

إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)

م.م. عمار سعد مصطفى

ammars.s.mustaf@aliraqia.edu.iq

م.م. بلال ورنس خضير

bilal.w.Khudhair@aliraqia.edu.iq

الجامعة العراقية/ كلية الاعلام

الملخص

تمثل هذه الدراسة محاولة لاستكشاف دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣، حيث استندت إلى عينة عشوائية شملت ٤٣٧ مواطناً من المجتمع العراقي. اعتمدت الدراسة على استبانة مُحكّمة تضمنت مجموعة من الأسئلة التي تناولت إسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في انتخابات مجالس المحافظات. تمت معالجة البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المعروفة، وأظهرت النتائج أن غالبية الفقرات المتعلقة بإسهامات وسائل التواصل الاجتماعي جاءت بمتوسطات متوسطة. كما أوضحت النتائج أن أبرز جوانب الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات تمثلت في دورها في التعبئة والحشد والتنظيم، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢.٦٦)

يعتقد أفراد العينة أن من إيجابيات موقع فيسبوك أنه قدم تغطية شاملة لأخبار انتخابات مجالس المحافظات العراقية دون حذف أو تشويه، بمتوسط حسابي بلغ (٢.٨٧). أما من بين سلبياته، فقد عرض موضوعات أثرت سلباً على سير الانتخابات، بمتوسط حسابي قدره (٢.٣٨). وفيما يتعلق بإسهام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية، أشارت النتائج إلى أن الدعاية الانتخابية عبر هذه المنصات ساهمت بشكل بارز في نجاح المرشحين، بمتوسط حسابي (٢.٣٩) وفي المجمال، أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك، لعبت دوراً كبيراً في الانتخابات.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الحملات الانتخابية، منصة الفيسبوك.

The contributions of social media sites to the election campaigns

for the Iraqi provincial councils in 2023

(Facebook platform as an example)

Ammar Saad Mustaf

bilal warnas Khudhair

AI-Iraqia University\ College of Media

Abstract

This study represents an attempt to explore the role of social media in the electoral campaigns for Iraq's 2023 provincial councils. The research relied on a random sample of 437 citizens from the Iraqi society. A validated questionnaire was used, comprising a set of questions addressing the contributions of social media in the provincial council elections. The data was analyzed using well-known statistical methods, and the results showed that most of the items related to social media contributions had average means. The findings also revealed that the most prominent benefit of social media in elections was its role in mobilization, organization, and advocacy, with a mean score of 2.66.

The sample participants believed that one of Facebook's positives was that it provided comprehensive coverage of news related to the Iraqi provincial council elections without censorship or distortion, with a mean score of 2.87. However, among its negatives was that it presented topics that negatively affected the course of the elections, with a mean score of 2.38. Regarding the contribution of social media to the electoral campaigns for the provincial councils, the results indicated that election propaganda on these platforms significantly contributed to the success of candidates, with a mean score of 2.39. Overall, the findings showed that social media, particularly Facebook, played a significant role in the elections.

Keywords: Social media, electoral campaigns, Facebook platform.

اولاً : المقدمة :

أحدثت التكنولوجيا تغييراً جذرياً في حياة الإنسان، حيث ساهمت في تسارع نقل المعلومات والصور والأفكار بشكل غير مسبوق. باتت مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب قوى مؤثرة تكسر الحواجز بين المجتمعات، ما جعل الرقابة واحتكار المعلومات أموراً

غير فعّالة ومع تزايد تأثير هذه المنصات، أصبحت الفاعل الأساسي في تشكيل الأفكار والقيم والسلوك، خاصة في الحياة السياسية ومواسم الانتخابات.

وفي العراق، برز إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً) حيث استخدمت ٤٠% من القوائم الانتخابية صفحات منصة موقع الفيسبوك، واعتمدت ٢٩% منها على الترويج المدفوع حيث أصبحت هذه الوسائل أداة رئيسية لترويج الأفكار والبرامج الانتخابية، وتحفيز الوعي الجماهيري للتأثير على سلوك التصويت.

