



*Iraq Academic
Scientific Journals*

ISSN : 1995-8005

ISSN: 1995-8005 (Print)

University of Baghdad College
of Mass Communication

Vol (12) | Issue (50) Year (2020)
| Pages (133-150)

Ola Jassim Nima Msawil

Oula.msa17@gmail.com

Prof. Dr: Sahar Khalifa Salim

Dr.saharkhalifa@yahoo.com

Tweets of Iraqi Political Leaders Regarding The Movement to Form The Governmet Through Twitter

(From 3rd September 2018 To 3rd September 2019)
(A research drwan from a master degree thesis)

This research analyses the tweets of Iraqi politicians (leaders) that took place simultaneously with the formation of the Iraqi government after the elections in 2018. The formation of the Iraqi government was considered one of the most critical issues that emerged in the political process to which the Iraqi media as well as social networking sites paid considerable attention. In this regard, Iraqi political leaders have published many tweets concerning the formation of the government, some of them have caused great controversy in the political climate. As Twitter is one of the most digital platforms that have been widely used on the global scale in recent years, politicians have employed it to publish their opinions, ideas, and to exchange accusations against each other, as well as to deliver their messages to others in a direct and fast manner.

Accordingly, the research has studied and analysed the tweets published by Iraqi Political Leaders regarding the formation of the Iraqi government for one year (i.e. from 3rd September 2018 to 3rd September 2019). This was carried out in order to address the research problem and to accomplish its main objectives by using the survey method and subsequently, by performing the content analysis tool during the study period. In the same regard, the research problem has been summarized through a set of questions, the most notable of which are as follows: (What are the topics formulated in the tweets of Iraqi political leaders?), (What are the prevailing political trends in the tweets of Iraqi political leaders towards the formation of the government?) and (Who are the parties addressed in the tweets of Iraqi political leaders?).

Keywords:

- Tweets
- Iraqi
- Political Leaders
- The Governmet
- Twitter

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

The Resarcher: Ola Jassim Nima Msawil, Iraqi University -Media college
Prof. Dr: Sahar Khalifa Salim , Iraqi University -Media college

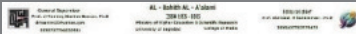
علا جاسم نعمة
أ.د. سحر خليفة سالم

تغريدات الزعامات السياسية العراقية ازاء حراك تشكيل الحكومة عبر موقع تويتر للمدة من (2018/9/3م) ولغاية (2019/9/3م) بحث مستل من رسالة ماجستير

يتناول هذا البحث تحليل تغريدات السياسيين العراقيين (الزعماء) حول تشكيل الحكومة العراقية بعد انتخابات عام 2018م والتي تعد من أهم القضايا التي برزت في العملية السياسية والتي لاقت اهتماماً من وسائل الإعلام في العراق فضلاً عن مواقع التواصل الاجتماعي، فقد نشرت الزعامات السياسية العراقية تغريدات كثيرة، أحدثت بعضها جدلاً كبيراً في الوسط السياسي حول بعض الأمور التي تخص تشكيل الحكومة، لاسيما ان موقع تويتر يعد من المنصات الرقمية التي لاقت استخداماً واسعاً من السياسيين في أنحاء العالم كافة في السنوات الأخيرة سواء من ناحية الاستخدام الشخصي أو الرسمي، أي انهم وظفوها لنشر ارائهم وأفكارهم وتبادل الاتهامات فيما بينهم فضلاً عن إيصال كل ما يريدونه من رسائل إلى الآخرين بصورة مباشرة وسريعة. وتمت دراسة تغريدات الزعامات السياسية العراقية ازاء تشكيل الحكومة وتحليلها لمدة سنة من (2018/9/3م) إلى (2019/9/3م)، منطلقين من مشكلة البحث وأهدافها الاساسية وذلك باستخدام المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون اثناء مدة الدراسة، وقد تلخصت مشكلة البحث بمجموعة من التساؤلات أبرزها هو (ما موضوعات التغريدات التي تناولتها الزعامات السياسية العراقية عبر موقع تويتر، وما الاتجاه السياسي السائد في تغريدات الزعامات السياسية ازاء حراك تشكيل الحكومة، ومن الجهات المخاطبة في تغريدات الزعامات السياسية العراقية عبر موقع تويتر).

الكلمات المفتاحية :

- تغريدات
- الزعامات السياسية
- العراقية
- تشكيل الحكومة
- موقع تويتر



Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

الباحثة علا جاسم نعمة ، الجامعة العراقية / كلية الإعلام
أ.د. سحر خليفة سالم، الجامعة العراقية / كلية الإعلام

تغريدات الزعامات السياسية العراقية ازاء حراك تشكيل الحكومة عبر موقع تويتر

المقدمة Introduction

شكلت النقلة النوعية الهائلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في انتشار استخدام شبكة الانترنت في أنحاء العالم كافة وجعلته قرية واحدة في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، والتي مهدت الطريق للشعوب للتعارف والتواصل والتعبير عن آراءها، وبفضل التطورات التقنية المستمرة ظهرت مواقع للتواصل الاجتماعي التي سمحت بالتفاعل بين طرفي الاتصال وبدأت تلك المواقع بالتنافس فيما بينها فأصبح لكل موقع مميزات خاصة به تنفرد عن الآخر، ومن بينها مواقع فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، وانستغرام وغيرها. وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي شجع الكثير وعلى اختلاف مستوياتهم العمرية والتعليمية والثقافية بإنشاء حسابات خاصة بهم في تلك المواقع وذلك لأسباب عديدة منها للتواصل مع الآخرين أو لنشر الأفكار والتعبير عن الآراء، وشجع ذلك سرعة استخدامها وسهولتها، وهناك بعض المواقع التي شاع استخدامها بين السياسيين في العالم ومنها موقع تويتر والذي لاقى الكثير من المتابعين من مختلف الطبقات لاسيما ان هذا الموقع اصبح وسيلة للتعبير عن آراء السياسيين وتبادل وجهات النظر، ومنصة إعلامية للكثير من الصحفيين في أنحاء العالم المختلفة، والملاحظ ان السياسيين العراقيين وجدوا هذا الموقع مناسباً للتغريد عن مختلف القضايا السياسية ومنها تشكيل الحكومة في عام ٢٠١٨ م.

