على موضوع يتعلق بالسياسة العامة للدولة<sup>(٥)</sup>.

ولا بد أن تتوفر في القرار السياسي أيا كان نوعه، استراتيجيا أو يوميا، شروط من بينها: الشرعية: بمعنى صورة عن السلطة القانونية المخولة. والإلزام: بمعنى وجود القوة التي تملك تنفيذه.

العمومية: بمعنى أنه يمس الشؤون العامة والاحتياجات الرئيسية لأفراد المجتمع<sup>(٦)</sup>. والواقع أن أي عملية تخطيط اقتصادي، أو اجتماعي شامل تحتاج في النهاية إلى اتخاذ قرار تصدره القيادة السياسية في البلاد. ولا بد لهذه القيادة من سلطة تشرح تلك الخطط للشعب وتلزمهم بها<sup>(٧)</sup>.

إن عملية صنع القرار السياسي هي عملية بالغة التعقيد نظرا لارتباطها بأجهزة عديدة تقوم بالإعداد والتجهيز لصنع القرار واتخاذها ومتابعة تنفيذه ومدى نجاحه في تحقيق الأهداف المرجوة والقرار السياسي تصنعه الصفوة الحاكمة، وهو مرتبط بها دائما في كل الأنظمة مهما اختلفت مسمياتها ومهما قيل عن تقسيم السلطات الداخلية وفصلها، فإن القرار السياسي تصنعه هذه الصفوة، ويقوم باتخاذها من هو على قمة هرم السلطة أي الحاكم الفعلي الأول في البلاد. وتتأثر عملية صنع القرار السياسي بالعديد من العوامل التي يغلب عليها الكثير من التداخل والتشعب<sup>(٨)</sup>.

القرار السياسي هو ذلك القرار الذي تتوفر فيه واحدة من مجموعة عناصر مختلفة أهمها أن يكون صادرا عن شخص ذي صفة سياسية أو من خلال أحد أجهزة السلطة السياسية، أو منصبا على موضوع يتعلق بالسياسة العامة للدولة<sup>(٩)</sup>.

### اهمية القرار السياسي:

ان أهمية القرار السياسي قد تتفوق أحيانا على أهمية السياسة العامة للبلاد وذلك حين تطرأ مستجدات داخلية وخارجية تستوجب المعالجة الحاسمة واتخاذ القرار بشأنها بصورة يكون إيقاعها أسرع من خطوات تبني سياسة عامة جدي ومن ناحية أخرى، فإن أهمية القرار السياسي قد تتفوق أحيانا على أهمية السياسة العامة للبلاد وذلك حين تطرأ مستجدات داخلية وخارجية تستوجب

المعالجة الحاسمة واتخاذ القرار بشأنها بصورة يكون إيقاعها أسرع من خطوات تبني سياسة عامة جديدة، حتى ولو كان ذلك القرار لا يسير في نفس اتجاه السياسة العامة للبلاد. فقد يصدر قرار سياسي يمنح فئة معينة من المتضررين تعويضات عن أضرار لحقت بهم حتى ولو كانت سياسة البلاد العامة هي ترشيد الإنفاق<sup>(١٠)</sup>.

وقد تفرض الضغوط الدولية أمرا واقعا على دولة ما رغم أن سياسة تلك الدولة العامة هي ليس رفض ذلك الأمر الواقع فحسب، ولكن رفض الرضوخ لأي ضغوط تمارس عليها بشكل عام. وتلجأ بعض الدول أحيانا وخاصة دول العالم الثالث إلى تفضيل القرار السياسي عند اتخاذ قراراتها وذلك لتمييزه بعدة أمور منها<sup>(١١)</sup>:

١- الابتعاد عن الضغوط السياسية التي تصاحب عملية صنع القرار السياسي خلال مراحل التفكير والمشاورات والمداولات بحيث تجد المؤسسات السياسية والبرلمان القرار أمرا واقعا بعد صدوره.  
٢- تأمين سرعة التنفيذ والالتزام الفوري من جانب الأجهزة المعنية كالجمارك والشرطة وجهاز الضرائب .. الخ.

٣- تجنب ضغوط الرأي العام هربا من توجيه النقد للحكومة.

٤- التسليم بجدوى هذه الاعتبارات التي قد تقتضي تفضيل مثل هذا النوع من القرارات السياسية وخاصة في ظروف الأزمات، إلا أن الإفراط في اتباع هذا الأسلوب يؤدي إلى تقليص دور المشاركة السياسية في المجتمع.

**العوامل المؤثرة في صنع القرار السياسي:**

- الأيديولوجية: تُشكل الأيديولوجية الإطار المتكامل من الأفكار والقيم السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وهي بذلك تمثل طريقة مُثلى في ممارسة السلطة، وصناعة القرار السياسي، سواءً كان القرار على مستوى الدولة، أو المجتمع الدولي برمته<sup>(١٢)</sup>.