بناءً على هذا التطور، جاءت هذه الدراسة لرصد اتجاهات المواطنين العراقيين حول اسهام وسائل التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ م.

المبحث الاول : الاطار المنهجي للبحث :

ثانياً : مشكلة البحث وتساؤلاته :

أن إدراك المشكلة البحثية وتحديدتها يمثلان نقطة انطلاق أساسية في البحث العلمي، حيث يُعتبر تحديد المشكلة الدراسية من بين أهم الخطوات البحثية (١) ، تُعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز إنجازات الثورة الرقمية، حيث تفوقت على الإعلام التقليدي بذكائها وتفاعلها مع المحتوى. أثبتت قدرتها على تشكيل الرأي العام والتأثير في الأحداث السياسية، مثل ثورات الربيع العربي. في العراق، ومع تزايد استخدام الإنترنت، برز الفيسبوك كأداة فعّالة في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات لعام ٢٠٢٣، حيث ساهم في ترويج الأفكار السياسية وكسب التأييد، مما عزز الوعي والمشاركة السياسية، وأصبح همزة وصل بين الحاكم والمحكوم لنقل آراء ومطالب الجمهور^(٢) . وهكذا يمكن تلخيص مشكلة هذه الدراسة في السعي لفهم دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ حيث يسعى الباحث من خلالها لاستكشاف الحقائق وزيادة المعرفة أو حل مشكلة معينة تواجهه^(٣)، ومما سبق، يمكننا طرح الإشكالية التالية:

السؤال الرئيس :

• ما إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣: منصة الفيسبوك نموذجاً؟

التساؤلات الفرعية :

١. ما هي عادت وانماط تعرض عينة البحث على موقع الفيس بوك؟
٢. ما هي دوافع استخدام منصة الفيسبوك في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣؟

٣. ما الايجابيات التي يرها عينة البحث في اسهام موقع الفيس بوك لمعرفة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣؟
٤. ما السلبيات التي يرها عينة البحث في موقع الفيس بوك لمعرفة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣؟
٥. ما اوجه استفادة عينة البحث في موقع الفيس بوك لمعرفة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣؟
٦. ما هو تقييم عينة البحث في موقع الفيس بوك لمعرفة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣؟

ثالثاً : أهمية البحث:

تعد أهمية البحث من اهم المعايير الاساسية التي تؤثر في انتقاء مشكلة البحث وعلى الباحث ان يظهر الاهمية العلمية والبحثية لموضوعه والضرورات الاجتماعية والانسانية التي تقتضي اجراء مثل هكذا بحث وكلما كان البحث موفقاً في ابراز اهمية بحثه وضروراته , كلما تمكن من اظهار القيمة العلمية والعملية لهذا البحث^(٤) , كما ان اهمية البحث تحتل مكانة بارزة ومهمة في السلم الهرمي لمفردات منهجية البحث العلمي^(٥) , ولاشك في أن تحديد أهمية أي بحث علمي أكاديمي جزء لا يتجزأ من القيمة المعيارية العلمية التي توّطر درجة أهميته ومن ثمّ درجة تحديده لمشكلاته وانطلاقه لعلها^(٦)

ومن هذا المنطلق، فإن هذا المجال يشكل تحدياً بحثياً جديراً بالدراسة إذ تتجلى أهمية البحث في عدة جوانب منها :

١. **الأهمية النظرية** : تنفقر الدراسات العراقية إلى تناول دور مواقع التواصل الاجتماعي في العملية الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية سواء من حيث تغطية أخبار الانتخابات أو تقييم مدى اعتماد الناخبين على هذه الوسائل كمصادر للمعلومات الانتخابية.
٢. **الأهمية العملية**: تسلط الضوء على التأثيرات المختلفة لمتابعة الناخبين لهذه الوسائل وكيفية تأثيرها على قراراتهم ومشاركتهم السياسية في الانتخابات وهذه النتائج قد تساعد في تطوير استراتيجيات مستقبلية للاستفادة من هذه الوسائل في الانتخابات القادمة.
٣. **اهميتها في تقديم التوصيات**: ستقدم الدراسة توصيات لأصحاب القرار والجهات المعنية حول أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في العملية الانتخابية داخل العراق. ستناقش الدراسة دور هذه الوسائل في توجيه المواطنين وتعزيز مشاركتهم السياسية في القضايا الوطنية، مما قد يساهم في تحسين السياسات والبرامج الانتخابية في المستقبل.

