

مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية
بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق
دراسة تحليلية في موقعي السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية.

**Research title: Levels of interest
on websites in calls to boycott the elections in Iraq
An analytical study on the
Al- Sumaria News and Iraqi News Agency websites**

صبا جمال ياسين

رئاسة الجامعة العراقية/ قسم شؤون الطلبة والتسجيل



ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة في التعرف على مستوى اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق ومدى مساهمتها بتوجيه الناخبين نحو هذه المقاطعة، إذ تعتبر هذه المواقع الوسيلة الأنسب بالنسبة للمرشحين والفاعلين السياسيين للترويج عن افكارهم وتوجهاتهم السياسية.

الكلمات المفتاحية: المواقع الإلكترونية، الانتخابات، النظم الانتخابية

Abstract:

This study aimed to identify the level of interest of websites in calls to boycott the elections in Iraq and the extent of their contribution in directing voters towards this boycott , as this websites the most appropriate for means candidates and political actors to promote about their ideas and political orientations.

Keywords: websites, elections, , electoral systems.

المقدمة:

يُعد الإعلام أحد العناصر الأساسية للديموقراطية، ويستحيل إتمام الانتخابات دون إعلام، فالمواقع الإلكترونية وفرت بيئة مناسبة للناخب للقيام بعملية تشاركية، إذ يشارك الناخبون في نقاشات عن الانتخابات لكي تتوافر لديهم معلومات كافية حول الأحزاب والمرشحين والعملية الانتخابية ذاتها، حتى تكون اختياراتهم واعية ومبنية على معلومات.

أولاً: مشكلة الدراسة:

يمكن تحديد مشكلة البحث وصياغتها بالتساؤل الرئيس: ما مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية، والتي تسعى الباحثة عن طريقها الإحاطة - قدر المستطاع- بكل جوانب المشكلة، وهي كالآتي:

مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق دراسة تحليلية
في موقعي السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية.

1. هل ساهمت المواقع الإلكترونية بتوجيه الناخبين نحو مقاطعة الانتخابات؟
2. هل المواقع الإلكترونية ساعدت في أضعاف المنافسة بين المرشحين؟
3. هل كانت المواقع الإلكترونية الوسيلة الأنسب للأحزاب السياسية ومرشحيها في حصد الاصوات؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

يمكن لهذا البحث ونتائجه أن يسهم في رفد التراث العلمي وإغناء المعرفة العلمية في هذا المجال، إذ تكمن أهمية الدراسة في التعرف على مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

الخطوة الأساسية لأي بحث أو دراسة علمية هي تحديد أغراضها أو الأهداف المتوخى الوصول إليها لأجل تحديد الهدف من بحثه سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية على أن تكون هذه الأهداف واقعية بحيث يمكن تحقيقها وتكون منسجمة مع البحث ونتائجه⁽¹⁾.

1. ساهمت المواقع الإلكترونية بتوجيه الناخبين نحو مقاطعة الانتخابات.
2. المواقع الإلكترونية ساعدت في أضعاف المنافسة بين المرشحين.
3. تعتبر المواقع الإلكترونية الوسيلة الأنسب للأحزاب السياسية ومرشحيها في حصد الاصوات.

رابعاً: منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعد أكثر المناهج استخداماً في البحوث والدراسات الاتصالية وهو المنهج الملائم لهذه الدراسة، وتم اعتماد أداة تحليل المضمون بوصفها أداة رئيسة من أدوات المنهج المستخدم.

خامساً: هيكلية الدراسة:

قُسمت الدراسة التي تحمل عنوان (مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق) على ثلاث مباحث: يتضمن المبحث الأول: المواقع الإلكترونية، تعريفها وشروطها وأنواعها، أما المبحث الثاني فيتضمن: الانتخابات تعريفها وأهميتها وأنواعها، أما المبحث الثالث يتضمن نتائج الدراسة التحليلية.

المبحث الأول: المواقع الإلكترونية، تعريفها، شروطها وأنواعها

تمهيد:

يعد الموقع الإلكتروني فكرة جديدة أرتبط ظهورها بظهور الإنترنت و زيادة التبادل التجاري عبر الشبكة ، بما يتضمنه ذلك من عمليات تبادل تجاري ودفع الكتروني عبر مواقع الإنترنت حيث يحتوي الموقع على العديد من المحتويات التي تشكل وسيلة فعالة للإعلان عن المشروعات والشركات⁽¹⁾.

وتتيح المواقع الإلكترونية وسائل غير مسبقة للمعرفة والحصول على المعلومات بكميات هائلة ومن مصادر متنوعة ومتعددة ، فضلاً عن تخصيص مضمونها بما يتوافق مع اختيارات واحتياجات المستخدمين دون فرض أنواع معينة من المضمون عليهم ، حيث خلقت المواقع الإلكترونية بتقنياتها المتعددة ما يسمى بصحافة " الميديا " اذ يرفق الخبر أو الموضوع بالصور وملفات الصوت والفيديو بالإضافة الى تعليقات وروابط ذات صلة⁽¹⁾.

المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت:

اذا كانت شبكة الإنترنت هي شبكة للأجهزة المادية من ملقمات عملاقة الى أجهزة اتصال ونُظم وتوزيع ثم أجهزة كومبيوتر ، فإن شبكة الويب هي مجموعة هائلة من وثائق النص التشعبي (Hypertext) ، موصول بعضها ببعض تعمل داخل الإنترنت ويطلق عليها احيانا الشبكة العنكبوتية الدولية (World Wide Web WWW) وفي العادة تضم مرافئ (بوابات) التي يتم الوصول اليها عبر موقع المصدر (URL) (Uniform Resource Locator) أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب⁽²⁾ .

حيث تعرف شبكة الويب " هي مجموعة من ملايين الوثائق المتصلة بعضها بنظام النص التشعبي والمخزونة في ملقمات الويب ، وهو ملف يوجد على قرص الكمبيوتر الصلب موصولاً بالإنترنت بعنوانه الخاص⁽³⁾، حيث أن صفحات الويب يتم كتابتها بلغة توصيف النص التشعبي (HTML) (Hyper Text Markup Language) ويمكن أن تكون صفحات الويب جزءاً من موقع الويب أو جزءاً مستقلاً بذاته⁽¹⁾.

تعريف المواقع الإلكترونية :

الموقع لغةً : " المواقع جمع موقع وأصله وقع على الشيء ، ومنه يقع وقعاً ووقع سقوطاً ، والموقع هو المكان الذي يمكن للشيء السقوط فيه " ⁽²⁾.