الاطار المنهجي Methodological Frame

اولاً: مشكلة البحث The Problem

تتمحور مشكلة البحث حول تغريدات الزعامات السياسية العراقية ازاء حراك تشكيل الحكومة عبر موقع تويتر، بعد ان تم تداول بعض التغريدات لسياسيين عراقيين في مواقع التواصل الأخرى لاسيما فيسبوك وبعض الفضائيات العراقية، فضلاً عن اعتماد بعضها كمواقف رسمية في وسائل الإعلام العراقية والعربية في اثناء حقبة الانتخابات النيابية لعام ٢٠١٨ م، وقد توالى الردود على هذه التغريدات من قبل سياسيين آخرين عبر الموقع نفسه، وقد تحدت مشكلة البحث في تساؤل رئيسي (ما طبيعة تغريدات الزعامات السياسية العراقية ازاء حراك تشكيل الحكومة عبر موقع تويتر)، وينبثق عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما موضوعات التغريدات التي تناولتها الزعامات السياسية العراقية عبر موقع تويتر؟
- ما الاتجاه السياسي السائد في تغريدات الزعامات السياسية ازاء حراك تشكيل الحكومة؟
- ما أهداف تغريدات الزعامات السياسية عبر موقع تويتر ازاء حراك تشكيل الحكومة؟

ثانياً: أهمية البحث The Importance

بعد التطور الكبير في العالم الرقمي وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاحداث السياسية، أصبح هناك توجه واضح لدى أغلب السياسيين العراقيين بأنشاء صفحات خاصة لهم على تويتر كونهم وجدوا ان تصريحاتهم المختصرة تصل إلى المعنيين بصورة أسرع من أي موقع أو وسيلة أخرى. ومن هذا المنطلق أستخدمت الزعامات السياسية العراقية موقع تويتر كمنصة إعلامية وسياسية يظهرون بواسطتها إلى الجمهور والتي أصبحت محل اهتمام الجميع كسياسيين وناشطين ومدنيين.

وتتمثل أهمية البحث بالنسبة للمؤسسات الإعلامية بحاجتها لمعرفة أبعاد تغريدات الزعامات السياسية وموضوعاتها ازاء تشكيل الحكومة وما اعقبها من حراك سياسي، ومن ثم الاستفادة من نتائجها وتوصياتها في التعامل الإعلامي مع موقع تويتر واستثماره كأداة اساسية في برامج المؤسسات ومضامينها الإعلامية، فضلاً عن أهميته للشخصيات السياسية من ناحية تنبيههم بفاعلية صفحاتهم على موقع تويتر واستخدام التقنيات الحديثة فيه.

أما أهميته بالنسبة للعلم، فهو يمثل اضافة للمعرفة العلمية والإعلامية في هذا المجال، واثراء المكتبة الجامعية بدراسة اختصت بتغريدات السياسيين العراقيين على موقع تويتر.

ثالثاً: أهداف البحث The Aims

- يسعى البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي كما يأتي:
- التعرف على موضوعات تغريدات الزعامات السياسية العراقية عبر موقع تويتر ازاء حراك تشكيل الحكومة.
 - تحديد اتجاه الزعامات السياسية العراقية ازاء ما يجري من أحداث خلال حراك تشكيل الحكومة.
 - التقصي عن أهداف التغريدات التي نشرتها الزعامات السياسية العراقية على موقع تويتر.

رابعاً: مجالات البحث The Limitations

تتمثل حدود البحث ومجالاته في الآتي:

١. الحدود المكانية Place Field

تمثلت حدود الدراسة المكانية بمواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لتعدد تلك المواقع وتنوعها فقد اختارت تم اختيار موقع تويتر لكونه يتمتع برسمية وصدارة في استخدامات كثيرة، لاسيما في سرعة تداول التغريدات وتناقل الاخبار، وتم اختيار التغريدات التي تعود إلى ابرز الزعامات السياسية العراقية مع الحرص على أن يكون الاختيار ممثل في سماته وخصائصه للمجتمع الكلي السياسي.

٢. الحدود الزمانية Time Field

تمثلت حدود الدراسة الزمانية في المدة من (٣/٩/٢٠١٨م ولغاية ٣/٩/٢٠١٩م) وهي المدة التي شهدت بدأ عقد اول جلسة لمجلس النواب العراقي واختيار رئيس مجلس الوزراء، وما اعقبها من حراك لتشكيل الحكومة والاقبال الواسع للزعامات

السياسية العراقية على التدوين في موقع تويتر في هذه المدة.

خامساً: منهج البحث ونوعه Research Type and its Methodology

اعتمدت البحث على المنهج المسحي الوصفي التحليلي حيث أتاح مسح البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث و حصر التغريدات التي تداولتها الزعامات السياسية العراقية عبر صفحاتها على موقع تويتر اراء حراك تشكيل الحكومة في اثناء المدة الزمنية المحددة من (٣/٩/٢٠١٨م ولغاية ٣/٩/٢٠١٩م) والتي بلغ عددها (١٢٧) واخضاعها للتحليل بعد تصنيفها وتبويبها، عبر اسلوب تحليل المضمون علماً ان هناك بعض الشخصيات السياسية التي صنفت كزعامات سياسية عراقية لديها صفحات على موقع تويتر لكن لم نجد تغريدات تخص موضوع البحث مثل (حيدر العبادي، هادي العامري، مسعود بارزاني).

سادساً: مجتمع البحث Research Population

يتمثل مجتمع هذا البحث في الموضوعات التي تناولتها تغريدات الزعامات السياسية العراقية على صفحاتها في موقع تويتر، واعتمدت البحث على خيار الحصر الشامل لجميع التغريدات التي نُشرت في المدة من (٣/٩/٢٠١٨م ولغاية ٣/٩/٢٠١٩م)، وبلغ عدد التغريدات التي تخص تشكيل الحكومة (موضوع البحث) في هذه المدة (١٢٧) تغريدة.

اعتمد البحث على استمارة تحليل المضمون على وفق خطوات منهجية متكاملة تلائم موضوع البحث، والتي تشمل فئات التحليل الرئيسية والفرعية، وقد تم اخضاعها لرأي الخبراء بهدف تحقيق صدق التحليل، ومن ثم تفسير نتائج التحليل بعد جمع التكرارات وحساب النسبة المئوية لها.