- طبيعة النظام السياسي: كون النظام السياسي هو الهيكل العام الذي تتفاعل وتتحرك فيه المؤسسات، فهو عبارة عن مجموعة العلاقات الإنسانية المكونة من رغبات وانفعالات وأفكار

وإمكانات مادية ومعنوية، يضم جميع المبادئ والعلاقات الداخلية والخارجية التي تؤثر في صناعة القرار، إذ ما كان النظام مرناً أو جامداً، ديمقراطياً أو دكتاتورياً أو شبه ديمقراطي<sup>(١٣)</sup>.

- البيئة: تُعد البيئة الداخلية والخارجية، سواءً البيئة الطبيعية أو البشرية، عاملاً حاسماً في صناعة القرار، فالبيئة بما توفره من موارد طبيعية وثقافية، وتفاعلات بين الفاعلين تؤثر على عملية صناعة القرار الداخلي والخارجي، فالدولة تنهج سلوكها السياسي بناءً على العادات والتقاليد المجتمعية، وطبيعة علاقتها بالمجتمع الدولي، ومستوى تأثيرها في هذا المجتمع<sup>(١٤)</sup>.

- طبيعة القيادة: تلعب الخصائص الشخصية، والمؤثرات المحيطة، والمصالح التي تحكم القائد دوراً في صناعة القرار السياسي، خاصة في تلك النظم الشمولية، أو تلك القيادات التي تحظى بكاريزما معينة، أو تاريخ وطني من وجهة نظر المواطنين<sup>(١٥)</sup>.

- الإعلام وتوجهات الرأي العام: سواءً على الصعيد المحلي أو الدولي، فإن الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، بات لها دور فاعل في عملية صنع القرار السياسي، إذ أن الإعلام بات يشكل وجهات النظر العامة للناس حول القضايا التي تشغلهم "الرأي العام"، مما يشكل حالة ضغط على صانع القرار قد يدفعه لاتخاذ قرار يتناغم والحالة العامة للناس، التي شكلتها وسائل الإعلام بدورها.

- جماعات الضغط: تساهم الأحزاب والنقابات والشركات العملاقة والمتوسطة، وغرف الصناعة والتجارة، والاتحادات والجمعيات بشتى مجالاتها كقوى ضاغطة، في توجيه صانع القرار نحو اختيار قرارات دون أخرى تتوافق ومصالحها، وخاصة في الدول ذات النظم الانتخابية، إذ يتوجه صاحب القرار لاتخاذ قرارات معينة بهدف تحسين وضعه من وجهة نظر الناخبين<sup>(١٦)</sup>.

### استراتيجية الصحف الالكترونية في التأثير على مراحل صنع القرار السياسي:

ان الصحافة الالكترونية وبما يتوفر لها من خصائص مميزة، تعد من أقوى الوسائل الإعلامية في تشكيل الاتجاهات والمواقف، وجزء لا يتجزأ من العملية التي تستهدف الفرد في مجال تنشئته سياسية واجتماعي او تشكيل وجدانه وبلورة ثقافته، وتؤدي الصحف الالكترونية على وجه الخصوص أدواراً هامة وفعالة في تنشئة الجماهير، والتأثير في اتجاهاتهم الفكرية ومواقفهم السياسية



والاجتماعية، من أجل تهيئتهم ثم إشراكهم في ديناميات التغيير والتنمية الشاملة، إذ أصبحت في ظل التطور التكنولوجي من أهم عناصر وأدوات النسق السياسي، حيث تسهم كقنوات للتعبير في صياغة مواقف الرأي العام و الارتقاء به وبلورة اتجاهاته و معارفه السياسية<sup>(١٧)</sup>.

اذ تمثل الصحف الالكترونية في عصرنا الراهن أهمية كبيرة للتأثير على اتجاهات الجمهور وتحديد مواقفه إزاء مختلف القضايا التي تدور حولها، إذ تسهم هذه الوسيلة إلى حدٍ كبير في تشكيل الرأي العام وتحديد اتجاهاته، ورسم تصوراتها عما يجري حوله وفي العالم؛ فوسائل الإعلام ومنها الصحف الالكترونية قادرة على التأثير في تشكيل اتجاهات الرأي العام وذلك عبر مضامينها السياسية وبناءً على ما تحمله من عروض ومنتجات سياسية وثقافية ودينية واجتماعية<sup>(١٨)</sup>.

وعليه تسهم الصحف الالكترونية بتغيرات وأحداث سياسية مهمة، ويتعاضد دورها في نقل الأحداث والصراعات الجارية، حيث يلجأ المتلقي لمعرفة الحقائق، وهو ما اعطاها قوة تأثير ملموسة عبر الخطاب، ومنح القوى السياسية ساحة توضح من خلالها السياسة التي تنتهجها تجاه الصراعات والأحداث الجارية، ومساحة للتفاوض والحوار والتفاهم وتقريب وجهات النظر بين القوى السياسية، أو كأداة للمواجهة بين القوى المتصارعة ضد بعضها البعض<sup>(١٩)</sup>.

