



**MAHMOOD
MUAZAZ ESKENDER**

E-Mail :

mahmoud.m.Iskander@aliraqia.edu.iq

Phone Number :

07711221255

**Iraqi University - College of Mass
Communication - Department of
Journalism**

Keywords:

- Channel correspondents.
- Social networking sites.
- Popular movement.
- Accreditation.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 20 / 7 /2022

Accepted : 30 / 8 /2022

Available Online : 15 / 9 /2022

DURING THE MASS MOVEMENT IRAQI SATELLITE

CHANNELS REPORTERS DEPENDS ON SOCIAL MEDIA SITES AS A SOURCE FOR THEIR INFORMATION

this is a field survey for sampler of Iraqi
satellite channels reporters

A B S T R A C T

The tremendous developments in communication technology in the world led to the emergence of a number of social networking sites that broke the barrier of control of major agencies, which strengthened the concept of communication, which provided the opportunity for the citizen to be a producer of the message through social networking sites.

In this research, the reliance on communication sites is studied as a source of information in covering the popular movement.

Among the most important findings of the research are: that most of the correspondents rely on news agencies more than communication sites, as they depend on communication sites as a secondary source and not a primary source. Correspondents about the popular movement in the country.

اعتماد مراسلي القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تغطية الحراك الشعبي

دراسة ميدانية لعينة من مراسلي القنوات الفضائية
العراقية

المستخلص

ان التطورات الهائلة التي شهدتها
تكنولوجيا الاتصال في العالم أدت إلى بروز أعداد من
مواقع التواصل الاجتماعي التي كسرت حاجز سيطرة
الوكالات الكبرى مما عزز مفهوم الاتصال الذي أتاح
الفرصة للمواطن بأن يكون منتج للرسالة عبر مواقع
التواصل الاجتماعي.

وفي هذا البحث يتم دراسة الاعتماد على مواقع
التواصل كمصدر للمعلومات في تغطية الحراك الشعبي
، ويعد البحث من البحوث الوصفية الذي اعتمد المنهج
المسحي وذلك عن طريق عينة البحث المتمثلة
بمجموعة من مراسلي القنوات الفضائية عن طريق
استخدام استمارة الاستبيان .

ومن اهم النتائج التي توصل إليها البحث هي:
ان أغلب المراسلين يعتمدون على وكالات الأنباء أكثر
من مواقع التواصل حيث يعتمد هؤلاء على مواقع
التواصل كمصدر ثانوي وليس أساسي ويتضح من
خلال البحث ان مواقع التواصل وان كانت لا تمتلك ثقة
المراسلين إلا انها ساهمت بدرجة كبيرة بزيادة
معلومات المراسلين عن الحراك الشعبي في البلاد.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

م.م. محمود معزز اسكندر

الإيميل :

mahmoud.m.Iskander@aliraqia.edu.iq

رقم الهاتف : ٠٧٧١١٢٢١٢٥٥

عنوان عمل الباحث:

الجامعة العراقية / كلية الإعلام /
قسم الصحافة

الكلمات المفتاحية:

- مراسلي القنوات.
- مواقع التواصل الاجتماعي.
- الحراك الشعبي.
- الاعتماد.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠ / ٧ / ٢٠٢٢

القبول : ٣٠ / ٨ / ٢٠٢٢

التوفر على الانترنت: ١٥ / ٩ / ٢٠٢٢

المقدمة : إن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الآن تؤثر إعلامياً بشكل يوازي التلفزيون وربما يفوقه في بعض الأحيان، لأنها ألغت الحدود الفاصلة التي كانت موجودة في وسائل الإعلام التقليدية، والقائمين بالاتصال بينهم وبين مصدر المعلومة، لان مواقع التواصل عززت بشكل كبير مفهوم المواطن الصحفي الذي أصبح هو المصدر والمستقبل في ذات الوقت من خلال تصويره لكافة الأحداث والأنشطة التي قد يصعب على القائم بالاتصال التقليدي التواجد فيها حتى أصبحت هذه المواد تشكل في بعض الأحيان المواد الرئيسة للنشرة الإخبارية لا سيما في الأزمات التي تحدث في الدول التي تتبعث تهديدات مباشرة على الصحفيين في بعض الأحداث.

وفي العراق على سبيل المثال ، وخلال الحراك الشعبي الماضي، برز دور واضح لمواقع التواصل الاجتماعي في رفد القائم بالاتصال بالأخبار والمعلومات ساعة وقوعها، عن طريق إرسال الأخبار العاجلة والفيديوهات والصور التي شكلت مادة دسمة لنشرات الأخبار والتغطيات الصحفية.

وعلى هذا الأساس نحن نعيش في هذه الأيام في بيئة إعلام جديدة اثرت على المجتمعات بصورة عامة وعلى العاملين في المجال الإعلامي بصورة خاصة ولهذا قمنا بدراسة القائم بالاتصال بالموضوع الموسوم (اعتماد مراسلي القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تغطية الحراك الشعبي) وكانت العينة على مجموعة من مراسلي القنوات الفضائية العراقية.

المبحث الاول : منهجية البحث

أولاً : مشكلة البحث:

تمثل خطوة اختيار مشكلة البحث واحدة من أهم الخطوات الرئيسية في البحوث العلمية ، فكل مشروع بحث يبدأ من الإحساس بمشكلة من قبل الباحث للخوض في حيثياتها وبيان مدى الحاجة لدراسة هذه الظاهرة للوصول إلى استخراج المؤشرات والمعلومات عنها وصولاً إلى تحقيق الهدف من البحث كله.