سابعاً: اختبار الصدق والثبات Reliability and Validity

١. صدق التحليل

ان صدق التحليل يحدد درجة الموضوعية في تحليل المضمون لأنه يعتمد على اختيار الفئات ووحدات التحليل، فضلاً عن تنظيم واختيار عينة ممثلة تمثيلاً دقيقاً لمجتمع البحث، وقد تم تنظيم استمارة للتحليل ومن ثم عرضها على مجموعة من (الخبراء المحكمين)^(٢) في تخصص الإعلام والعلوم السياسية وقد اقترح الخبراء اجراء بعض التغييرات في تعريف الفئات وصياغتها وازدادة عدد من الفئات الفرعية. وقد احتسبت نسبة اتفاق المحكمين على فئات التحليل عبر استخراج النسبة المئوية لاتفاقهم على كل فئة من فئات التحليل، ثم استخراج النسبة المئوية لاتفاق المحكمين على فئات التحليل جميعها والتي بلغت (٩٨,٨٪).

٢. ثبات التحليل

تم الاعتماد في حساب الثبات على إعادة عملية التحليل على التغريدات التي نشرتها

الزعامات السياسية العراقية بعد مضي شهر، ولم تظهر عملية التحليل تغييراً كبيراً في نتائج التحليلين باستثناء تغيير طفيف، وبلغ معدل الثبات الذي قيس باستخدام معادلة (هولستي) متطابقة أي بنسبة (٠,٩٥٪) وهي نسبة ثبات عالية تدل على وجود درجة اتساق كبير.

عاشراً: التعريفات الاجرائية للبحث

تعد المصطلحات ذات أهمية كبيرة في التعريف بالبحث، ويحتوي هذا البحث تعريفات عديدة للمتغيرات البحثية التي ندرسها، وهي على النحو الاتي:

- **التغريدات:** هي تدوينة الكترونية قصيرة تُنشر عبر موقع تويتر ويبلغ الحد الأقصى لها ٢٨٠ حرفاً فقط.
- **الزعامات السياسية:** هي شخصيات لها تأثير كبير على الجمهور ولها مؤيدين وحققتم تمثيل جيد في مجلس النواب، وهذه الشخصيات رئيسة لأحزاب سياسية، أو شخصيات ذات طابع ديني ولديها ثقل كبير في المجتمع العراقي وتدعم احزاب سياسية معينة.
- **تويتر:** هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يسمح للمستخدمين التدوين فيه لغرض طرح أفكارهم والتعبير عن آراءهم تجاه الموضوعات المطروحة عن طريق التعليقات والمشاركة سواء كانت بشكل نص أم صورة أم مقطع فيديو.
- **تشكيل الحكومة:** هي المدة التي تتباحث فيها الكتل السياسية على اختيار رئيس مجلس الوزراء وأعضاء الكابينة الحكومية والتصويت عليهم في مجلس النواب، وذلك لتمثيل النظام السياسي وإدارة الشؤون الداخلية والخارجية للبلد.

احد عشر: دراسات سابقة Previous Studies

١. دراسة (الداهمشة، ٢٠١٩م)

تناولت هذه الدراسة توظيف موقع تويتر بين النخبة السياسية واستخدامه لأغراض متعددة ومنها نشر المعلومات وتأثيرها في جوانب الحياة، وهدفت الدراسة إلى رصد وتحليل تغريدات تلك النخب وتحديد الأهداف التي حفزتهم على نشرها في موقع تويتر. واعتمد الباحث على المنهج الوصفي، واستخدم أسلوب تحليل المضمون لجمع البيانات وتفسيرها، إذ تم تحديد كل تغريدات النخبة السياسية الذين يمتلكون حسابات موثقة ولمدة من (٤/٦/٢٠١٨) إلى (٤/١١/٢٠١٨)، وتوصلت إلى عدة نتائج منها:

- أهم مضامين تغريدات النخبة السياسية الاردنية هي الردود على المواطنين ونشر المعلومات الاخبارية.

- ان اهداف تغريدات النخب السياسية الاردنية هي للتفاعل مع الجمهور ثم للإبلاغ عن معلومة.

- احتلت الشؤون السياسية المرتبة الأولى في تغريدات النخبة السياسية، وجاءت بعدها الشؤون الاجتماعية ثم الاقتصادية.

٢. دراسة (زامل، ٢٠١٨م)

تناولت هذه الدراسة توظيف موقع تويتر من قبل الرئيس الامريكي (دونالد ترمب) لخوض سباق الرئاسة والوصول بالنهاية إلى كرسي الحكم، وتحدد أهداف الدراسة

بالمضامين السائدة في تغريدات المرشح الامريكي ومعرفة الاساليب المستخدمة فيها وكذلك الوقوف على وسائل الدعم التي ارفقها (ترمب) مع تغريداته.

اعتمد الباحث المنهج الوصفي مستخدماً في اطاره اسلوب تحليل المضمون، اذ حصر تغريدات المرشح الامريكي (دونالد ترمب) على موقع تويتر في اثناء الحملة الانتخابية للمدة من (٢٠١٦/٨/١٠م) إلى (٢٠١٦/١١/٨م)، وتوصل الباحث إلى أهم النتائج الآتية:

- تركيز (دونالد ترمب) على موضوع الانتخابات بوصفه الهدف الاول الذي يسعى إلى تحقيقه خلال حقبة حملته الانتخابية التي استهدفها الدراسة.
- تركيز (دونالد ترمب) على الجانب الاقتصادي فقد روج لاعفاءات ضريبية جديدة لاقت قبولاً حسناً بين طبقة العمال، فضلاً عن تخفيض معدلات ضرائب الدخل.
- حرص (دونالد ترمب) على التواصل مع الناخبين وركز على توجيه كلامه لهم مباشرة عبر موقع تويتر مما أجبر وسائل الإعلام على تناول اخباره وفق اجندة هو يرسمها عن طريق تغريداته.

٣. دراسة (اللطيف، ٢٠١٨م)

تتلخص مشكلة البحث حول التركيز على شريحة محددة من شرائح المجتمع المصري المتمثلة بالنخبة السياسية ومحاولة التعرف على طبيعة استخدامها لموقع التواصل الاجتماعي تويتر، عن طريق رصد وتحليل مضمون عينة من التغريدات المتعلقة بالأحداث والموضوعات المتنوعة التي تناولتها النخبة السياسية، والتعرف على الدور الذي يقوم به موقع تويتر في دعم وتحفيز تلك النخبة للتفاعل مع المتابعين خلال الأحداث.