وأصبحت الصحف والمواقع الالكترونية أساسا لدبلوماسية عالمية ارتبطت بالعولمة، حيث أصبحت الأنباء والمعلومات تتدفق عبر الحدود لتشكل صورة العالم في أذهان الجماهير ومكانة الدول فيه، وفي هذا العالم المتشابك تحاول كل دولة أن تنشر رسائلها لتكسب العقول والقلوب في الدول وأصبحت العلاقات بين الدول تقوم على الصور الذهنية التي أصبحت الموقع الالكتروني الفاعل الرئيس في بنائها وعلى الرغم من تزايد اهتمام الباحثين في السنوات الأخيرة بمفهوم "الدبلوماسية الفضائية"

كما تعد الصحف الالكترونية بمثابة مكملات لمظاهر السيادة، فأغلبها أجهزة إعلامية لخدمة الأنظمة السياسية، إلا أن ما تعرضه الصحافة الالكترونية العربية يشير إلى أن أغلب الدول العربية لا تمتلك حتى الآن رؤى استراتيجية لكيفية توظيف مواقعها الالكترونية لخدمة سياساتها الخارجية و

مصالحتها الوطنية، كما أن تزايد عدد المواقع والصحف الالكترونية الإخبارية زرع مكانة الوسائل الإعلامية التي تتسم بالطابع العام، و زاد من تأثير هذه المواقع الإخبارية في العملية السياسية، لكن المواقع الالكترونية العربية ليست حزمة و احدة، و تتفاوت في قدرتها المالية و التقنية و البشرية و فرصها المتاحة، و حسب الرسالة التي تريد توجيهها، لكن التفاوت الأهم يكمن في من يتحكم بالصحف و المواقع الالكترونية (حكومات و مستثمرين و رجال أعمال) ؛ إذ لا يمكن النظر إلى هذه المواقع بمعزل عن جهة تمويلها أو اتجاهات العاملين فيها داخل المحطة الواحدة حتى و إن كان تدعي الاستقلالية. الصحف الالكترونية الاخبارية باتت أحد أساسيات بناء قواعد اللعبة السياسية، فضلا عن أنها جزء من تاريخ التغيير السياسي<sup>(٢٠)</sup>.

### المطلب الثالث: الإطار العملي

المحور الاول: الاستبانة (الاستبيان):

حيث قسمت الاستبانة الى محورين:

المحور الاول: البيانات الشخصية الديمغرافية: وكانت الاستمارة مرتبة كالآتي:

#### جدول رقم (١): يبين النوع الاجتماعي للمبحوثين

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
نكر	٦٠	%٦٠
انثى	٤٠	%٤٠
المجموع	١٠٠	%١٠٠

يتبين من خلال الجدول (١) ان نسبة الذكور في افراد العينة تفوق بكثير عدد الاناث حيث ان نسبة الذكور ٦٠ % بمعدل تكرار ٦٠ بينما نسبة الاناث ٤٠ % بمعدل تكرار ٤٠.

### جدول رقم (٢): يبين اعمار المبحوثين

العمر	التكرار	النسبة المئوية
٢٧-١٨	٤٦	%٤٦
٣٧-٢٨	٢٨	%٢٨
٤٧-٣٨	١٦	%١٦
٥٧-٤٨	٦	%٦
٥٨- فأكثر	٤	%٤
المجموع	١٠٠	%١٠٠

يتبين من خلال الجدول رقم (٢) ان الفئة العمرية (٢٧-١٨) كانت نسبتها %٤٦ بمعدل تكرار ٤٦ والفئة العمرية (٣٧-٢٨) نسبتها %٢٨ بمعدل تكرار ٢٨ والفئة العمرية (٤٧-٣٨) نسبتها %١٦ بمعدل تكرار ١٦ والفئة العمرية (٥٧-٤٨) نسبتها %٦ بمعدل تكرار ٦ اما الفئة العمرية ٥٨ فأكثر فأن نسبتها %٤ بمعدل تكرار ٤.

### جدول رقم (٣): الحالة الاجتماعية للمبحوثين

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
متزوج	٥٥	%٥٥
أعزب	٤٤	%٤٤
مطلق	٠	%٠
أرمل	١	%١
المجموع	١٠٠	%١٠٠

يتبين من خلال الجدول رقم (٣) ان فئة المتزوجين تشكل %٥٥ من المبحوثين بمعدل تكرار ٥٥ بينما فئة غير المتزوجين (أعزب) تشكل %٤٤ بمعدل تكرار ٤٤ اما فئة الارمل فكانت %١ ولا يوجد في غينة البحث فئة المطلقين.