رابعاً: أهداف البحث :

تحديد أهداف البحث يمثل الخطوة الأساسية في منهجية البحث العلمي، حيث يمكن أن تكون الأهداف واحدة ومحددة مع تفرعها إلى أهداف فرعية، يتم تحديد أهداف هذا البحث من خلال تحليل الهيكل الأساسي للدراسة، مما يجعلها النقطة الأساسية التي توجه الدراسة نحو ما يجب تحقيقه وتحليله ()، وتتخلص أهداف هذا البحث بالشكل الآتي:

الهدف الرئيسي :

التعرف على إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية عبر منصة الفيسبوك خلال انتخابات مجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣؟

الأهداف الفرعية:

- التعرف على عادات وأنماط تعرض عينة البحث على موقع الفيس بوك.
- معرفة دوافع استخدام منصة الفيسبوك في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣
- الكشف عن الايجابيات التي يراها عينة البحث في اسهام موقع الفيس بوك لمعرفة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣
- التعرف على السلبيات التي يراها عينة البحث في موقع الفيس بوك لمعرفة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ .
- معرفة اوجه استفادة عينة البحث في موقع الفيس بوك لمعرفة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ .
- التعرف على تقييم عينة البحث في موقع الفيس بوك لمعرفة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ .

خامساً: فرضيات الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط وعادات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بناءً على المتغيرات الديموغرافية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإسهامات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإسهامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أوجه الاستفادة من إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.
 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ بناءً على المتغيرات الديموغرافية.
 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ بناءً على المتغيرات الديموغرافية
- سادساً : منهجية البحث :**

يعرف المنهج بأنه هو الأسلوب أو الطريقة التي يستخدمها الباحث بهدف الوصول إلى النتائج والمعلومات التي يريد الحصول عليها بطرائق موضوعية وعلمية^(٧) , ويعرف أيضاً بأنه نسق من القواعد الواضحة والإجراءات التي يستند إليها البحث في سبيل الوصول إلى نتائج علمية^(٨) , ويهدف هذا البحث إلى استكشاف ووصف أنماط المشاركة في الحملات الانتخابية على منصة الفيسبوك خلال انتخابات مجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣.

يعتمد البحث على :

- **المنهج الوصفي التحليلي**، يعد أحد الأساليب التحليلية التي تركز على جمع معلومات كافية، دقيقة وموضوعية حول ظاهرة أو موضوع معين ضمن إطار زمني محدد , يهدف هذا المنهج إلى الوصول إلى نتائج علمية وتفسيرها بشكل موضوعي يتماشى مع الواقع الفعلي للظاهرة , تم استخدام هذا المنهج في هذه الدراسة لجمع البيانات المتعلقة بإسهامات منصة الفيسبوك في الانتخابات، بهدف تحليلها وتحديد علاقتها بالمتغيرات المختلفة بما يتوافق مع أهداف الدراسة.
- **منهج التحليل الإحصائي**: يُعد أسلوباً من أساليب المنهج الإحصائي، حيث يتضمن مجموعة من الأدوات المختلفة المستخدمة لجمع البيانات الإحصائية وتحليلها بشكل رياضي. يهدف هذا المنهج إلى استنباط نتائج علمية قد تكون غير واضحة للوهلة الأولى. ولا يمكن الاستغناء عن التحليل الإحصائي في مثل هذه الدراسات، إذ يعد الوسيلة الأساسية للوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة.

