المجلة السياسية والدولية

اسم المقال: الثقافة الانتخابية في العراق ودور وسائط التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيلها المعرفي
اسم الكاتب: أ.د. صباح مهدي رميض، أ.د. فلاح خلف كاظم
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/9936
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 09:32 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من الصفحة الخاصة بالمجلة السياسية والدولية على موقع المجلات الأكاديمية العلمية العراقية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

الثقافة الانتخابية في العراق ودور وسائط التواصل الاجتماعي في أعادة تشكيلها المعرفي

الأستاذ الدكتور
صباح مهدي رميض
جامعة بغداد ،كلية التربية ابن رشد
Sabahrmaid1962@yahoo.com

الأستاذ الدكتور
فلاح خلف كاظم
الجامعة المستنصرية ، كلية العلوم السياسية
falah.20.net@gmail.com

الملخص

كرست الدراسة لمتابعة اهمية الثقافة المجتمعية والثقافة السياسية في نمو وانضاج ثقافة الانتخاب ،لا سيما انها اليوم اضحت من مرتكزات التحول التحول الديمقراطي في اطاري التنظير والتطبيق، وقدمت فكرة هذه الدراسة في ضوء ظاهرة التراجع الخطير في مستويات المشاركة للناخب العراقي سواء كان ذلك في انتخابات عام ٢٠٢١ او في انتخابات مجالس المحافظات ٢٠٢٣، وبذلك حددت الاشكالية ووضعت الفرضية والوصول الى النتائج ، والتي اظهرت ان تراجع مستوى الثقافة الانتخابية جاء وفق مؤثرات اجتماعية عقدتها فواعل وسائط التواصل الاجتماعي ،حددتها محاور الدراسة معززة بالشواهد والموارد المعرفية المعاصرة .

الكلمات المفتاحية : الثقافة الانتخابية ،التواصل الاجتماعي،العراق، اعادة التشكيل المعرفي .

Electoral culture in Iraq and the role of communication media Social in its cognitive restructuring

Professor Doctor
Sabah Mahdi Rumayd
Al-Mustansiriya University
College of Education Ibn Rushd,
Sabahrmaid1962@yahoo.com

Professor Doctor
Falah Khalaf Kazem
University of Baghdad,
College of Political Science
falah.20.net@gmail.com

Abstract

The important study was devoted to the culture of society and liberalism in the formation and maturation of the culture of good people, especially as it is today illuminated by the foundations of democratic transformation within the framework of theory and practice. The idea of this study was justified in light of the dangerous master phenomenon in the levels of participation of the Iraqi voter, whether in the 2021 elections or in the field of The 2023 governorate elections chose the problem and imposed the hypothesis to reach the results,

which appeared to fall below the level of the chosen culture and its social choice was complicated by the actors of social media, and was determined by the axes of the study supported by contemporary public evidence.
Keywords: electoral culture, social communication, Iraq, cognitive restructuring.

المقدمة : لا شك أن التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصالات أدى إلى ظهور شكل من أشكال التفاعل الاجتماعي والتواصل (وسائل التواصل الاجتماعي) بين الناس في بيئة إلكترونية افتراضية حاولت تغيير العلاقات الاجتماعية بين الناس، وحدود تفاعلهم، وأساليب تواصلهم، وتنوعت مخرجاتها ، وفيما له صلة بموضوع هذه الدراسة المرتبطة بالثقافة الانتخابية وحدود تأثير منظومة وسائط التواصل الاجتماعي واثرها في توجهات الناخبين ، ولعل تجربة انتخابات المجالس المحلية في العراق التي جرت في كانون اول ٢٠٢٣ هي انموذج امبريقي للدراسة .

أهمية الدراسة : تأتي اهمية الدراسة في كونها محاولة لتشخيص وتوظيف مفهوم الثقافة الانتخابية وبيان دور وسائط التواصل الاجتماعي في اعادة تشكيلها في العراق مع التركيز على استنباط رؤية تصورية تحليلية لانتخابات مجالس المحافظات الاخيرة في ١٨ كانون اول ٢٠٢٣ والعمل على تأسيس مفهوم الثقافة الانتخابية كحقل معرفي اكاديمي جديد .

اشكالية الدراسة : اتضحت اشكالية الدراسة في كون ان موضوع الانتخابات بشقيه العامة والمحلية لم تترسخ بعد كثقافة سلوكية في ذهنية فئات متعددة من المجتمع العراقي لا سيما في ظل حالة الاحباط التي يشعرون بها جراء التجارب الانتخابية السابقة ،ومنها أنتخابات المجالس المحلية الاخيرة في ١٨ كانون اول ٢٠٢٣ ، وعززت الاشكالية بالأسئلة الآتية:

١- ما مساحة الانشطة والفعاليات المرتبطة بوسائط التواصل الاجتماعي ذات الصلة بالثقافة الانتخابية؟

٢- هل اعادت وسائط التواصل الاجتماعي ثقة الناخب العراقي وعودته للمشاركة في الانتخابات ومنها الانتخابات الاخيرة؟

٣- ما حدود تأثير ثقافة الانتخابات لدى الناخب العراقي على مستقبل التجربة الديمقراطية في العراق؟

الفرضية: وضع الباحثان فرضية مفادها ان الثقافة الانتخابية في العراق ستبقى متأثرة سلبيا او ايجابيا بمدى فعالية وسائط التواصل الاجاماعي وقدرتها على احتواء الناخب العراقي الى جانب الفواعل الاجتماعية والسياسية المرافقة لعملية الانتخابات سواء كانت العامة او المحلية.

هيكلية الدراسة ومنهجيتها : وزعت الدراسة على ثلاثة مطالب ، فضلا عن المقدمة والخاتمة والاستنتاجات والمقترحات ، جاء المطلب الاول ليبحث اولا في التعريف بالمفاهيم

والمصطلحات (المشاركة السياسية والثقافة الانتخابية) وثانيا مفهوم الثقافة الانتخابية في ضوء الاشتقاقات المعرفية ،وثالثا توظيف وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافة الانتخابية وتناول المطلب الثاني الثقافة الانتخابية ومؤثرات وسائط التواصل الاجتماعي في اطارها السلوكي والثقافي من خلال البحث في اساليب التأثير اولا وفي وسائط التواصل الاجتماعي وثقافة وسلوكيات الناخب الاجتماعية ثانيا ،وكرس المطلب الثالث لوضع آليات بناء وتقويم الثقافة الانتخابية في العراق.

اعتمدت الدراسة في منهجيتها على توظيف المدخل التاريخي الوصفي في ضوء الممارسات الانتخابية السابقة في العراق ومنها انتخابات عام ٢٠٢١ مع اقتران ذلك بالمنهج التحليلي الاشكالي لإيضاح جوانب وآفاق عديدة من الدراسة.

المطلب الاول / الاطار المفاهيمي

لقد تغيرت التفاعلات الاجتماعية بين الناس وأساليب التعامل وأساليب الاتصال بسبب التقدم الهائل والتطورات التي شهدتها تكنولوجيا الاتصالات، والتي خلقت نوعا جديدا من التفاعل الاجتماعي والتواصل بين الناس في عالم إلكتروني افتراضي. وقد أطلق على هذا النوع من التواصل الذي أذاب الحدود ودمج الثقافات وقلص المسافات بين الناس اسم وسائل التواصل الاجتماعي. وسنبحث في هذا المطلب في مفهوم وسائط التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية والثقافة الانتخابية كلا على حده.

أولا: وسائط التواصل الاجتماعي:

شهدت وسائط التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة انتشاراً واسعاً على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات، كما تعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من التعريفات لوسائل التواصل الاجتماعي والتي اختلفت من باحث إلى آخر، وبشكل عام، يشير مصطلح "وسائل التواصل الاجتماعي" إلى مجموعة من المواقع على الإنترنت التي تسهل التواصل بين الأشخاص في بنية مجتمعية افتراضية توحدهم على أساس الاهتمامات المشتركة أو الانتماءات مع دولة أو جامعة أو عمل تجاري وما إلى ذلك. ويتم تحقيق كل ذلك من خلال خدمات الوسائط ذات الاتصال المباشر، بما في ذلك إرسال الرسائل، ورؤية ملفات المشتركين، والوصول إلى الأخبار والمعلومات التي يقدمونها، من بين خدمات أخرى. (غازي ٢٠٢١ ، ٧) **وفي الدراسات الأجنبية** تم طرح مجموعة من التعريفات لوسائل التواصل الاجتماعي ومن هذه التعريفات ما قدمه السون وبويد (Ellison & Boyed) عن وسائل التواصل الاجتماعية بأنها : برامج وتطبيقات تتشكل من خلال الانترنت تتيح لمشتركيها تقديم نبذة عن حياتهم العامة ، وتوفير فرصة للتفاعل مع بقية المشتركين، والتعبير عن أفكار الأفراد والجماعات من خلال عملية التفاعل ، وتختلف عملية التفاعل من تطبيق إلى آخر. (عبد ٢٠٢٠) ويعرف بالاس (Balas) وسائل التواصل الاجتماعي انها : تطبيقات الكترونية استعملت من أجل انشاء

مجموعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الانترنت ساعدت الأفراد على التواصل والتفاعل مع بعضهم بعض ولأسباب مختلفة . (يوسف ٢٠١٩ ، ١٥) وفقًا لبريس ومالوني كريتشمار، فإن وسائل التواصل الاجتماعي هي المكان الذي يجتمع فيه الناس لتحقيق أهداف معينة، ويسترشدون بسياسات تتضمن مجموعة متنوعة من المبادئ التوجيهية والمعايير التي يقترحها البرنامج. كما عرفوا وسائل التواصل الاجتماعي بأنها مواقع على الإنترنت حيث يمكن للمستخدمين إنشاء صفحاتهم أو تحديثها بسهولة (عيادنة ٢٠١٧ ، ٧٠) ، **اما في الدراسات العربية** فقد عرفت وسائل التواصل الاجتماعي بأنها : بيئة افتراضية توحد الأفراد أو المجموعات الممثلة بأماكن لقاء مرتبطة بنوع معين من الروابط الاجتماعية لأن المشاركين مرتبطون ببعضهم البعض من خلال القرابة أو الصداقة أو المصلحة المشتركة أو الرغبة في التبادل المادي أو الفكري أو الحب أو الكراهية لشيء معين أو الروابط القائمة على الإيديولوجية أو الدين أو الانسجام في المعرفة أو المكانة الاجتماعية ، ولما كانت تلك الأقطاب التي يرتبط بها الفرد تمثل العلاقات الاجتماعية لذلك الفرد فأن وسائط التواصل الاجتماعي تعد معيارا لرأس المال الاجتماعي للفرد أي القيمة التي يحصل عليها من الشبكة الاجتماعية (بقور ٢٠١٨، ٨٩) ، وعرفت هبة محمود خليفة وسائل التواصل الاجتماعي انها : شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء ، كما تمكن الأصدقاء القدامى وبعد طول سنوات من التفاعل والتواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي تعزز العلاقة الاجتماعية بينهم (بوكراع ٢٠١٦ ، ٤) . كما عرفت وسائل التواصل الاجتماعي بانها مواقع تكنولوجية الكترونية وفرت للأشخاص إمكانية خلق ميزة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم امام جمهور واسع أو محدود وفقا لنظام معين وبوضع قائمة لمجموعة من المشتركين الذين يتشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الاطلاع على صفحتهم الخاصة والمعلومات المتاحة، وأن طبيعة هذه الروابط تختلف من رابط إلى آخر (قواسمية ٢٠١٦ ، ٢٥) . واخيرا يمكن القول ان وسائط التواصل الاجتماعي هي مواقع افتراضية للتواصل والتفاعل الاجتماعي بغرض اللهو والتثقيف والاحاطة بالمعلومات وتنقل هذه المواقع المعارف والمعلومات والثقافات بطرق متعددة وحديثة .

ثانيا/ مفهوم الثقافة السياسية:

الثقافة (Culture) في الاصطلاح هي نظام من المعتقدات والأفكار والممارسات التي تظهر في آراء وسلوكيات الفرد والمجتمع، لهذا تهتم الدول والنظم السياسية بالتنشئة الاجتماعية، حتى تضمن عدم وجود فجوة بينها وبين ثقافة المجتمع. وبهذا المعنى يكون المفهوم الاصطلاحي للثقافة هو أنها مجموعة السمات التي تميز أي مجتمع عن غيره، مثل: الفنون والموسيقى التي تشتهر بها، وفهم المعتقدات وممارستها، والأعراف والعادات والتقاليد، وأنماط القيم السائدة، وغيرها، والثقافة هي نظام يتم توريثه عبر التنشئة والرموز، والممارسات، ويخضع للتعديل والتكييف المستمرين (شريح ٢٠٠٨ ، ٧-١٨) ، وترتبط الثقافة

بشكل عام بالبيئة، فالبيئة واحدة من المتغيرات التي تشكل ثقافة الفرد؛ لأن الثقافة لا تنتقل بالوراثة، بل عن طريق الاكتساب والتحصيل والجهد النظري والفكري من خلال قنوات أهمها التربية والتعليم، والتلقين والمعايشة، والتنشئة الاجتماعية والسياسية، ومن ثم فإن الثقافة تراكم ابداعي عبر مسيرة البشرية ، والسياسة عند كثير من الباحثين هي سيدة العلوم فكل شيء يحدث في سياق سياسي والقرارات السياسية تحكم الامور الاخرى وطالما ان كل شيء سياسي فان دراسة السياسة تعني دراسة كل شيء (روسكين ٢٠١٥ ، ٢٠) ، ويعد مفهوم الثقافة السياسية من المفاهيم الحديثة نسبيا في علم السياسة، إذ إنه لم يظهر إلا عام ١٩٥٦، إن الثقافة السياسية، حسب جابرييل ألموند، هي البنية الأولية للاتصالات السياسية، كما أن النظام السياسي هو نظام يعتمد على أنماط معينة من التوجهات التي تحكم تفاعلات النظام الاجتماعي، ويعكس هذا المفهوم في ذاته اهتماما كبيرا بالجوانب القيمية والإدراكية وتنميتها في دراسات العلوم السياسية ، لذا فإن الخبرة التاريخية، والموقع الجغرافي، والمعتقدات الدينية، والظروف الاجتماعية والاقتصادية، كلها تتضافر لإنتاج الثقافة السياسية ، وبذلك يمكن القول ان لمفهوم الثقافة السياسية تعريفات متعددة منها : اذ يرى (لوشيان باي) أن الثقافة السياسية: هي مجموع الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر التي تعطي ومعنى للعملية السياسية، وتقدم القواعد المستقرة التي تحكم تصرفات الأفراد داخل النظام السياسي (PYE 1968) اما (سيدني فيربا) فيذهب إلى أن الثقافة السياسية هي المعتقدات الواقعية، والرموز التعبيرية، والقيم التي تحدد الوضع الذي يحدث الفعل السياسي في إطاره (VERBA) 1965، وفقًا لإيريك (روي)، فإن الثقافة السياسية لأي مجتمع أو مجموعة هي الأنماط والقيم والميول العاطفية التي يطورها أعضاؤها. تتحد أفكار الناس عن الخير والشر في الأمور السياسية، وكذلك الصواب والخطأ، لتكوين نمط من القيم يرتبط ارتباطًا وثيقًا بآرائهم حول الوضع الراهن في السياسة. الغرض من المشاعر هو تعزيز مثل هذه المثل والأفكار (سيد ٢٠٢٢ ، ٣٢) وواصلت الكتابات الحديثة اهتمامها بمفهوم الثقافة السياسية، وقوته التفسيرية، ومنها كتابات المفكر الأمريكي (صموئيل هنتجتون) الذي أكد على تلك القوة التفسيرية لمصطلح الثقافة السياسية، ودوره في توضيح توجه بعض النظم السياسية والمجتمعات لتحقيق المزيد من الإصلاحات والتحولات، ورأى أن لكل مجتمع سماته التي تميزه من قيم ومعتقدات ومعايير ومثل تتعلق بالحياة السياسية وبظاهرة السلطة والنظام السياسي وما يفترض أن يكون عليه والدور الذي يؤديه تجاه هذا المجتمع، ومقابل ذلك انتهى(الموند وفيربا) إلى التمييز بين ثلاثة أنماط، أو أنواع من الثقافة السياسية هي : (VERBA 1983) .

– الثقافة السياسية المشاركة (Political Participant Culture): وبما أن المواطنين لديهم ميول معرفية وعاطفية وتقييمية تجاه النظام السياسي بشكل عام، وكذلك الدخول والخروج منه، فهي ثقافة الديمقراطية الحديثة وتتميز بميول مميزة تجاه المؤسسات والرموز والإجراءات السياسية. وفي المجتمعات الديمقراطية حيث يتم التعبير عن الرأي العام من خلال مؤسسات مثل الأحزاب السياسية وجماعات

الضغط وعمليات التصويت والترشيح في الانتخابات واستطلاعات الرأي والندوات السياسية والثقافية والفكرية، يسود هذا النوع من الثقافة السياسية. ويعتمد هذا النوع في الغالب على موقف الناس من الرغبة في المشاركة في صنع القرار وعملية صنع السياسات في النظام السياسي.

– الثقافة السياسية الضيقة أو المحلية (Culture Political Parochial) (وليز ١٩٢٢): إن ميول الناس نحو كافة العبارات السياسية تكاد تكون معدومة في ظل هذا المجتمع، ومن أمثلة ذلك الثقافة السياسية السائدة في المجتمعات القبلية الأفريقية، والتي تفتقر إلى فهم واضح للمناصب السياسية المتخصصة، حيث تتحد المسؤوليات السياسية مع الوظائف الاقتصادية والدينية، وبالتالي تتحد الاتجاهات الاجتماعية والسياسية.

– الثقافة ألسياسية الرعوية أو ثقافة الخضوع (Political Subject Culture) (سيد ،٤٣): إن مواقف الأفراد من النظام السياسي ونتائجه واضحة في إطار هذا النمط الثقافي، وإن كانت توجهاتهم نحو مدخلاته معدومة تقريباً. ولأن الرعايا يتأثرون بالنظام السياسي ولا يؤثرون فيه، فإن علاقتهم به لا تعدو أن تكون علاقة تبعية ورضوخ. وفي الثقافات الشمولية والاستبدادية، وكذلك تلك التي تعاني من ضعف إسهامات الناس السياسية رغم فهمهم العميق للنظام السياسي ونتائجه وقواعد اللعبة، فإن الثقافة السياسية الرعوية منتشرة على نطاق واسع.

أما وظائف الثقافة السياسية فيمكن تحديدها في الامور الآتية:

١– تحديد خصائص الأنظمة والمنظمات السياسية.

٢– دراسة كيفية تفاعل المواطنين والسلطات السياسية.

٣– البحث في تعريف المشاركة السياسية وعملية المشاركة السياسية.

٤– ترسيخ الشعور بالهوية الوطنية.

٥– رفع مستوى فهم المواطنين لحقوقهم كمواطنين من خلال القيام بواجباتهم السياسية، بما في ذلك الاحتجاجات والمقاومة والتصويت.

٦– تدريس السياسة لأن الثقافة السياسية جزء من الثقافة العامة، وهي أحد عناصر العملية التربوية والثقافية والتربوية الشاملة التي يطمح الإنسان إلى اكتسابها كعضو في المجتمع. (وهبان ٢٠٠٣ ، ١٣٣) ، في ضوء ما تقدم، نستطيع تحديد عناصر الثقافة السياسية فهي تتمثل في القيم والاتجاهات والسلوكيات والمعارف السياسية الأفراد المجتمع وبهذا، فهي تتضمن عناصر معنوية ومادية معا، وهي ثقافة فرعية، أو جزء من الثقافة العامة للمجتمع، على الرغم من أنها مستقلة – بدرجة ما – عن النظام الثقافي العام، إلا أنها تتأثر بها ،كما ان الثقافة السياسية لأي مجتمع لا تتصف بالثبات المطلق، بل هي في تغير مستمر، حتى لو كان ذلك بطيئا ، ويتوقف حجم التغيير

ومعدله على عوامل عدة منها : مدى التغير ومعدله في البنى الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ودرجة اهتمام النخبة الحاكمة بالتغير الثقافي ، ومدى رسوخ قيم ثقافية معينة في نفوس الأفراد.