واستخدمت البحث المنهج المسحي واعتمدت على أدوات تحليل المضمون والمقابلة، واختارت عينة عمدية لـ (١٤) شخصية من النخبة السياسية خلال مدة زمنية من (٢٠١٣/٦/١٨م) إلى (٢٠١٤/١/١٨م)، وقد تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها:

- أكدت أفراد العينة ان الأحداث السياسية في مصر كان لها فاعلية كبرى بسبب سرعة التداول والانتشار في موقع تويتر.

- ساهم مضمون تغريدات النخبة السياسية في إحداث تحولات هامة للأحداث والموضوعات المطروحة للنقاش في المجال العام.
- نجاح بعض حسابات النخبة السياسية في تأسيس مجال عام للنقاش والتفاعل وطرح الآراء
- تحليل مضمون التغريدات

صنفت الباحثة فئات مضمون تغريدات الزعامات السياسية العراقية الى محورين، محور ماذا قيل ومحور كيف قيل، وتبين من التحليل الكمي ان عدد التغريدات التي تناولت قضية تشكيل الحكومة العراقية للمدة من (٢٠١٨/٩/٣م) ولغاية (٢٠١٩/٩/٣م) هو (١٢٧) تغريدة.

المحور الاول: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

جدول (١) يبين الفئات الرئيسية للتغريدات التي تناولت موضوعات تشكيل الحكومة

ت	الفئات الرئيسية	التكرار	%	المرتبة
١	الأهداف المطلوب إنجازها من قبل الحكومة	٣٥	٢٧,٦	الاولى
٢	المناخات السلبية التي واجهت الحكومة ازاء حقبة تشكيلها	٣٠	٢٣,٦	الثانية
٣	العوائق التي اعترضت مشاورات تشكيل الحكومة	١٩	١٥	الثالثة
٤	الصفات الواجب توافرها في رئيس مجلس الوزراء وأعضاء الكابينة الحكومية	١٦	١٢,٦	الرابعة
٥	الصراع السياسي الذي دار حول حراك تشكيل الحكومة	٨	٦,٣	الخامسة
٦	الضغوط السياسية التي واجهت حراك تشكيل الحكومة	٨	٦,٣	الخامسة (مكرر)
٧	الصفقات السياسية التي عقدت خلال حراك تشكيل الحكومة	٧	٥,٥	السادسة
٨	السقف الزمني المتاح للحكومة لإثبات كفاءتها	٤	٣,١	السابعة
	المجموع	١٢٧	٪١٠٠	

يتضح من الجدول (١) الذي يتناول الفئات الرئيسية لتغريدات الزعامات السياسية العراقية ازاء حراك تشكيل الحكومة، ان فئة (الأهداف المطلوب إنجازها من قبل الحكومة) جاءت في المرتبة الاولى بنسبة قدرها (٢٧,٦٪) ذلك ان تغريدات الزعامات السياسية ركزت بشكل كبير على مجموعة من الأهداف وضعتها الكتل والأحزاب السياسية للحكومة من أجل تنفيذها لاسيما ان الوضع السياسي في العراق وصل إلى مرحلة لا يمكن اصلاحه بحلول ترقيعية بل يتطلب تنفيذ تلك الأهداف بجدية. ونالت فئة (المناخات السلبية التي واجهت الحكومة ازاء حقبة تشكيلها) على المرتبة الثانية بنسبة قدرها (٢٣,٦٪) وذلك يشير إلى انه هناك اجواء سلبية وتوترات سادت بين الكتل والأحزاب السياسية في توزيع المناصب الوزارية واقصاء كتل على حساب كتل اخرى ازاء حقبة تشكيل الحكومة. ثم جاءت في المرتبة الثالثة فئة (العوائق التي اعترضت مشاورات تشكيل الحكومة)، اذ حصلت على نسبة قدرها (١٥٪)، وهذا يعني ان هناك عوائق اعترضت عملية تشكيل الحكومة منها عدم قدرة بعض الأحزاب الفائزة على تشكيل الحكومة بمفردها. وفيما يخص المرتبة الرابعة فقد شغلتها فئة

(الصفات الواجب توافرها في رئيس مجلس الوزراء وأعضاء الكابينة الحكومية) بنسبة قدرها (١٢,٦٪)، مما يعطي مؤشراً ان الزعماء السياسيين وضعوا شروطاً وصفات لمن سيتولى رئاسة مجلس الوزراء ولن سيتولى الحقائب الوزارية. اما فئة (الصراع السياسي الذي دار حول حراك تشكيل الحكومة) فقد حازت على المرتبة الخامسة بنسبة قدرها (٦,٣٪)، وهذا يشير إلى ان تغريدات الزعماء سلطت الضوء على الصراع السياسي بين الكتل والأحزاب بشأن المناصب الحكومية. وقد جاءت فئة (الضغوط السياسية التي واجهت حراك تشكيل الحكومة) في المرتبة الخامسة (مكرر) بنسبة قدرها (٦,٣٪)، وذلك يبين ان هناك اطاراً سياسية مارست ضغوطاً من أجل الحصول على مناصب وزارية في الحكومة العراقية أو مكاسب من أجل التصويت لصالح شخصيات معينة. وقد حصلت فئة (الصفقات السياسية التي عقدت خلال حراك تشكيل الحكومة) على المرتبة السادسة بنسبة قدرها (٥,٥٪)، مما يعني ان تشكيل الحكومة تخللها صفقات «توافقية» كبيع وشراء مناصب حكومية للوصول إلى اهدافها وهو ما أكدته تغريدات الزعامات السياسية العراقية. ثم احتلت المرتبة السابعة فئة (السقف الزمني المتاح للحكومة لإثبات كفاءتها) بنسبة قدرها (٣,١٪)، وهو ما يوضح ان الأطراف السياسية وضعت سقفاً زمنياً للحكومة العراقية لإثبات مدى كفاءتها أو فشلها في ادارة البلاد لاسيما أن الوضع الراهن لا يحتمل مزيداً من الفشل.