#### جدول رقم (٤): يبين المستوى التعليمي للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
٠%	٠	يقرأ ويكتب (لم يكمل الدراسة الابتدائية)
٠%	٠	شهادة الابتدائية
٥%	٥	شهادة المتوسطة
٢١%	٢١	شهادة الإعدادية
٧%	٧	شهادة الدبلوم
٦٢%	٦٢	شهادة البكالوريوس
٥%	٥	شهادات عليا (دكتوراه - ماجستير - دبلوم عالي)
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يبين الجدول رقم (٤) المستوى العلمي للمبحوثين حيث ان العينة من حملت شهادة البكالوريوس كانت نسبتهم ٦٢% بمعدل تكرار ٦٢ والدبلوم ٧% بمعدل تكرار ٧ والاعدادية ٢١% بمعدل ٢١ والحاصلين على الشهادات العليا ٥% بمعدل تكرار ٥ والمتوسطة ٥% بمعدل تكرار ٥ ولا يوجد في العينة ممن لم يكمل الدراسة الابتدائية ولا من حصل على الشهادة الابتدائية.

#### جدول رقم (٥): يبين مهنة المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
٢%	٢	ربة بيت
٦%	٦	كاسب
٤٣%	٤٣	طالب
٤٧%	٤٧	موظف
٢%	٢	متقاعد
١٠٠%	١٠٠	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٥) ان مهنة الموظف كانت نسبتها من العينة ٤٧% وبمعدل تكرار ٤٧ اما ربة البيت كانت نسبتها ٢% بمعدل تكرار ٢ والطلاب كانت نسبتهم ٤٣% وبمعدل تكرار

٤٣ ومهنة الكاسب كانت نسبتها ٦% وبمعدل تكرار ٦ اما المتقاعدين فكانت نسبتهم ٢% وبمعدل تكرار ٢.

### المحور الثاني: أنماط التعرض للصحف الالكترونية

#### جدول رقم (٦) يبين معدل تعرض الأشخاص للصحف الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	معدل التعرض
٥٢%	٥٢	دائماً
٢٧%	٢٧	احياناً
٢١%	٢١	نادراً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

يبين الجدول رقم (٦) ان ٥٢% من المبحوثين دائماً ما يتعرضون للصحف الالكترونية و ٢٧% من المبحوثين احياناً يتعرضون في للصحف الالكترونية حين نجد ان نسبة ٢١% من افراد العينة نادراً ما يتعرضون للصحف الالكترونية.

#### جدول رقم (٧): يبين الوقت الذي يقضيه المبحوثين في متابعة الصحف الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الوقت
٣٦%	٣٦	اقل من ساعة
٣١%	٣١	أكثر من ساعة
٢٦%	٢٦	ساعتان
٧%	٧	ثلاث ساعات
٠%	٠	أكثر من ذلك
١٠٠%	١٠٠	المجموع

من خلال الجدول رقم (٧) والذي يوضح الوقت الذي يقضيه المبحوثين في متابعة بين للصحف الالكترونية ين ان ٣٦ شخص بنسبة ٣٦% يتابعون الصحف الالكترونية قل من ساعة وتليها نسبة ٣١% تمثل ٣١ من الأشخاص يتابعون للصحف الالكترونية اكثر من ساعة بينما ٢٦% وبمعدل تكرار ٢٦ يتابعون للصحف الالكترونية ساعتان و ٧% من الأشخاص وبمعدل تكرار ٧ يتابعون

للصحف الالكترونية ثلاثة ساعة ولا يوجد بالعينة ممن يتابع الصحف الالكترونية اكثر من ٣ ساعات.

**جدول رقم (٨): يبين أبرز الصحف الالكترونية التي يتابعها المبحوثين**

الصحف والمواقع الالكترونية	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	٤٦	%٤٦
المدى	٢٠	%٢٠
الزمان	١٧	%١٧
موقع الوقائع العراقية	٧	%٧
الفرات نيوز	٥	%٥
السومرية نيوز	٥	%٥
المجموع	١٠٠	%١٠٠

من خلال جدول رقم (٨) يتضح ان ٤٦ من المبحوثين وبنسبة %٤٦ يتابعون صحيفة الصباح الالكترونية وان %٢٠ يتابعون المدى الالكترونية وان ١٧ من المبحوثين بنسبة %١٧ يتابعون الزمان الالكترونية و ٧ من المبحوثين وبنسبة %٧ يتابعون موقع الوقائع الالكترونية اما موقعي الفرات والسومرية نيوز فتقاسما نسبة %٥ من مجموع المبحوثين وبمعدل تكرار ٥.

**جدول رقم (٩): يبين اهم الاحداث والموضوعات التي يتابعها المبحوثين عبر الصحف الالكترونية**

الاحداث	التكرار	النسبة المئوية
الاحداث السياسية	٤٨	%٤٨
الاحداث الاقتصادية	٥	%٥
الاحداث الاجتماعية	١٤	%١٤
المنوعة	٣٣	%٣٣
المجموع	١٠٠	%١٠٠

نلاحظ من جدول رقم (٩) ان الاحداث السياسية كانت نسبتها من العينة %٤٨ وبمعدل تكرار ٤٨ والاحداث الاقتصادية كانت نسبتها %٥ بمعدل تكرار ٥ والاحداث الاجتماعية نسبتها %١٤ وبمعدل تكرار ١٤ اما الاحداث المنوعة فكانت نسبتها %٣٣ وبمعدل تكرار ٣٣.