سابعاً : نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة، بهدف جمع معلومات كافية ودقيقة عنها. تركز الدراسة على رصد إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجالس المحافظات العراقية، وتحليل العلاقة بين هذا الإسهام وبعض المتغيرات. كما تسعى إلى تقديم تفسير علمي دقيق لهذه الحقائق.

ثامناً: مجتمع البحث وعينته :

○ **مجتمع الدراسة** : سكان محافظة بغداد، بتنوعهم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي. يتميز هذا المجتمع بتفاعله مع القضايا الوطنية والشؤون العامة، حيث تحظى انتخابات مجالس المحافظات بأهمية كبيرة لديهم باعتبارها وسيلة ديمقراطية للتعبير عن إرادتهم وتوجهاتهم.

○ **عينة الدراسة** تم اختيار مفردات عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة، بهدف تمثيل مختلف أطياف المجتمع العراقي التي تشكل مجتمع الدراسة. يهدف هذا الاختيار إلى الحصول على البيانات المتعلقة بإسهام مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣. تم اختيار ٤٣٧ مفردة من مختلف مناطق محافظة بغداد، حيث تم توزيع العينة وفقاً لعدة متغيرات.

تاسعاً : مجالات البحث وحدوده :

من الممكن تحديد نطاق ومجال البحث لأن تحديد مجال البحث هو الخطوة التي يصل بها الباحث إلى مجال بحثه ونطاقه وصياغته بطريقة علمية لإكمال إجراءات بحث منسق ومنظم^(٩)، حيث حدد الباحث مجالات بحثه والتي تتمثل فيما يأتي بـ:

○ **المجال المكاني** : للبحث في مواقع التواصل الاجتماعي، مع التركيز على منصة الفيسبوك. يهدف البحث إلى دراسة الصفحات الشخصية وصفحات المكاتب الإعلامية للمرشحين الفائزين في انتخابات مجالس المحافظات العراقية، خلال الفترة من ١٦ نوفمبر إلى ١٦ ديسمبر ٢٠٢٣.

○ **المجال الزمني** : تمتد حدود البحث الزمنية لشهر واحد، من ١٦ نوفمبر ٢٠٢٣ إلى ١٦ ديسمبر ٢٠٢٣، باستخدام أسلوب الحصر الشامل الجزئي اختيرت هذه الفترة لدراسة الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية، حيث كانت الحملات نشطة وغنية بالمعلومات .

المبحث الثاني : تعريف المفاهيم والمصطلحات :

عاشراً: مفاهيم الدراسة :

١ . مفهوم **مواقع التواصل الاجتماعي** : هي تلك المواقع الموجودة على شبكة الإنترنت العالمية، والتي يتم إنشاؤها بغرض إنشاء شبكات اجتماعية، ومشاركة كافة الأنشطة والاهتمامات، والسعي إلى إقامة علاقات اجتماعية جديدة بالإضافة إلى ذلك، فهي تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات لمشاركي هذه المواقع، مثل مشاركة الملفات والمستندات والدرشة الإلكترونية والوسائط المتعددة والبريد الإلكتروني والمدونات وغيرها من الخدمات المشابهة^(١٠) ، كما توفر مواقع التواصل الاجتماعي عبر تطبيقاتها المتاحة عبر صفحات الويب مشاركة قوية بين كل المشاركين في هذه المواقع الإلكترونية المتوفرة بالفعل على شبكات الانترنت والتي تهدف الى اتاحة المساعدة على الاتصال والتفاعل الاجتماعي بين الاعضاء المشتركين بمختلف اهتماماتهم وتشمل المحادثة الانية، التصوير الفيديو والفتوغراف، الرسائل الفورية، ارسال الملفات، مجاميع الدردشات، البريد الالكتروني، المدونات وغيرها، وبشكل عام اسهمت الثورة التكنولوجية الحديثة

في مجالات الاعلام الرقمية ببروز مساحة اجتماعية جديدة، تعددت اوجه تصنيفاتها لدى الخبراء والمختصين في هذا المجال، والذي اطلقوا عليها بالاعلام الجديد، ويعول هذا الشكل من الاعلام على ان يوضع فيه الرأي العام بشكل حر في التعبير عن الافكار وسير الحقائق فيه بين افراد المجتمع^(١١)