ثانياً: الاتجاه السياسي السائد لدى الزعامات نحو حراك تشكيل الحكومة

جدول (2) يبين الاتجاه السياسي السائد لدى الزعامات نحو حراك تشكيل الحكومة

ت	الاتجاه السياسي لتغريدات الزعامات	التكرار	٪	المرتبة
١	موقف محايد	٥٣	٤١,٧	الاولى
٢	وضع العثرات في جهود تشكيل الحكومة	٤٠	٣١,٥	الثانية
٣	دعم جهود تشكيل الحكومة	٣٤	٢٦,٨	الثالثة
	المجموع	١٢٧	١٠٠٪	

يتضح من الجدول (٢) ان فئة (موقف محايد) حصلت على المرتبة الأولى بنسبة قدرها (٤١,٧٪)، وهذا يدل على ان موقف كثير من الزعامات السياسية العراقية من تشكيل الحكومة وما أعقبها من حراك سياسي كان موقفاً محايداً، أي انها لا تعرقل مفاوضات تشكيل الحكومة ولا تؤيدها، كما جاء في التغريدة الاتية: «مجلس النواب اليوم امام اختبار حقيقي اما ان يختار التصويت على الاسماء المقدمة من قبل رئيس الوزراء وفق السياقات الدستورية، او الذهاب نحو الفوضى #المالكي» (المالكي، ٢٠١٩م). ثم جاءت فئة (وضع العثرات في جهود تشكيل الحكومة) في المرتبة الثانية بنسبة قدرها (٣١,٥٪)، وهذا المؤشر يدل ايضاً على انه هناك زعامات سياسية

اتخذت اتجاهاً معارضاً ازاء تشكيل الحكومة بسبب اقصاءها من المناصب الوزارية أو عدم تأييدها لموقف أو حراك سياسي معين، ومثال على ذلك «سيكون نهج وسياسة الجبهة التركمانية مختلفة مع الحكومة الحالية في حالة استمرار ابعاد مرشح الجبهة التركمانية من نيابة رئاسة الجمهورية والكابينة الوزارية» (الصالح، ٢٠١٩م). وفيما يخص فئة (دعم جهود تشكيل الحكومة) فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (٢٦,٨٪)، كما جاء في التغريدة الاتية: «نبارك لرئيس مجلس الوزراء الجديد وحكومته وندعو لهم بالتوفيق والنجاح وان يكونوا على مستوى المسؤولية في تحقيق مطالب أبناء شعبنا وسنقف داعمين له ولحكومته في كل ما يحتاجونه للنجاح وكذلك سنكون صادقين في كل ما يوشر انه سبب للفشل لا سمح الله. اعتقد ان علينا ان نعطي الحكومة الحالية الفرصة لان تبذل جهداً وتنتظر قليلاً لا كثيراً فان الخير اذا كان قادماً فان تباشيره ستلوح بالافق سريعاً. رغم كل الملاحظات التي تذكر، علينا ان لا نفقد الامل وان نثق بانفسنا ونواب شعبنا والحكمة تقول تفاعلوا بالخير تجدوه» (الخرعلي، ٢٠١٩م).

ثالثاً: اهداف تغريدات الزعامات السياسية العراقية

جدول (3) يبين أهداف تغريدات الزعامات السياسية العراقية

ت	أهداف التغريدات	التكرار	٪	المرتبة
١	ارسال رسائل للفرقاء والخصوم السياسيين	٣٣	٢٥,٩	الاولى
٢	عرض وجهة نظر	٣٢	٢٥,٢	الثانية
٣	ارسال رسائل إلى رئيس مجلس الوزراء	٢٣	١٨,١	الثالثة
٤	التعليق على خبر	١٣	١٠,٢	الرابعة
٥	عرض معلومة	١٢	٩,٤	الخامسة
٦	ارسال رسائل الى مجلس النواب	٨	٦,٣	السادسة
٧	الدعوة إلى التظاهر للمطالبة بالمشاركة في الحكومة	٣	٢,٤	السابعة
٨	ارسال رسائل الى الأطراف الإقليمية والدولية المعنية بالشأن العراقي	٢	١,٦	الثامنة
٩	المشاركة في اجتماعات الكتل السياسية	١	٠,٨	التاسعة
	المجموع	١٢٧	٪١٠٠	

يتبين من الجدول (٣) ان فئة (ارسال رسائل للفرقاء والخصوم السياسيين) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها (٢٥,٩٪)، وهذا يعني ان بعض التغريدات كان لها أهداف معينة فهي رسائل كأن تكون لخصوم سياسيين أو فرقاء كما في التغريدة الاتية: «يحدونا الأمل ان يتسم عهد السيد عادل عبد المهدي بطفرة نوعية

بالأداء الحكومي لثقتنا العالية به لما يمتلك من خبرة ودراية اقتصادية واسعة وعلاقات متوازنة محليا وإقليميا ودوليا، كما نهيب بالكتل السياسية التعاون مع سيادته لتشكيل الحكومة ضمن المدة الدستورية» (الحكيم، ٢٠١٩م). ثم جاءت في المرتبة الثانية فئة (عرض وجهة نظر) بنسبة قدرها (٢٥,٢٪)، ومثال على ذلك التغريدة الآتية: «إذا فشل السيد عادل عبد المهدي في تنظيم كابينته الوزارية بإرضاء جميع الأطراف، فن تجدون معارضة حقيقية لكشف ملفات الفساد المالي» (الصالح، ٢٠١٩م). وحصلت فئة (ارسال رسائل إلى رئيس الوزراء) على المرتبة الثالثة بنسبة قدرها (١٨,١٪)، وهو ما يشير إلى ان بعض تغريدات الزعامات السياسية العراقية كانت تهدف إلى توجيه رسائل بصورة مباشرة لرئيس الوزراء العراقي بشأن موقف أو تصريح أو قرار معين خلال حقبة تشكيل الحكومة عبر موقع تويتر، وكما جاء في التغريدة الآتية: «ادعو الأخ رئيس الوزراء الدكتور عادل عبد المهدي الى استحداث وزارة ترعى شؤون المرأة والطفولة العراقية وتعمل على تلبية طموحاتها والافادة من طاقاتها في التربية والبناء والاعمار» (المالكي، ٢٠١٩م). وفيما يخص فئة (التعليق على خبر) فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرها (١٠,٢٪)، حيث جاءت بعض التغريدات كتعليق على خبر معين تم تداوله في وسائل الاعلام أو الرد على تغريدة زعيم آخر ازاء مفاوضات تشكيل الحكومة وتوزيع المناصب الوزارية. أما فئة (عرض معلومة) جاءت في المرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرها (٩,٤٪)، ومثال على ذلك التغريدة: «وزراء اثنين لم ينالوا ثلاثين صوتاً ومرروا رغماً عن الجميع، والتداول السلمي للسلطة في العراق انتهى» (الصالح، ٢٠١٩م). فيما احتلت فئة (ارسال رسائل الى مجلس النواب) المرتبة السادسة بعد ان سجلت نسبة قدرها (٦,٣٪)، مما يعني ان أحد أهداف تغريدات الزعامات السياسية العراقية هي ارسال رسائل معينة إلى مجلس النواب لتحذيرهم من بيع أصواتهم النيابية لغرض مصالح شخصية أو عدم الانجرار وراء الصفقات أو الضغوط السياسية. ثم جاءت فئة (الدعوة إلى التظاهر للمطالبة بالمشاركة في الحكومة) في المرتبة السابعة بنسبة قدرها (٢,٤٪)، ويتضح من هذا التحليل ان هناك زعامات سياسية عراقية حثت جمهورها للخروج إلى الشارع والتظاهر من أجل المطالبة بمشاركة ممثليهم في العملية السياسية في المناصب الحكومية وذلك بعد ان قامت قوى سياسية بأقصاء بعض المكونات والأقليات التي لها استحقاقات وزارية، ومثال على ذلك التغريدة الآتية: «إذا بقيت حكومة السيد عادل عبدالمهدي في حالة اللا استقرار من الان، واستمرت غيب المكونات القرمية عن قصد، فان المظاهرات لا محال لها من حصولها مجدداً، والمظاهرات في هذه الحالة قد تتحول الى عنف من قبل الشعب والحكومة» (الصالح، ٢٠١٩م). واحتلت فئة (ارسال رسائل الى الأطراف الإقليمية والدولية المعنية بالشأن العراقي) على المرتبة السابعة بنسبة قدرها (١,٦٪)، كما جاء في التغريدة الآتية: «نتمنى على الدول المتدخلة في بلادنا مراعاة خصوصية المشهد العراقي وأن تترك للعراقيين حرية الاختيار من دون أي ضغوط أو تهديد من أجل مصلحة البلد» (الخنجر، ٢٠١٩م). ثم جاءت فئة (المشاركة في اجتماعات الكتل السياسية) في المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة مئوية قدرها (٠,٨٪)، ومثال على ذلك