وتنطلق مشكلة البحث من التساؤل الرئيس : ما مدى اعتماد مراسلي القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات اثناء تغطية الحراك الشعبي؟ ويتفرع إلى مجموعة من التساؤلات الآتية :

١. ما أسباب اعتماد مراسلي القنوات على مواقع التواصل؟
٢. ما الأسباب التي حولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى مصدر للأخبار؟
٣. ما هي أشكال استخدام مواقع التواصل كمصدر للأخبار مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية؟
٤. ما مدى اعتماد المراسل الصحفي على شبكات التواصل مصدراً موثقاً للأخبار؟
٥. ما أبرز الإضافات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي كإعلام جديد؟

ثانياً: فروض البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد مراسلي القنوات على مواقع التواصل ودوافع الاعتماد.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على مواقع التواصل، وبين متطلبات جمهور الوسيلة التي يعمل فيها القائم بالاتصال.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على مواقع التواصل وتأثيرات الاعتماد.

الفرض الرابع : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عدد المضامين الصحفية الخاصة بالحراك الشعبي التي يقدمها المراسل وبين حجم الاعتماد على مواقع التواصل.

ثالثاً: أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في كون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إيصال الكثير من الأخبار والمعلومات والحقائق بشكل سريع ولا تقف أمامها أي عوائق كالتقي تفرض على الاعلام التقليدي خصوصاً في أنظمة العالم الثالث واعتبرها الكثير مصدر بديل للمعلومة واعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي على مراسلي القنوات.

رابعاً: أهداف البحث:

١. معرفة أسباب اعتماد مراسلي القنوات على مواقع التواصل.
٢. معرفة الأسباب التي حولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى مصدر للأخبار.
٣. زيادة استخدام مواقع التواصل كمصدر للأخبار مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.
٤. معرفة مدى اعتماد المراسل الصحفي على شبكات التواصل مصدراً موثقاً للأخبار.
٥. معرفة أبرز الإضافات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي كإعلام جديد.

خامساً: حدود البحث

البشرية : مراسلي القنوات الفضائية العراقية

الزمانية : جُمعت بيانات الدراسة بين الفترة ٢٠٢٢-٥-١ إلى ٢٠٢٢-٦-١٥.

المكانية: جُمعت البيانات الخاصة بالدراسة عبر استمارة تم توزيعها مباشرة إلى عدد من المراسلين في الفضائيات المتواجدين في العراق والمشاركين في تغطية أحداث الحراك الشعبي.

سادساً: مجتمع وعينة البحث:

تعد عملية اختيار عينة البحث من الخطوات الأساسية في البحث الإعلامي ، لما لها من أهمية في استخراج المؤشرات والدلالات الخاصة بالبحث والظاهرة موضوع الدراسة ، ومجتمع البحث في هذه الدراسة هم مراسلو القنوات الفضائية العراقية.

سابعاً: إجراءات البحث

١. الصدق الظاهري

قام الباحثان بإعداد استمارة استبيان تضمنت التساؤل الرئيس والاسئلة الفرعية وعرضها على مجموعة من الخبراء ليتم تقويمها وتصحيحها وتمت الموافقة عليها باستخدام المعادلة الآتية:

العدد الكلي للفقرات = عدد الفقرات × عدد الخبراء

$$3 \times 18 =$$

$$54 =$$

عدد الفقرات الصالحة

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد الفقرات الصالحة}}{100} \times 100$$

عدد الكلي

$$54$$

$$100 \times \frac{54}{100} =$$

$$54$$

= 94.44% نسبة اتفاق الخبراء والمحكمين حول استمارة الاستبيان، وتعد هذه النسبة ممتازة

مما يدل على وجود اتساق بين مفردات وفئات الاستمارة وفقراتها التي تهدف الدراسة الوصول لها، وبين الجدول (١) نسبة اتفاق المحكمين والخبراء

ت	اسم الخبير	عدد الفئات الموافق عليها	عدد الفئات غير الموافق عليها	عدد الفئات التي طلب تعديلها
١	أ.د. سحر خليفة سالم	١٦	-	٢
٢	أ.د. عادل عبد الرزاق الغريري	١٨	-	-
٣	أ.م.د. حسين رشيد العزاوي	١٧	-	١
	المجموع	٥١	-	٣

٢. معامل الثبات:

اعتمد الباحثان في حساب الثبات بطريقة (الفا كرونباخ) لإيجاد ثبات المقياس وهذا النوع من الثبات يحسب معامل اتساق الاسئلة اي قوة الارتباط بين فقرات المقياس.

وعند استخراج الثبات كانت قيمته (٠.٨٦) وهو معامل ثبات يمكن اعتماده

ثامنا: نظرية البحث:

اعتمد الباحث على نظرية حارس البوابة لأنها تهتم بدراسة بالقائم بالاتصال في البحوث الإعلامية.

المبحث الثاني : منصات التواصل الاجتماعي

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على "أنها الشبكات الاجتماعية التي تطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب حيث تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة متجمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء وكل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض"^(١).

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي كانت سبباً في انتشارها على مستوى العالم منها^(٢):

١. التفاعلية: يتسم التواصل عبر الشبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية بأخبار تتعلق بأحداث سياسية أو رياضية أو اقتصادية ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين والتفاعل معهم.