الموقع اصطلاحاً " هو مكان افتراضي يمكن أن يحتوي على معلومات مختلفة " ⁽³⁾. ويعرف أيضاً " خدمة معلوماتية عادةً ما تكون متعددة الوسائط ، متاحة على الشبكة وتتضمن العديد من الصفحات . ويتميز الموقع بعنوانه http وعدد المواقع المتوفرة حالياً كبير جداً منها المواقع التجارية والمنتديات والمدونات والمواقع الاجتماعية والثقافية والتربوية " ⁽⁴⁾.

كما ويعرف : هو الموقع على صفحات الويب و الإنترنت ، ييثر الاخبار بشكل مباشر ويقوم بالنشر على الشبكة الإلكترونية بشكل عاجل ويعتمد على الوسائط المتعددة وغرفة الاخبار وتقنيات الاتصال ونشر ما يرد الى الموقع بشكل مستمر أو متواصل على مدار الساعة ⁽⁵⁾ .

شروط الموقع الإلكتروني⁽⁶⁾:

1. حجز اسم نطاق دومين خاص بالموقع الإلكتروني وهو بمثابة أسم أو مدخل لعبور الموقع على الشبكة العنكبوتية.

2. حجز وتخصيص مساحة إلكترونية لدى خادم (server) لاستضافة وتخزين مواد الموقع الإلكتروني عليها ، وهذه المساحة تختلف مزاياها واحجامها حسب رغبة المستخدم وحسب الشركة المستضيفة للموقع .
3. توفير التصميم المناسب باستخدام برمجيات وتطبيقات مناسبة يتعامل معها ويفهمها الكمبيوتر وتتلاءم مع بروتوكولات وقوانين الشبكة العنكبوتية .
4. مراعاة سرعة التحميل لتصفح الموقع دون أي هدرٍ للوقت .
5. تسجيل الموقع على مواقع البحث الرئيسة مثل غوغل (Google) وياهو (Yahoo) ليتم الوصول إلى الموقع من كافة المستخدمين للإنترنت عبر العالم .

مراحل تطور المواقع الإلكترونية :

يتعين على الصحف المطبوعة أن تنشئ لنفسها مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت ، للحصول على الاخبار ونشرها ومتابعة ما يجري عالمياً ولكي تستطيع أن تخاطب جمهورها الذي بدأ يتزايد بصورة كبيرة وخاصة بعد ظهور مجتمع المعلومات وإرساء قواعده ، حيث تستخدم هذه الصحف المواقع الإلكترونية التي تطلقها على الشبكة لغرض امتصاص و استيعاب المنافسة الناشئة عن اقتحام الإنترنت لمجال العمل الصحفي ولزيادة عدد قرائها على مستوى العالم وبالإضافة الى ذلك أنها تتيح امكانية الأبحار في الموقع وتوفير خدمات تفاعلية تجذب المستخدم فضلاً عن توفير قاعدة بيانات قابلة للبحث من خلالها⁽¹⁾ .

وأن المواقع الإلكترونية بصورة عامة تمر بمراحل تطور متعددة وهذه المراحل تتمثل بثلاث أجيال وهي⁽¹⁾:

1. الجيل الأول : المواقع ذات المحتوى الثابت (Static Contents Web Sites) تعتمد هذه المواقع على صفحات ثابتة المحتوى مصممة باستخدام لغة كتابة النصوص

مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق دراسة تحليلية

في موقعي السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية.

الترابطية و بالاعتماد على بروتوكول نقل النصوص الذي يضبط عملية نقل وتصفح الصفحات من الخادم إلى مستخدم الموقع .

2. الجيل الثاني :المواقع ذات المحتوى المتغير Dynamic Contents Web (Sites) : حيث يصدر مستخدم الموقع طلباً لصحفة من صفحات الإنترنت عبر المتصفح (Web Common browser) فيقوم برنامج عام يشكل الواجهة بين المستخدم والخادم للموقع يعرف باسم (Gate way inter face) و باستخدام ما يسمى (Application Programming Inter Face) حيث يقوم بتنفيذ صورة لبرنامج استدعاء صفحات html مضافاً معلومات اضافية ، كرسالة شكر للمستخدم على زيارته للموقع .

3. الجيل الثالث: مواقع التطبيقات البرمجية (Web Based Application) : هي المواقع التي ترتبط بخدمات متعددة تتيح للمستخدم أن يتصفح وظائف تلك الخدمات باستخدام ازرار متخصصة ، وعند طلب خدمة ما فإن الموقع يعالج الطلب من خلال برمجيات تعرف باسم بيانات تعالج الطلب.

أما بالنسبة لمواقع الصحف الإلكترونية فأنها تطورت إلى عدة مراحل وهي⁽²⁾ :

1. المرحلة الأولى: التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (الصورة GIF) (Graphic Interchange Format) التي تتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت وهي تقنية غير جيدة ، مثالها جريدة الشعب المصرية ، السياسية الكويتية .

2. المرحلة الثانية : تستخدم تقنية النص المحمول (PDF) (Portabla Datagram Format) وهو نمط قريب من النمط السابق حيث يتيح نقل النصوص والاشكال والصور والرسوم و الصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية ومثالها جريدة السفير اللبنانية والمدينة السعودية .

3. المرحلة الثالثة: تستخدم تقنية النص الفائق (HTML) (Hyper Texts Markup Format) هو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ، ويستفيد من امكانيات الإنترنت المتعددة اهمها الجمع بين النص والصورة بالصوت ولقطات الفيديو ويوفر خدمات البحث والأرشيف مثل جريدة الأهرام المصرية والرياض السعودية والبيان الإماراتية .

4. المرحلة الرابعة: تجمع بين نمط النص الفائق ونص النمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين ، حيث النص الفائق يوفر الميزات التفاعلية وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة ، والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة لأن البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاد عليه .

أنواع المواقع الإلكترونية :

بإمكان أي شخص أو مؤسسة في العالم أن يكون مرتبطا بالإنترنت من أن يقيم موقعا على الشبكة العالمية وفقا للشكل الذي يراه مناسباً وأن يضمن هذا الموقع بالمعلومات التي تكون مناسبة ، حيث يوجد مئات الالاف من مواقع الويب التي لا يمكن حصرها لأننا كل يوم نشهد تطبيقا جديدا يضاف للشبكة ، و سنذكر بعضا منها على سبيل المثال للحصر⁽¹⁾.

بصورة عامة يوجد نوعان من أنواع المواقع وهما⁽²⁾.

1) المواقع الساكنة (Static Web Sites) : تحتوي هذه المواقع على النصوص والصور بالإضافة الى مواد نصية جرافيكية ثابتة ومتحركة بحيث لا يستطيع القارئون على هذه المواقع من تغيير البيانات وتحديثها بشكل ديناميكي ولا حتى متصفح المواقع بإمكانهم إضافة ردود أو تعليقات لأن هذه المواقع لا تمتلك قاعدة تحديث البيانات (Data Base) .