٢. **ويعرف الفيسبوك** : هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي تديره شركة فيسبوك المحدودة المسؤولية وهو موقع على شبكة الإنترنت، تأسس عام ٢٠٠٤ وقد أسسه مارك زوكربيرغ عندما كان طالباً في جامعة هارفارد الأميركية، يسمح للأشخاص بنشر ملفاتهم الشخصية ويتيح للمستخدمين الانضمام إلى شبكات وتنظيمها، والتفاعل مع الآخرين، وإضافة أصدقاء، وإرسال الرسائل، وتحديث ملفاتهم الشخصية لإعلام أصدقائهم بأنفسهم تأسس الموقع في البداية لخدمة طلاب الجامعة، هيئة التدريس، والموظفين، ثم اتسع ليشمل جميع الأشخاص أصبح الفيسبوك اليوم منبراً افتراضياً للتعبير^(١٢)

٣. **وتعرف الحملة بأنها**: نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، من خلال استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور وهي شكل من أشكال الحملات الإعلامية والسياسية ووسيلة تستخدمها الأحزاب والمرشحون للوصول إلى جمهور الناخبين بغرض عرض أفكارهم وبرامجهم الانتخابية وترتيب أولويات الجمهور، وذلك في مسعى لكسب التأييد والحصول على أصوات الناخبين وفقاً للنظام الانتخابي في الدولة^(١٣)، ويعرف الدكتور محمد منير حجاب الحملات الانتخابية اصطلاحاً بأنها "عملية دعائية منظمة، مستمرة، ومخططة بعناية من قبل المرشح أو الحزب أو الكيان السياسي، تهدف إلى استخدام كافة إمكانات وسائل الإعلام المتاحة والأساليب الإقناعية المختلفة لإيصال رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف (الناخبين) والتأثير عليهم لدعم التصويت لصالح المرشح أو القائمة الانتخابية التي يمثلها^(١٤) .

٤. **وتعرف الانتخابات** : في اللغة الانتخاب من نخب أي انتخب الشيء أي اختاره، والانتخاب هو الاقتراع، الانتزاع، الاختيار، الانتقاء، والنخبة ما اختاره منه، ونخبة القوم تعني خياركم من الرجال والانتخاب يعني الاختيار والانتقاء ومنه النخبة وهم الجماعة المختارة من الرجال، مثل انتخاب رياضيين لبطولة، أو اختيار جماعة لممثلهم بطريقة التصويت، أو يقال في السياسة اختيار ممثلي الشعب أو رئيس الدولة بالتصويت وفق قوانين معينة ؛ **ويعرف الانتخاب في الإصلاح** بأنه وسيلة تعيين الحكام التي تتعارض مع أساليب الوراثة والاستيلاء بالقوة والانقلابات العسكرية ، وأنه الطريقة المعتادة لتعيين من يشغل منصب الرئاسة ويُعرّف أيضاً بأنه وسيلة لمشاركة المواطنين في العملية السياسية من خلال إسناد السلطة بوسيلة ديمقراطية إلى الهيئات الحاكمة، مثل رئاسة الدولة، أعضاء المجالس النيابية، وأعضاء المجالس المحلية ومن خلال هذه

العملية، يعبر الشعب عن إرادته ويمارس حقوقه السياسية ضمن إطار عملية انتخابية يحدد إجراءاتها وضماناتها المشروعة^(١٥)

٥. ويعرف مفهوم مجلس المحافظة: هي مجالس محلية في المحافظات العراقية منتخبة ديمقراطيًا لإدارة شؤون المحافظات غير المنتظمة في إقليم، وتمتلك هذه المجالس صلاحيات إدارية ومالية هائلة، مما يجعلها السلطة التشريعية والرقابية لكل محافظة ويمكنها إصدار التشريعات المحلية وإقرار الميزانية المحلية في تناغم مع القوانين الاتحادية^(١٦)