٢. التلقائية : تتسم مواقع التواصل الاجتماعي بالتلقائية فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء

٣. قلة التكلفة : إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى صفحة فيسبوك كتبت عبارة مجاني وسيفقى مجاني

٤. سهولة الاستخدام : لا يحتاج العضو الى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات باللغة الرسمية لكل مجتمع

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور:

أحدثت التطورات التكنولوجية نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث ربطت شبكات التواصل الاجتماعي أجزاء هذا العالم بفضاءها الواسع حيث استفاد كل متصفح ومن بينهم مراسلي القنوات الفضائية من الوسائط المتعددة في هذه الشبكات التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات الويب ومواقع الصحف والمجلات مواقع القنوات الفضائية إضافة إلى جميع أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، ويخصص البعض من هذه المواقع للإعلان عن سلع والخدمات أو لبيع المنتجات والبعض الآخر عبارة عن صحيفة إلكترونية تتوفر فيها للكتاب إمكانية النشر ولزوار كتابة الردود^(٣).

(١). ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، (عمان: الأعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ١٩٩.

(٢). حسين محمود هيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ص ٨٥، ٨٦.

(٣). صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي: اسس ومفاهيم وقيم، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ١٣٩.

شبكات التواصل الاجتماعي:

١. الفيس بوك : تعرف الموسوعة الحرة ويكيبيديا الفيس بوك على أنه شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، وقد قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل داستن موسكو فيتز وكرس هيز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسوب، وأنشأ الفيس بوك في عام ٢٠٠٤.

وحقق موقع الفيس بوك انتشاراً واسعاً قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى حيث بلغ معدل الاشتراكات الجديدة مئة وخمسون ألف مشترك يومياً ويشكل المتواصلون على مواقع الفيس بوك مجتمعا افتراضياً أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية^(١).

٢. تويتر : إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دوراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان ويقدم تويتر خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى المئة وأربعين حرفاً للرسالة الواحدة ويتنافس مستخدمو تويتر بعدد المتابعين لهم، وكانت ميلاد هذه الخدمة المصغرة تويتر أوائل عام ٢٠٠٦ عندما أقدمت إحدى الشركات الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة^(٢).

٣. يوتيوب: هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل يتيح إمكانية تحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حسابات فيه ويزوره ملايين من البشر يومياً ، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو التي لا يتمكن مراسليها من الحصول عليها.

تأسس موقع يوتيوب عام ٢٠٠٥ في ولاية كاليفورنيا الأمريكية وأصبح اليوتيوب عام ٢٠٠٦ شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية.

ثانياً: المراسل التلفزيوني كقائم بالاتصال :

هناك تسميات وتوصيفات مختلفة لتسمية المراسل فمنها تطلق عليه تسمية الصحفي أو الإعلامي الذي ترسله مؤسسة إعلامية إلى خارج البلد لكي ينقل لها أخبار بلدان أخرى ، بينما يرى بعضهم أن المراسل هو الذي يجمع الأخبار من داخل البلد ولكن خارج الإقليم أو المدينة التي تبث منها القناة ويسمى مراسلاً محلياً.

أنواع المراسلين يقسم المراسلين بحسب المكان إلى^(٣):

أ. المراسل الداخلي: وهو المراسل الدائم بالمؤسسة الإذاعية والتلفزيونية داخل أرض الوطن من أجل تزويدها بالأخبار والمعلومات عن ما يحدث داخل البلد.

(١). علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد : شبكات التواصل الاجتماعي ، (عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤) ، ص ٦٤.

(٢). عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني ، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥) ، ص ٦٤.

(٣). به هات حسيب قرداخلي ، المراسل التلفزيوني والعوامل المؤثرة في انتاج المادة الاخبارية، (اربيل : مركز دراسات رووداو، ٢٠١٨) ، ص ص، ١٠١-١٠٢.

ب. المراسل الخارجي : وهو مراسل تبعث به إحدى المحطات الإذاعية أو التلفزيونية إلى خارج الدولة التي تعمل فيها لموافاتها بالأخبار والتقارير عن الأحداث والقضايا في المكان الذي يكون موجود فيه.

٢. مصادر الخبر الصحفي : يعد المصدر أحد أهم عناصر العملية الاتصالية التي حظيت باهتمام واسع من قبل الباحثين فالمصدر يعتبر أول عنصر من عناصر العملية الاتصالية المكونة من ثلاث عناصر هي المصدر والرسالة والمستقبل وتبدو أهمية المصدر العنصر الذي تنشأ من خلاله الرسالة، في عصر تقنيات الاتصال الحديثة أصبحت الآلة أو الجهاز هي المصدر ونشهد الآن مع تقنيات الاتصال التفاعلية أن المتلقي نفسه أصبح هو المصدر^(١).

ومما ذكر أعلاه يرى الباحث أن تعدد المصادر قد تحققت بشكل فعلي في الحراك الشعبي فأقام الكثير من المراسلين علاقات مع الناشطين والمتظاهرين وعملوا مع المراسل كفريق واحد من أجل نشر المعلومة من خلال التوثيق الفيديوي للاحتجاجات ومن ثم إرسالها المراسل سيما في الأوقات أو الأماكن التي لم يكن فيها المراسل متواجداً نظراً للبعض الظروف الأمنية أو السياسية القاهرة.