ثالثا / مفهوم المشاركة السياسية : هناك مفاهيم كثيرة في مجال العلوم السياسية يتوقف تحقيقها العملي على توافر هذا المفهوم، مثل مفهوم الديمقراطية، إذ لا يمكن الحديث عن الديمقراطية دون التطرق إلى المشاركة السياسية لأفراد المجتمع. وتعد المشاركة السياسية من أهم المفاهيم التي لفتت انتباه العديد من المفكرين في كافة مجالات العلوم الاجتماعية، وذلك لأهميتها الكبيرة، ولتداخلها مع العديد من المفاهيم الأخرى ، إن إرساء أسس المجتمع الديمقراطي أمر ضروري، فكما أن الديمقراطية عملية معقدة تتكون من عدد من العناصر، كل منها يشكل عملية في حد ذاته، فإن المشاركة السياسية هي أيضاً عملية لها عناصرها الأساسية والضرورية، وذلك لأنه لا يمكن تجاهلها أو التخلي عنها، بل لابد من إعطاء كل عنصر من هذه العناصر القدر نفسه من الاهتمام الجاد من أجل تحقيق هدف المشاركة، والذي يتمثل في تحقيق الديمقراطية. ، نظرًا لصعوبة تحديد مفهوم المشاركة السياسية على وجه التحديد، فهناك عدة تعريفات فنية لمفهوم المشاركة السياسية. وذلك لأن هذا الموضوع كان موضوعًا للعديد من المساعي الفكرية. وفيما يلي بعض الأمثلة على هذه التعريفات: (عثمان ٢٠١٦ ، ٥-٦)

- إن مشاركة عدد كبير من الأشخاص والمنظمات في الحياة السياسية تُعرف بالمشاركة السياسية.

- تشير المشاركة السياسية إلى إشراك أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور في أكبر عدد ممكن من الأنشطة والمجالات، بشرط أن تكون هذه الأنشطة والمجالات مناسبة لمهارات واحتياجات الأشخاص المعنيين. ويمكن استخلاص الدلالات الإجرائية لفكرة المشاركة السياسية – أي المشاركة المباشرة أو غير المباشرة للناس في عملية صنع القرار في سياق النظام السياسي المحلي – من التعريفات المذكورة أعلاه. وبالإضافة إلى المؤشرات الثانوية الأخرى، مثل الترشح لمنصب إداري أو سياسي مهم، أو الانضمام إلى جماعات المصالح أو منظمات المجتمع المدني، أو الترشح للمناصب العامة، أو تولي المناصب السياسية، أو حضور الاجتماعات السياسية العامة، فإن هذا المفهوم يسمح لنا بالوصول إلى مؤشرات المشاركة السياسية في المجتمع، مثل حق المواطن في التصويت، وحقه في تولي المناصب العامة، وحقه في المشاركة في عملية صنع القرار.

رابعا / مفهوم الثقافة الانتخابية : بحسب رؤية الباحثان المتواضعة لا يوجد تأصيل نظري لمفهوم الثقافة الانتخابية ، بل هو مفهوم مجتزئ من الثقافة السياسية والمشاركة السياسية ، في جزيئة محددة هي حق الانتخاب او المشاركة في الانتخابات ، لذلك وبناء على ما تم عرضه سابقا لتلك المفاهيم يمكن القول ان تحديد معنى ومقصد الثقافة الانتخابية يمكن بيانه من خلال الاجابة على الاسئلة الآتية : ما معنى الانتخاب ؟ هل الانتخابات مجدية وملبية للرغبات ؟ ولماذا تنتخب ؟ ومتى يكون الانتخاب نافع ؟ ان الاجابة على تلك الاسئلة حتى وان كانت بسيطة ووفق ما يحمله الفرد من معلومات فان دلائل ذلك تشير

الى قدر من الثقافة الانتخابية ، اما اذا كانت الاجابات لا تمت بصلة للموضوع او هناك عزوف عن الاهتمام بها فهو دليل قاطع على غياب الثقافة الانتخابية .

ان هذا المقياس الذي وضعناه لتحديد معنى الثقافة الانتخابية هو محاولة الباحثان في فتح آفاق أمام الباحثين للتعمق بوضع تعبيرات موضوعية لمفهوم الثقافة الانتخابية والتي يمكن بيان البعض من تعريفاتها ومنها : **امتلاك المواطن المعرفة المقبولة عن معنى الانتخاب واهميته وفوائده وترجمة ذلك من خلال مشاركته الفاعلة في الممارسات الانتخابية .**

المطلب الثاني

الثقافة الانتخابية ومؤثرات وسائط التواصل الاجتماعي في اطارها السلوكي والثقافي

اولا : اساليب التاثير

لقد كان لوسائل التواصل الاجتماعي تأثيرات متعددة على تطور الحقوق الانتخابية؛ فمن ناحية كانت عنصراً أساسياً، ومن ناحية أخرى ساعدت في تشكيل الرأي العام. واعتماداً على التعبئة الفعلية للرأي العام لدعم أحد المرشحين، يمكن لهذه الأساليب في بعض الأحيان أن تمارس تأثيراً مباشراً. كما أنها تتطلب شروطاً محددة للبيئة التي تستخدم فيها هذه المواقع، مثل الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المستهدف من هذا التعبئة والقدرة على التأثير عليه، **وتتعدد أنماط هذا التأثير وهي الاتية :** (مستقبل الامارات نت ٢٠٢٣) .

١- **التأثير في مسارات التصويت:** وسائل التواصل الاجتماعي مارست دورًا فاعلاً في توجيه مسارات الناخبين وأعدت بمثابة منصات لاستطلاع الرأي حول اختيار الانسب في اشغال المواقع التشريعية والتنفيذية .

٢- **التأثير على نسبة المشاركة:** إن الملايين من مستخدمي الإنترنت يتواصلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي أدوات اتصال معاصرة لا تفرض حواجز على أساس الجنسية أو العمر أو الجنس أو المهنة. وتربطهم نفس الميول والاهتمامات. ولأن تطورها فتح آفاقاً للبث المباشر العام، فقد ترسخت هذه التكنولوجيا في المجتمع وسمحت لوسائل الإعلام بالوصول إلى مستويات غير مسبوقة. وتأثرت جميع الأنشطة الحكومية والشعبية، حتى الإجراءات الأكثر ديمقراطية في العالم، مثل الانتخابات، بالاستخدامات الرقمية العديدة، بغض النظر عن مدى اعتماد هذه الممارسة على المنصات الرقمية، فإنها تؤثر بشكل كبير على العملية الانتخابية بشكل عام، بما في ذلك تأثيرها الضئيل على التأثير على "المزاج الانتخابي" للجمهور وقرارات التصويت. ويرجع هذا إلى ضغط المحتوى الرقمي الخادع أو المضلِّل أو حتى المربك، والذي يعتمد على دعم التطبيقات الرقمية القادرة على إنتاج محتوى مزيف، وهو أحد المنتجات الثانوية الأكثر شهرة للذكاء الاصطناعي.

مع اقتراب موعد كل انتخابات تشريعية، وخاصة تلك التي اعتمدت التسجيل البايومتري، والذي يعتمد على تسجيل بيانات الناخبين وجمعها إلكترونياً من خلال استخدام استمارة التسجيل البايومتري، يبرز التساؤل حول الدور المحتمل لوسائل التواصل الاجتماعي في العراق في التأثير على مسار الانتخابات العراقية وتغيير نسب المشاركة فيها. ذلك أن مناقشة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير قناعات الناخبين وتشجيعهم على المشاركة فيها أمر بالغ الأهمية، خاصة في ظل الظاهرة الرقمية المتسارعة التطور، والتي تعاني أساساً من عدم الاستعداد والإعداد لقواعد التعامل معها ، علاوة على ذلك، هناك حاجة إلى معلومات أساسية لإنشاء قاعدة بيانات حديثة ودقيقة لسجلات الناخبين، الأمر الذي يستلزم تقييم أداء هذه الوسائط الإعلامية على عدد من المقاييس. وعلى الرغم من مشاركتها الواضحة في الحركة الاجتماعية المحلية، فإن هذه الوسائط تفتقر إلى المنهجية وتفشل في الالتزام بمعايير الجودة، مما قد يؤثر بشكل خطير على الحملات الانتخابية من خلال تأييد أو التقليل من شأن مرشحين معينين أو تثبيط التصويت تحت ذرائع كاذبة. (الشمري ٢٠٢٤) .

وفيما يلي ملخص لنتائج بحث ميداني حول الانتخابات العراقية ٢٠١٨ بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي": (السنجري ٢٠١٩)

١. وبمعدل ٩٦,٨%، حصل موقع الفيسبوك على أعلى معدل استخدام بين عينة البحث لمتابعة أخبار الانتخابات.
٢. ومن عينة البحث، كان لدى ثلثي العينة (٧٥%) ٣٠٠ صديق أو أكثر، و١٢,٥% لديهم ٢٠٠ صديق أو أقل، و٨,٨% لديهم ١٠٠ صديق أو أقل.
٣. ذكر المستجيبون سببين لاستخدام هذا الموقع عن غيره: الأول أنه يتيح لهم التعبير عن أفكارهم بحرية (٥٨,١%)، والثاني أنه يتيح لهم مواكبة أخبار الانتخابات (٥٣,١%).
٤. حصلت الفقرة التي قالت "تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام الأخرى في دفع الشباب لمقاطعة الانتخابات" على أعلى نسبة "موافق" (٩٥,٦%)، تليها الفقرة التي قالت "أتاح الفرصة لجميع المهتمين بالانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم" والتي حصلت على ٨٧,٥%.
٥. وقد جاءت الفقرة التي تنص على "تساهم في نشر فكرة دفع الحكومة العراقية للتفكير بتأجيل الانتخابات لحين تنفيذ الإصلاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المرجوة" في المرتبة الأعلى بنسبة ٨١,٢%، وجاءت الفقرة التي تنص على "حشد الجماهير لصالح المشاركة الانتخابية" و"لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي" في المرتبة الثانية والثالثة على التوالي بنسبة ٤٦,٢% و٤١,٨%. وبناء على نتائج هذه الدراسة يمكن الاستنتاج أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً وخاصة بين الشباب.

