



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author:

Asst. Lect. Muntadher Mohammed
Jedi Wasit University - College of
Arts

Emil;

Muntadher.mj@uowasit.edu.iq

Keywords: : Role, electronic media,
political process, Wasit University

ARTICLE INFO

Article history:

Received 5 Oct 2024

Accepted 12 nov2024

Available online 1 Jan 2025



The Role of Electronic Media in the Political Process (2011-2019): Wasit University as a Model

ABSTRACT

Modern media is one of the most essential necessities of our contemporary life and one of the most important sources of information about the world around us, serving as a link between all institutions, whether religious or political. The first chapter of the research contains the methodological framework, which includes the research problem, examining the elite status of media and the effectiveness of media messages under various conditions and changes. The importance of this study lies in identifying the key points that politicians seek in the media and highlighting their necessity and priority. The aim of the study is to understand the role that media plays in politics and to reveal the reasons politicians resort to media.

A descriptive method was used in the study for analysis purposes. This chapter also reviews previous studies that dealt with electronic media and politics. The second chapter provides a theoretical framework addressing the functions of electronic media in political systems, covering its concepts, types, and functions. The third chapter is practical, presenting the study procedures and explaining the steps taken by the researcher, such as creating a questionnaire, setting its metrics, and selecting a sample from Wasit University, distributing it to 220 respondents. The study yielded several findings, including that electronic media has the highest rate of publishing political content. The researcher concluded that electronic media has contributed to spreading political awareness and is characterized by its speed in conveying news and political events and changes.

The researcher also recommends enacting a law to limit the phenomenon of electronic blackmail that distorts public, political, or religious figures. Legitimate public issues published on electronic media platforms should be taken into consideration and addressed swiftly in Iraq.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.3753>

دور الاعلام الالكتروني في العملية السياسية (2011-2019) جامعة واسط – انموذجاً

م.م منتظر محمد جدي العائدي/ جامعة واسط كلية الاداب

الخلاصة:

تعد وسائل الإعلام الحديثة من أهم ضروريات حياتنا المعاصرة ، وهي أحد أهم مصادر المعلومات بالعالم المحيط بنا وحلقة الوصل بين كل المؤسسات سواء أكانت مؤسسات دينية ام سياسية. يحتوي الفصل الاول من البحث على الإطار المنهجي ويتكون من مشكلة البحث حيث مكانتهم النخبوية وما مدى قدرة الرسالة الاعلامية في ظل الظروف والمتغيرات . وتكون أهمية هذه الدراسة كامنّة في معرفة النقاط الأساسية التي يبحث عنها السياسيون في الاعلام وبيان ضرورتها وأولويتها.. أما هدف الدراسة فهو معرفة طبيعة الدور الذي يؤديه الإعلام في مجال السياسة وكشف لجوء السياسيين لهذا الإعلام. وقد اعتمد المنهج الوصفي في الدراسة وهذا المنهج يهدف إلى التحليل ، وقد تطرق هذا الفصل أيضاً إلى الدراسات السابقة التي تناولت مجالات الاعلام الإلكتروني والسياسية أما الفصل الثاني فهو الإطار النظري الذي تطرق إلى وظائف الاعلام الإلكتروني بالأنظمة السياسية : و يتناول الاعلام الإلكتروني من حيث (المفهوم الانواع الوظائف). اما الفصل الثالث فهو الفصل العملي بعرض إجراءات الدراسة وتوضيح الخطوات التي قام بها الباحث من إنشاء استمارة استبيان ووضع مقياس لها واختار عينة جامعة واسط وتم توزيعها على ٢٢٠ مبحوثاً . وخرج بها بعدة نتائج للمبشرين ، إن الاعلام الإلكتروني أعلى نسبة لنشر المحتوى السياسي. وقد خرج الباحث باستنتاجات عدة ، أهمها ان الاعلام الإلكتروني ساعد على نشر الوعي السياسي . وكذلك أستنتج أن الإعلام الإلكتروني يتميز بسرعة نقل الخبر والأحداث والمتغيرات السياسية. كما يوصي الباحث في تشريع قانون يحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني الذي يقوم بتشويه الشخصيات العامة والسياسية أو الرموز الدينية. ويؤخذ بنظر الاعتبار بقضايا الجمهور المشروعة التي تنشر عبر منصات الاعلام الالكترونية وتأخذ صدى واسعاً في العراق وتكون هنالك سرعة معالجة الكلمات المفتاحية : دور ، الاعلام الإلكتروني ، العملية السياسية ، جامعة واسط .

مقدمة

المقدمة:

يعد الإعلام الإلكتروني من وسائل الإعلام الحديثة التي تعتمد تكنولوجيا المعلومات الإلكترونية في توثيق المعلومات والتي تتمثل بشبكة الإنترنت ببرامجها المتعددة فضلاً عن مواقع التواصل الاجتماعي، وقد أخذ أمن الإعلام مساحة واسعة في تغيير وتجديد الأفكار ووجهات النظر بكثرة ضخ المعلومات والأحداث السريعة ويمثل ثورة في مجال المعلومات ، وقد وظف هذا النوع من الاعلام في السياسة توظيفاً خصوصاً بعد الانتشار الهائل لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتتعدد تأثيرات الاعلام على الجوانب السياسية العالمية ، فهي تتحكم بمعطيات الحملات الانتخابية والقرارات السياسية في تضليل الرأي العالمي، مع ذلك لها الأثر الإيجابي في دعم المعطيات السياسية من مثل تبسيط الإجراءات وتقليل الروتين الذي يؤدي الى الفساد الاداري، وقد أدى هذا النوع من الإعلام بالعراق دوراً كبيراً في تفعيل الدور الاعلامي وتنمية ثقافة التعددية فضلاً عن إسهامه في إنجاح التجارب الانتخابية، فقد اسهم في دعم وسائل الاعلام ضمن الحملات للمرشحين، إذ أسهم في نشر الاعلانات في تقديم دعم مهم للمرشحين من أجل شغل المناصب السياسية، فساعدت الرسائل الإعلامية التي انطلقت من طريق الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والوكالات التركيز على البرنامج الانتخابي للمرشح مما يسهم في التعزيز فرصة النجاح بالانتخابات ، وقد كانت هذه الماكينات الإعلامية الإلكترونية لها أدوار عديدة في رسم السياسة في العراق ، وليس فقط بالانتخابات، حيث دخل في مفاصل العملية السياسية.