2) المواقع الديناميكية (Dynamic Web Sites) : يتميز هذا النوع من المواقع بخاصية قاعدة البيانات (Data Base) ، حيث يتاح لأصحاب هذه المواقع

بأجراء التغييرات والتحديثات ، كالحذف والإضافة ويكون التحديث مستمر يومياً ، على سبيل المثال هناك مواقع تقوم بتحديث معلوماتها كل عشرة دقائق مثل موقع (CNN) و (BBC)

أنواع المواقع الإلكترونية من حيث المحتوى أو المضمون :

ينقسم هذا النوع إلى عدة تقسيمات منها ⁽³⁾ :

1. مواقع الاعمال (Business Sites) : يطلق عليها مواقع الدعم والتأييد وهي تعبر عن جهات وأهداف لا حصر لها وتكون على نوعين ، النوع الاول : مواقع الرأي أذ يقدم وجهات نظر لأشخاص وآرائهم بهدف رفع الوعي في قضية ما أو موضوع معين ، النوع الثاني : يستخدم لترويج الأعمال والخدمات التجارية .
2. المواقع الأرشيفية : تستخدم لحفظ المحتوى الإلكتروني مثل موقع أرشيف الموقع (Internet Archive) الذي حفظ بلايين الوثائق منذ عام 1996 .
3. مواقع التجارة (Trade Sites) : يتخصص هذا النوع بالتجارة الإلكترونية وعرض السلع والخدمات المختلفة مثالها ، مواقع تجارة الكتب مثل موقع أمازون .
4. مواقع الخدمات العامة (Public.. Service Sites) : يقدم هذا الموقع مجموعة من الخدمات مثلاً : في مجال السياحة يمكن عن طريقها حجز تذاكر الطيران والفنادق وخدمات الترجمة وخدمات البحث عن اشخاص .
5. مواقع قواعد البيانات (Data Bases) : يتم فيها عرض محتوى قاعدة بيانات معينة مثال قاعدة بيانات الإنترنت للأفلام (Internet Movies Data Bases) .
6. مواقع التطوير (Development Sites) : هدفها تقديم معلومات ومصادر تتعلق بتطوير برامج الكمبيوتر وتصميم مواقع الإنترنت .

7. مواقع الأدلة والفهارس (Index and Category Sites) : هي مواقع تنظم دليلاً لمحتويات الإنترنت بوصلات الى مصادرها مثل دليل ياهو ، مشروع الدليل المفتوح .

8. مواقع محركات البحث (Search Engine Sites) : تمثل بوابات كبيرة مثل الجوجل (Google) والياهو (Yahoo) حيث يعد محرك بحث الجوجل اشهر محرك على الإنترنت وأكثرها جماهيرية والذي يتيح أكثر من اربعة ملايين صفحة نظراً لحيوية هذا المحرك وضخامة قاعدة معلوماته .

9. مواقع تحميل المعلومات (Download Sites) : يستخدم لنقل المحتوى الإلكتروني من موقع لأخر من البرامج والصور والألعاب .

10. مواقع المعلومات (Information Sites) : تقدم معلومات مختلفة في موضوعات عامة ومحددة .

11. المواقع العلمية (Science Sites) : توفر العديد من الجهات ذات الصفات العلمية من جامعات ومجلات بحثية في مجالات وتخصصات مختلفة .

12. مواقع النقاش والمشاركة (Share and Discus) : أنها اتاحت لجمهور الإنترنت التواصل على مستوى عالمي غير محدود حيث اصبحت هذه المواقع مجالاً لتبادل المعلومات والأفكار .

13. مواقع الشبكات الاجتماعية (Social Networking Sites) : اصبحت هذه المواقع تحظى بجماهيرية واسعة أذ تسمح للناس بالتفاعل و أول موقع تواصل اجتماعي ظهر كان (Classmates.com) عام 1995 وسرعان ما تلتها مواقع اخرى عام 2005 مثل موقع (My Space . com)

14. مواقع التعليق (Meta and Comment Sites) : تدور حول وسائل الإعلام والقضايا الإعلامية بشكل عام حيث تقوم بنشر مواد صحفية لكُتاب من جهات مختلفة.

15. المواقع الاخبارية (News Sites) : هي مواقع الكترونية تنشر اخباراً وتحليلات وتحقيقات اعدت خصيصاً للنشر على شبكة الانترنت (1) .

16. مواقع المؤسسات الاذاعية (Radio and Television Institutions Sites) :تعد هذه المواقع امتداداً لعمل هذه المؤسسات وناظرة إعلامية ودعائية لها(2) .

17. المواقع الشخصية (Personal Sites) : ينشئه شخص على شبكة الانترنت لعرض سيرته الذاتية واهتماماته ولتمكينه من التواصل مع اصدقائه وتتباين هذه المواقع من حيث طبيعتها واشكالها وتنظيمها بين المواقع البسيطة التي تحتوي على معلومات نصية فقط وإلى مواقع اكثر تطوراً وتعقيداً التي تحتوي على صور ووثائق صوتية ومقاطع فيديو(1).

18. مواقع المدونات أو البلوج : تسمى ايضاً ويبلوج Weblog ، تستخدم لأرسال أو تدوين المفكرات الشخصية على الإنترنت وقد تتضمن منتديات للحوار(2).

أنواع المواقع الإلكترونية من حيث شكل العرض:

تأخذ المواقع عدداً من الأشكال في عرض المحتوى الخاص بها لضمان جذب القارئ وهي(3):

1. مواقع تعتمد على الإبهار : حيث تعتمد هذه المواقع على عوامل جذب من خلال

- استخدام الالوان الصارخة وشديدة الجذب .

- التعامل مع برنامج " فلاش " بمختلف اصدارته إضافة إلى عدد من البرامج التي تعطي امكانية كبيرة للحركة والإبهار ، وتكون هذه المواقع أما شخصية أو تجارية أو دعائية .

2. مواقع تعتمد على المعلومة والجذب : وتقوم هذه المواقع بعرض المعلومات والافكار ، مع البحث بالطريقة المثلى لعرضها بصورة لافتة ولا تلجأ إلى الالوان الصارخة ألا في أضيق الحدود .

3. مواقع معلوماتية للمشتريين : أن وكالات الأنباء تلجأ الى هذا النوع لأنها لا تحتاج إلى جذب عدد من الجمهور العام ، إنما تعتمد على جمهور المشاركين الذين يرغبون بالحصول على المعلومات بصورة سريعة ومعقدة .