المبحث الثالث: اعتماد مراسلي القنوات الفضائية العراقية على مواقع التواصل

الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تغطية الحراك الشعبي

١ - نتائج استمارة الاستبيان

اعتمد الباحث على أداة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات التي تحقق أهداف البحث وجرى توزيع الاستمارات على عينة من مراسلي القنوات الفضائية من مختلف التوجهات لهذه لقنوات بالتعامل مع ملف الحراك الشعبي وكانت النتائج على النحو التالي:

المحور الأول - البيانات الشخصية :

أولاً: النوع الاجتماعي للمبحوثين

جدول (١) يبين النوع الاجتماعي للمبحوثين

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
91.4	91.4	91.4	53	ذكر
100.0	8.6	8.6	5	انثى
	100.0	100.0	58	المجموع

(١) دليل الصحفي ، شركة ابو محجوب للإنتاج الإبداعي ، (عمان : بلا ، ٢٠١٤)، ص ٣٠.

وزع الباحث على المراسلين العاملين في القنوات الفضائية العراقية ثمانية وخمسين استمارة جاء جنس الذكر بتكرار (٥٣) استمارة وجنس الانثى (٥) استمارات فقط ويعود ذلك الى قلة النساء العاملات كمراسلات في القنوات الفضائية إضافة إلى أن تغطية أنشطة الحراك الشعبي قد اقتضت بشكل كبير على الرجال نظرا لصعوبة وصول المرأة إلى مكان الاعتصام بسبب التهديدات والاضاع الامنية غير المستقرة كما في الجدول (١).

ثانيا: العمر

جدول (٢) يبين عمر المبحوثين

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
31.0	31.0	31.0	18	20-29 سنة
86.2	55.2	55.2	32	30-39 سنة
100.0	13.8	13.8	8	40-49 سنة
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين أن نسبة المراسلين من أعمار (٣٠ - ٣٩) جاءت بالمرتبة الأولى ونسبة ٨٦.٢ % وبتكرار (٣٢) مرة كما جاء في المرتبة الثانية نسبة المراسلين البالغين من العمر (٢٠ - ٢٩) بنسبة ٣١ % وبتكرار (١٨) اما في المرتبة الأخيرة جاءت نسبة الأعمار من (٤٠ - ٤٩) (٨) تكرارات ونسبة ١٣.٨ % كما في الجدول (٢)

ثالثا : التحصيل الدراسي

الجدول (٣) يبين التحصيل الدراسي

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
8.6	8.6	8.6	5	ثانوية
86.2	77.6	77.6	45	جامعية
100.0	13.8	13.8	8	شهادات عليا
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين أن حملة الشهادات الجامعية هم الأعلى بين أقرانهم فجاءت بنسبة تكرارات (٤٥) وبنسبة ٧٧.٦ % وفي المرتبة الثانية حملة الشهادات العليا بتكرار (٨) وبنسبة ١٣.٨ % أما أخيراً فكان من حملة شهادة الثانوية بتكرار (٥) وبنسبة ٨.٦ % يوضح الجدول أعلاه إن القنوات الفضائية حالياً باتت تعتمد بشكل أكبر على حملة الشهادات عكس ما كان في السابق.

رابعاً : المحطة الفضائية التي تعمل بها

جدول (٤) يبين القنوات الفضائية التي يعمل في المراسلون

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
14.0	14.0	13.8	8	اي نيوز
28.1	14.0	13.8	8	يو تي في
35.1	7.0	6.9	4	آسيا
38.6	3.5	3.4	2	البغدادية
40.4	1.8	1.7	1	الحدث نيوز
42.1	1.8	1.7	1	السومرية
50.9	8.8	8.6	5	الشرقية
56.1	5.3	5.2	3	العراقية
63.2	7.0	6.9	4	ديوان
66.7	3.5	3.4	2	زاكروس
68.4	1.8	1.7	1	الرشيد
82.5	14.0	13.8	8	عراق ٢٤
84.2	1.8	1.7	1	آفاق
86.0	1.8	1.7	1	الشرق
89.5	3.5	3.4	2	العهد
96.5	7.0	6.9	4	سامراء
100.0	3.5	3.4	2	عراق ميديا
	100.0	98.3	57	المجموع
		1.7	1	النظام
		100.0	58	المجموع

وزع الباحث استمارات الاستبيان على مراسلي القنوات الفضائية مع مراعاة توزيع الاستمارات على مختلف القنوات بغض النظر عن توجهاتها وجاءت النسب على النحو التالي حيث اشتركت

قنوات (اي نيوز وعراق ٢٤ و يو تي في) ب(٨) تكرارات وبنسبة ١٤ % فيما كانت قناتي ديوان واسيا ب(٤) تكرارات وبنسبة ٦.٩ % وهكذا بالنسبة لبقية القنوات التي جاءت ثالثاً ورابعاً بنسب تكرارات متفاوتة كما في الجدول اعلاه

خامساً : الخبرة المهنية (سنوات العمل)

جدول (٥) يبين الخبرة المهنية (سنوات العمل)

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
19.0	19.0	19.0	11	اقل من ٥ سنوات
74.1	55.2	55.2	32	من ٥ - ١٠ سنوات
100.0	25.9	25.9	15	اكثر من ١٠ سنوات
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول اعلاه جاءت النسب مختلفة بالنسبة للخبرة العملية فكانت نسبة الخبرة ممن شاركوا بتغطية الحراك الشعبي من (٥ - ١٠) سنوات بالمرتبة الاولى بتكرار وصل إلى (٣٢) وبنسبة ٥٥.٢ % أما في المرتبة الثانية فكانت أكثر من عشر سنوات وبتكرار (١٥) مرة وبنسبة ٢٥.٩ % واخيرا اقل من ٥ سنوات وبتكرار (١١) وبنسبة ١٩ % وكما في الجدول اعلاه