التغريدة: «أدعو لحوار وطني عاجل بين اطراف محددة جدا من تحالف الاصلاح والبناء والتحالف الكردستاني وتحالف البناء لمنع تفاقم الأزمة والوصول الى حلول منطقية ومقبولة تضمن سلامة واستقرار البلد والأهم هو الاتفاق على شكل ونوع البرنامج الحكومي المقبل بعيداً عن الاسماء والمواقع والمسميات» (علاوي، ٢٠١٩م).

الاستنتاجات The Results

- ساهم مضمون بعض تغريدات الزعامات السياسية العراقية في احداث بعض التحركات في الواقع السياسي، لاسيما ما يخص التأثيرات التي تمارس على أعضاء مجلس النواب والصفقات السياسية التي حدثت خلال حقبة تشكيل الحكومة، وذلك يؤكد مساهمة موقع تويتر في احداث تحولات في العملية السياسية للموضوعات المطروحة عبره لاسيما في سرعة نشر الأخبار وإيصالها إلى المعنيين بصورة أسرع وامام الجميع.
- ركزت الزعامات السياسية العراقية في تغريداتها على موضوعات محددة وكان ابرزها هو الأهداف المطلوب إنجازها من قبل الحكومة، وذلك لإلزامها بمجموعة من الأهداف التي بدورها تحقق تطلعات الشعب ومطالبه لاسيما بعد فقدان الثقة بالعملية السياسية، فضلاً عن سعيهم إلى توحيد مواقف السياسيين واشراكهم في العملية السياسية لتشكيل حكومية قوية قادرة على النهوض بالبلد.
- هدفت الزعامات السياسية العراقية عبر بعض تغريداتها في موقع تويتر إلى ارسال رسائل للفرقاء والخصوم السياسيين وعرض وجهات نظرها ازاء ما يجري من مفاوضات واتفاقات حول تشكيل الحكومة، أكثر مما كانت تغريدات تهدف إلى التواصل مع المواطنين أو عرض معلومات سياسية.
- وظفت الزعامات السياسية العراقية موقع تويتر كمنصة سياسية لها، على الرغم من أن موقع تويتر يستخدمه أغلبية الجمهور لأغراض التواصل. فقد أنشأت الزعامات صفحات رسمية لها لنشر آراءها ومواقفها السياسية ومحاولة زج الجدل السياسي عبر الموقع، فضلاً عن تداول الأخبار التي تتعلق بحراك تشكيل الحكومة والتواصل مع الجمهور العراقي، وذلك لما يتمتع به الموقع من ميزة التعليق على التغريدات ونقلها بسرعة أكبر من وسائل الاعلام.
- تباين حجم الاهتمام الذي أولته الزعامات السياسية العراقية في تغريداتها إزاء حراك تشكيل الحكومة، وذلك على حسب استحقاقاتها الدستورية في المناصب الحكومية، فهناك زعامات كانت مهمة كثيراً بهذا الموضوع لاسيما عند تم اقصائها من الحكومة، وقد حاولت جاهدة ان تطالب باستحقاقها وإيصال رسائل متعددة عبر موقع تويتر لكن من دون جدوى.