جدول رقم (١٠): يبين أبرز مضامين الصحف الالكترونية لدى المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	مضامين الصحف الالكترونية
٢٨%	٢٨	الاخبارية
٥%	٥	الرياضية
٣٠%	٣٠	المنوعة
٥%	٥	الثقافية
٢٤%	٢٤	السياسية
٨%	٨	التعليمية
١٠٠%	١٠٠	المجموع

نلاحظ من خلال جدول رقم (١٠) ان المضامين الإخبارية كانت نسبتها من العينة ٢٨% وبمعدل تكرار ٢٨ والمضامين الرياضية نسبتها ٥% وبمعدل تكرار ٥ والمضامين المنوعة نسبتها ٣٠% وبمعدل تكرار ٣٠ والمضامين الثقافية نسبتها ٥% وبمعدل تكرار ٥ اما المضامين السياسية فكانت نسبتها ٢٤% وبمعدل تكرار ٢٤ والمضامين التعليمية نسبتها ٨% وبمعدل تكرار ٨.

جدول رقم (١١): يبين مدى مساهمة الصحف الالكترونية في تغيير آراء المبحوثين إزاء القضايا

السياسية

النسبة المئوية	التكرار	مدى المساهمة
٣٤%	٣٤	بشكل كبير
٤٩%	٤٩	بشكل متوسط
١٧%	١٧	بشكل قليل
١٠٠%	١٠٠	المجموع

من خلال الجدول رقم (١١) يبين ان ٣٤ من المبحوثين وبنسبة ٣٤% ساهمت الصحف الالكترونية في تغيير آراءهم بمدى كبير إزاء القضايا السياسية المطروحة، وان ٤٩ من المبحوثين بنسبة ٤٩% ساهمت الصحف الالكترونية في تغيير آراءهم بمعدل متوسط إزاء القضايا السياسية، بينما ١٧ من المبحوثين بنسبة ١٧% ساهمت الصحف الالكترونية في تغيير آراءهم قليلاً إزاء القضايا السياسية المطروحة.

## جدول رقم (١٢): يبين الاحداث والابخار التي يفضلها المبحوثين اثناء متابعتهم للصحف الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الاحداث
٣٧%	٣٧	الاحداث المحلية
١٨%	١٨	الاحداث العربية
٩%	٩	الاحداث العالمية
٣٦%	٣٦	جميعاً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

من خلال جدول رقم (١٢) نلاحظ ان ٣٧ من المبحوثين وبنسبة ٣٧% يشاهدون الاحداث المحلية، و١٨ من المبحوثين وبنسبة ١٨% يشاهدون الاحداث العربية، اما ٩ من المبحوثين وبنسبة ٩% يفضلون الاحداث العربية و٣٦ من المبحوثين وبنسبة ٣٦% يفضلون الاحداث جميعاً.

## جدول رقم (١٣): يبين طرح الموضوعات من قبل الصحف الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	طريقة طرح الموضوعات
٩%	٩	تتناول قضايا بعيدة عن الواقع
٥١%	٥١	تتناول موضوعات مهمة على مستوى الشأن العراقي
٤٠%	٤٠	تهمش الاحداث المهمة وتركز على أمور ثانوية
١٠٠%	١٠٠	المجموع

من خلال الجدول رقم (١٣) نلاحظ ان ٩ من المبحوثين وبنسبة ٩% يعتقد ان الصحف الالكترونية تتناول قضايا بعيدة عن الواقع، بينما يرى ٥١ من المبحوثين وبنسبة ٥١% ان الصحف الالكترونية تتناول موضوعات مهمة على مستوى الشأن العراقي، و٤٠ من المبحوثين وبنسبة ٤٠% يعتقد ان الصحف الالكترونية تهمش الاحداث المهمة وتركز على أمور ثانوية.

### جدول رقم (١٤): يبين مدى زيادة الثقافة السياسية للمبحوثين عبر الصحف الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	مدى الزيادة
٦١%	٦١	بشكل كبير
٢٠%	٢٠	بشكل متوسط
١٩%	١٩	بشكل قليل
١٠٠%	١٠٠	المجموع

من خلال الجدول رقم (١٤) نلاحظ ان ٦١ من افراد العينة وبنسبة ٦١% ازدادت ثقافتهم السياسية بشكل كبير من الصحف الالكترونية ، بينما ٢٠ من المبحوثين وبنسبة ٢٠% ازدادت ثقافتهم السياسية عن طريق الصحف الالكترونية بشكل متوسط، وان ١٩ من المبحوثين وبنسبة ١٩% زادت ثقافتهم السياسية بشكل قليل عبر الصحف الالكترونية.