مشكلة البحث

إنَّ مشكلة البحث وصياغتها من ضرورات البحث العلمي ومتطلباته، وإن نقطة البداية في أي بحث علمي هي الاحساس بمشكلة ما، فبدون مشكلة تطلب دراسة لا يوجد بحث علمي ؛ إذ إنَّ هذا التحديد والاختبار سيقترن عليه أمور عدة ، منها نوعية الدراسة وطبيعة المنهج الذي يتبع وخطة البحث وأدواته، لذلك نجد أن الباحث الذي يحدد مشكلته ويقدمها بصورة لفظية دقيقة، ويحدد المعنى المقصود من هذه الألفاظ ، يكون قد أنجز جزءاً مهماً من بحثه ، ويجب أن نعرف كيف يتم فيها معرفة دور الاعلام الإلكتروني في العملية السياسية في ظل التطورات التقنية واحترام المنافسة بين الوسائل الإعلامية الإلكترونية ، التي أخذت منحى جديداً في نقل الأحداث، إذ شهدت تنوعاً في الأساليب الفنية في تحرير الأخبار، وفي أساليب تقديم وعرض الخبر واستخدام الوسائط المتعددة المصاحبة للخبر والسرعة والفورية في نشر المعلومات والأخبار.

السؤال الرئيس: ما دور الإعلام الإلكتروني في العملية السياسية؟

ومن هذا التساؤل تتفرع تساؤلات عدة

الاسئلة الفرعية

١. ما أسباب لجوء السياسيين للإعلام الإلكتروني؟
٢. هل استفاد السياسيون من الوسائط المتعددة للإعلام الإلكتروني؟
٣. ما موضوعات الاخبار السياسية المتغيرة في الاعلام الإلكتروني؟

أهداف البحث

ان لكل دراسة أهدافاً عدة يسعى البحث للوصول اليها، ويرشدنا هذا البحث عن الخروج بنتائج الدراسة، وتكون هذه الأهداف التي يجب الإجابة عليها هي:

١. الدراسة والكشف عن دور الإعلام الإلكتروني في العملية السياسية
 ٢. معرفة طبيعة الدور الذي يلعبه الاعلام الإلكتروني في مجال السياسة
 ٣. التأكد من الحيادية وصدق الموضوعات في المعلومات السياسية التي تنشر عبر الاعلام الإلكتروني.
- مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية
- ### أهمية البحث:

إن أهمية هذه الدراسة تكمن في معرفة النقاط الأساسية التي يبحث عنها السياسيون في الاعلام الإلكتروني و بيان الموضوع أو القضية في مجال العلوم الإعلامية وبيان ضرورتها وأولويتها ويحتل الاعلام الإلكتروني في العملية السياسية أهمية كبيرة في بحوث الاعلام عامة وبحوث الاتصال السياسي على وجه الخصوص، نظرًا لما يؤديه الإعلام من وظائف عديدة سياسية للمتلقين والتأثير في وجهة نظرهم وقيمهم السياسية، ويعد ذلك من الموضوعات الحيوية البارزة، ويحتل مكانة مرموقة في صدر الدراسات الاجتماعية والسياسية وخصوصًا في عالمنا المعاصر.

منهج البحث:

البحث الوصفي : يستخدم الباحث المنهج الوصفي عندما تكون هناك بعض البحوث والدراسات السابقة وعندما يكون هناك معلومات عديدة عن موضوع البحث. وتهدف البحوث الوصفية أو التحليلية أو التشخيصية إلى وصف موضوع البحث أو المشكلة وتحديد كمياً أو كيفياً. ويكون المنهج العلمي الوصفي والمنهج الكمي التحليلي بدراسة (1). العوامل الخاصة بمهنية الإعلام

الإلكتروني ودوره في العملية السياسية بالعراق ومدى علاقته وتأثيره في طبيعة التدخل السياسي ؛ إذ استخدمت استمارة الاستبيان للحصول على النتائج وتفسيرها.

عينه البحث:

حيث تكون جامعة واسط إنموذجاً لدراسة عينة البحث حيث كان تأسيسها في يوم 13 / 1 / 2003 برز في محافظة واسط صرح علمي طالما حلم به أبناء المحافظة ، ولأسيما المثقفون وطالبو العلم والمعرفة، لتكون جامعة واسط مصدرًا مهمًا وأساسياً في إشاعة نور المعرفة والعلم والثقافة في ربوع وأرجاء المحافظة، وتسد الحاجة الماسة إلى مؤسسة جامعية ترضي الطموح المشروع لأبناء المحافظة، وليكون ملاذًا آمنًا وحضناً دافئاً لخريجي المرحلة الإعدادية من أبناء المحافظة، احتضنت الجامعة ثلاث كليات كانت مرتبطة إدارياً وعلمياً بجامعة القادسية، فكانت هذه الكليات اللبنة الأولى للجامعة العتيدة (جامعة واسط وهي: كلية التربية التي استقبلت طلبتها في العام الدراسي ١٩٩٦-١٩٩٧، وكلية الإدارة والاقتصاد التي استحدثت في العام الدراسي ٢٠٠٠ – ٢٠٠١، وكلية العلوم التي تم افتتاحها في العام الدراسي ٢٠٠٢-٢٠٠١).