المحور الثاني - أنماط استخدام المراسل الصحفي في القنوات الفضائية لمواقع التواصل الاجتماعي

أولاً : معدل الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول (٦) معدل الاستخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
72.4	72.4	72.4	42	دائماً
100.0	27.6	27.6	16	احياناً
	100.0	100.0	58	المجموع

ان الجدول اعلاه يبين ان الصحفيين ومن بينهم المراسلين يزداد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك لطبيعة عملهم المتعلقة بالحصول على الاخبار والمعلومات وهم ليسوا بمعزل عن التطور التكنولوجي فكانت نسبة الاستخدام المستمر للمواقع ب ٧٢.٤ % وبتكرارات (٤٢) أما

احيانا كانت النسبة بلغت ٢٧.٦ % وبتكرار (١٦) تعكس هذه النسب الاهتمام الكبير بأخبار مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما أخبار الحراك الشعبي.

ثانيا : ما هو الوقت الذي تقضيه وانت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (٧) وقت الاستخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
6.9	6.9	6.9	4	اقل من ساعة
36.2	29.3	29.3	17	اقل من ٢ ساعة
69.0	32.8	32.8	19	2-4 ساعة
100.0	31.0	31.0	18	اكثر من ٤ ساعات
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول أعلاه نلاحظ إن النسبة الأعلى كانت للاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي فكانت النسبة من ساعتين الى اربع ساعات ٣٢.٨ % واكثر من اربع ساعات بتكرار (١٨) بنسبة ٣١ % ومن ثم اقل من ساعتين بنسبة ٢٩.٣ % بتكرار (١٧) واخيرا اقل من ساعة بتكرار (٤) وبنسبة ٦.٩ %.

ثالثا : المواقع التي تشترك فيها

جدول (٨) يبين مواقع التواصل التي تشترك فيها المبحوثين

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
82.8	82.8	82.8	48	فيسبوك
86.2	3.4	3.4	2	تويتر
94.8	8.6	8.6	5	انستقرام
100.0	5.2	5.2	3	يوتيوب
	100.0	100.0	58	المجموع

من خلال ملاحظات الباحثين خلال فترة الاحتجاجات تبين أن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك كان من أكثر المواقع نشاطاً بنقل أخبار الناشطين وهو ما تبين من خلال نتائج استمارة الاستبيان فكانت نسبة استخدام فيسبوك ٨٢.٨% بتكرار (٤٨) وبعد فيسبوك جاءت بنسب قليلة جداً لعدم قيام الناشطين بالتفاعل عليها بشكل مثلما كان التفاعل على فيس بوك وكما في الجدول أعلاه

رابعاً : اعتبار مواقع التواصل كمصدر يوازي وكالات الأنباء والتقنوات

جدول (٩) يبين مدى اغناء وسائل التواصل للمراسلين عن بقية وكالات الانباء

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
82.8	82.8	82.8	48	فيسبوك
86.2	3.4	3.4	2	تويتر
94.8	8.6	8.6	5	انستغرام
100.0	5.2	5.2	3	يوتيوب
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول أعلاه يلاحظ أن النسبة الأكبر من المراسلين مازالوا يعتمدون على وكالات الأنباء كمصدر حقيقي للمعلومات ويكون اعتمادهم على مواقع التواصل كمصدر ثانوي ونسبة ٦٠.٣ وبتكرار (٣٥) فيما كانت النسبة دائماً ٣٩.٧ وبتكرار (٢٣) وهي نسبة كبيرة أيضاً لاعتماد المراسلين على مواقع التواصل فقط كمصدر للمعلومات كما في الجدول أعلاه.

المحور الثالث : اعتماد المراسلين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

أولاً: نشر المعلومات بشكل مباشر من مواقع التواصل

جدول (١٠) نشر المعلومات بشكل مباشر من مواقع التواصل

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
41.4	41.4	41.4	24	نعم
100.0	58.6	58.6	34	كلا
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول أعلاه يبين ان نسب عدم اعتماد المراسلين على مواقع التواصل الاجتماعي كانت الأعلى وبنسبة بلغت ٥٨.٦% وبتكرار (٣٤) وهذا يدل على أنه رغم التطور الحاصل بوسائل التواصل إلا أن خوف المراسلين من مجهولية مصادر الأخبار لا زال قائم وهذا الشيء لا يمنع استمرار المراسلين بالاعتماد على المواقع لكن شرط الثقة بالمصدر وكانت نسبة نعم بالمرتبة الثانية وبنسبة ٤١.٤% وبتكرار (٢٤) كما في الجدول اعلاه

ثانيا : طريقة الحصول على المعلومات

جدول (١١) يبين المعلومات والأخبار التي تخص الحراك الشعبي من مواقع التواصل الاجتماعي

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	من بعض مواقع التواصل الاجتماعي
37.9	37.9	37.9	22	من بعض مواقع التواصل الاجتماعي
39.7	1.7	1.7	1	عن طريق مجموعات الفيسبوك العامة
58.6	19.0	19.0	11	من خلال البحث عبر شبكات التواصل الاجتماعي
100.0	41.4	41.4	24	عن طريق حسابات ناشطين في الحراك الشعبي
	100.0	100.0	58	المجموع

خلال فترة الاحتجاجات الشعبية في العراق برز مصطلح الناشطين في ساحات التظاهر وهو ما فسرته النتائج أعلاه حيث كانت نسبة استقاء المعلومات عن طريق حسابات ناشطين في الحراك الشعبي هي الأعلى وبنسبة ٤١.٤% وبتكرار (٢٤) وجاءت نسبة ٣٧.٩% وبتكرار (٢٢) من بعض صفحات التواصل سواء من فيسبوك أو تويتر أو حتى يوتيوب أما نسبة البحث بطريقة عمدية بنسبة ١٩% وبتكرار ١١ وأخيراً عن طريق مجموعات الفيسبوك العامة وكما في الجدول أعلاه.