٣- **تأثير غير مباشر:** في بعض الحالات، كان لوسائل الإعلام الاجتماعية تأثير غير مباشر، عادة من خلال نشر الأخبار والشائعات التي تهدف إلى تحويل الانتباه بعيدًا عن العملية الانتخابية بشكل عام، أو التلاعب بصورة حزب واحد لتعزيز مصالح أحزاب أخرى، أو استخدام الانتخابات كفرصة للضغط على النظام الحاكم، وهو ما تتعامل معه الدول التي تجري فيها مثل هذه الانتخابات من خلال إجراءات صارمة. ويمكن التعامل مع أشكال هذا التأثير العديدة بالطرق التالية:

محاولات تضليل الرأي العام: تنتشر الشائعات عادة أثناء الانتخابات في محاولة للتأثير على النتيجة لصالح حزب على حساب حزب أو أحزاب أخرى. ومع ذلك، كانت هناك عدة محاولات منظمة لنشر معلومات مضللة أثناء الانتخابات في الماضي القريب ، إن المنهجية والطريقة المتبعة في البحث والتحقق من جميع المعلومات والأخبار التي تنتجها جميع الأطراف المشاركة بشكل مباشر وغير مباشر هي المشكلة الأكثر أهمية التي يواجهها مدققو الحقائق في السيناريو العراقي مع اقتراب موعد كل انتخابات. وبما أن الأخبار والمعلومات التي يتم نشرها أثناء الحملات التي تديرها الأحزاب المشاركة بشكل مباشر تستخدم مجموعة متنوعة من الأشكال والاستراتيجيات للتأثير على الرأي العام ومواجهته لصالح الأحزاب السياسية بشكل عام أو مرشحي الأحزاب بشكل خاص، فإن التزوير يختلف من حزب إلى آخر. إن هذا التضليل ينبع من السباق الانتخابي ويحاول الإضرار بسمعة الطرف الآخر وتشويهها باستخدام بيانات رسمية ملفقة ومصادر أخرى لكسب تأييد الجمهور أو الضغط على المنافسين السياسيين للانسحاب من السباق سعياً لكسب تأييد من فعلوا ذلك. أما الأحزاب ذات الارتباط غير المباشر فهي تلك التي تستهدف الأحزاب السياسية بمعلومات كاذبة استناداً إلى معتقداتها الخاصة وفقاً لفلسفة أو نظرية أو نهج معين، بدلاً من أن تكون تابعة مباشرة لحزب. إن إحدى أكثر الطرق شيوعاً لخداع الناس هي من خلال الوسائل التقنية، مثل خلق الأحداث والتلاعب بها أو إضافة معلومات كاذبة إلى حدث ما. نصف المعلومات صحيحة لإعطائها لمحة من الحقيقة، في حين أن النصف الآخر كاذب لتضليل الجمهور بحقيقة أخرى (جاسم ٢٠٢١) .

١- **فرض ضغوط على النظام:** في السنوات الخمس الاخيرة اخذت وسائط التواصل الاجتماعي تمارس أدورا متعددة الاتجاهات والاثر والابعاد ، إن تشيلي وهونج كونج وإيران وكازاخستان وقيرغيزستان وروسيا وصربيا وأوكرانيا وفنزويلا ليست سوى عدد قليل من البلدان التي شهدت موجات من الحركات الاحتجاجية والثورات ضد الإدارات الاستبدادية. وهناك توقعات عالية للإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية باعتبارها "تكنولوجيا التحرير" بسبب دورها الواضح في تنظيم الاحتجاجات وتوفير صوت للمعارضة في ظل الحكومات الاستبدادية، ولكن المراقبين أشاروا أيضا إلى الكيفية التي تستخدم بها الحكومات الاستبدادية وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت للدعاية والمراقبة وتحويل انتباه الناخبين عن السياسة. وفي الآونة الأخيرة، بدأ المراقبون

يحملون وسائل التواصل الاجتماعي في الديمقراطيات المسؤولية عن انتشار خطاب الكراهية والأخبار الكاذبة والشعبوية. (ابراهيم ٢٠٢٢) .

إن المواقع التواصل الاجتماعي وباقي وسائل تقدم أدوار متزايدة (النيو ميديا) لا سيما على المستوى السياسي، من المرجح أن تستمر في التصاعد ،ففي العراق اسهمت وسائط التواصل الاجتماعي بشكل كبير في اندلاع تظاهرات تشرين ٢٠١٨ وعام ٢٠١٩، وكانت وسائل التواصل الاجتماعي الأداة الفاعلى الأولى لهذه التظاهرات ، لتمكين المحتجين من التواصل بين بعضهم البعض ولإيصال صوتهم إلى العالم ، وحتى عندما حجبت شبكة الإنترنت، مدة أسبوعين، وشددت الخناق على شبكات التواصل الاجتماعي، تمكن المحتجون من التحايل على هذه الإجراءات من خلال تطبيقات "في بي أن" ، بهدف نشر معلوماتهم عمد الكثير من الشبان إلى استخدام هواتفهم المحمولة للتصوير والنشر، ولا يترددون أحياناً عن شحن بطارياتها من سيارات الإسعاف وحتى من سيارات الشرطة لمواصلة توثيق الأحداث ، كما عمد بعض الناشطين أحياناً على النشر باللغة الإنجليزية في محاولة لايصال اصواتهم الى خارج العراق وهذ حصل عبر النقل المباشر للاحداث ، او القيام نشر النداءات الى يوجهونها لاجل الحصول على أقنعة أو أطعمة وأدوية يحتاجها المحتجون، وفي النهاية ادت تلك الاحتجاجات والتظاهرات بعد ان اتسع حجم تاثيرها وقوته الى استقالة حكومة عادل عبد المهدي . (اندبندنت عربية نت)

كانت هذه بعض أداوت توظيف الأنظمة لمواقع التواصل الاجتماعي ومن المؤكد وجود أوجه استثمار أخرى، لن تعجز الأنظمة عن إيجادها. ورغم أن هذه المواقع تخضع لقوانين الحجب والمراقبة في العديد من الدول، فإن نجاحها في التأثير على الحياة السياسية ـ ولو بشكل بسيط ـ يختلف من دولة إلى أخرى، وذلك بحسب مدى قدرتها على التكيف مع متطلبات وتفضيلات عامة الناس.

ثانيا : وسائط التواصل الاجتماعي واثرها على ثقافة وسلوكيات الناخب العراقي

يلحظ ان التجارب الانتخابية العراقية طيلة السنوات الماضية وصفت بضعف وانخفاض نسبة المشاركة الشعبية فيها ، على الرغم من ان ظروف كل انتخابات جرت تختلف من ناحية القوة والتاثير ،لكن ضعف المشاركة وانخراط المواطنين في العملية الانتخابية، وهذه الظاهرة تلزم بحث مسبباتها ومآلاتها ، ويمكن الجزم بالقول انه لحد الان لا توجد ثقافة سياسية عراقية ناضجة، استطاعت أن تقدم خياراً صحيحاً، ومناخاً مناسباً للتحول الديمقراطي العراقي، أما الأسباب وراء ذلك عديدة، يمكن حصرها في الامور الآتية: (مهدي ٢٠١٨) .

١- لم تعمل النخب السياسية العراقية على تعزيز ما تملكه من أوليات الثقافة السياسية (قيم، معارف، مشاعر) واتجاهات وتطويره مع مرور الوقت ولم تعمل في حدود مجالات المواطنة والثقافة المدنية (Culture Civic)، وانحصرت في مجالات الصراع وفي اتجاهات متعدة منها السياسية والطائفية والعرقية والمذهبية.

٢- الانشغال بالجانب الرسمي للعمل الديمقراطي، وإهمال المضمون الاجتماعي – الثقافي وهو العامل الحقيقي للتحول الديمقراطي، ولذا كانت هناك فجوة واسعة بين القواعد الاجتماعية التي تعاني من مشاكل جوهرية وبين الشرائح التي ترتبط بالقمة السياسية وتتمتع بالامتيازات الواسعة، وأصبح هذا التباين الطبيعي – الاجتماعي – السياسي) من سمات العملية السياسية في العراق منذ عام ٢٠٠٣، فمن يرتبط بالحلقات السياسية وقياداتها يحوز على فرص أكبر وأكثر من الآخرين، وهذا الارتباط المبني على إبعاد الآخرين لم يكن ليسهم في إيجاد ثقافة سياسية دستورية قائمة على اسس المساواة وتكافؤ الفرص.

٣- اعتماد النخب السياسية على اسلوب التعريف الملتوي للسياسة، فالأصل في السياسة هو أنها التوزيع السلطوي للقيم والتي يشترط توزيعها على المجتمع والشعب بشكل عادل ومتساو، وليس تحويله إلى مكون وزعامات للمكونات، ولذلك أصبحت السياسة هي في أطار التوزيع الحزبي – المكوناتي للغنائم، مع الأخذ بنظر الاعتبارالفجوة الحقيقية بين زعامات المكونات، والمضمون الاجتماعي للمكونات.