اساتذة جامعة واسط (ذكور – اناث)

موظفو جامعة واسط (ذكور – اناث)

مجالات البحث

الحدود المكانية: العراق – جامعة واسط –

الحدود الزمانية : ١٠/٩/٢٠٢٠ إلى ١/١١/٢٠٢٠

مفاهيم البحث

الإعلام الإلكتروني : وهو عبارة من مرحلة التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد الوسائط الالكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه فهو يشترك مع الأعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة لكن يتميز باعتماده على وسائل التكنولوجيا الجديدة المتمثلة في استخدام الحواسيب الالية والأجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح الانترنت وهو يركز على الوسائل المستخدمة وفق هذا النوع .

العملية السياسية : هي مشروع سياسي مصاغ من قوى سياسية تؤمن بالعملية السياسية، يراد له أن يترسخ ويستمر ويتسم بمجمل العملية بالاستمرار الى حين تجسيده العملية السياسية بالنظام السياسي ، يتسم بنوع من الثبات والاستمرار ويرتكز إلى دستور حاكم لحركته ومنظم

له . (٢)

الاعلام الالكتروني (المفهوم الانواع الوظائف)

. نشأة الاعلام الالكتروني

من اهم التطورات التكنولوجية التي قلبت الموازين في الاعلام التقليدي هي ظهور شبكة المعلومات الدولية الانترنت وانتشارها وما صاحبها من قفزات في النشر الالكتروني واصبحت هذه الوسيلة الاتصالية الانترنت منافسا قريبا لوسائل الاعلام التقليدي اذ نقلت التكنولوجيا الجديدة الصراع بين الوسائل الى مساحات اخرى ، فهي لم تعد محصورة كل سابق بين الصحافة الورقية والتلفزيونية في شكليهما التقليديين.

ويعرف الاعلام الالكتروني (Electronic media) بأنه نوع جديد من الاعلام يشترك مع الاعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والاهداف وينشر عبر الطرق الإلكترونية وعلى راسها الانترنت ما يميز الاعلام الالكتروني عن الاعلام التقليدي هو اعتماده على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة ، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي. لا يصل المضمين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثره بطريقه اكبر ويتيح الانترنت الاعلامي فرصة كبيرة لتقديم موادهم الاعلامية المختلفة بطريقة الكترونية.(أبو عيشة ٢٠١٠، ص ٩٧).

الاعلانات عبر شبكات الانترنت يعرف الإعلان عبر شبكة الإنترنت على أنه أي شكل المحتوى معين عبر شبكة الإنترنت مدفوع الأجر من قبل جهة معلنة محددة بقصد تحقيق الأهداف التسويقية للجهة المعلنة وكما يعرف أيضا على أنه أي شكل من المحتوى التجاري المتوفر على شبكة الإنترنت من أجل اخبار العملاء بالسلع أو الخدمات في شتى المجالات(أحمد، ٢٠١١: ٥٩)

أنماط الإعلام الإلكتروني مع الإعلام الجديد وشبكة الإنترنت فأن قنوات الإعلام الإلكتروني تشمل:

أ - الصحافة الإلكترونية خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، و حزم النشر الصحفي.

ب الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة في الشبكة الانترنت التي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع أرشفة جميع المعلومات إلكترونية بحيث يمكن للمتلقي أن يسترجعها في أي وقت.

ت. المواقع الشخصية : المرصد الإعلامية خدمات البث عبر الهاتف الجوال : وتشمل البث الحي على الهاتف وبث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة ال SMS وال MMS وغيرها بث خدمات الأخبار العاجلة.

خصائص الإعلام الإلكتروني

١. **خاصية التنوع:** من المشكلات التي تواجه المحرر في الصحافة التقليدية الورقية هي المساحة المخصصة للموضوع أن يوفق مقدار ما يكتبه والمساحة وحاجة الجمهور (رامي، ٢٠٠١ : ٢٠).
٢. **تخطي حدود الدول:** لا حدود جغرافية تقف بوجه الإعلام الإلكتروني وعبر شبكة الإنترنت إذا تمكن الموقع الإلكتروني من الوصول إلى مختلف انحاء العالم (حسن ، ٢٠١٥ : ١٠٦).
٣. **المرونة:** قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات. (ويب، ٢٠١٦ / ٠٨ / ٢٩)
٤. **التكلفة:** لعل اهم مميزات الاعلام الالكتروني انه واطى تكلفة ويطور بفعل الثورات المتلاحقة بالتكنولوجيا الاتصال التي تؤدي إلى خفض متوال في اسعار الاعلام الالكتروني وكلفة استخدامه (ملاح، ٢٠١٣ : ١٥٦).

١. **الاعلام الجديد.** يركز هذا الجزء على استعراض الأفق التاريخي للمطالبة بنظام إعلامي جديد تلك المطالبة التي ارتبطت بمجمل المشهد الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والاتصالي لمجتمع النصف الثاني من القرن العشرين هذا الاستعراض يأتي بنية تجذير النقلة الإعلامية التي نعيشها الآن واستكشاف الفوارق والتقاطعات بين النظام الاعلامي الجديد وتطبيقات الإعلام الجديد (رضا، ٢٠١٥ : ١٧).

عوامل ظهور الاعلام الجديد

- **العامل الاقتصادي:** من بين أسباب ظهور الإعلام الجديد هو عولمة الاقتصاد وانفتاح الأسواق العالمية التي أدت إلى إزالة الحدود الدولية (شيخاني، ٢٠١٠ : ٤٤٤).
- **العامل التقني:** يعد التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتكون تجهيزاته وبرامجه وتكنولوجيا الاتصالات خصوصا فيما يتعلق بالأقمار الاصطناعية وشبكات الألياف الضوئية (عيساني، ٢٠١٣ : ٢٧).

- **العامل السياسي:** تغيير السياسات الدولية والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي مع بدء تطبيق ظاهرة العولمة وتطور تقنيات الاتصال جعل من العالم قرية صغيرة كما يقال، وتمكنت الدول النامية والمجتمعات المتخلفة من التعبير عن ذاتها اثر شيوع مفهوم الديمقراطية وأدى ذلك كله إلى إدخال عمليات الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدية وتشجيع انتشار وسائل الإعلام الجديدة (جوهر، ٢٠١٩ : ١٣٥).