أنواع المواقع من حيث الهيكلية:

تتنوع الهياكل الإدارية داخل المواقع الإلكترونية حسب حجمها وأهدافها ومضمونها وتكوينها ، وهناك أشكال متعددة لهذه الهياكل ومنها⁽¹⁾:

1. الهياكل البسيطة : يتكون الموقع الإلكتروني من مجموعة من العاملين ، منهم صاحب الموقع أو مديره مع عدد محدود من العاملين في المجالات التقنية والفنية والتحريرية .

2. الهياكل المعقدة : تظهر الهياكل الإدارية المعقدة في المواقع ذات الحجم الكبير أو البوابات التي تحتاج إلى فريق متخصص من العاملين في المجالات التقنية فضلاً عن عدد من الإداريين .

3. الهياكل الممتدة : غالباً ما تكون هذه الهياكل داخل المواقع ذات التركيبة الإدارية المعقدة ، وتمتد هذه المواقع في مساحات جغرافية متعددة عبر المكاتب الإقليمية والدولية .

أنواع المواقع الإلكترونية من حيث التمويل⁽²⁾:

- التمويل الشخصي : يتخذ هذا النوع أشكالاً متعددة:

1. الاستفادة من إمكانية الحصول على مساحات مجانية للمواقع الشخصية التي تقدمها بعض الشركات كنوع من الدعاية مقابل وضع إعلان في الموقع الشخصي.

2. شراء مساحة على الشبكة مع قيام صاحب الموقع بتصميمه وبناءه وتحديثه أو الاستعانة بأشخاص محترفين في بناء الموقع.

مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق دراسة تحليلية

في موقعي السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية.

- تمويل مؤسسات : سواء كانت شركة أو منشأة صناعية أو مؤسسة اقتصادية أو اجتماعية ، وتتحمل المؤسسة كلفة الموقع الذي يعبر عنها.

- تمويل خيري : تعتمد بعض المواقع على التبرعات الخيرية أو المساهمات التطوعية حيث تكون هذه المواقع انسانية أو دعوية.

- تمويل تجاري : تمول هذه المواقع من حصيلة الدخول عن طريق العمليات التجارية والتسويقية عبر التي تتم على شبكة الإنترنت.

- تمويل ذاتي : تهتم هذه المواقع بتقديم خدمة إعلانية وفكرية لكنها تسعى لهذه الخدمة من خلال الإعلانات .

أنواع المواقع الإلكترونية من حيث الجمهور المستهدف⁽¹⁾:

1. مواقع تستهدف جمهوراً متخصصاً محترفاً : تستهدف هذه المواقع جمهوراً في تخصص علمي ، أو اجتماعي أو فكري فيتوجه الموقع بمحتواه ومادته إلى جمهور الصحفيين أو المهندسين أو الأطباء أو المحامين .

2. مواقع تستهدف جمهوراً عاماً متنوعاً : تعرض هذه المواقع مادة متنوعة تستهدف الجمهور الذي يزور شبكة الإنترنت حيث تسعى هذه المواقع بدراسة شرائح الجمهور وطبيعة المناطق الجغرافية التي تغطيها للوصول إلى أكبر عدد ممكن .

3. مواقع تستهدف جمهوراً نوعياً : تخاطب جمهور نوعي داخل المجتمع مثل الشباب أو النساء أو الأطفال .

ونظراً للتوسع الهائل لشبكة الإنترنت وتزايد عدد أسماء المواقع فقد تمت تقسيم المواقع الإلكترونية إلى نوعين ، مواقع من المستوى الأول أو العالمي ،

ومواقع من المستوى الثاني⁽¹⁾:

الفرع الأول : المواقع الإلكترونية من المستوى الأول:

أولاً: المواقع الإلكترونية الدولية: يقصد بها تلك المواقع التي تشير إلى أنشطة دولية أو بالأحرى تلك التي تكون محجوزة للمنظمات الدولية فقط ، فلا تنتمي إلى دولة معينة ، أما توجه بالدرجة الأولى إلى متصفح شبكة الإنترنت في دول العالم .

ثانياً: المواقع الإلكترونية النوعية:

عند استخدام موقع معين تتم الإشارة إليه بأحرف تعبر عن أسم الموقع ومن هذه المواقع هي⁽²⁾:

Com.1: هذه الحروف تعطى لأي موقع باختيار صاحبه ويكون هذا الموقع تجاري .

Edu.2: له علاقة بالتعليم ولا تعطى هذه الحروف إلا لمواقع المعاهد و الجامعات والمراكز البحثية .

Com.3: يرمز هذان الحرفان الى Government حيث يعطى للمواقع الحكومية.

.or.4 : يرمز هذان الحرفان إلى المؤسسة organization .

Ne.5 : ترمز إلى الموقع الخاص بشبكة الإنترنت network .

mi.6 : ترمز الى المواقع العسكرية أو الحربية military .

Buz.7 : يرمز إلى مواقع الأعمال business⁽³⁾ .

ثالثاً: المواقع الإلكترونية الجغرافية (الإقليمية)⁽¹⁾.

وهي أنواع من المواقع يخصص كل واحد منها لكل دولة ترتبط بشبكة الإنترنت ، وهذه المواقع الإلكترونية الوطنية يرمز لها بحرفين فمثلا للعناوين المصرية نجد بأنها تنتهي بأول حرفين من كلمة Egypt (eg) و للأردن تنتهي(jo) والإمارات تنتهي ب (ea.)

الفرع الثاني : المواقع الإلكترونية من المستوى الثاني :

هي عبارة عن أسماء مواقع نوعية وظيفتها تحديد صفة مستثمر الموقع الإلكتروني.

مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق دراسة تحليلية
في موقعي السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية.

العوامل التي تساهم في نجاح الموقع الإلكتروني :

هنالك العديد من العوامل التي تساهم في نجاح الموقع ويمكن تلخيصها بما يلي⁽²⁾:

1. كفاءة التصميم الفني للموقع الإلكتروني وقدرته على المنافسة وتقديم مختلف اشكال الصحافة كالصور ومقاطع الفيديو .
2. قدرته على التجديد ومرونة الموقع وسرعته .
3. قدرة الموقع على التغيير ، وذلك باستقطاب كفاءات جديدة من الكتاب والصحفيين بشكل دائم .
4. قدرته على معالجة القضايا والمشكلات الحساسة في المجتمع والتي يحجم الكثير من الإعلاميين التقليديين عن طرقها خوفاً من أن تفسر أقوالهم تفسيراً خاطئاً .
5. أن يكون للموقع هدف أو رسالة صُحفية واضحة لا تنحصر بالإبلاغ أو الاخبار أنما التأثير في القارئ وإرشاده .
6. اعتماد المواقع الإلكترونية على التغذية الراجعة من خلال متابعة الموقع .
7. امداد اللجان الاستشارية والهيئات الإدارية للمواقع الإلكترونية بالآراء والافكار التي تعزز بقاء الصحيفة الإلكترونية وتألقها .
8. مساحة الحرية الممنوحة في الصحيفة للأخبار والتحقيقات والمقالات .