٤- الاعتماد على الولاءات الثانوية وليس على المواطنة والكفاءة، وهذا من شأنه عدم العمل بالقواعد الموضوعية للثقافة السياسية بأصولها، ولذلك لم تتصرف النخب السياسية بوصفهم رجال دولة بل رجال معارضة، ولم تتخلص من سلوكيات ثقافة المعارضة واتجاهاتها ولم تنهض بتراكم التجربة السياسية، ولم تتعلم من أصحاب الكفاءات، وظلت علاقات النخب السياسية مع الكفاءات بكل أنواعها هي علاقة التابع والمتبوع، وليس علاقة التعاون والفهم المشترك والمصلحة الوطنية.

٥- قصور الظاهرة الحزبية عن إنتاج قيادات حزبية جديدة، تفكر برؤية الدولة، وبقاء العمل الحزبي ربطاً بالعمل الانتخابي فحسب.

٦- لم تعمل النخب السياسية على مأسسة الظاهرة السياسية العراقية لسلطاتها الثلاث التنفيذية، والتشريعية، والقضائية، وباستثناء السلطة القضائية التي تحتاج لقانون جديد ينظم عملها، فإن السلطتين التنفيذية والتشريعية لم تعملا بالشكل الذي يعزز ويرسخ من أنماط ثقافة سياسية مدنية تعتمد المواطنة. فالسلطة التنفيذية تتشكل بعد صراع مرير حول الاستحقاق الانتخابي، أو الكتلة الأكثر عدداً، وصول استحقاقات المقاعد الوزارية، ولمن هي الوزارات السيادية، وذلك كله يحصل في وسائل الإعلام التي تزيد من الفجوة بين السلطة التنفيذية والمواطنين والشيء ذاته بالنسبة للسلطة التشريعية، ففي جلساتها تجد أن هناك مخالفة للدستور، وتصارعا على اللجان والرئاسات، بمعنى آخر، إن السلطات الثلاث، وبالأخص التنفيذية والتشريعية، لم تعمل وفق ما جاء في الدستور، كما لو أنها ليست مؤسسات دولة، وإنما مؤسسات حزبية .

وبعد تشخّيص اسباب غياب او ضعف وجود ثقافة انتخابية عراقية رغم اجراء ٨ جولات انتخابية بعد ٢٠٠٣ باستثناء اقليم كردستان ، حريا بنا تحديد العوامل التي حددت توجيه بوصلة واتجاهات وميول الناخب العراقي ويمكن عرضها على النحو بالآتي:

- **العوامل القبلية–العشائرية** :المجتمع العراقي مجتمع قبلي وكان تاثير هذا العامل كان ولا يزال احد محددات سلوك الناخب العراقي على الرغم من التطور والحداثة التي دخلت على بيئة المجتمع العراقي الا ان العشيرة بكل تجلياتها وقيمها لا زالت حاضرة وبقوة ولا زال المرشح الذي يروم الحصول على مقعد نيابي يفكر اولا وقبل كل شيء بابناء قبيلته ويقطع المسافات ويزور الاماكن التي لم يصلها سابقا طمعا باصوات ابناء عموته ،الى جانب ذلك لا توجد دعاية او بوستر لمرشح خالية من لقب القبيلة في العراق ووصل الامر الى ان قائمة انتخابية شاركت بانتخابات مجالس المحافظات الاخيرة ٢٠٢٣ تحت اسم التحالف العشائري الوطني .
- **تأثير العامل الإثني (الطائفي–العرقي):** ولكن هذا العنصر لم يعد كافياً لتفسير سلوك الناخبين، الذي احتفظ بخصائصه الأساسية حتى بعد أن خفت تلك التأثيرات وتغيرت الظروف والأحوال السياسية إلى حد ما في المستقبل. فضلاً عن ذلك، وباستثناءات قليلة غير موثوقة، لا يأخذ هذا العنصر في الحسبان الخيارات الانتخابية التي تفضل المرشحين الذين لا يتمتعون بمؤهلات أو سمات جديرة بالملاحظة، حتى عندما تندرج هذه الخيارات في إطار طائفي عرقي واحد. ومع ذلك، يمكن اكتشاف طبيعة السلوك الانتخابي للمرشحين استناداً إلى هذه العناصر من خلال دراسة حملات الجماعات السياسية والمرشحين واستقراء العوامل التي تحدد سلوك الناخبين في التصويت. (العيداني ٢٠٢٣) .
- **توظيف الوجاهة الاجتماعية:** هذا العنصر لم يعد كافياً لتفسير سلوك الناخبين، الذي احتفظ بخصائصه الأساسية حتى بعد أن خفت تلك التأثيرات وتغيرت الظروف والأحوال السياسية إلى حد ما في المستقبل. فضلاً عن ذلك، وباستثناءات قليلة غير موثوقة، لا يأخذ هذا العنصر في الحسبان الخيارات الانتخابية التي تفضل المرشحين الذين لا يتمتعون بمؤهلات أو سمات جديرة بالملاحظة، حتى عندما تندرج هذه الخيارات في إطار طائفي عرقي واحد. ومع ذلك، يمكن اكتشاف طبيعة السلوك الانتخابي للمرشحين استناداً إلى هذه العناصر من خلال دراسة حملات الجماعات السياسية والمرشحين واستقراء العوامل التي تحدد سلوك الناخبين في التصويت، إن كون هذه المجتمعات قائمة على ما أشار إليه ماكس فيبر بالجماعات ذات المكانة الاجتماعية . وهي الجماعات التي يعتمد وجودها على القيمة الاجتماعية (الهيبة)، وهي سمة وراثية أو هبة ومنحة من الدولة وكبار المجتمع تمنح صاحبها مكانة مرموقة . يشكل إحدى سماتها. فصوته مسموع، وهو ما يمنحه المال أو المزايا الأخلاقية، ويمكّنه من بناء شراكات واسعة النطاق وعالية المستوى. (العيداني ٢٠٢٣)
- **التخادمية المتبادلة** : بالعودة الى التجارب الانتخابية التي مرت في العراق يمكن ملاحظة تاثير لجوء بعض المرشحين الى تقديم وعود وتطمينات لبعض المواطنين لغرض الحصول على

أصواتهم مقابل الحصول على وظيفة او عمل او حتى وعد النقل الوظيفي لاحدى المؤسسات الحكومية ذات الرواتب والمخصصات العالية او الوعد بالترقية الادارية او شيء مشابه لمثل هذه الوعود ، والملاحظ هنا غالبا ما ينكث ويتراجع اصحاب الوعود بمجرد وصولهم لقبة البرلمان متناسين كل ما وعدو به ، هذه التخادمية المصلحية وان كانت طبيعية بسبب الظروف التي مرت على الشعب العراقي والتي اجبرت المواطن على استثمار موسم الانتخابات وكانت فرصة لتحقيق ما يصبو اليه .

وبعد تحديد العوامل المتحكمة بسلوك الناخب العراقي يبقى السؤال المهم اي العوامل التي اثرت في سلوك الناخب العراقي اثناء اجراء انتخابات مجالس المحافظات الاخيرة ٢٠٢٣ ؟

لا شك ان المرشحين في اي انتخابات يرومون خوضها في هذه المرحلة يعولون كثيرا على وسائط التواصل الاجتماعي بالدرجة الاساس من اجل ضمان تغيير قناعات الناخبين وتوجيه بوصلة تصويتهم باتجاه اسمائهم، وبعبارة أخرى، يحاولون تشكيل "المزاج الانتخابي" للجمهور والتأثير على قراراتهم في التصويت من خلال استخدام محتوى رقمي زائف أو مضلل أو محير. وهم يفعلون ذلك من خلال استخدام التطبيقات الرقمية القادرة على إنتاج ما يسمى بالمحتوى المزيف العميق، وهو أحد أكثر منتجات الذكاء الاصطناعي شهرة في جميع أنحاء العالم، لتأمين أكبر عدد من الأصوات.

لتغيير قناعات الناخبين فأن دور البحث في وسائط التواصل الاجتماعي وبما أن كل انتخابات تعتمد على التسجيل البيومتري، الذي يعتمد على تسجيل بيانات الناخبين وجمعها إلكترونياً من خلال استخدام نموذج التسجيل البيومتري وإضافة البيانات الحيوية، فإن دور أبحاث وسائل التواصل الاجتماعي يشكل موضوعاً بالغ الأهمية لتغيير معتقدات الناخبين. وهذا صحيح بشكل خاص في ظل ضغوط التطور السريع للظاهرة الرقمية، التي تعاني في الأساس من نقص في الإعداد والتحضير لقواعد التعامل معها، وعلى الرغم من دورها الواضح في الحراك الاجتماعي المحلي الأوسع، والذي يمكن أن يكون له تأثير كبير على الحملات الانتخابية من خلال التسويق لمرشحين معينين أو تشويه سمعتهم أو التحريض على عدم المشاركة في الانتخابات تحت ذرائع مختلفة، فإن البحث يتطلب استكشاف عدد من مؤشرات أداء هذه الوسائل الإعلامية، التي تفتقر إلى المنهجية ولا تلتزم بمعايير الجودة (الشمري ٢٠٢٣) .

كان القانون رقم (٤) لسنة ٢٠٢٣، التعديل الثالث لقانون مجلس النواب والمجالس المحلية والإقليمية رقم (١٢) لسنة ٢٠١٨، بمثابة الأساس لانتخابات مجالس المحافظات لعام ٢٠٢٣. وتوضح القضايا التالية المعلومات الجديدة التي يضيفها هذا التعديل إلى طبيعة الانتخابات :

١. استخدام معادلة التصويت القابل للتحويل بدلاً من أعلى الأصوات (سانت ليغو ١,٧).

٢. الشخص الذي يحصل على أكبر عدد من الأصوات من قائمته وحدها سيحصل على أكبر عدد من الأصوات في حالة فقدان عضوية المجلس الإقليمي البديل.

٣. استخدام العد والفرز اليدوي والتصويت الآلي.

٤. التعامل مع كل مقاطعة على أنها دائرة انتخابية واحدة.

وبعد انتهاء الاقتراع اعلنت المفوضية ان نسب المشاركة بلغت (٤١%)، وهي نسبة متدنية ولكنها كانت متوقعة ، لعدد من الاسباب من أبرزها الآتية :

١- مقاطعة التيار الصدري والتي اسهمت بزيادة نسبة العزوف الشعبي .