٢. **الاعلام الرقمي** من خلال تطور التكنولوجيا الذي رفع من الإمكانيات التقنية لوسائل الإعلام الجديدة ومكنها من توفير خدمات إخبارية متميزة في شكلها ومضمونها والمفاضلة والتفريد تطبيق يتناسب مع الأفراد في طرائق استهلاك الوسائل الإعلامية الجديدة من طرف مستخدميها تداخل مصالح واستراتيجيات المؤسسات في ميدان الاتصال. وأصبح بديلا عن الخطابات السياسية المعتادة و أصبح الواقع الرقمي أداة هامة في كشف المخفي من المعلومات وأداة الضغط. (صادق، ٢٠٠٩ : ٢٦)

٣. **الصحافة الإلكترونية** شكلت الصحافة الإلكترونية ظاهرة اعلامية جديدة لثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما يميز هذه الظاهرة الاعلامية أنها أكثر انتشارا وسرعة للوصول إلى عدد ممكن من القراء بأقل التكاليف وتعد الصحافة الإلكترونية على أنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء (سليمان ٢٠٠٩ : ١٠).

هنالك نوعان اساسيان من الصحف الإلكترونية

أ- **الصحف الإلكترونية المتخصصة**: وهي الصحف التي يتم إنتاجها وتوزيعها إلكترونيا وليس لديها نسخة ورقية وجمهور أو قراء .

ب- **الصحف الإلكترونية التي لها أصل ورقي** : وهي صحف إلكترونية تحمل اسم الصحيفة الورقية، أي الشكل الإلكتروني من الصحيفة الورقية، فهذه الصحف وهي تصدر وتطبع بالطريقة المعتادة (يونس، ٢٠١٤ : ٢٧٠).

مميزات الصحافة الإلكترونية

١. السرعة في تلقي الأخبار العاجلة وتضمين الصور وأفلام الفيديو مما يدعم مصداقية الخبر.
٢. سرعة وسهولة تداول على الإنترنت عكس الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها.
٣. أتاحت الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة القارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات (بارودة، ٢٠١٣، : ٢٩).

٤. **مواقع التواصل الاجتماعي**: أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي ثورة في عوالم الاتصال والتواصل والمعلومات وأمسّت بقوة بمنظومات القيم الاجتماعية والثقافية، وتدخلت على نطاق واسع في تغيير البنى المؤسسات السياسية، وفي التلاعب بموازين القوى السائدة.(مركز الحرب الناعمة، ٢٠١٩ : ٧)

او هي صفحات ويب تسهل التفاعل النشط بين المشتركين، وتشمل ميزات مثل (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، (مطشر، ٢٠٢٤)

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي

في ظل الدور الذي أدته وسائل التواصل الاجتماعي في الحقبة الماضية من تغيير قضايا وسياسات حكومات و انطلاق ثورات بالوطن العربي، وتحشد الرأي العام وتأجيج الجماهير وبالتالي إشعال احتجاجات الشارع تزايد الاهتمام بدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير في الحياة السياسية .

ما دور الإعلام في العملية : الاعلام الالكتروني يعد مرحلة انتقالية من الركود الى الوعي السياسي من الانسيابية الى القيادة، وبالتأكيد مرحلة انتقالية في تغيير شكل الحكومات ، كما ان مواقع التواصل الاجتماعي هو مصطلح يسعى الشباب به في التغيير سياسيا الى اداة اجتماعية، وسيجد الخطاب السياسي مساحة أكبر وتأثيراً أوضح.(عبد الحميد ٢٠١٦: 53)

توظيف السياسية للإعلام الالكتروني

يمكن توظيف الاعلام الالكتروني للعملية السياسية من حيث احتساب وسائل الإعلام حلقة الوصل بين الجمهور والنظام الحاكم صانع القرارات، وهذه الوسائل هي التي تسهم بدرجة كبيرة في النجاح أو فشل النظام السياسي من الوظائف والأنشطة السياسية (عبد الحميد، ٢٠١٨: ٧)

مجلة لارك للدراسات والبحوث والعلوم الاجتماعية

لجوء السياسيين لمنصات مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعية في شن الحملات الإلكترونية لرخص التكلفة مرحلة الصمت الانتخابي وضعف الرقابة على سقف التمويل، وهو ما يمثل وسهولة تكوين ونشر الصور والفيديوهات الدعائية، (عبد العزيز، ٢٠١٦: ٣٩)

مفهوم الديمقراطية في العملية السياسية

أثرت ثورة المعلومات على الديمقراطية بوصفها مفهوما وممارسة بشكل ظهرت ملامحه على النظم السياسية في العالم والعراق خاصة سواء فيما يتعلق بطبيعتها أو في مدخلاتها ومخرجاتها، وعلى عمل المؤسسات السياسية الوسيطة والمجتمع المدني والثقافة والسياسة السائدة وأصبحت المواقع الإلكترونية الإنترنت (خالد، ٢٠١٩: ٧٠)

الدعاية السياسية في ظل الاعلام الالكتروني

تتخذ فكرة الدعاية توظيفا سياسيا ، إذ يعد هذا النوع من التسويق أحد أغراض أو آليات الدعاية السياسية المضادة ويتوقع مستقبلاً أن نكون الصحف الإلكترونية نافذة مهمة ؛ لهذا التسويق. وتقسم الدعاية الى ثلاثة أقسام :

١. **الدعاية البيضاء:** وهي دعاية معروفة المصدر محدودة الهدف تسعى دائماً إلى خدمة أهداف (صلاح: 2016: ٤٤٤)

٢- **الدعاية السوداء:** وهي دعاية مجهولة المصدر، بل يدعى أصحابها أحياناً أنها صادرة من مكان معين غير الذي تصدر .

٣. **الدعاية الرمادية أو السمراء :** بين تلك الألوان الثلاثة للدعاية يتضح لنا أن الدعاية الرمادية هي أخطرهما على الإطلاق ، فالإنسان بقليل من الوعي والفتنة يستطيع أن يكشف بسرعة ما وراء الدعاية البيضاء والسوداء (إبراهيم ١٩٩٧ : ٢٩٩) .