الحادي عشر: أدوات جمع المعلومات :

قام الباحثان بجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة من خلال تصميم استبانة متكاملة، تم تطويرها لتغطية فرضيات البحث. شملت الاستبانة مجموعة من العبارات التقييمية التي تهدف إلى قياس أهمية إجابات العينة المبحوثة، تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي لتحديد الأهمية النسبية لكل فقرة من فقرات الاستبانة، حيث يوضح الملحق رقم^(١) نموذج الاستبانة كما تم توزيعه على المشاركين في الدراسة (٤٣٧) مبحوث من مختلف مناطق محافظة بغداد، حيث تم توزيع العينة وفقاً لعدة متغيرات..

يُوضح جدول رقم (١) المتغيرات والفئات والتكرارات والنسب المئوية وفقاً لمتغيرات الدراسة.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	٢٥١	٥٧.٤
	إناث	١٨٦	٤٢.٦
العمر	٢٨-١٨	٢٤٢	٥٥.٤
	٣٩-٢٩	٧٧	١٧.٦
	٥٠-٤٠	٧٥	١٧.٢
	٥١ فأكثر	٤٥	١٠.٣
الحالة الاجتماعية	أعزب/ عزباء	٣٤٩	٧٩.٩
	متزوج/ متزوجة	١٤٥	٣٣.٢
	مطلق/ مطلقة	٢٥	٥.٧
	أرمل/ أرملة	١٨	٤.١
مكان السكن	مدينة	٢٥٨	٥٩.٠
	قرية	١٧٩	٤١.٠
المستوى التعليمي	ابتدائي	٤٣	٩.٨
	إعدادي	٥٥	١٢.٦
	ثانوي	٣٩	٨.٩
	جامعي	٣٠٠	٦٨.٦
المستوى الاقتصادي	متدني	٩٣	٢١.٣

٤٥.١	١٩٧	متوسط	التوجه السياسي
١٧.٢	٧٥	مرتفع	
١٦.٥	٧٢	مرتفع جدا	
٣٥.٠	١٥٣	وطني	
١٣.٥	٥٩	قومي	
٢٢.٧	٩٩	إسلامي	
٦.٤	٢٨	علماني	
١١.٩	٥٢	مستقل	
١٠.٥	٤٦	اخرى	

تُظهر النتائج أن التوجه الوطني هو الأكثر شيوعاً بين المشاركين، مما قد يؤثر على توجهاتهم خلال الانتخابات، تمثل خصائص العينة تنوعاً في الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، مكان السكن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، والتوجه السياسي، مما يوفر قاعدة بيانات قوية لتحليل تأثير هذه المتغيرات على المشاركة في الانتخابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الثاني عشرًا : أداة الدراسة :

تم تصميم أداة الدراسة "الاستبانة" لجمع البيانات بهدف تقييم إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣، مع التركيز على منصة الفيسبوك كنموذج. اعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي لقياس شدة الاتجاه لدى الرأي العام نحو القضايا المدروسة حيث تتكون الاستبانة من ثلاثة أجزاء رئيسية:

الجزء الأول: المتغيرات الديموغرافية :

تشمل معلومات حول الجنس، الحالة الاجتماعية، مكان السكن، المستوى التعليمي، مستوى الدخل، والاتجاه السياسي للمبحوثين.

الجزء الثاني: عادات وأنماط استخدام المواطن العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي يتناول هذا الجزء كيفية تعرض المواطن العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي خلال الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات.

الجزء الثالث: إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية يهدف إلى قياس تأثيرات هذه المواقع على الحملات الانتخابية، وقد تم استخدام سلم ليكرت الخماسي لتقييم آراء المشاركين، حيث تم إعطاء كل فقرة من فقرات الاستبانة درجة واحدة من بين خمس درجات هي: "موافق بشدة" (٥)، "موافق" (٤)، "محايد" (٣)، "معارض" (٢)، و"معارض بشدة" (١).