### جدول رقم (١٥): يبين مساعدة المبحوثين في بلورة أفكارهم وراءهم السياسية عبر متابعتهم للمواقع والصحف الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	مدى المساعدة
٤٦%	٤٦	نعم
١٦%	١٦	كلا
٣٨%	٣٨	الى حد ما
١٠٠%	١٠٠	المجموع

من خلال الجدول رقم (١٥) نلاحظ ان ٤٦% من المبحوثين وبمعدل تكرار ٤٦ ساهمت الصحف الالكترونية في بلورة أفكارهم وراءهم السياسية، بينما ١٦% من المبحوثين وبمعدل تكرار ١٦ لم تساهم الصحف الالكترونية في بلورة أفكارهم وراءهم السياسية، و ٣٨% من افراد العينة وبمعدل تكرار ٣٨ ساهمت الصحف الالكترونية الى حد ما في بلورة أفكارهم وراءهم السياسية.

**جدول رقم (١٦): تبين رغبة واهتمام المبحوثين في الموضوعات التي تطرحها الصحف الالكترونية**

النسبة المئوية	التكرار	معدل الاهتمام
%٤٠	٤٠	نعم
%١٦	١٦	كلا
%٤٤	٤٤	الى حد ما
%١٠٠	١٠٠	المجموع

يبين الجدول رقم (١٦) ان نسبة %٤٠ وبمعدل تكرار ٤٠ من المبحوثين ساعدة الصحف الالكترونية في تلبية رغباتهم واهتمامهم، في حين نسبة %١٦ من المبحوثين وبمعدل تكرار ١٦ لم تساعد الصحف الالكترونية في تلبية رغباتهم واهتمامهم، وبنسبة %٤٤ من المبحوثين وبمعدل تكرار ٤٤ ساعدت الصحف الالكترونية الى حد ما في تلبية رغباتهم واهتمامهم.

**جدول رقم (١٧): يبين مناقشة المبحوثين القضايا السياسية وتشجيعهم في التحدث مع الاخرين من خلال تعرضهم للصحف والمواقع الالكترونية**

النسبة المئوية	التكرار	معدل الزيادة
%٥٨	٥٨	نعم
%١٢	١٢	كلا
%٣٠	٣٠	الى حد ما
%١٠٠	١٠٠	المجموع

من خلال الجدول رقم (١٧) يبين ان نسبة %٥٨ من المبحوثين وبمعدل تكرار ٥٨ ساعدة الصحف الالكترونية على تشجيعهم في التحدث مع الاخرين في القضايا السياسية المطروحة، في حين نسبة %١٢ من المبحوثين وبمعدل تكرار ١٢ لم تساعد الصحف الالكترونية في التحدث مع الاخرين في القضايا السياسية المطروحة، وبنسبة %٣٠ من المبحوثين وبمعدل تكرار ٣٠ ساعدة الصحف الالكترونية الى حد ما في التحدث مع الاخرين في القضايا السياسية المطروحة.

### جدول رقم (١٨): يبين زيادة رغبة المبحوثين في المشاركة السياسية

مدى الزيادة	التكرار	النسبة المئوية
بشكل كبير	٥٠	%٥٠
بشكل متوسط	٣٢	%٣٢
بشكل قليل	١٨	%١٨
المجموع	١٠٠	%١٠٠

من خلال الجدول رقم (١٨) يبين نسبة ٥٠% من المبحوثين وبمعدل تكرار ٥٠ ساهمت الصحف الالكترونية في زيادة ورغبة المشاركة السياسية لديهم بشكل كبير، في حين نسبة ٣٢% من المبحوثين وبمعدل تكرار ٣٢ زادت الصحف الالكترونية لديهم في المشاركة السياسية بشكل متوسط، ونسبة ١٨% وبمعدل تكرار ١٨ استطاعت الصحف الالكترونية في زيادة المشاركة السياسية لديهم بشكل قليل.

### جدول رقم (١٩): يبين مساهمت الصحف الالكترونية في تغيير معتقدات واتجاهات المبحوثين سياسياً

معدل المساهمة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٤١	%٤١
كلا	٢٤	%٢٤
الى حد ما	٣٥	%٣٥
المجموع	١٠٠	%١٠٠

من خلال الجدول رقم (١٩) يبين نسبة ٤١% من المبحوثين وبمعدل تكرار ٤١ استطاعت الصحف الالكترونية في تغيير معتقداتهم السياسية او ساهمت في ذلك، في حين نسبة ٢٤% وبمعدل ٢٤ لم تستطيع الصحف الالكترونية في تغيير او المساهمة في تغيير معتقداتهم السياسية، ونسبة ٣٥% من المبحوثين وبمعدل تكرار ٣٥ استطاعت الصحف الالكترونية الى حد ما في المساهمة او تغيير معتقداتهم السياسية.