ثالثا : البحث عن مواضيع الحراك الشعبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

إذا توافرت لديك أخبار أو معلومات أولية عن موضوع في الحراك الشعبي هل تبحث عن المزيد من المعلومات عنه عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول (١٢) يبين البحث عن المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تراكمي النسبة النسبة	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
93.1	93.1	93.1	54	دائما
100.0	6.9	6.9	4	احيانا
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين ان نسبة البحث عن المزيد من المعلومات هي الأعلى وكانت بنسبة ٩٣.١ وبتكرار (٥٤) وتفسر هذه النسبة الاعتماد بشكل كبير على المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي حتى وأن لم تكن مواقع التواصل المصدر الأساس للمعلومة وفي المرتبة الثانية احيانا بتكرار (٤) وبنسبة ٦.٩ % وكما في الجدول أعلاه.

رابعاً: التأكد من المعلومة أو الخبر الذي تحصل عليه من شبكات التواصل الاجتماعي

هل تتأكد من المعلومة أو الخبر الذي تحصل عليه من شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (١٣) تتأكد من المعلومة أو الخبر الذي تحصل عليه من شبكات التواصل الاجتماعي

تراكمي النسبة النسبة	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
94.8	94.8	94.8	55	نعم
100.0	5.2	5.2	3	كلا
	100.0	100.0	58	المجموع

إن الجدول أعلاه يوضح أن أغلب المراسلين يتأكدون من مصداقية الاخبار والمعلومات التي تنشر في مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث جاءت النسبة الاعلى نعم بعدد تكرارات (٥٥) وبنسبة ٩٤.٨ % كما كانت نسبة لا ٥.٢ % وبتكرار (٣).

خامسا : شبكات التواصل مصدرا للمعلومات

هل تعد شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً رئيساً للمعلومات؟

الجدول (١٤) يوضح شبكات التواصل كمصدر للأخبار

تراكمي النسبة النسبة	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
17.2	17.2	17.2	10	دائما
100.0	82.8	82.8	48	احيانا
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تزال لغاية الآن لا يعتبرها القائم بالاتصال مصدراً للمعلومات بنسبة متفاوتة فكانت نسبة أحيانا ٨٢.٨ % وبتكرار (٤٨) أولاً وكانت نسبة دائما كمصدر أخبار ثانياً بنسبة ١٧.٢ % وبتكرار (١٠) كما في الجدول أعلاه.

سادساً : صعوبة الاعتماد على أخبار مواقع التواصل الاجتماعي

هل تواجهك صعوبات في اعتماد أخبار مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (١٥) صعوبة الاعتماد على أخبار مواقع التواصل الاجتماعي

تراكمي النسبة النسبة	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
81.0	81.0	81.0	47	دائما
100.0	19.0	19.0	11	احيانا
	100.0	100.0	58	المجموع

من الجدول أعلاه نلاحظ من الصعوبة الاعتماد على مواقع التواصل كمصدر أوحده للأخبار ويعود سبب ذلك إلى غياب مصدر واضح للخبر وتعدد وجهات النظر والآراء من الصفحات المعتمدة لنقل الحراك الشعبي فالصعوبة كانت دائما وبنسبة ٨١ % وبتكرار (٤٧) أحيانا بنسبة ١٩ % وبتكرار (١١)

سابعاً: التهديدات والخوف من التواجد في ساحات التظاهر هو الذي دفعك أخذ أخبار من مواقع التواصل الاجتماعي فقط

هل التهديدات والخوف من التواجد في ساحات التظاهر هو الذي دفعك أخذ أخبار من مواقع التواصل الاجتماعي فقط؟

الجدول (١٦) يوضح التهديدات والخوف من التواجد في ساحات التظاهر هو الذي دفعك أخذ اخبار من مواقع التواصل الاجتماعي فقط

تراكمي النسبة المنوية	النسبة المنوية الصالحة	النسبة المنوية	التكرار	
41.4	41.4	41.4	24	نعم
100.0	58.6	58.6	34	كلا
	100.0	100.0	58	المجموع

توضح نتائج الجدول أعلاه ان النسبة الأغلب عدم الخوف من التهديدات في ساحات التظاهر والاعتصام حيث جاءت فئة كلا بعدد تكرارات (٣٤) ونسبة بلغت ٥٨.٦ % بينما كانت فئة نعم بعدد تكرارات بلغت (٢٤) ونسبة ٤١.٤ %.