الفصل الرابع النتائج والاستنتاجات والتوصيات

تمهيد

بعد أن استعرض الباحث مفهوم وسمات الاعلام الإلكتروني وكيف تم توظيفه للعملية السياسية في مختلف مجالاتها العامة والخاصة بالمدة الزمنية الواقعة من عام ٢٠١٩ – ٢٠١١ وتوضيح أبرز أهداف ذلك الاعلام ودوره في المجتمع وكذلك توضيح العملية السياسية صنع القرار ؛ إذ وفر الاعلام الإلكتروني مساحة واسعة ودورا مهما في هذا المجال. حاول الباحث في الفصل الرابع عرض إجراءات الدراسة وتوضيح الخطوات التي اتبعتها بإنشاء استمارة استبيان ووضع مقياس لها واختيار العينة التي بها سيتم تحديد النسب والخروج بنتائج هذه الاستبانة.

٤, ١. البيانات الأولية

1. النوع الاجتماعي بينت النتائج أن عدد الذكور في عينة البحث بلغ (١٣٣) من حجم العينة الكلي والبالغ (٢٢٠) ونسبة مئوية قدرها (٦٠,٥%)، في حين بلغ عدد الإناث (٨٧) ونسبة مئوية (٣٩,٥%). أنظر إلى جدول (١).

جدول (١): يبين النوع الاجتماعي للمبحوثين

ت	النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
١	الذكور	١٣٣	٦٠.٥%
٢	الإناث	٨٧	٣٩.٥%
	المجموع	٢٢٠	١٠٠%

٢ التحصيل الدراسي

بينت النتائج أن عينة البحث البالغة (٢٢٠) توزعت بواقع (٨٢) من حملة شهادة البكالوريوس بنسبة مئوية (٣٧,٣)، و (٦٠) من الدراسات العليا بنسبة (٢٧,٣)، و (٥٨) من حملة شهادة دبلوم معهد بنسبة مئوية قدرها (٢٦,٤) ، و (٢٠) من حملة شهادة الإعدادية بنسبة مئوية قدرها (٩) .

جدول (٢): يبين التحصيل الدراسي للمبحوثين

ت	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
١	البكالوريوس	٨٢	%٣٧.٣
٢	الدراسات عليا	٦٠	%٢٧.٣
٣	دبلوم/معهد	٥٨	%٢٦.٤
٤	الإعدادية	٢٠	%٩
	المجموع	٢٢٠	%١٠٠

انظر إلى جدول (٢).

٣. الدخل الشهري

بينت النتائج أن عينة البحث البالغة (٢٢٠) توزعت بواقع (١٤٨) من أصحاب الدخل المتوسط وبنسبة مئوية قدرها (٦٧,٣%)، و (٣٩) فئة اصحاب الدخل العالي بنسبة مئوية بلغت (١٧,٧) ، و (٣٣) فئة اصحاب الدخل المنخفض بنسبة مئوية بلغت (١٥). انظر إلى جدول (٣).

جدول (٣): يبين الدخل الشهري للمبحوثين

ت	الدخل الشهري	التكرار	النسبة المئوية
١	المتوسط	١٤٨	%٦٧.٣
٢	العالي	٣٩	%١٧.٧
٣	المنخفض	٣٣	%١٥
	المجموع	٢٢٠	%١٠٠

4 الحالة الاجتماعية

بينت النتائج أن عدد المتزوجين في عينة البحث بلغ (١٥٠) من حجم العينة الكلي والبالغ (٢٢٠) بنسبة مئوية قدرها (٦٨.٢%)، في حين بلغ عدد فئة أعزب (٧٠) وبنسبة مئوية (٣١.٨). انظر إلى جدول (٤).

جدول (٤): يبين الحالة الاجتماعية للمبحوثين

ت	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
١	المتزوجين	١٥٠	٦٨.٢%
٢	العزاب	٧٠	٣١.٨%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

٥. كم مرة تستخدم وسائل الإعلام الإلكتروني

أوضحت النتائج أن فئة (يومي) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (١٦٦) تكرارًا وبنسبة مئوية بلغت (٧٥.٥%)، في حين جاءت في المرتبة الثانية فئة (اسبوعي) بواقع (٥٠) تكرارًا وبنسبة مئوية بلغت (٢٢.٧%)، وجاءت فئة في المرتبة الأخيرة فئة (شهري) بواقع (٤) تكرارًا وبنسبة مئوية بلغت (١.٨%). انظر إلى جدول (٥).

جدول (٥) يبين استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الإلكتروني

ت	كم مرة تستخدم وسائل الإعلام الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية
١	يومي	١٦٦	٧٥.٥%
٢	اسبوعي	٥٠	٢٢.٧%
٣	شهري	٤	١.٨%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

6. في أي وقت تتصفح وسائل الإعلام الالكتروني

١ بينت النتائج بتفوق فئة (جميع الاوقات على سائر الفئات بواقع (١٠٢) تكرارًا بنسبة مئوية بلغت (٤٦٠٤ %)، وجاءت فئة (مساء) في المرتبة الثانية بواقع (٦٩) تكرارًا بنسبة مئوية بلغت (٣١٠٤)، في حين جاءت فئة (صباحًا) بالمرتبة الاخيرة بواقع (٤٩) تكرارًا وبنسبة مئوية بلغت (٢٢٠٢).

جدول (٦) يبين أوقات تصفح المبحوثين لوسائل الإعلام الالكتروني

ت	في أي وقت تتصفح في وسائل الإعلام الالكتروني	التكرار	النسبة المئوية
١	جميع الأوقات	١٠٢	٤٦.٤%
٢	مساءً	٦٩	٣١.٤%
٣	صباحاً	٤٩	٢٢.٢%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

أنظر إلى جدول (٦).