مكونات الموقع الإلكتروني :

- حتى يكون الموقع الإلكتروني متاحاً لأي زائر في العالم فلا بد أن يكون له مكان وعنوان وبنيان يمكن للأخرين الوصول اليه⁽¹⁾:
- أ- المكان : هو الموقع الإلكتروني الذي يستقر فيه أحد أجهزة الكمبيوتر ذات القدرات العالية ، الموصولة بشكل دائم بشبكة الإنترنت .
 - ب. العنوان : هو الاسم الذي يميز الموقع الإلكتروني عن غيره من الاف المواقع والذي يسهل التعرف عليه من قبل الزوار .

ت- البنيان : هو الصفحات الإلكترونية التي تمثل جداران الموقع الإلكتروني والتي يقصدها زائر الموقع من زيارته .

المبحث الثاني: الانتخابات تعريفها، أهميتها، وأنواعها

أولاً: الانتخابات: هي عملية يختار الشعب بموجبها الأفراد الذين يباشرون السلطة باسمهم⁽²⁾.

النظام الانتخابي: هو مجموعة من القواعد التي تحدد كيفية إجراء الانتخابات وكيف يتم تحديد نتائجها⁽³⁾.

وفي تعريف آخر لها، تعمل النظم الانتخابية في مفهومها الأساسي على ترجمة الأصوات هذا موجود بموبايلي

ثانياً: أهمية المشاركة في العملية الانتخابية:

أن أهمية المشاركة الانتخابية تكمن في أهمية شعور الناخب بمدى تأثير صوته الانتخابي في العملية الانتخابية، فكلما كان لصوت الناخب تأثير قوي كلما أكد هذا التأثير أن المسيرة الديمقراطية تسير على نهج سليم في البلد الذي يعقد فيه الانتخابات، فالصوت الانتخابي يستطيع أن يقلب الموازين السياسية إذا نظمت الانتخابات وفقاً للشروط القانونية والدستورية⁽¹⁾.

إذ تعتبر مشاركة المواطنين في إدارة الشؤون العامة لبلدانهم إحدى الركائز الأساسية لحقوق الإنسان التي أكد عليها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عام 1948، حيث جاء في المادة منه أنه "لكل شخص حق المشاركة في إدارة الشؤون العامة لبلده، أما مباشرة، أو بواسطة ممثلين يختارون بحرية، وأن إرادة الشعب هي مناط سلطة الحكم، ويجب أن تتجلى هذه الإدارة من خلال الانتخابات نزيهة تجري دورياً بالاقتراع وعلى قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري أو بإجراء مكافئ من حيث ضمان حرية التصويت⁽²⁾.

أنواع الانتخابات⁽³⁾:

مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق دراسة تحليلية
في موقعي السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية.

1. الانتخابات الأولية : تعقدها الأحزاب السياسية لاختيار مرشح كل حزب في الانتخابات العامة ، وفي هذا النوع من الانتخابات تطبع بطاقات الاقتراع الحزبية المنفصلة ويحب على الناخب الاختيار بين الاقتراع الذي يتنافس فيه الديمقراطيون الآخريين.

2. الانتخابات العامة: يتم عقدها لتحديد حزب سياسي أو مرشح مستقل لشغل منصب في الانتخابات، ويجوز للناخب تقسيم البطاقة لاختيار المرشحين من جميع الأحزاب في الاقتراع وتحديد مرشح واحد فقط لكل منصب.

3. انتخابات خاصة: تعقد في حالات استثنائية مثل ضرورة ملء منصب شاغر يحدث خلال المدة التي ينتخب فيها شخص ما أو عند إجراء استفتاء على مسألة أو اقتراح معين مثل إصدار السندات.

القواعد والقوانين الأساسية للانتخابات:

تتميز الأنظمة الانتخابية بقواعدها ولوائحها الأوسع نطاقاً والتي يتم تحديدها من قبل دستور البلد أو قانون الانتخابات، إذ تحدد القواعد التشاركية بترشيح المرشحين وتسجيل الناخبين، فضلاً عن أماكن الاقتراع، وتوافر التصويت عبر الإنترنت والتصويت البريدي والتصويت الغيابي، وكذلك اختيار أجهزة التصويت مثل أوراق الاقتراع أو التصويت الآلي أو أنظمة الاقتراع المفتوح⁽¹⁾.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية

جدول (1) يبين الفئات الرئيسة بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق

ت	الفئات الرئيسة	الموقع				الإجمالي	
		موقع السومرية		وكالة الأنباء العراقية		النسبة %	التكرار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	آلية عمل المفوضية	63.40	123	44.53	61	55.59	184
2	نجاح العملية الانتخابية	22.68	44	43.80	60	31.42	104
3	إعلان نتائج الانتخابات	13.92	27	11.67	16	12.99	43
	المجموع	100%	194	100%	137	100%	331

جدول (1) يوضح أن فئة "آلية عمل المفوضية" تربعت بالمرتبة الأولى بواقع 123 تكراراً من مجموع (194) تكراراً ونسبة مئوية مقدارها (63.40%) لموقع السومرية، وتكراراً مقداره (61) من مجموع (137) تكراراً ونسبة مئوية مقدارها (44.53%) لوكالة الأنباء العراقية. أما فئة "نجاح العملية الانتخابية" نالت المرتبة الثانية بواقع (44) تكراراً ونسبة مئوية مقدارها (22.68%) لموقع السومرية، و (60) تكراراً ونسبة مئوية مقدارها (43.80%) لوكالة الأنباء العراقية. بينما فئة "إعلان نتائج الانتخابات" حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (27) تكراراً ونسبة مئوية مقدارها (13.92%) لموقع السومرية، و(16) تكراراً ونسبة مئوية مقدارها (11.67%) لوكالة الأنباء العراقية.

جدول (2) يبين الفئة الفرعية للفئة الفرعية لآلية عمل المفوضية

ت	الفئات الفرعية	الموقع				الإجمالي	
		وكالة الأنباء العراقية		موقع السومرية		النسبة %	التكرار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	انتخابات مجالس المحافظات	40.98	25	30.89	38	34.24	63
2	عدد المرشحين والمقاعد الانتخابية	27.87	17	34.15	42	32.07	59
3	العد والفرز اليدوي	18.03	11	23.58	29	21.74	40
4	تقديم الطعون	13.12	8	11.38	14	11.95	22
	المجموع	100%	61	100%	123	100%	184

جدول (2) يبين فئة "انتخابات مجالس المحافظات" تصدرت بالمرتبة الأولى بواقع 38 تكراراً من مجموع 123 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 30.89% لموقع السومرية، و 25 تكراراً من مجموع 61 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 40.98% لوكالة الأنباء العراقية. ونالت فئة "عدد المرشحين والمقاعد الانتخابية" تكراراً مقداره 42 ونسبة مئوية مقدارها 34.15% لموقع السومرية، و 17 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 27.87% لوكالة الأنباء العراقية. بينما فئة

مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق دراسة تحليلية
في موقعي السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية.