ثامنا: ابرز التهديدات والمخاوف التي تعرضت له مراسلي القنوات الفضائية
إذا كانت الإجابة نعم على السؤال السابق فوضح أبرز التهديدات والمخاوف التي تعرضت لها؟
جدول ١٧ يوضح ابرز التهديدات والمخاوف التي تعرضت لها المراسلين

تراكمي النسبة المنوية	النسبة المنوية الصالحة	النسبة المنوية	التكرار	
19.0	19.0	19.0	11	الخوف من الاصابة اثناء تغطية الحراك
20.7	1.7	1.7	1	لا يوجد
58.6	37.9	37.9	22	لا توجد مخاوف
70.7	12.1	12.1	7	التخوف من الاعتقال او الاختطاف
79.3	8.6	8.6	5	وجود عدة جهات ومنهم المندسون
87.9	8.6	8.6	5	ملاحقة أمنية
93.1	5.2	5.2	3	ملاحقة حزبية
100.0	6.9	6.9	4	التهديد على مواقع التواصل الاجتماعي
	100.0	100.0	58	المجموع

توضح إجابة المبحوثين إن النسبة الغالبة من المراسلين لا يخشون التهديدات والمخاوف أثناء التغطيات الصحفية ، بينما يخشى آخرون من التهديدات التي تنوعت بين الخوف من الاعتقال أو الاختطاف ، وجود المندسين بينهم ، والملاحقة الأمنية والحزبية فضلا عن التهديدات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تاسعاً: تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لديك مفهوم المواطن الصحفي أو المواطن الرقمي الذي يشارك مقاطعه وصوره على مواقع التواصل

هل عززت مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لديك مفهوم المواطن الصحفي أو المواطن الرقمي الذي يشارك مقاطعه وصوره على مواقع التواصل؟

جدول ١٨ يوضح تعزيز مواقع التواصل الاجتماعي كمفهوم المواطن الصحفي أو المواطن الرقمي

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
86.2	86.2	86.2	50	دائماً
100.0	13.8	13.8	8	أحياناً
	100.0	100.0	58	المجموع

توضح نتائج الجدول أعلاه إن مواقع التواصل الاجتماعي عززت مفهوم المواطن الصحفي بنسبة كبيرة جداً حيث حصلت فئة دائماً على عدد تكرارات بلغ (٥٠) وبنسبة مئوية بلغت ٨٦.٢ ، بينما جاءت فئة أحياناً بنسبة تكرارات (٨) وبنسبة مئوية بلغت ١٣.٨ .

عاشراً: مساهمات الصفحات التي تنقل أخبار الحراك الشعبي بزيادة معلومات المراسلين عن الحراك والمطالب

هل ساهمت الصفحات التي تنقل أخبار الحراك الشعبي بزيادة معلوماتك عن الحراك والمطالب؟

جدول (١٩) يوضح مساهمات الصفحات التي تنقل أخبار الحراك الشعبي بزيادة معلومات المراسلين عن الحراك والمطالب

تراكمي النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	التكرار	
91.4	91.4	91.4	53	دائماً
100.0	8.6	8.6	5	أحياناً
	100.0	100.0	58	المجموع

توضح نتائج الجدول ان صفحات التي تنقل أخبار الحراك الشعبي ساهمت بزيادة معلومات المراسلين عن الحراك والمطالب حيث جاءت فئة دائماً بعدد تكرارات (٥٣) وبنسبة تكرارات ٩١.٤ % بينما حصلت فئة أحياناً على عدد تكرارات بلغت (٥) فقط وبنسبة مئوية ٨.٦ %.

٢- اختبار الفروض

لجأ الباحث إلى اختبار الفروض لاعتمادهما على نظرية حارس البوابة وكانت الفروض على النحو التالي

الفرض الأول توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد مراسلي القنوات الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاعتماد

		هل التهديدات والخوف من التواجد في ساحات التظاهر هو الذي دفعك الى أخذ الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي فقط		المجموع
		نعم	كلا	
ما هو معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي	دائماً	٢٣ (٥٤.٨%)	١٩ (٤٢.٢%)	(١٠٠%) ٤٢
	أحياناً	١ (٦.٣%)	١٥ (٩٣.٨%)	(١٠٠%) ١٦
المجموع		٢٤ (٤١.٤%)	٣٤ (٥٨.٦%)	(١٠٠%) ٥٨
اختبارات مربع Chi-		11.24	Sig. 0.001**	

ولاختبار هذا الفرض تم اختيار معامل الارتباط كاي سكوير نلاحظ أن القيمة المعنوية لاختبار العلاقة داخل الفرض هي ٠.٠٠٠.١ وهي أقل من ٠.٠٠٥ وهذا يشير إلى قبول فرضنا القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد مراسلي القنوات الفضائية على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاعتماد.

الفرض الثاني توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ومتطلبات جمهور الوسيلة التي يعمل فيها القائم بالاتصال

		كيف تحصل على المعلومات والايخبار التي تخص الحراك الشعبي من مواقع التواصل الاجتماعي				المجموع
		من بعض مواقع التواصل الاجتماعي المهنية	عن طريق مجموعات الفيسبوك العامة	من خلال البحث عبر شبكات التواصل الاجتماعي	عن طريق حسابات ناشطين في الحراك الشعبي	
ما هو معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي	دائماً	(٥٠%) ٢١	(٢.٤%) ١	(١١.٩%) ٥	(٣٥.٧%) ١٥	(١٠٠%) ٤٢
	احياناً	(٦.٣%) ١	(٠%) ٠	(٣٧.٥%) ٦	(٥٦.٣%) ٩	(١٠٠%) ١٦
المجموع		(٣٧.٩%) ٢٢	(١.٧%) ١	(١٩%) ١١	(٤١.٤%) ٢٤	(١٠٠%) ٥٨
اختبارات مربع-Chi		٤١11.		Sig. 0.0**١		

ولاختبار هذا الفرض تم اختيار معامل الارتباط كاي سكوير نلاحظ أن القيمة المعنوية لاختبار العلاقة داخل الفرض هي ٠.٠١ وهي أقل من ٠.٠٥ وهذا يدل على وجود توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ومتطلبات جمهور الوسيلة التي يعمل فيها القائم بالاتصال.