٧. المدة الزمنية التي تقضيها للتصفح في وسائل الإعلام الالكتروني

تشير نتائج الدراسة الميدانية بتفوق فئة (ساعتان) بالمرتبة الاولى على الفئات الاخرى بواقع (٩٢) تكرارًا بنسبة مئوية بلغت (٤١٠٨)، وجاء في المرتبة الثانية فئة (ثلاث ساعات فأكثر) بواقع (٥٧) تكرارًا بنسبة مئوية بلغت (٢٥٠٩ %)، وجاء في المرتبة الثالثة فئة (ساعة) بواقع (٥٣) تكرارًا بنسبة مئوية بلغت (٢٤٠١)، وفي المرتبة الرابعة (الأخيرة) كانت من نصيب فئة (دون الساعة) بواقع (١٨) تكرارًا بنسبة مئوية بلغت (٨٠٢ %). أنظر إلى جدول (٧).

جدول (٧): يبين المدة الزمنية التي يقضوها الباحثين في تصفح وسائل الإعلام الالكتروني

ت	المدة الزمنية التي تقضيها تصفح في وسائل الإعلام الالكتروني	التكرار	النسبة المئوية
١	ساعتان	٩٢	٤١.٨%
٢	ثلاث ساعات فأكثر	٥٧	٢٥.٩%
٣	ساعة	٥٣	٢٤.١%
٤	دون الساعة	١٨	٨.٢%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

٨. ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها

تشير نتائج الدراسة الميدانية بتفوق موقع الفيس بوك بالمرتبة الأولى على سائر المواقع الأخرى بواقع (٦٧) تكراراً بنسبة مئوية بلغت (٣٠,٥%)، وجاء في المرتبة الثانية موقع واتساب بواقع (٦٢) تكراراً بنسبة مئوية بلغت (٢٨,١%)، وجاء في المرتبة الثالثة موقع انستجرام بواقع (٥٨) تكراراً بنسبة مئوية بلغت (٢٦,٤%)، وفي المرتبة الرابعة (الأخيرة) كانت من نصيب موقع تويتر

جدول (٨): يبين أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين

ت	ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها	التكرار	النسبة المئوية
١	فيس بوك	٦٧	٣٠,٥%
٢	واتساب	٦٢	٢٨,١%
٣	انستجرام	٥٨	٢٦,٤%
٤	تويتر	٣٣	١٥%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

بواقع (٣٣) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١٥%). انظر إلى جدول (٨).

٩- ما القضايا السياسية التي تتابعها عبر الإعلام الإلكتروني

بينت نتائج دراسة المبحوثين أن حصول فئة (الأداء الحكومي) على المرتبة الأولى بواقع (١١٦) تكراراً بنسبة مئوية بلغت (٥٢,٧%)، وحصول فئة الصراعات السياسية على المرتبة الثانية بواقع (٥٣) تكراراً بنسبة مئوية بلغت (٢٤,١%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة كانت من نصيب فئة

جدول (٩): يبين القضايا السياسية التي يتابعها المبحوثين عبر الإعلام الإلكتروني

ت	ما القضايا السياسية التي تتابعها عبر الإعلام الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية
١	الأداء الحكومي	١١٦	٥٢,٧%
٢	الصراعات السياسية	٥٣	٢٤,١%
٣	الانتخابات	٥١	٢٣,٢%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

(الانتخابات) بواقع (٥١) وبنسبة مئوية بلغت (٢٣,٢%). أنظر إلى جدول (٩).

١٠. ما مدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول رقم (١٠) أن عينة البحث البالغة (٢٢٠) توزعت بواقع (١١٤) لفئة (متوسط) وبهذا حصلت على المرتبة الاولى بنسبة مئوية بلغت (١٠٨%)، و (٨١) تكرارًا لفئة (جيد) التي حصلت على المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت (٣٦,٨%)، و (٢٥) تكرارًا كانت من نصيب فئة (ضعيف) التي جاءت في المرتبة الثالثة (الاخيرة) بنسبة مئوية وصلت (١١,٤%). أنظر إلى جدول

جدول (١٠): يبين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

ت	ما مدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
١	متوسط	١١٤	٥١.٨%
٢	جيد	٨١	٣٦.٨%
٣	ضعيف	٢٥	١١.٤%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

مجلة

(١٠).

١١. كيف تقيم النظام السياسي في العراق بعد ٢٠١١

يوضح الجدول رقم (١١) أن عينة البحث البالغة (٢٢٠)، توزعت بواقع (٨٢) لفئة (متوسط) وبهذا حصلت على المرتبة الاولى بنسبة مئوية بلغت (٣٧,٣%)، و (٧٥) تكرارًا لفئة (جيد) التي حصلت على المرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت (٣٤,١%)، و (٦٣) تكرارًا كانت من نصيب فئة

جدول (١١): يبين تقييم المبحوثين للنظام السياسي في العراق بعد عام ٢٠١١

ت	كيف تقيم النظام السياسي في العراق بعد ٢٠١١	التكرار	النسبة المئوية
١	متوسط	٨٢	٣٧.٣%
٢	جيد	٧٥	٣٤.١%
٣	ضعيف	٦٣	٢٨.٦%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

(ضعيف) التي جاءت في المرتبة الثالثة (الاخيرة) بنسبة مئوية

١٢ . ما اسباب متابعتك للإعلام السياسي

تشير نتائج الدراسة الميدانية بتفوق فئة متابعة الأحداث السياسية بالمرتبة الاولى على سائر الفئات الاخرى بواقع (١١٦) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (٥٢.٧%)، وجاءت في المرتبة الثانية فئة الحصول على المعلومات السياسية بواقع (٦٢) تكراراً بنسبة مئوية بلغت (٢٨.٢%)، وجاءت في المرتبة الثالثة فئة المشاركة السياسية بواقع (٣٣) تكراراً بنسبة مئوية بلغت (١٥%)، وفي المرتبة الرابعة (الاخيرة) كانت من نصيب فئة العملية الانتخابية بواقع (٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٤.١%). انظر إلى جدول (١٢).