تحليل النتائج:

تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج:

من ١.٠٠ إلى ٢.٣٣: قليل

من ٢.٣٤ إلى ٣.٦٧: متوسط

من ٣.٦٨ إلى ٥.٠٠: كبير

تم حساب هذا المقياس، باستخدام المعادلة التالية:

الحد الأعلى للمقياس (٥) - الحد الأدنى للمقياس (١) ١-٥

$$١.٣٣ = \frac{\quad}{٣} = \frac{\quad}{\text{عدد الفئات المطلوبة (٣)}}$$

الثالث عشرًا : اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الصدق الظاهري لتقييم صدق الأداة الظاهري : تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة في مجالات الإعلام والسياسة لتقييم صلاحيتها كأداة لجمع البيانات , تم إجراء التعديلات المقترحة من المحكمين والأساتذة المختصين قبل توزيع الاستبانة على عينة الدراسة، حيث تم تحسين وضوح وموثوقية الاستبانة .

ثانياً: اختبار ثبات الأداة : تعتبر ثبات الأداة مفهومًا حاسمًا في التحليل، حيث يشير إلى مدى موضوعية وموثوقية نتائج الدراسة. تم اختبار ثبات الاستبانة من خلال تطبيقها على عينة استطلاعية مكونة من ٣٠ مواطنًا، وبعد أسبوعين تم إعادة التطبيق على نفس العينة باستخدام أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار. تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين نتائج التطبيقين، حيث بلغت قيمته (٠.٨١)، مما يعتبر مستوى مقبولًا لأغراض الدراسة.

و لضمان صلاحية الاستبانة كأداة لجمع البيانات، تم اختبار الاتساق الداخلي باستخدام معامل كرونباخ ألفا. وقد بلغت درجة الاعتمادية وفقًا لمعيار كرونباخ ألفا (٩٥.٤%)، وهي نسبة عالية تؤكد موثوقية الأداة. كما تشير قيم معامل كرونباخ ألفا الموضحة في الجدول (٢) إلى أن معامل الثبات لجميع متغيرات الدراسة كان مرتفعًا وجيدًا، مما يجعله مناسبًا لأغراض الدراسة.

جدول رقم (٢): اختبار ثبات ألفا كرونباخ

رقم المجال	المجالات	الفقرات	معامل كرونباخ ألفا
١.	دوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي في إسهامات الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجًا)	٦	٠.٨٣
٢.	إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في إسهامات الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجًا)	٦	٠.٧٩
٣.	سلبيات إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجًا)	٦	٠.٩٠
٤.	أوجه الاستفادة من إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجًا)	١٢	٠.٩٢

٠.٨٧	٦	دور إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجلس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)	٥.
٠.٨٨	٦	معوقات إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجلس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)	٦.
٠.٨٨	٧٣	المعدل العام لمعامل الثبات	

ملاحظات:

يعكس جدول "اختبار ثبات ألفا كرونباخ" موثوقية الاستبانة المستخدمة في الدراسة، حيث تُظهر القيم المحصل عليها من معامل ألفا أن معظم المجالات تتمتع بدرجة ثبات عالية، ويوضح المعدل العام لمعامل الثبات (٠.٨٨) أن الأداة المستخدمة لجمع البيانات تتمتع بمستوى جيد من الثبات، مما يعزز موثوقية النتائج المستخلصة من الدراسة.

الرابع عشر : المعالجة الإحصائية :

تم جمع بيانات الدراسة بعناية، ومراجعتها لاستبعاد الإجابات غير الصالحة. بعد ذلك، تم تفرغ البيانات وإدخالها في ذاكرة الحاسب الآلي. تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات.

و شملت التحليلات الإحصائية ما يلي:

- اختبار "T" لتحليل الفروق بين المجموعات.
- تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للإجابة عن أسئلة الدراسة المتعلقة بالفروق بين المتغيرات.
- معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين المتغيرات المختلفة.
- معامل كرونباخ ألفا للتحقق من ثبات وصدق أداة الدراسة.