## جدول رقم (٢٠): يبين مساعدة المبحوثين في فهم المشكلات السياسية التي تطرحها الصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	مدى فهم المشكلات السياسية
%٤٩	٤٩	نعم
%٧	٧	كلا
%٤٤	٤٤	الى حد ما
%١٠٠	١٠٠	المجموع

من خلال الجدول رقم (٢٠) يوضح ان نسبة ٤٩% من المبحوثين وبمعدل تكرار ٤٩ ساعدت الصحف الإلكترونية ومن خلال المواضيع التي تطرحها من فهم المشكلات السياسية للمبحوثين، في حين نسبة ٧% وبمعدل تكرار ٧ لم تستطيع الصحف الإلكترونية على فهم المشكلات السياسية لديهم، في حين ان نسبة ٤٤% وبمعدل تكرار ٤٤ استطاعت الصحف الإلكترونية الى حد ما في فهم المشكلات السياسية لدى افراد العينة

### المطلب الرابع: النتائج والاستنتاجات

#### أولاً: النتائج:

- ١- أظهرت نتائج البحث ان جمهور محافظة ذي قار دائماً ما يستخدمون الصحف والمواقع الإلكترونية اسبوعياً وبنسبة ٥٢%.
- ٢- يتضح لنا من البحث ان وقت متابعة جماهير محافظة ذي قار للصحف الإلكترونية اقل من ساعة في اليوم بنسبة ٣٦%.
- ٣- أشارت نتائج البحث ان صحيفة الصباح الإلكترونية أكثر صحيفة وموقع يتعرض لها الافراد وبنسبة ٤٦%.
- ٤- يتضح لنا من البحث ان اهم الموضوعات والاحداث التي يشاهدها افراد العينة هي الاحداث السياسية وبنسبة ٤٨%.



- ٥- دلت الدراسة ان جمهور محافظة ذي قار يفضل متابعة جميع مضامين الصحف الالكترونية ومنها الإخبارية والسياسية والمنوعة والتعليمية حيث حصلت المضامين الإخبارية والسياسية النسبة الأكبر منها في المشاهدة وبنسبة ٥٢%.
- ٦- أشارت الدراسة ان الصحف الالكترونية ساهمت في تغيير آراء الافراد إزاء القضايا السياسية المطروحة وبشكل متوسط وبنسبة ٤٩%.
- ٧- تبين لنا ان الغالبية من جمهور محافظة ذي قار يفضلون مشاهدة الاخبار والاحداث المحلية وبنسبة ٣٧%.
- ٨- يتضح لنا ان اغلبية وجهات نظر جمهور محافظة ذي قار تجد طرح الموضوعات السياسية عبر الصحف الالكترونية تتناول موضوعات مهمة على مستوى الشأن العراقي بنسبة ٥١%.
- ٩- أظهرت نتائج البحث ان الصحف الالكترونية ساهمت وبشكل كبير من زيادة الثقافة السياسية لدى المبحوثين وبنسبة ٦١% بينما ٢٠% بشكل متوسط.
- ١٠- اشارة الدراسة ان الصحف الالكترونية ساهمة في بلورة أفكار وآراء الافراد السياسية وبنسبة ٤٦%.
- ١١- يتضح لنا الموضوعات التي تطرح عبر الصحف الالكترونية تلبية رغبات الافراد المبحوثين وبنسبة ٤٠% في حين ٤٦% من المبحوثين ساهمت الصحف الالكترونية الى حدما في تلبية رغباتهم.
- ١٢- اشارت نتائج الدراسة ان الصحف الالكترونية شجعت المبحوثين على التحدث ومناقشة القضايا السياسية المطروحة مع الآخرين وبدرجة كبيرة حيث بلغة النسبة ٥٨%.
- ١٣- تبين لنا ان الصحف الالكترونية زادت وبشكل كبير من رغبة الافراد في المشاركة السياسية وبنسبة ٥٠%.
- ١٤- اشارت نتائج البحث ان الصحف الالكترونية ساهمت في تغيير اتجاهات ومعتقدات السياسية لدى المبحوثين وبنسبة ٤١%.
- ١٥- تبين لنا ان الغالبية من جمهور محافظة ذي قار استطاعت الصحف الالكترونية من مساعدتهم في فهم المشكلات السياسية وبنسبة ٤٩%.

## ثانياً: الاستنتاجات:

### نستنتج من البحث ما يلي:

١. هنالك اهتمام واضح بمتابعة الموضوعات السياسية عبر الصحف الالكترونية من قبل الجمهور لارتباطها بمجريات الحياة اليومية.
٢. شغلت القضايا السياسية عبر الصحف الالكترونية اهتمام واضح من الجمهور وتعد اليوم من أكثر القضايا متابعة من قبل المجتمع.
٣. استطاعت الصحف الالكترونية أن تلبى حاجة المجتمع في المعرفة السياسية باعتبارها النافذة الأكثر رواجاً وسهولة الوصول إليها من قبل الجمهور.
٤. ان هنالك تأثيراً واضحاً للصحف الالكترونية على سلوك المجتمع سياسياً لان البيئة الرقمية تكون أقرب وسيلة اتصالية للأفراد لتمتعه بمزايا يشارك فيها وسائل الاعلام الجماهيرية وينفرد دونها بمزايا أخرى.
٥. ان الصحف الالكترونية تعد عاملاً مؤثراً في عملية صنع القرار السياسي العراقي لان الجمهور يتابع باستمرار من خلال الشاشات او من خلال الصفحات الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي.
٦. الصحف الالكترونية مصدراً لسلوك سياسي مجتمعي يحثهم على المضي بهذا الاتجاه وذلك على الأقل في مسار مشاركتهم السياسية.
٧. استطاعت الصحف الالكترونية في المساهمة بتغيير معتقدات واتجاهات الجماهير سياسياً من خلال الموضوعات والقضايا التي تطرحها.
٨. ان الصحف الالكترونية تطرح العديد من الموضوعات والقضايا السياسية التي تتناول أحداث مهمة على الشأن العراقي.
٩. ان الصحف الالكترونية لها دور كبير في المساهمة في تغيير آراء الجماهير سياسياً وذلك لا اطلاع الجماهير بشكل مستمر ومختلف المواقع الاخبارية على مستوى التعددية.