"العد والفرز اليدوي" حصلت على المرتبة الثالثة بواقع 29 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 23.58% لموقع السومرية، و 11 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 18.03%، وأخيراً فئة "تقديم الطعون" اخذت المرتبة الرابعة بواقع 14 تكراراً ونسبة مقدارها 11.38% لموقع السومرية، و 8 تكرارات ونسبة مئوية مقدارها 13.12% لوكالة الأنباء العراقية.

جدول (3) يبين الفئة الفرعية للفئة الرئيسة نجاح العملية الانتخابية

ت	الفئات الفرعية	الموقع				الإجمالي	
		موقع السومرية		وكالة الأنباء العراقية		النسبة %	التكرار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	نتائج الانتخابات النهائية	63.63	28	63.33	38	63.46	66
2	تعديل قانون الانتخابات	22.73	10	31.67	19	27.88	29
3	استعادة ثقة المواطنين	13.64	6	5	3	8.66	9
	المجموع	100%	44	100%	60	100%	104

جدول (3) يوضح فئة "نتائج الانتخابات النهائية" تصدرت بالمرتبة الأولى بواقع 28 تكراراً من مجموع 44 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 63.63% لموقع السومرية، 38 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 63.33% لوكالة الأنباء العراقية. بينما فئة "تعديل قانون الانتخابات" نالت المرتبة الثانية بواقع 10 تكرارات ونسبة مئوية مقدارها 22.73% لموقع السومرية، و 19 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 31.67%. أما فئة "استعادة ثقة المواطنين" حصلت على المرتبة الثالثة بواقع 6 تكرارات ونسبة مئوية مقدارها 13.64% لموقع السومرية، و 3 تكرارات ونسبة مئوية مقدارها 5% لوكالة الأنباء العراقية.

جدول (4) يبين الفئة الفرعية للفئة الرئيسة إعلان نتائج الانتخابات

ت	الفئات الفرعية	الموقع				الإجمالي	
		موقع السومرية		وكالة الأنباء العراقية		النسبة %	التكرار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	شكاوى الانتخابات	62.97	17	68.75	11	65.17	28

20.93	9	18.75	3	22.22	6	مقاطعة الانتخابات	2
13.90	6	12.5	2	14.81	4	تزوير نتائج الانتخابات	3
%100	43	%100	16	%100	27	المجموع	

جدول (4) يبين فئة "شكاوى الانتخابات" تصدرت بالمرتبة الأولى بواقع 17 تكراراً من مجموع 27 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 62.97% لموقع السومرية، و11 تكراراً من مجموع 16 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 68.75% لوكالة الانباء العراقية، بينما نالت فئة "مقاطعة الانتخابات" المرتبة الثانية بواقع 6 تكرارات ونسبة مئوية مقدارها 22.22% لموقع السومرية، و3 تكرارات ونسبة مئوية مقدارها 18.75% لوكالة الانباء العراقية. أما فئة "تزوير نتائج الانتخابات" اخذت المرتبة الثالثة بواقع 4 تكرارات ونسبة مئوية مقدارها 14.81% لموقع السومرية. و2 تكرارات ونسبة مئوية مقدارها 12.5% لوكالة الانباء العراقية.

جدول (5) يبين مصادر الأخبار

ت	الفئات الفرعية	الموقع				الإجمالي	
		موقع السومرية		وكالة الانباء العراقية		النسبة %	التكرار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
1	وكالة الانباء	—	—	100	84	47.73	84
2	السومرية نيوز	44.57	41	—	—	23.29	41
3	مراسل	31.52	29	—	—	16.48	29
4	كاتب	23.91	22	—	—	12.5	22
	المجموع	%100	92	%100	84	%100	176

جدول (5) يوضح فئة "وكالة الانباء" تربعت بالمرتبة الأولى بواقع 84 تكراراً من مجموع 84 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 100% لوكالة الانباء العراقية. أما فئة "السومرية نيوز" نالت المرتبة الثانية بواقع 41 تكراراً من مجموع 92

تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 44.57% لموقع السومرية. بينما فئة "مراسل" حصلت على المرتبة الثالثة بواقع 29 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 31.52% لموقع السومرية. أما فئة "كاتب" اخذت المرتبة الرابعة بواقع 22 تكراراً ونسبة مئوية مقدارها 23.91% لموقع السومرية.

الاستنتاجات

1. تبين أن كل من موقع السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية توليا اهتماماً كافياً بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق وهذا ما أكدته بيانات جدول (1).
2. ركز كل من موقع السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية على آلية عمل المفوضية إذ حصلت هذه الفئة على الترتيب الأول في كل من الموقع والوكالة، ما يدل على اهتمامها الواضح بتسليط الضوء على هذه الفئة لمعرفة كيفية عمل المفوضية خلال فترة الانتخابات.
3. تقارب موقع السومرية ووكالة الأنباء في التركيز على نجاح العملية الانتخابية، إذ حصلت هذه الفئة على الترتيب الثاني في كليهما.
4. اعتمد كل من موقع السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية على الأخبار، التقارير، الصور، والفيديوهات لنشر المستجدات والتطورات التي تتعلق بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق، فضلاً عن استخدام الأنفوجرافيك من قبل الوكالة.

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب العربية:

1. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي، (العين: دار الكتب الجامعي، 2017م).
2. فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، (عمان: دار الثقافة، 2010م).

3. جليلة عبدالله خلف، الوظيفة الاخبارية للبوابات الإلكترونية، (العين : دار الكتاب الجامعي، 2014م).
4. عباس مصطفى صادق ، الإنترنت والبحث العلمي، (أبوظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2007م).
5. هيثم حمود الشلبي، تصميم مواقع الويب والنشر على الإنترنت، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009م).
6. أبو عبد الرحمن بن محمد بن عبد الله الدخيل ، توصيف اختراق المواقع على الشبكة العالمية للمعلومات . وجهة نظر شرعية، (الرياض : مكتبة الرشد ، 2012م).
7. مي عبدالله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، (بيروت : دار النهضة العربية، 2014م).
8. نزار بشير جديد، الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014م).
9. بيرق حسين موسى، فن الاخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015م).
10. رضا عبدالواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007م).
11. شروق سامي فوزي ، تكنولوجيا الإعلام الحديث، (القاهرة: مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، 2015م).
12. ماهر عودة الشمايلي، محمود عزت اللحام وآخرون، الصحافة الإلكترونية الرقمية، (عمان : دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014م).
13. خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية : الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، (الجيزة : وكالة الصحافة العربية، 2016م).
14. حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام والهجرة الى العصر الرقمي، (عمان : دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2014م).