٢- منذ عام ٢٠٠٥، تم رفض المجالس الإقليمية على نطاق واسع لأن بعض الناس يعتقدون أنها زائدة عن الحاجة وهدر كبير لأموال الضرائب.

٣- لأن بعض الناس يعتقدون أن انتخابات مجلس النواب أكثر أهمية من انتخابات المجالس الإقليمية، يزعم بعض المعارضين أن أداء مجلس النواب، ناهيك عن المجالس الإقليمية، أقل من التوقعات. وتستند هذه الحجة في المقام الأول إلى نتائج الانتخابات السابقة.

٤- أغلب الناخبين أصيبوا بخيبة أمل من انتخابات ٢٠٢١ وآثارها السلبية، حيث يتذكرون أن الحكومة لم تتشكل إلا بعد نحو عام من إعلان النتائج، ويعتقد أن انتخابات مجالس المحافظات ستكرر هذا الوضع، ولهذا السبب كانت المقاطعة سارية.

٥- الجمهور الهادئ الذي يمتنع عن المقاطعة والمشاركة، بل إن بعض الناخبين لم يدلوا بأصواتهم منذ عام ٢٠٠٥ ولم يفعلوا ذلك حتى الآن، ولم يقوموا بتحديث سجلهم الانتخابي أو الحصول على البطاقة البيومترية . وهو شرط أساسي للتصويت في ظل قانون الانتخابات الحالي الذي ذكرناه في العرض السابق.

وفي قراءة لنتائج الانتخابات الاخيرة تبين ان اغلب الكتل السياسية والاحزاب المشاركة حافظت على وجودها وتمثيلها، والتي ستنعكس على مبدأ التوافقية السياسية التي تم اعتمادها اساس ومنطلق للعملية السياسية. (عبد الحافظ ٢٠٢٣) من خلال ملاحظتنا لمجريات انتخابات مجالس المحافظات عام ٢٠٢٣ ونتائجها يمكن ادراك ان الايمان بان المشاركة الانتخابية التي من المفترض ان تتحول الى سلوك وثقافة مجتمعية لا زالت غير ناضجة في ذهنية وعقلية المواطن العراقي رغم التجارب الانتخابية السابقة التي مرت على العراق منذ ٢٠٠٣ وهذا الامر يستدعي الحاجة الى دراسة تحليلية مستفيضة للوقوف على اسبابها الحقيقية ومن ثم وضع الحلول واقتراح الآليات التي يمكن عن طريقها المساهمة في بناء ثقافة انتخابية جديدة للمواطن العراقي يمكن ان تكون قاعدة ومستند للمشاركات الانتخابية القادمة وهو ما سيتم عرضه في سياق المحور الثالث من الدراسة .

المطلب ثالث

آليات بناء وتقويم مسارات الثقافة الانتخابية في العراق

لا شك أن المجتمع الديمقراطي السليم يحتوي على مجموعة من القوى والمكونات الفاعلة المؤثرة في صنع السياسات المستقبلية ، ورسم خطط أداره الدولة، مثل الأحزاب والتجمعات السياسية، ومنظمات المجتمع المدني، ومفاصل الإعلام ونوافذه المقروءة والمسموعة . فضلا عن ذلك منظومات التواصل الاجتماعي، وشبكة المعلومات الدولية، وهذه القوى سواء عملت مجتمعه أو منفردة، فإنها تعمل على تهيئه مناخات مناسبة ولا سيما في موضوع الانتخابات . وحسن اختيار القيادات الإدارية والسياسية على اختلاف أدوارها وتخصصاتها الوظيفية(اوكونيل ٢٠٢٤) .

تواجه الثقافة الانتخابية في العراق إشكاليات عدة، حطت بظلالها على الناخب العراقي، إذ تواجه الشرائح العامة من الشعب العراقي قصور في فهم آليات التطبيق، الأمر الذي أتاح أستغلال الفرص من قبل الأحزاب والكتل والحركات السياسية على اختلاف اتجاهاتها وأهدافها . في حدود هذه الإشكالية، فضلا عن ذلك، الاعتماد على نظام انتخاب جاهز مطبق في دول ليست بالضرورة أن تكون مخرجاته متوافقة مع الواقع السياسي العراقي ، إذ إن أغلب الناخبين لم يطلعوا على طبيعة النظام الانتخابي ، وإنما كانت خطواته محسومة في نتائجها إلى جهات وأشخاص تربعوا على عتبات المنصة السياسية منذ عام ٢٠٠٦ وإلى اليوم ، وفق ممارسات ودوافع قومية أو دينية أو طائفية ناهيك عن المناطقية المقيتة(العبادي ٢٠١٦). قدمت المفوضية العليا للانتخابات معالجة أوليه بإصدار كراس تعريفي باسم (الثقافة الانتخابية) ، موجهة إلى موظفي المفوضية والجهات المساندة لها في دوائر الدولة ، بهدف نشر الثقافة والوعي الانتخابي وضمان تطبيق التعليمات والرد على الأسئلة والاستفسارات من المواطنين، وهذا عمل يحتسب لها، إلا أن مراجعه هذه التجربة تحتاج إلى مزيد من التخطيط والنضوج ويلزم أن تكون مخرجاتها ذات صلة مباشرة بالناخب العراقي وهو المعني بهذه التجربة بالدرجة الأساس مع تطوير وتوسيع مستوى النشر ، وتقديم الحلول والمعالجات المتصلة على أقل تقدير فيما يتعلق بها من صلاحيات ومسؤوليات الانتخابات في العراق(المفوضية العليا للانتخابات ٢٠٢٣) ، وبالتالي نرى أن مثل هذه الخطوة مهمة تبدأ بموضوع تعزيز الثقافة الانتخابية للدوائر المباشرة للعملية الانتخابية، إلا أن الطموح والرؤى المستقبلية يلزم أن تكون على مستوى أوسع ومخرجات معرفية تخصصية تكون الفئات العامة من الشعب العراقي هي المستهدفة في إصداراتها الدورية . وفي ضوء ماتم عرضه نرى بأن أطراف المعادلة الثقافية الإنتخابيةفي العراق ممثلة بمكوناتها الآتية :-

المواطن + الأحزاب والكتل السياسية + رجال الدين + النخب المثقفة + الإعلام + التواصل الاجتماعي+ المفوضية العليا للانتخابات = الثقافة الانتخابية () .

إذ إن أطراف المعادلة السبعة هي محور فاعل ورئيس في مخرجات الانتخابات والتي تحدد أحكام النجاح أو الفشل ، ولذلك فإن كلا من أطراف هذه المعادلة معني بقدر من الأهمية في نضوج العملية الانتخابية وبالتالي تؤدي إلى ثقافة انتخابية عادلة وتحقق طموحات الشعب ، ولا شك أن مثل هذه المعادلة حاضرةٌ وفاعلة في معظم التجارب الديمقراطية في العالم ، وبهذا يلزم مراعاة تفعيل أطراف هذه المعادلة وتحمل كل الجهات مسؤولياتها الأخلاقية والوطنية .

وفي تفسيرات واجبات ومهام أطراف هذه المعادلة، فالمواطن سواء كان مرشحا أو ناخبا منظما أو غير منظم منتمٍ إلى الأحزاب أو غير منتمٍ ، فهو في كل الحالات المواطن هو الذي ينتخب ويراقب ويتابع النتائج وكل هذه الآليات يلزم أن تقترن بثقافة إنتخابية قائمة على أساس تطبيق خطوات تحقيق الهدف الديمقراطي في الانتخابات ومنها(ديربال ٢٠٢٤) :-

- الحصول على بطاقة الناخب .
- تحديث المعلومات .
- توجيه وإرشاد الأسرة للإدلاء بالتصويت .
- فرصة مراقبة الانتخابات .

كما أن الجهات الرسمية الساندة وغير الساندة ، ومؤسسات القضاء ، والرأي العام ، والمجتمع المدني ، والنخب على اختلاف توصيفاتها ، معنية بتعزيز الثقافة الانتخابية، وبذلك تكون الثقافة الانتخابية هي وليدة شرعية للثقافة المجتمعية، بما فيها الثقافة السياسية . على شرط أن تتبنى كل هذه الأطراف وسائل الحوار الهادف الشفاف ، وبالتالي الوصول إلى قناعات لدى الناخب لن تؤثر على خياراتهُ الموضوعية ، وبتراكم هذه التجربة وتعزيزها بالخبرة الانتخابية ، سنصل إلى نتائج إيجابية تعزز روح المواطنة والشعور بالمسؤولية في تثبيت الاختيارات ، وليس فقط في عملية الانتخابات فحسب بل سيكون مرتكز فاعل في كل مفاصل الاختيارات ، التي تلزم وضع الشخص المناسب في المكان المناسب ، وبذلك نؤسس إلى ثقافة مجتمعية وهي الراعية إلى الثقافة الانتخابية الإيجابية المطلوبة تتنامى الثقافة الانتخابية في ضوء ما تم عرضه وبالتالي يشعر الناخب بأهمية صوته الانتخابي أولا، ودقه خياراته ثانيا(معهد البحرين للتنمية السياسية ٢٠٢٤) ، مع الأخذ بنظر الاعتبار كل تراكمات التجارب الانتخابية الثمانية التي مرت بالعراق ما بعد عام ٢٠٠٦ إلى اليوم ، والتي أفرزت ظاهره عدم المشاركة، بسبب فقدان ثقة الناخب في النظام السياسي، وعدم تطبيق البرامج الانتخابية التي شرعت بها الأحزاب والكيانات السياسية، فضلا عن ذلك عدم ثبات القوانين الإنتخابية وسرعة إجراء التعديلات عليها، إلى جانب بعض المؤثرات المجتمعية المرتبطة بالطائفة والقومية والعشائرية .