المصادر باللغة العربية

- احمد رضا. (١٩٥٩م). معجم متن اللغة العربية موسوعة لغوية حديثة، المجلد الثالث. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- ارشد الصالحي. (٥ أغسطس، ٢٠١٩م). زعيم الجبهة التركمانية العراقية. تم الاسترداد من موقع تويتر: <https://twitter.com/Ersatsalihi/status/1075298223923838976>
- ارشد الصالحي. (٢٨ يوليو، ٢٠١٩م). زعيم الجبهة التركمانية العراقية. تم الاسترداد من موقع تويتر: <https://twitter.com/Ersatsalihi/status/1060446575498067968>
- ارشد الصالحي. (٥ أغسطس، ٢٠١٩م). زعيم الجبهة التركمانية العراقية. تم الاسترداد من موقع تويتر: <https://twitter.com/Ersatsalihi/status/1075298223923838976>
- ارشد الصالحي. (٥ أغسطس، ٢٠١٩م). زعيم الجبهة التركمانية العراقية. تم الاسترداد من موقع تويتر: <https://twitter.com/Ersatsalihi/status/1067859462868934656>
- اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي. (٢٠١٨م، ١٢٢٠). الموسوعة السياسية للمصطلحات السياسية. تم الاسترداد من النور: <https://www.noor-book.com>
- اليس انتوم. (٢٠١٧م). الصحافة الرقمية. (سامي عامر، المترجمون) بيروت: ثقافة للنشر والتوزيع.
- اندريا بريس، وبيروس ويليامز. (٢٠١٢م). البيئة الاعلامية الجديدة. (شويكار زكي، المترجمون) القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- اياد علاوي. (٢٩ يوليو، ٢٠١٩م). زعيم ائتلاف الوطنية. تم الاسترداد من موقع تويتر: <https://twitter.com/AyadAllawi/status/1036904486944604162>
- بركات عبد العزيز. (٢٠١١م). مناهج البحث الاعلامي. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- بسملة قائد البناء. (٢٠١٤م). تويتر والبناء الاجتماعي والثقافي لدى الشباب. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- بن معمر سهيلة. (٢٠١٨م). تأثير تويتر على التفاعل الاجتماعي للطلبة، دراسة عينة من طلبة جامعة شعبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة مستغانم. الجزائر: جامعة عبد الحميد بن دابيس، كلية العلوم الاجتماعية.
- خميس الخنجر. (٢٧ يوليو، ٢٠١٩م). زعيم المشروع العربي في العراق. تم الاسترداد من موقع تويتر: <https://twitter.com/khameskhanjar/status/1121478309664129026>
- رضا امين. (٢٠١٣م). تغريدات للوطن في الاعلام والسياسة. البحرين: هيئة شؤون

الاعلام.

صلاح السيد بيومي. (٢٠١٥م). علم الاجتماع السياسي. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

عامر ابراهيم القندلجي. (٢٠١٤م). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، ط٥. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

عبد الكريم الساري، وسؤدد الالوسي. (٢٠١٣م). الاعلام والتسويق السياسي والانتخابي. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

عبد الوهاب الكيالي. (١٩٨١). الموسوعة السياسية، ج٣. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

علي عبد الفتاح كنعان. (٢٠١٤م). الاعلام والمجتمع. عمان: دار اليازوري.

علي عبد الفتاح كنعان. (٢٠١٤م). الاعلام والمجتمع. عمان: دار اليازوري.

عمار الحكيم. (١ أغسطس، ٢٠١٩م). زعيم تيار الحكمة الوطني. تم الاسترداد

من موقع تويتر: https://twitter.com/Ammar_Alhakeem/status/1047436674815414272

غسان مراد. (٢٠١٤م). الانسانيات الرقمية. بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر.

قيس الخزعلي. (٢٧ يوليو، ٢٠١٩م). زعيم عصائب اهل الحق. تم الاسترداد

من موقع تويتر: https://twitter.com/Qais_alkhazali/status/1055474386222899205

محمد بدوي. (٢٠١١، ١). كل ما تود معرفته عن تويتر، الطيور على اشكالها

تقع. الرياض: كتاب الكتروني. تم الاسترداد من بدوي: <https://www.waie1.com/all-about-twitter-book/20/11/2011/me>

محمد جمال الفار. (٢٠١٠م). المعجم الاعلامي. عمان: دار المشرق الثقافي.

مركز الاعلام الرقمي. (٦ يوليو، ٢٠١٩م). مركز الاعلام الرقمي يكشف عن حسابات السياسيين العراقيين الاعلى تفاعلا في تويتر، والصدر يتصدر القائمة. تم الاسترداد

من مركز الاعلام الرقمي: <https://dmc-iq.com/3/23/11/2018/>

مركز المحتسب. (٢٠١٧م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا. الرياض: دار المحتسب للنشر والتوزيع.

موسى محمد ال طويرش. (٢٠١١م). القائد السياسي في التاريخ المعاصر. دمشق: دار صفحات للدراسة والنشر.

نادية بنت ورقة. (٢٠١٣م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، بحث منشور، العدد ١١١. مجلة دراسات وابحات عربية، الصفحات ص٢١٢-٢١١.

نجلاء ابو جهجه. (٢٠١٠م). القائد السلطة وفن التسلط. بيروت: مركز الدراسات والترجمة.

نوري المالكي. (١ أغسطس، ٢٠١٩م). زعيم ائتلاف دولة القانون. تم الاسترداد

من موقع تويتر: <https://twitter.com/nourialmalikiiq/status/1069898757704171520>

نوري المالكي. (٢٨ يوليو، ٢٠١٩م). زعيم ائتلاف دولة القانون. تم الاسترداد

من موقع تويتر: <https://twitter.com/nourialmalikiiq/status/1061545882011791360>

هاني الرضا، ورامز عمار. (٢٠١٣م). الرأي العام والاعلام والدعاية. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

هايل عبد المولى طشطورش. (٢٠١١م). الموسوعة الحديثة للمصطلحات السياسية والاقتصادية. عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

وسام فاضل راضي، ومهند حميد التميمي. (٢٠١٧م). الاعلام الجديد تحولات اتصالية وروى معاصرة. العين: دار الكتاب الجامعي.

وضاح عبد المنان زيتون. (٢٠٠٦م). المعجم السياسي. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

ياس خضير البياتي. (٢٠١٤م). الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.

Bibliography

Langlais, S. (2014). the meaning of leadership in political systems, masters degree. sweden: linnaeus university.

Marcos-García, L. A.-M. (2016). Political leaders un inter(action). Twitter as a strategic communication tool in electoral campaigns, Vol 39. Spain: Jaume I University.

Quintelier, E. &. (2008). the effect of internet use on political participation: an analysis of survey results for 16 year olds in belgium, vol 26, issue 4. usa: saga publications.

statista. (2019, 7 6). number of monthly active twitter users worldwide from 1st quarter to 1st quarter 2019 (in millions). Retrieved from statista: <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>

Ellen& Vissers, Sara Quintelier, (2008), the effect of internet use on political participation: an analysis of survey results for 16 year olds in belgium, vol 26, issue 4 .usa: saga publications.