جدول(١٢): يبين اسباب متابعة المبحوثين للإعلام السياسي

ت	ما اسباب متابعتك للإعلام السياسي	التكرار	النسبة المئوية
١	متابعة الأحداث السياسية	١١٦	٥٢.٧%
٢	الحصول على المعلومات السياسية	٦٢	٢٨.٢%
٣	المشاركة السياسية	٣٣	١٥%
٤	العملية الانتخابية	٩	٤.١%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

١٣ . ما الموضوعات التي تتابعها عبر الإعلام الالكتروني

تشير نتائج الدراسة الميدانية بهذا الخصوص كما في الجدول (١٣) إلى ان أعلى نسبة مئوية من المبحوثين كانت من نصيب فئة (السياسية) ؛ اذ بلغ عددهم (٨٦) بنسبة مئوية قدرها (٣٩.١%)، أعقبها في المرتبة الثانية فئة الاجتماعية ؛ اذ بلغ عددهم (٧١) بنسبة مئوية (٣٢/٣)، ثم في المرتبة الثالثة فئة (الثقافية) اذ بلغ عددهم (٥٠) بنسبة مئوية (٢٢.٧%)، وأتت في المرتبة الرابعة فئة (الرياضية) اذ بلغ عددهم (٩) بنسبة مئوية بلغت (٤.١%)، وأخيراً في المرتبة الخامسة كانت من نصيب فئة الدينية ؛ اذ بلغ عددهم (٤) بنسبة مئوية قدرها (١.٨%). انظر إلى جدول (١٣).

جدول (١٣): يبين الموضوعات التي يتابعها المبحوثين عبر الإعلام الالكتروني

ت	ما الموضوعات التي تتابعها عبر الإعلام الالكتروني	التكرار	النسبة المئوية
١	السياسية	٨٦	٣٩.١%
٢	الاجتماعية	٧١	٣٢.٣%
٣	الثقافية	٥٠	٢٢.٧%
٤	الرياضية	٩	٤.١%
٥	الدينية	٤	١.٨%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

١٤. ما الوسيلة التي تستخدمها للتصفح في الإعلام الالكتروني

يوضح الجدول رقم (١٤) أن عينة البحث البالغة (٢٢٠)، توزعت بواقع (١٥٣) لفئة (الموبايل) وبهذا حصلت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (٦٩.٠٦) ، و (٣٩) تكراراً لفئة (الحاسوب) التي حصلت على المرتبة الثانية بنسب مئوية بلغت (١٧.٠٧) ، و (٢٨) تكراراً كانت من نصيب فئة (الايپاد) التي جاءت في المرتبة الثالثة (الاخيرة) بنسبة مئوية وصلت (١٢.٠٧) . أنظر إلى جدول (١٤).

جدول (١٤): يبين الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين للتصفح في الإعلام الالكتروني

ت	ما الوسيلة التي تستخدمها للتصفح في الإعلام الالكتروني	التكرار	النسبة المئوية
١	الموبايل	١٥٣	٦٩.٦%
٢	الحاسوب	٣٩	١٧.٧%
٣	الايپاد	٢٨	١٢.٧%
المجموع		٢٢٠	١٠٠%

ت	فقرات المقياس	أحياناً		غالباً		نادراً	
		ن	ت	ن	ت	ن	ت
١	هل الإعلام الإلكتروني ساعد في كشف بعض قضايا الفساد داخل العملية السياسية	١٣١	%٥٩.٥	٧٥	%٣٤.١	١٤	%٦.٤
٢	هل مواقع التواصل الاجتماعي لعبة دور في قيام ثورة تشرين	٧٧	%٣٤	١٣٦	%٦١.٨	٧	%٣.٢
٣	هل الإعلام الإلكتروني يعتبر حلقة وصل بين الشخصيات السياسية وبين الجمهور	١١٣	%٥١.٤	٨٢	%٣٧.٣	٢٥	%١١.٤
٤	هل الإعلام الإلكتروني ساعد النظام السياسي من التقرب للجمهور	١٠٧	%٤٨.٦	٨٠	%٣٦.٤	٣٣	%١٥
٥	هل يعتبر الإعلام الإلكتروني مصدر من مصادر المعلومات السياسية	٩٤	%٤٢.٧	١٠٤	%٤٧.٣	٢٢	%١٠
٦	هل رسم الأعلام الإلكتروني صورة إيجابية للشخصيات السياسية ضمن النظام السياسي	٨٠	%٣٦.٤	٩٨	%٤٤.٥	٤٢	%١٩.١
٧	هل تستخدم الإعلام الإلكتروني لمعرفة الأحداث السياسية	١١٦	%٥٢.٧	٩٠	%٤٠.٩	١٤	%٦.٤
٨	هل الإعلام الإلكتروني أصبح شريك في العملية السياسية	٩٣	%٤٢.٣	١٠٤	%٤٧.٣	٢٣	%١٠.٥
٩	هل الإعلام الإلكتروني له دور في التنشئة السياسية	١٠٩	%٤٩.٥	٩٢	%٤١.٨	١٩	%٨.٦
١٠	هل ساهم الإعلام الإلكتروني في العملية الانتخابية	٩٧	%٤٤.١	١٠٢	%٤٦.٤	٢١	%٩.٥
١١	هل استطاع الإعلام الإلكتروني تلبية حاجات الجمهور من خلال تشكيل رأي عام حول قضايا سياسية	١٠٧	%٤٨.٦	٩٥	%٤٣.٢	١٨	%٨.٢
١٢	هل أصبح استخدام الإعلام الإلكتروني بديل عن الإعلام التقليدي	٧٢	%٣٢.٧	١٢٨	%٥٨.٢	٢٠	%٩.١
١٣	هل الإعلام الإلكتروني له دور في نقل الإحداث والصورة الواقعية لكافة أطياف الشعب العراقي	٩٩	%٤٥	١٠٥	%٤٧.٧	١٦	%٧.٣
١٤	هل أثر الإعلام الإلكتروني في صناعة القرار السياسي الخارجي والداخلي	١١٩	%٥٤.١	٨١	%٣٦.٨	٢٠	%٩.١
١٥	هل الصحافة الإلكترونية أصبحت بديلة عن الصحافة الورقية في نقل الخبر	٧٨	%٣٥.٥	١٢٨	%٥٨.٢	١٤	%٦.٤
١٦	هل الاحزاب والجهات السياسية تعتمد على الإعلام الإلكتروني	١٠٣	%٤٦.٨	١٠٥	%٤٧.٧	١٢	%٥.٥