- آليات بناء الثقافة الانتخابية في العراق:-

حددت آليات بناء الثقافة الانتخابية في العراق بالأمور الآتية :

١- تبدأ الخطوات الأولى في تنمية الوعي بالثقافة الديمقراطية منذ بداية المراحل الدراسية الأولى، إذ يتطلب الأمر تقديم برامج ومناهج دراسية تعزز ثقة التلاميذ بأنفسهم، وبما يدرسونه من فكر إرشادي يدعو إلى حسن الاختيار، ولتكن البداية الديمقراطية في اختيار مراقب الصف، والذي يلزم ان لا يكون عشوائيا، بل وفق محددات معروفة لزملائه من التلاميذ في مقدمتها الشخصية والكاريزما، والتفوق العلمي، والمقبولية من الجميع .

٢- يلزم أن تكون الوسائل الدعائية للأحزاب والكيانات السياسية، في الانتخابات واقعية بعيدة عن المبالغات(البعثة الدولية للاشراف على الانتخابات ٢٠٢٤) ، وتجنب مظاهر الإغراء والابتزاز والمحاسن الجسدية ولا سيما لبعض المرشحات، وقد يكون الهدف هو جذب فئة معينة من الناخبين ولا سيما من الشباب، وهذا الأمر يحتاج إلى وعي وثقافة انتخابية تتغلغل في أعماق المجتمع العراقي، وبتكرار عمليات التوجيه والإرشاد ستتراجع هذه الممارسات إلى حد كبير .

٣- دقه التوقيتات والالتزام بمضمون التشريعات القانونية ذات الصلة بالانتخابات والتعديلات التي أجرت عليها، بما فيها موعد الانتخابات والصمت الانتخابي وإعلان النتائج، فضلا عن الطعون الموجهة لها ... إلخ ، هذه الإجراءات من شأنها تعزز ثقة الناخب بالإدارة الانتخابية، وستكون النتائج معكوسة خلاف ذلك، وهذا ما تم تأشيره في كل التجارب الإنتخابية السابقة في العراق . وقد تكون نتائجها قائمة في الإنتخابات المقبلة .

٤- تعد الأجواء الانتخابية واحدة من أهم المستلزمات في نجاح الممارسات الديمقراطية، ومن أهمها توفير الأجواء إلا منه(تقرير الامم المتحدة ٢٠١٦) ، والابتعاد عن ممارسات العنف أو الإجبار والإكراه، سواء كان ذلك في تطبيق آليات الانتخابات، ولا سيما من قبل رجال الأمن والمكلفين بحماية المراكز الانتخابية، أو أحيانا التدخل في خيارات الناخب ولا سيما للفئات العامة من كبار السن من النساء والرجال، أو ذوي الإحتياجات الخاصة، وهنا تأتي أهمية تطبيق الثقافة الإنتخابية ، وذلك من خلال التحرك على شخصيات المجتمع ونخبة المختلفة على المستوى المهني أو الوجاهة الاجتماعية، ويمثلون هؤلاء رجال الدين، والسياسيين المخضرمين السابقين، والقادة العسكريين المتقاعدين، وقاده المجتمع المدني وشخصيات مرموقة على مستوى الفكر والثقافة والإعلام(العبادي) .

٥- التباين في محتوى طروحات البرامج الانتخابية للمرشحين سواء كانوا أحزابا ، أو كتل سياسية ، أو مستقلين، فيما له صلة بموضوعات الثقافة والفكر ، والارتكاز على موضوعات حديثة مرتبطة بالصحة والتعليم ، وهذا أمر لا خلاف عليه ،ولكن مع ذلك أن موضوعات الأدب والمسرح والفنون التشكيلية موضوعات التراث والهوية الوطنية ، مطلوبة هي الأخرى . وتعمل الثقافة الانتخابية على مراعاة هذه الجوانب وتحفيز الجمهور الناخب على أن يضع ذلك في خياراته المستقبلية(شفق نيوز نت) .

٦- تفعيل مستوى التواصل المباشر بين المرشحين والناخبين في عقد اللقاءات والإجتماعات الدورية ، وتبادل وجهات النظر ، وهذا من شأنه يعزز مواطن الثقة لدى الناخبين بمرشحهم ، وهذا لا شك في صلب معطيات الثقافة الانتخابية ، ولعل تجربه الانتخابات البرلمانية في الكويت أواخر عام ٢٠٢٠ التي اعتمدت في بعض آلياتها على هذا النوع من التواصل يعد أنموذجا يمكن الاقتداء به .

٧- أعاده النظر في تقييم وتقويم عمل المفوضية العليا للانتخابات، وإجراء مراجعات شاملة لتجاربها السابقة، وحدود تطبيق الأنظمة والقوانين التي تمنحها الصلاحيات المطلوبة لضمان سير مراحل العملية الانتخابية بدقة ويسر ، مع الإشارة الى أهمية مراقبة وسائط التواصل الاجتماعي وتحديد خروقاتها وفق اللوائح التشريعية النافذه، وبالتالي فان مثل هذه الاجراءات تعزز مفهوم الثقافة الإنتخابية وبالتاكيد ستكون نتائجها متحققة على أرض الواقع .

الخاتمة

اتضح من خلال عرض سياق هذه الدراسة ان المشاركة السياسية الفاعلة والمؤثرة للناخبين في العمليات الانتخابية التي اجريت في العراق ما بعد عام ٢٠٠٣ والى اليوم اعتمدت وتأثرت بمجموعة عوامل من بينها مخرجات وسائط التواصل الاجتماعي المتنوعة التي ادت ادوارا في توجيه بوصلة خيارات الناخبين باتجاه تأثرهم بما ينشر على مواقعها ومنصاتها ، وهناك تأثير يعتمد على درجة الوعي السياسي المبني على امتلاك هؤلاء ثقافة الاختيار عند اجراء الانتخابات ، واتضح ان المواطن العراقي رغم تعدد الممارسات الانتخابية لا زال بعيد عن امتلاك ثقافة انتخابية حقيقية يمكن ان تساعده في الاختيار الصحيح للمرشحين، لذا فإن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على معتقدات الناخبين، وخاصة بالنسبة لأولئك الذين ما زالوا مترددين بشأن مرشح معين ولديهم عدد من الاحتمالات التي تظل تظهر حتى يوم الانتخابات. وهذا يضر بالمرشح في هذه الحالة، وخاصة بالنسبة لأولئك الذين أضافوه إلى قائمة تفضيلاتهم الانتخابية غير المنتظمة بعد قراءة سيرة ذاتية سيئة نشرها مؤلفو محتوى الصراع الانتخابي وأطر الاستهداف الإلكتروني. ، فضلا عن ذلك مؤثرات وفواعل أخرى تحدد اتجاه الناخبين ممثلة للمرجعيات السياسية او العقائدية او العشائرية ، الا ان أثر وسائط التواصل الاجتماعي في العراق وعندما يكون التفاعل المباشر من خلال الاجتماعات والجلسات والمؤتمرات وغيرها من الأنشطة السياسية هو العامل الأكثر أهمية في توسيع خيارات الناخبين، فقد يكون هذا التفاعل أقل نجاحا ، وهذه الصورة بكل تجلياتها يمكن تحديد اطرها بوجود قدر من الثقافة الانتخابية لدى الناخبين والتي تسهم في تحديد ورسم صورة لخيارتهم الانتخابية ، وترسيخ هذه الثقافة من خلال الممارسات الانتخابية المتكررة يسهم كثيرا في تنمية حس الاختيار الصحيح لدى الفرد العراقي والذي يعول عليه كثيرا في خيارات التحول الديمقراطي في العراق في اطار الاستحقاقات المقبلة .

التوصيات والمقترحات

١- ضرورة ايلاء موضوع الثقافة الانتخابية قدرا كبيرا من الاهتمام والرعاية ولا سيما من الجهات الرسمية وغير الرسمية لما له من اثر ودور في ترسيخ ثقافة الاختيار الصحيح من خلال الشروع باعداد منهج متكامل يدّرس في المؤسسات التربوية والتعليمية يكلف باعداده اساتذة متخصصين بمناهج التربية والتعليم والعلوم السياسية من اجل ان يسهم في وضع قواعد التنشئة والتربية الصحيحة لثقافة حسن الاختيار التي تعد بوابة الانتقال نحو ترسيخ عملية التحول الديمقراطي في العراق.

٢- اطلاق حملة اعلامية تثقيفية كبرى تقوم بها مؤسسات الدولة الاعلامية الرسمية وغير الرسمية لتنشيط وعي الجمهور بالاستخدام الرشيد لوسائط التواصل الاجتماعي وقبل كل موسم انتخابي واشعارهم بالمخاطر الكبرى التي يمكن ان يتعرضو لها في تلك المواقع المزيفة والمفبركة وتوصيتهم نحو اعتماد المصادر الدقيقة والرصينة لتحري صدق البيانات والمعلومات التي تصلهم عبر حساباتهم الشخصية .

٣- ينبغي التعريف بالاجراءات القانونية والعقوبات الرادعة في حال تم استغلال وتوظيف تلك الحسابات للترويج لكل ما يتعارض مع القيم الديمقراطية ويعكر صفو السلم الاهلي ويسيء الى القيم الوطنية والرمزية والاعتبارية .

٤- يقترح الباحثان ضرورة التنسيق بين المفوضية العليا المستقلة للانتخابات وبين رئاسات الاقسام في كليات العلوم السياسية وكليات الاعلام بضرورة الافادة من امكانيات الطلبة في ادارة المراكز الانتخابية او موظفين في ادارة مراكز الاقتراع ،على ان تنظم لهم دورات تثقيفية متواصلة قبل اجراء الانتخابات وبالتالي تأسيس قاعدة من الموظفين مؤهلين لهذه المهمة مقابل مكافئات مالية ، وبذلك نضمن سير العملية الانتخابية بصورة سلسة وصحيحة .

قائِمة المصادر باللغة العربية :

١. وهبان، احمد . ٢٠٠٣ . *التخلف السياسي: رؤية جديدة للوضع السياسي في العالم الثالث*، الاسكندرية : الدار الجامعية.