Laura Alonso-Muñoz and Silvia Marcos-García .(2016) .Political leaders un inter(action). Twitter as a strategic communication tool in electoral campaigns, Vol 39 .Spain: Jaume I University.

statista .(2019 ,7 6) .number of monthly active twitter users worldwide from 1st quarter to 1st quarter 2019 (in millions): <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly->

- active-twitter-users/
Stéphane Langlais (2014). the meaning of leadership in political systems, masters degree.
sweeden: linnaeus university.
Ahmed Rida,(1959), Dictionary of the Arabic Board, Modern linguistic encyclopedia, vol 3, amman, Dar Osama for Publishing and Distrbution.
Arshed Al-Salihi, (5/8/2019), leader of Iraqi Turkmen Front, Twitter: <https://twitter.com/Ersatsalihi/status/1067859462868934656>
Ismael Abd-Alfatah Abd-Al-kafi, (20/12/2018), Political Encyclopedia of Political Terms, Al-Noor library: <https://www.noor-book.com>
Alice Antheaume, (2017), Le journalism numerique, Beirut, Thaqafa for Publishing and distribution.
Andria Press and Wepros Williams (2012), The New Media Environment, Cairo, Dar Al-Fajer for Publishing and Distrbution.
Ayad Allawi, (29/7/2019), Leader of National Coalition, Twitter: <https://twitter.com/AyadAllawi/status/1036904486944604162>
Barakat Abd Al-Aziz, (2011), Method of Media Rresearch, Cairo, Dar Al-Kitab.
Basma Qaed Al-Banaa, (2014), Twitter and social, culture construction of young people, Beirut, Arab foundation of studies and publishing.
Bin Moamer Suhaila, The impact of twitter on the social interaction of students, study of a sample of students of the university of information and communication sciences.
Khames Al-Khanjer, (27,7,2019), leaders of Arab Project in Iraq, Twitter: <https://twitter.com/khameskhanjar/status/1121478309664129026>
Rida Ameen, (2013), Tweets for Home in media and politics, Bahrain, Information Authority.
Sara Mahmood Abd Al-Lateef, (2018), The Social Media Platform: Twitter and The Political Elite in Egypt, Master thesis, Cairo, Ain Shams University, Woman college for Art, Science and Education.
Salah Al-Sayed Bayumi, (2015), Political Sociology, Cairo, The Egyptian General Book Authority.
Atef Adli Al-Abd, (2006), Public opinion and ways to measure it, Cairo,Dar of Arab Thought.
Amer Ibrahim Al-Qandalgi, (2015), Scientific research and the use of traditional and electronic sources of information, 5th Edition, Amman, Dar Al-Masera for Publishing and Distrbution.

- Abd Al-Karem Al-Sari and Soadod Al-Aloosi, (2013), Media and political and electoral marketing, Amman, Dar Osama for publishing and Distribution.
- Abd AL-wahab AL-kayali, (1981), Political Encyclopedia, 3rd Edition, Beirut, Arab foundation of studies and publishing.
- Ali Abd Al-Fatah Kanaan, (2014), Media and Society, Amman, Dar Al-Yazori.
- Ammar Al-hakeem,(1/8/2019), Leader of National Wisdom Current, Twitter: https://twitter.com/Ammar_Alhakeem/status/1047436674815414272
- Omar Abdullah Al-Dahamsha, (2019), Jordanian Political Elite Employment of Twitter to Release information, an analytical study, Master Thesis, Jordan, Middle East University, College of Media.
- Gasan Murad, (2014), Digital Humanities, Beirut, Printing company for distribution and publishing.
- Qais Al-Khazali, (27.7.2019), Leader of Asaeb ahal elhak, Twitter: https://twitter.com/Qais_alkhazali/status/1055474386222899205
- Mohamed Badawi, (2/1/2011), Everything you need to know about Twitter, birds in their forms fall, Riyad, Electronic Book, Twitter: <https://www.waiel.me/2011/11/20/all-about-twitter-book/>
- Mohamed Jamal Al-Far, (2010), Media Dictionary, Amman, Dar Almushreq of culture.
- Mohamed Hamed Zamel, (2018), Employing Twitter in the U.S. Presidential Election Campaign in 2016: the U.S. Presidential Candidate Donald Trump's Tweets as a model, Amman, Middle East University, College of Media.
- Digital Media Center, (6/7/2019), Digital Media Center reveals the accounts of most Iraq's politicians interactive on Twitter, and Sadr tops the list: <https://dmc-iq.com/2018/11/23/3/>
- Almuhtasab Center, (2017), The role of social media sites in calculating Twitter model, Riyadh, Dar Al-muhtasab for Publishing and Distribution.
- Mosa Mohammed al Tawerish, (2011), Political leader in contemporary history, Damascus, Dar Safahat for Studies and Publishing.
- Nadia bin Warqalah, (2013), The role of social networks in developing political and social awareness among Arab youth, Published search, Journal of Arab Studies and Research, Vol 11, Algeria, Jalfa University.
- Najlaa Abo Jahjah, (2010), The leader of power and the art of authoritarianism, Beirut, Center of Studies and Translation.

- Nouri Al-Maliki, (1/8/2019), Leader of State of Law Coalition, Twitter:
<https://twitter.com/nourialmaliki/status/1069898757704171520>
Hani Rida and Ramiz Ammar, (2013), Public opinion, media and propaganda, Beirut, The glory of the University Foundation for Studies, Publishing and Distribution.
Hael Abd Almula Tashtosh, (2011), Modern Encyclopedia of Political and Economic Terms, Amman, Al-Hamid Publishing and Distribution House and Library.
Wisam Fadil Radi and Mohaned Hamed Altememi, (2017), The new media has communication shifts and contemporary visions, Ain, Dar Alkitab of university.
Wadah Abd Almanan Zayton, (2006), The Political Dictionary, Amman, Dar Osama for Publishing and Distribution.
Yass Khudair Albayati, (2014), The New Media New Virtual State, Amman, Dar Albidaya for Publishing and Distribution.

الحواشي السفلية

١ (*) الخبراء هم:

- أ.د. كامل حسون القيم / جامعة بابل / كلية الاداب / قسم الإعلام / تخصص صحافة.
أ.د. اسامة مرتضى السعيد / جامعة النهرين / كلية العلوم السياسية / تخصص نظم سياسية.
أ.د. عبد الأمير موبت الفصيل / جامعة بغداد / كلية الإعلام / تخصص صحافة الكترونية.
أ.د. حمدان خضر السالم / جامعة بغداد / كلية الإعلام / تخصص صحافة.
أ.م.د. حسين علي الفلاح / الجامعة العراقية / كلية الإعلام / تخصص صحافة.
أ.م.د. اياد العنبر / جامعة الكوفة / كلية العلوم السياسية / تخصص فكر سياسي.
أ.م.د. وفاق حافظ بركع / الجامعة العراقية / كلية الإعلام / تخصص صحافة الكترونية.