١٠. ان الصحف الالكترونية تساعد المجتمع على فهم المشكلات السياسية من خلال محتوى ومضمون المضامين السياسية التي تقوم من خلالها.

### الهوامش:

- (١) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (الامارات المتحدة العربية: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧، ص٧٦.
- (٢) المصدر نفسه، ص٢٠٩.
- (٣) سعد سلمان المشهداني، المصدر السابق، ص١٦٣.
- (٤) المصدر نفسه، ص٢٠٧.
- (٥) محمد بن ابي بكر بن عبد القادر، مختار الصحاح، (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، ٢٠١١)، ص٢٢١.
- (٦) علي السلمي، مهنية الإدارة، عالم الفكر، العدد٢، السنة ٢١، ٢٠٠٠م، ص١٥-١٦.
- (٧) محمد علي العويني، أصول العلوم السياسية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٥ م)، ص١١.
- (٨) محمد محمود ربيع واسماعيل صبري مقلد، موسوعة العلوم السياسية (الكويت: جامعة الكويت، ٢٠١٤)، ص٤٨٦.
- (٩) علي السلمي، مصدر سابق، ص٢٠.
- (١٠) جلال معوض، علاقة القيادة في صنع القرار السياسي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية العلوم السياسية، ١٩٨٥، ص٦٠.
- (١١) محمد صالح، مصدر سابق، ص٥٢.
- (١٢) ايمان عبد العال، مصدر سابق، ص٩٢.
- (١٣) احسان الحسن، علم الاجتماع السياسي (الأردن: وائل للنشر و التوزيع، ٢٠٠٥)، ص٢٧١.
- (١٤) سعد توفيق، مبادئ العلاقات الدولية، (الأردن: وائل للنشر، ٢٠٠٧)، ص١٢٩.
- (١٥) راكان القاعودي، عمليات اتخاذ القرار السياسي تجاه المفاوضات العربية، (عمان: دار أسامة، ٢٠٠٨)، ص١٢٤.
- (١٦) سعد توفيق، المصدر السابق، ص١٢٨.
- (١٧) روياء رستم محمد، دور القنوات الفضائية الوردية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية الكوردية، جامعه اربيل، كلية الآداب والفنون، قسم الاعلام، ٢٠١٧، ص٦٣.
- (١٨) عارف عبد محمد، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون، العدد ٢٠، ٢٠٢١، ص٥٢٧.
- (١٩) المصدر نفسه، ص٥٢٨.

(٢٠) حسين غزوان، دور القنوات التلفزيونية في التغيير السياسي، مجلة آداب المستنصرية، المجلد ٤٤، العدد ٨٩، ٢٠٢٠، ص ٥١٩.

#### المصادر:

- ١- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتاب، ٢٠٠٠).
- ٢- سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (الامارات المتحدة العربية: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧).
- ٣- محمد بن ابي بكر بن عبد القادر، مختار الصحاح، (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، ٢٠١١).
- ٤- علي السلمي، مهنية الإدارة، عالم الفكر، العدد ٢، السنة ٢١، ٢٠٠٠م.
- ٥- محمد علي العويني، أصول العلوم السياسية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٥ م).
- ٦- محمد محمود ربيع واسماعيل صبري مقلد، موسوعة العلوم السياسية (لكويت: جامعة الكويت، ٢٠١٤).
- ٧- جلال معوض، علاقة القيادة في صنع القرار السياسي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية العلوم السياسية، ١٩٨٥.
- ٨- احسان الحسن، علم الاجتماع السياسي (الأردن: وائل للنشر و التوزيع، ٢٠٠٥).
- ٩- سعد توفيق، مبادئ العلاقات الدولية، (الأردن: وائل للنشر، ٢٠٠٧).
- ١٠- راكان القاعودي، عمليات اتخاذ القرار السياسي تجاه المفاوضات العربية، (عمان: دار أسامة، ٢٠٠٨).
- ١١- رويا رستم محمد، دور القنوات الفضائية الوردية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أداء الأحزاب السياسية الكوردية، جامعه اربيل، كلية الآداب والفنون، قسم الاعلام، ٢٠١٧.
- ١٢- عارف عبد محمد، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون، العدد ٢٠، ٢٠٢١.
- ١٣- حسين غزوان، دور القنوات التلفزيونية في التغيير السياسي، مجلة آداب المستنصرية، المجلد ٤٤، العدد ٨٩، ٢٠٢٠.