الفرض الثالث توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معتدل الاعتماد على مواقع التواصل وتأثير الاعتماد

		هل تتأكد من المعلومة أو الخبر الذي تحصل عليه من شبكات التواصل الاجتماعي		المجموع
		نعم	كلا	
ما هو معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي	دائماً	(٩٥.٢%) ٤٠	٢ (٤.٨%)	(١٠٠%) ٤٢
	أحياناً	(٩٣.٨%) ١٥	١ (٦.٣%)	(١٠٠%) ١٦
المجموع		(٩٤.٨%) ٥٥	٣ (٥.٢%)	(١٠٠%) ٥٨
اختبارات مربع Chi-		٠.٠٥٢	٠.٨١٩Sig.	

ولاختبار هذا الفرض تم اختيار معامل كاي سكوير ونلاحظ ان القيمة المعنوية هي ٠.٨١٩ وهي اكبر من ٠.٠٥ وبذلك يرفض هذا الفرض ويقبل الفرض العدمي القائل بعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معتدل الاعتماد على مواقع التواصل وتأثير الاعتماد. الفرض الرابع : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد المضامين الصحفية الخاصة بالحرّك الشعبي التي يقدمها المراسل وبين حجم الاعتماد على مواقع التواصل

		هل اغنتك وسائل التواصل الاجتماعي عن وكالات الانباء الاخرى		المجموع
		نعم	كلا	
هل تتأكد من المعلومة او الخبر الذي تحصل عليه من شبكات التواصل الاجتماعي	نعم	٢١ (٣٨.٢%)	٣٤ (٦١.٨%)	(١٠٠%) ٥٥
	كلا	٢ (٦٦.٧%)	١ (٣٣.٣%)	(١٠٠%) ٣
المجموع		٢٣ (٣٩.٧%)	٣ (٦٠.٣%)	(١٠٠%) ٥٨
اختبارات مربع Chi-		٠.٩٦٥	٠.٣٢٦Sig.	

ولاختبار هذا الفرض تم اختيار معامل كاي سكوير ونلاحظ أن قيمة المعنوية هي ٠.٣٢٦ وهي أكبر من ٠.٠٥ وبذلك يرفض هذا الفرض ويقبل الفرض العدمي القائل بعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد المضامين الصحفية الخاصة بالحراك الشعبي التي يقدمها المراسل وبين حجم الاعتماد على مواقع التواصل.

❖ الاستنتاجات:

١. أكثر المواقع التي استخدمت في الحراك الشعبي هو موقع الفيسبوك وبنسبة كبيرة عن مواقع التواصل الأخرى بسبب عدم تفاعل الناشطين العراقيين في الحراك مع هذه المواقع وتواجدهم لوقت أطول على الفيسبوك.
٢. ما زال أغلب المراسلين يعتمدون على وكالات الأنباء أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي حيث يعتمد هؤلاء على مواقع التواصل كمصدر ثانوي وليس أساسي ويرجع ذلك إلى خوف المراسلين من مجهولية المصدر وعدم الثقة الكاملة بهذه المواقع عكس ما موجود في وسائل الإعلام التقليدية.
٣. يتضح من خلال الدراسة إن مواقع التواصل وإن كانت لا تمتلك ثقة المراسلين إلا أنها ساهمت بدرجة كبيرة بزيادة معلومات المراسلين عن الحراك الشعبي في البلاد.

المصادر:

- (١) ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد،(عمان: الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ١٩٩.
- (٢) حسين محمود هيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ص ٨٥، ٨٦.
- (٣) صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي: اسس ومفاهيم وقيم، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ١٣٩.
- (٤) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ٦٤.

- (^٥) عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني ، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ٦٤.
- (^٦) به هات حسيب قرداخلي ، المراسل التلفزيوني والعوامل المؤثرة في انتاج المادة الاخبارية،(اربيل : مركز دراسات رووداو، ٢٠١٨)، ص ص، ١٠١-١٠٢.
- (^٧) دليل الصحفي ، شركة ابو محجوب للإنتاج الإبداعي ، (عمان : بلا ، ٢٠١٤)، ص ٣٠.

List of sources

1. Maher Odeh Al-Shamaliah and others, The New Digital Media, (Oman: The Scientific Cyclone for Publishing and Distribution, 2015), p. 199.
2. Hussein Mahmoud Hitami, Public Relations and Social Networks, (Oman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2015), pp. 85, 86.
3. Saleh Al-Ali, Social Communication Skills: Foundations, Concepts and Values, (Oman: Dar Al-Hamid Publishing and Distribution, 2015), p. 139.
4. Ali Khalil Shakra, New Media: Social Networks, (Oman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2014), p. 64.
5. Abdul Rahman bin Ibrahim Al Shaer, Social Networking Sites and Human Behavior, (Oman: Dar Safaa for Publishing and Distribution, 2015), p. 64

6. Beha Hat Haseeb Qirakhli, TV Reporter and Factors Affecting the Production of News Articles, (Erbil, Rudaw Studies Centre, 2018, pp. 101–102.

7. Journalist's Guide, Abu Mahjoub Creative Production Company, Amman, 2014, p. 10.