النتائج

- أبرزت نتائج المبحوثين أن الاعلام الالكتروني أعلى نسبة للنشر المحتوى السياسي.
1. أبرزت نتائج المبحوثين ان وسائل الإعلام الإلكتروني أسهمت في العملية السياسية بالعراقية
 2. كشفت نتائج المبحوثين ان منصات مواقع الاجتماعي لها دور في تحشيد الرأي العام في القضايا السياسية.
 3. بينت نتائج المبحوثين ان الاستخدام اليومي لوسائل الإعلام الإلكتروني أعلى نسبة من الذين يستخدمون الوسائل اسبوعياً او شهرياً.
 4. توضح نتائج المبحوثين أن استخدام الإعلام الإلكتروني في جميع الأوقات أعلى نسبة من سائر النسب.
 5. توضح نتائج المبحوثين ان استخدام فئة (ساعتان) التي تخصص للتصفح بالاعلام الالكتروني هي أعلى نسبة من النسب الاخرى .

6. كشفت نتائج المبحوثين في استخدام موقع الفيس بوك هو أعلى نسبة من باقي النسب

الاستنتاجات

1. أستنتج الباحث إن الاعلام الالكتروني له دور مهم في صناعة السياسة العراقية باعتماد الوسائل والسمات التي يمتلكها هذا الإعلام.
2. أستنتج الباحث إن الإعلام الإلكتروني سهل الاستخدام ويكون في متناول جميع الفئات
3. توصل الباحث الى أن الإعلام الإلكتروني ساعد على نشر الوعي السياسية .
4. استنتج الباحث إن مواقع التواصل الاجتماعي قربت المسافة بين السياسي والجمهور . 5. أستنتج الباحث أن الإعلام الإلكتروني يتميز بسرعة نقل الاخبار والأحداث والتغيرات السياسية

التوصيات

1. الاستفادة من الاعلام الإلكتروني بتطوير إمكانيات بصناعة برامج عراقية جديدة مثل مواقع تواصل اجتماعية.
2. تشريع قانون يحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني الذي يقوم بتشويه الشخصيات العامة او سياسية أو رموز دينية

٣. يؤخذ بنظر الاعتبار بقضايا الجمهور المشروعة التي تنشر عبر منصات الاعلام الإلكتروني وتأخذ صدق واسعاً .

٤ يمكن التعرف أكثر على النخب السياسية وبرنامجهم الحكومي الذي ينشر او يذاع بوساطة الإعلام الإلكتروني.

Sources and references :

- 1- Abu Aisha, Faisal, (2010), Electronic Media, Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution .
- 2- Ahmed, Reham Farouk, (2011), exposure to Internet advertisements and its impact on changing youth values, an applied study, unpublished master's study, Sohag University, Faculty of Arts.
- 3- Rami, Akram Sharim, (2001 AD), Arab Electronic Media, a Critical Comparison, Arab Broadcasting Magazine, a magazine issued by the Arab States Broadcasting Union, fourth issue, Tunisia .
- 4- Hassan, Abbas Naji, (2015), Multimedia in Electronic Media, Amman: Dar Safaa .
- 5 Webb, Islam, (2014), Electronic Media .
- 5- Mallah, Marwa Essam, (2013), Electronic Media Foundations and Future Prospects, Amman: Dar Al-Emaar .
- 6- Reda, Amin, (2015 AD), New Media, Egypt: Dar Al-Fajr .
- 7- Sheikhani, Samira, (2010 AD) New Media in the Information Age, Syria: Damascus University Journal.
- 8- Aissani, Al-Tayeb (2013), Rahima between new and traditional media is more than a description, Gulf Radio and Television Magazine .
- 10 Place of publication Jawhar, Fadel, (2019), the Virtual and the Revolution, Beirut: Beirut Publishing House. .
- 11 Sadiq, Rabeh, (2009) Modern Media and Technology, Emirates: Al-Ain University Book House. .
- 12 Suleiman, Zaid Munir, (2009 AD) Electronic Press, Jordan: Dar Osama .
- 13 Younis, Muhammad, (2014 AD), Origins and Development of Print and Electronic Press in the Arab Gulf States, Cairo: Egyptian Lebanese House.

-14 Barouda, Nasira, (2013), Interactivity in Electronic Journalism, Egypt: Al-Shorouk Newspaper .

-15 Soft War Center for Studies and Social Networks, Platforms for American Soft War, Lebanon, Beirut, Maamoura, 2019 .

-16 Abdel Hamid, Muhannad, (2016 AD) The role of the media In promoting the values of integrity and systems of accountability and transparency, electronic page.

-17 Abdel Hamid, Salah, (2018 AD) Political Media, Egypt: Atlas for Publishing and Media Production.

-18 Abdel Aziz, Randa Ashour, (2016 AD), The role of social networking sites in strengthening the media image of the head of state in light of the outbreak of revolutions, Egypt: Arab Knowledge Bureau.

-19 Khaled, Gamal Abd, (2019 AD) Alternative media on the Internet, a new philosophy in media and communication, Egypt: Arab Knowledge Bureau .

-20 Ibrahim, Imam, (1997), Media and Communication with the Masses, Cairo: Anglo-Egyptian Library .

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية

21 Hamza Khaled Mutshar, Social networking sites and their role in promoting beauty products for Iraqi women, Wasit University, College of Arts, Department of Media, Lark Magazine (16), Issue (2), 2024,

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.3495>