مستويات اهتمام المواقع الإلكترونية بدعوات مقاطعة الانتخابات في العراق دراسة تحليلية
في موقعي السومرية نيوز ووكالة الأنباء العراقية.

15. جمال عبد ناموس القيسي، الإخبار في الصحافة الإلكترونية، (بغداد: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012م).
16. مروي عصام صالح، الإعلام الإلكتروني الأسس وافاق المستقبل، (عمان : دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، 2013م).
17. عماد عمر سرحان ، سر النجاح في بناء وتأسيس المواقع الإلكترونية ، (الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، 2012م).

ثانياً: الكتب الإنكليزية:

1. أندرو فلاناجين ، ميريام ميتزجر ، الإعلام الرقمي والشباب فرصة فريدة ومسؤولية غير مسبوقه ، ترجمة مصطفى محمود ، هبة متولي ، (القاهرة : الهيئة العامة لقصور الثقافة، 2009م).

ثالثاً: الرسائل والأطاريح:

1. هلا شحادة، حل المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية التجارية ، رسالة ماجستير، (حلب: كلية الحقوق ، جامعة حلب، 2013م).
2. حامد تركي عباس المياحي ، الوظائف الاتصالية للمواقع الإلكترونية في الجامعات العراقية ، رسالة الماجستير، (بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2010م).
3. ريم جبريل توفيق جبريل، دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى، رسالة ماجستير، (غزة : كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، 2015م).
4. محمد عبد الفتاح محمود رمضان ، دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية المواقع الإلكترونية التجارية بالأردن ، رسالة ماجستير ، (عمان : كلية العمارة والتصميم ، جامعة الشرق الأوسط ، 2017م).
5. وسام فرداس ، خولة مقدر وآخرون، المسؤولية الإعلامية عبر المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية وغير الحكومية، رسالة ماجستير، (الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ماي، 2019م).

رابعاً: البحوث والدراسات:

1. جميل النمري، النظم الانتخابية، ورقة بحثية، وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية، دون سنة نشر.

خامساً: المواقع الإلكترونية:

1. أهمية المشاركة السياسية، معهد البحرين للتنمية السياسية، للمزيد ينظر إلى الرابط <https://www.bipd.org>

2. أهمية المشاركة السياسية، معهد البحرين للتنمية السياسية، مرجع سابق، للمزيد ينظر إلى الرابط <https://www.bipd.org>

3. نظام عبد الهادي سوادي، نظرة تاريخية في الانتخابات البرلمانية العراقية (1920-2018)، المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، قسم التدريب والتطوير، للمزيد ينظر إلى الرابط <https://www.bipd.org/publicationsx>

4. الإعلام والانتخابات، شبكة المعرفة الانتخابية، للمزيد ينظر إلى الرابط https://aceproject.org/ace-ar/topics/me/default/mobile_browsing

6. عيبر محمد، أنواع الانتخابات، مقال صحفي، للمزيد ينظر إلى الرابط <https://www.almrsal.com>

Objective and review

First: Arabic books

1. Saad Salman Al-Mashhadani, Scientific Research Methods, (Al-Ain: University Book House, 2017 AD).
2. Faten Hussein Hawa, The Intellectual Property Rights System, (Amman: House of Culture, 2010 AD).
3. Jalila Abdullah Khalaf, The News Function of Electronic Portals, (Al-Ain: University Book House, 2014 AD).
4. Abbas Mustafa Sadiq, The Scientific Internet, (Abu Dhabi: Emirates Center for Strategic Studies and Research, 2007 AD).

5. Haitham Hammoud Al-Shalabi, Website Design and Online Publishing, (Amman: Dar Safaa for Publishing and Distribution, 2009 AD).
6. Abu Abdul Rahman bin Muhammad bin Abdullah Al-Dakhil, Description of the Hacking of Websites on the World Wide Web for Communication – A Legal Perspective, (Riyadh: Al-Rushd Library, 2012 AD).
7. Mai Al-Abdullah, The Dictionary of Modern Concepts of Media and Communication, (Beirut: Dar Al-Nahda Al-Arabi, 2014 AD).
8. Nizar Bashir Jadid, The print media between the print press and the electronic press, (Amman: Dar Al-Assar Al-Alami for Publishing and Distribution, 2014 AD).
9. Bayraq Hussein Musa, The Art of Journalism for Newspaper Websites, (Amman: Dar Ghaida for Publishing and Distribution, 2015 AD).
10. Reda Abdel-Wajed Amin, Electronic Press, (Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2007 AD).
11. Shorouk Sami Fawzi, Modern Media Technology, (Cairo: Thebes Foundation for Publishing and Distribution, 2015 AD).
12. Maher Odeh Al-Shamaili, Mahmoud Ezzat Al-Laham and others, Digital Electronic Press, (Amman: Dar Al-Assar Al-Alami for Publishing and Distribution, 2014 AD).
13. Khaled Muhammad Ghazi, Arab Electronic Journalism: Commitment and Unruliness in Discourse and Presentation, (Giza: Arab Press Agency, 2016 AD).

14. Harith Abboud, Mazhar Al-Ani, Media and Migration to the Digital Age, (Amman: Al-Hamid Publishing and Distribution House and Library, 2014 AD).
15. Jamal Abd Namous Al-Qaisi, News in the Electronic Press, (Baghdad: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2012 AD).
16. Marwa Essam Saleh, Electronic Media Foundations and Future Horizons, (Amman: Dar Al-Assar Al-Ilmi for Publishing and Distribution, 2013 AD).
17. Imad Omar Sarhan, The Secret of Success in Building and Establishing Websites, (Riyadh: King Fahd National Library, 2012 AD).

Second: English books:

1. Andrew Flanagin, Miriam Metzger, Digital Media and Youth: A Unique Opportunity and an Unprecedented Responsibility, translated by Mustafa Mahmoud, Heba Metwally, (Cairo: General Authority for Cultural Palaces, 2009 AD).

Third: Theses and dissertations:

1. Hala Shehadeh, Resolving Disputes Related to Commercial Website Names, Master's Thesis, (Aleppo: Faculty of Law, University of Aleppo, 2013 AD).
2. Hamid Turki Abbas Al-Mayahi, Communicative Functions of Websites in Iraqi Universities, Master's Thesis, (Baghdad: University of Baghdad, College of Information, 2010 AD).
3. Reem Jibril Tawfiq Jibril, the role of Palestinian websites in arranging university youth's priorities regarding prisoners' issues, Master's thesis, (Gaza: Faculty of Arts, Islamic University, 2015 AD).