٢. بقور ، صابر سعيد . ٢٠١٨ . *داعش برؤية الجزيرة عبر الفيسبوك - الخطاب وانماط الوعي الجماهيري* . الاردن : دار الخليج للصحافة والنشر .

٣. روسكين ، مايكل واخرون . ٢٠١٥ . *مقدمة في العلوم السياسي*. ترجمة: محمد صفوت حسن. القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع .
٤. عبد ، محمد الامين احمد . ٢٠٢٠ . *مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي الاعتماد المتبادل* . المانيا : المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية .
٥. شريح، محمد عادل . ٢٠٠٨ . *ثقافة في الأسر نحو تفكيك المقولات النهضوية العربي. بيروت :* دار الفكر المعاصر .
٦. عثمان ، محمد عادل . ٢٠١٦ . *تأصيل مفهوم المشاركة السياسية* . برلين : المركز الديمقراطي العربي .
٧. وليز، هربرت جورج . ١٩٢٢ . *موجز تاريخ العالم*. ترجمة: عبد العزيز توفيق. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية .
٨. يوسف ، بيزيد . ٢٠١٩ . تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في التحول الديمقراطي في تونس ٢٠١١-٢٠١٨ . رسالة ماجستير . جامعة الشهيد حمة لخضر . الجزائر .
٩. قواسمية ، حنان . ٢٠١٦ . مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تزايد العزلة عند الطلبة الجامعيين – موقع الفيس بوك انموذجا . رسالة ماجستير . جامعة العربي التبسي . الجزائر
١٠. غازي ، زينب حسين . ٢٠٢١ . وسائل التواصل الاجتماعي واثرها في تشكيل الرأي العام السياسي في العراق بعد العام ٢٠١٤ . رسالة ماجستير . كلية العلوم السياسية-جامعة بغداد .
١١. سيد ، ليث هادي . ٢٠٢٢ . دور العامل الخارجي في بناء الثقافة السياسية واثرها في النظام السياسي العراقي بعد عام ٢٠٠٣ . اطروحة دكتواره . كلية العلوم السياسية-جامعة بغداد .
١٢. بو كراع ، محمد . ٢٠١٦ . مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين اداء الصحفي الرياضي بالاذاعة الجزائرية في المسيلة . رسالة ماجستير . الجزائر .
١٣. السنجري ، بشرى داوود وسينهات محمد عز الدين . ٢٠١٩ . " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي " . *المجلة المصرية لبحوث الاعلام* . جامعة القاهرة . العدد (٦٦) .
١٤. علي ، خلف صالح . ٢٠٢١ . " مستقبل الثقافة السياسية المدنية في العراق " . *مجلة تكريت للعلوم السياسية* . العدد (٢٣) .
١٥. ابراهيم ، سمر . ٢٠٢٢ . " دور وسائل التواصل الاجتماعي في الازمات السياسية والحروب " . *مجلة شؤون عربية* . العدد (١٩١) .
١٦. مهدي ، كاظم علي و عبد الجبار احمد عبد الله . ٢٠١٨ . " الثقافة السياسية كأداة لتحليل تجربة اللامركزية الادارية في العراق " . *مجلة العلوم السياسية* . جامعة بغداد . العدد(٥٦) .
١٧. عيادنة ، محمد امين . ٢٠١٧ . " دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء التصورات الذهنية لدى الافراد حول سمعة تركيا " . *مجلة البدر* . جامعة الجزائر . المجلد (٩) . العدد (١٢).
١٨. جاسم ، بحر . كيف نحار التضليل خلال الانتخابات . على الرابط الالكتروني التالي:
https://arabfcn.net/blog/2021/09/16/blog-disinformation/?tztc=1
١٩. البعثة الدولية للاشراف على الانتخابات العراقية . على الرابط : https://aceproject.org
٢٠. تقرير الامم المتحدة – إدارة الشؤون السياسية . ٢٠١٦ . على الرابط الالكتروني :
https://department.un.org
٢١. الثقافة في الحملة الانتخابية . شفق نيوز . على الرابط الالكتروني : https://shafaq.com
٢٢. اوكونيل ، شانون . وسائل التواصل الاجتماعي ومهارات تنظيم الحملات الانتخابية . على الرابط الالكتروني :
https://www.ndi.org
٢٣. المفوضية العيا للانتخابات . دائرة الاعلام والاتصال الجماهيري . على الرابط الالكتروني التالي :
https://www.Newspaper

٢٤. الشمري ، صفد . هل تؤثر وسائل التواصل في تغيير قناعات الناخب العراقي . على الرابط الالكتروني التالي :
https://alsabaah.iq/54421-.html
٢٥. عبد الحافظ ، طارق . قراءة في انتخابات مجالس المحافظات ٢٠٢٣ . على الرابط الالكتروني :
https://www.alaalem.com
٢٦. ديربال ، عبد الوهاب . الانتخابات وانعكاستها على ثقافة المجتمع . على الرابط الالكتروني التالي :
https://www.echoroulsonline
٢٧. العبادي ، علي مراد . ٢٠١٦ . الثقافة الانتخابية بين تأثير الاحزاب وحداثة الحركة . على الرابط الالكتروني :
https://kerbalaiss.uolserbala.educid
٢٨. معهد البحرين للتنمية السياسية . على الرابط الالكتروني : https://www.hipd.org
٢٩. العيداني ، منتصر . الانتخابات في العراق اعادة تشغيل بطريقة مختلفة . على الرابط الالكتروني :
https://www.jadaliyya.com/Details/39910

المصادر باللغة الانكليزية :

1. Wahban, Ahmed. 2003. *Political Backwardness: A New Vision for the Political Situation in the Third World*, Alexandria: University House.
2. Baqour, Saber Saeed. 2018. *ISIS in Al Jazeera's Vision via Facebook - Discourse and Patterns of Public Awareness*. Jordan: Dar Al Khaleej for Press and Publishing.
3. Ruskin, Michael and others. 2015. *Introduction to Political Science*. Translated by: Mohamed Safwat Hassan. Cairo: Dar Al Fajr for Publishing and Distribution.
4. Abd, Mohamed Al Amin Ahmed. 2020. *Social Media and Popular Mobilization: Interdependence*. Germany: Arab Democratic Center for Strategic, Political and Economic Studies.
5. Shureih, Mohamed Adel. 2008. *Culture in Captivity Towards Dismantling Arab Renaissance Sayings*. Beirut: Dar Al Fikr Al Mu'aser.
6. Othman, Mohamed Adel. 2016. *Rooting the Concept of Political Participation.* Berlin: Arab Democratic Center.
7. Willis, Herbert George. 1922. *A Brief History of the World*. Translated by: Abdel Aziz Tawfiq. Cairo: Egyptian Renaissance Library.
8. Youssef, Bizid. 2019. The Impact of Social Media on the Democratic Transition in Tunisia 2011-2018. Master's Thesis. University of Martyr Hama Lakhdar. Algeria.
9. Qawasmiya, Hanan. 2016. Social Media and its Role in Increasing Isolation among University Students - Facebook as a Model. Master's Thesis. University of Arab Tebessi. Algeria.
10. Ghazi, Zainab Hussein. 2021. Social Media and its Impact on Shaping Political Public Opinion in Iraq after 2014. Master's Thesis. College of Political Science - University of Baghdad.

11. Sayed, Laith Hadi. 2022. The role of the external factor in building political culture and its impact on the Iraqi political system after 2003. PhD thesis. College of Political Science - University of Baghdad.
12. Bou Kraa, Muhammad. 2016. The contribution of social media networks in improving the performance of sports journalists at Algerian Radio in M'Sila. Master's thesis. Algeria.
13. Al-Sanjari, Bushra Daoud and Sinhat Muhammad Izz al-Din. 2019. "The role of social media sites in activating the electoral participation of Iraqi youth". *Egyptian Journal of Media Research*. Cairo University. Issue (66).
14. Ali, Khalaf Saleh. 2021. "The future of civil political culture in Iraq". *Tikrit Journal of Political Science*. Issue (23).
15. Ibrahim, Samar. 2022. "The role of social media in political crises and wars". *Arab Affairs Magazine*. Issue (191).
16. Mahdi, Kazem Ali and Abdul Jabbar Ahmed Abdullah. 2018. "Political culture as a tool for analyzing the experience of administrative decentralization in Iraq". *Journal of Political Science*. University of Baghdad. Issue (56).
17. Ayadneh, Muhammad Amin. 2017. "The role of social media in building mental perceptions among individuals about Turkey's reputation". *Al-Badr Magazine*. University of Algeria. Volume (9). Issue (12).
18. Jassim, Bahr. How to combat misinformation during elections. On the following electronic link: https://arabfcn.net/blog/2021/09/16/blog-disinformation/?tztc=1
19. International Mission to Supervise the Iraqi Elections. On the link: https://aceproject.org
20. United Nations Report - Department of Political Affairs. 2016. On the electronic link: https://department.un.org
21. Culture in the election campaign. Shafaq News. On the electronic link: https://shafaq.com
22. O'Connell, Shannon. Social media and campaign organization skills. On the electronic link: https://www.ndi.org
23. The High Electoral Commission. Department of Media and Mass Communication. On the electronic link: https://www.Newspaper
24. Al-Shammari, Safad. Do social media affect changing the convictions of the Iraqi voter. On the electronic link: https://alsabaah.iq/54421-.html
25. Abdul-Hafiz, Tariq. Reading the 2023 provincial council elections. On the electronic link: https://www.alaalem.com
26. Dirbal, Abdul-Wahhab. Elections and their impact on the culture of society. On the electronic link: https://www.echoroulsonline

27. Al-Abadi, Ali Murad. 2016. Electoral culture between the influence of parties and the modernity of the movement. On the electronic link: https://kerbalaiss.uolserbala.educid
28. Bahrain Institute for Political Development. On the electronic link: https://www.hipd.org
29. Al-Eidani, Muntaser. Elections in Iraq, a reboot in a different way. On the electronic link: https://www.jadaliyya.com/Details/39910