4. Muhammad Abdel Fattah Mahmoud Ramadan, The Role of Design Trends in Increasing the Applicability of Commercial Websites in Jordan, Master's Thesis, (Amman: College of Architecture and Design, Middle East University, 2017 AD).
5. Wissam Ferdas, Khawla Muqadir and others, Media Responsibility via the Websites of Governmental and Non-Governmental Institutions, Master's Thesis, (Algeria: Faculty of Humanities and Social Sciences, University of May, 2019 AD).

Fourth: Research and studies:

1. Jamil Al-Nimri, Electoral Systems, research paper, Ministry of Political and Parliamentary Affairs, without a year of publication.

Fifth: Websites:

1. The importance of political participation, Bahrain Institute for Political Development. For more, see the link <https://www.bipd.org>
2. The importance of political participation, Bahrain Institute for Political Development, previous reference. For more, see the link <https://www.bipd.org>.
3. Abdul Hadi Sawadi regime, a historical look at the Iraqi parliamentary elections (1920-2018), Independent High Electoral Commission, Training and Development Department. For more, see the link <https://www.bipd.org/publicationsx>
4. Media and Elections, Electoral Knowledge Network. For more information, see the link <https://aceproject.org/ace-> .

6. Abeer Muhammad, Types of Elections, newspaper article. For more, see the link <https://www.almrsal.com>.

- (1) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي، (العين: دار الكتب الجامعي، 2017م)، ص 42.
- (2) فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، (عمان: دار الثقافة، 2010)، ص 51.
- (3) جليلة عبدالله خلف، الوظيفة الاخبارية للبوابات الإلكترونية، (العين: دار الكتاب الجامعي، 2014)، ص 119.
- (4) عباس مصطفى صادق، الإنترنت والبحث العلمي، (أبوظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2007)، ص 17.
- (5) المرجع السابق، ص 26.
- (6) هيثم حمود الشلبي، تصميم مواقع الويب والنشر على الإنترنت، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009)، ص 41.
- (7) أبو عبد الرحمن بن محمد بن عبد الله الدخيل، توصيف اختراق المواقع على الشبكة العالمية للمعلومات - وجهة نظر شرعية، (الرياض: مكتبة الرشد، 2012)، ص 25.
- (8) المرجع السابق، ص 26.
- (9) مي عبدالله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، (بيروت: دار النهضة العربية، 2014)، ص 276.
- (10) نزار بشير جديد، الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014)، ص 185.
- (11) محمد عبد الفتاح محمود رمضان، دور اتجاهات التصميم في زيادة قابلية المواقع الإلكترونية التجارية بالأردن، رسالة ماجستير، (عمان: كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الأوسط، 2017)، ص 36.
- (12) ص 37.
- (13) بيريح حسين موسى، فن الاخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015)، ص 128.
- (14) وسام فرداس، خولة مقدر وآخرون، المسؤولية الإعلامية عبر المواقع الإلكترونية للمؤسسات الحكومية وغير الحكومية، رسالة ماجستير، (الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ماي، 2019م)، ص 71.
- (15) رضا عبدالواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007م)، ص 99.
- (16) ص 100.
- (17) بيريح حسين موسى، مرجع سابق، ص 133.
- (18) شروق سامي فوزي، تكنولوجيا الإعلام الحديث، (القاهرة: مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، 2015م)، ص 192.
- (19) جليلة عبدالله خلف، مرجع سابق، ص 121 - ص 129.
- (20) ماهر عودة الشمايلي، محمود عزت اللحام وآخرون، الصحافة الإلكترونية الرقمية، (عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014)، ص 88.
- (21) خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، (الجيزة: وكالة الصحافة العربية، 2016م)، ص 111.
- (22) حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام والهجرة الى العصر الرقمي، (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2014م)، ص 109.

- (4) عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 29 .
- (1) ريم جبريل توفيق جبريل، دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى، رسالة ماجستير، (غزة : كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، 2015م)، ص 51.
- (1) حامد تركي عباس المياحي ، الوظائف الاتصالية للمواقع الإلكترونية في الجامعات العراقية ، رسالة الماجستير، (بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2010م)، ص 59 .
- (2) جمال عبد ناموس القيسي، الإخبار في الصحافة الإلكترونية، (بغداد: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012)، ص 110 .
- (1) جمال عبد ناموس القيسي ، مرجع سابق ، ص 112 .
- (1) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص 55 .
- (2) أندرو فلاناجين ، ميريام ميتزجر ، الإعلام الرقمي والشباب فرصة فريدة ومسؤولية غير مسبقة ، ترجمة مصطفى محمود ، هبة متولي ، (القاهرة : الهيئة العامة لقصور الثقافة ، 2009) ، ص 9 . ص 10 .
- (3) هلا شحادة ، حل المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية التجارية ، رسالة ماجستير ، (حلب : كلية الحقوق ، جامعة حلب ، 2013) ، ص 20 .
- (1) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص 59 .
- (2) مروى عصام صالح، الإعلام الإلكتروني الأسس وافاق المستقبل، (عمان : دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2013م)، ص 17 .
- (1) عماد عمر سرحان ، سر النجاح في بناء وتأسيس المواقع الإلكترونية ، (الرياض : مكتبة الملك فهد الوطنية ، 2012) ، ص 17 - ص 18 .
- (2) جميل النمري، النظم الانتخابية، ورقة بحثية، وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية، دون سنة نشر، ص10.
- (3) أهمية المشاركة السياسية، معهد البحرين للتنمية السياسية، للمزيد ينظر إلى الرابط <https://www.bipd.org> تاريخ المعاينة 2024/1/20 م 4:15 pm.
- (1) أهمية المشاركة السياسية، معهد البحرين للتنمية السياسية، مرجع سابق، للمزيد ينظر إلى الرابط <https://www.bipd.org> تاريخ المعاينة 2024/1/20 م 4:15 pm.
- (2) نظام عبد الهادي سوادي، نظرة تاريخية في الانتخابات البرلمانية العراقية (1920-2018)، المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، قسم التدريب والتطوير، للمزيد ينظر إلى الرابط <https://www.bipd.org/publicationsx> تاريخ المعاينة 2024/1/25 م 10:55 am.
- (3) الإعلام والانتخابات، شبكة المعرفة الانتخابية، للمزيد ينظر إلى الرابط https://aceproject.org/ace-ar/topics/me/default/mobile_browsing تاريخ المعاينة 2024/1/26 م 11:30 am.
- (1) عبير محمد، أنواع الانتخابات، مقال صحفي، للمزيد ينظر إلى الرابط <https://www.almrsal.com> تاريخ المعاينة 2024/1/20 م 12:14 pm.