الخامس عشر : عرض نتائج الدراسة ومناقشتها في ضوء تساؤلات الدراسة :

النتائج المتعلقة بعادات وأنماط تعرض المواطن العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي: أولاً: عدد الساعات التي يقضيها عينة البحث يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي: وللإجابة على هذا التساؤل، تم تحليل استجابات العينة باستخدام التكرارات والنسب المئوية لاستعراض الفروق في عدد الساعات التي يقضيها الجمهور العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً

والنتائج توضح مدى انتشار استخدام هذه المواقع بين الأفراد وتبرز الفروق في أنماط الاستخدام اليومي، كما هو موضح في الجداول المرفقة.

جدول (٣): التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عدد الساعات التي

يتم قضائها يومياً على موقع الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
٤٢.١١%	١٨٤	أكثر من ٣ ساعات
٢٤.٤٩%	١٠٧	من ساعة إلى ساعتين
١٨.٣١%	٨٠	من ساعتين إلى ٣ ساعات
١٥.١٠%	٦٦	اقل من ساعة
١٠٠%	٤٣٧	المجموع

يبين الجدول (٣) أن النسبة الأكبر من المبحوثين يقضون أكثر من ٣ ساعات يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت هذه الفئة في المرتبة الأولى بنسبة (٤٢.١١ %) من إجمالي العينة. تلتها الفئة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا، بنسبة (٢٤.٤٩ %)، ثم جاءت الفئة التي تقضي من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميًا بنسبة (١٨.٣١ %)، وأخيرًا، كانت الفئة التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة يوميًا بنسبة (١٥.١٠ %).

ثانيًا: كم تبلغ المدة الزمنية لعضويتك في منصة الفيسبوك...؟

الجدول (٤) يبين التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول المدة الزمنية للعضوية في منصة الفيسبوك .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
٥٣.٣١%	٢٣٣	مشارك في موقع الفيسبوك منذ أكثر من ٥ سنوات
٢٧.١٩%	١١٩	مشارك في موقع الفيسبوك منذ أكثر من ٣ سنوات
١٣.٩٢%	٦١	مشارك في موقع الفيسبوك منذ أكثر من عام
٥.٧٣%	٢٥	مشارك في موقع الفيسبوك منذ اقل من عام
١٠٠%	٤٣٧	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن (٥٣.٣١%) من حجم العينة، والذي يمثل ٢٣٣ شخصًا، مشتركون في منصة الفيسبوك منذ أكثر من ٥ سنوات. بينما (٢٧.١٩%) من حجم العينة، أي ١١٩ شخصًا، لديهم اشتراكات في هذه المنصة منذ أكثر من ٣ سنوات. كما أن (١٣.٩٢%) من حجم العينة، أي ٦١ شخصًا، يستخدمون منصة الفيسبوك منذ أكثر من عام، في حين يشكل (٥.٧٣%) من حجم العينة، والذي يساوي ٢٥ شخصًا، مشتركون في منصة الفيسبوك منذ أقل من عام، حيث تعكس هذه النسب مدى انتشار هذه المواقع بين أفراد عينة البحث، مما يشير إلى أن الاستخدام الطويل لمواقع التواصل الاجتماعي لمنصة الفيسبوك قد ساهم في تكوين تجربة غنية لديهم، وبالتالي يمكن أن يؤثر ذلك على سلوكياتهم وتفاعلاتهم عبر هذه المنصة...

ثالثاً: عند استخدامك لمنصة فيسبوك، هل تشارك معلومات دقيقة تعكس شخصيتك للآخرين؟..

جدول (٥) يبين التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول دقة المعلومات المقدمة على منصة فيسبوك.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	٢٩٨	٦٨.١٤%
أحياناً	١١٤	٢٦.١٠%
نادراً	٢٥	٥.٧٣%
المجموع	٤٣٧	١٠٠%

يتضح من الجدول أن ٦٨.١٤% من أفراد عينة الدراسة، أي ٢٩٨ شخصاً، يؤكدون أنهم يقدمون معلومات صحيحة عن شخصياتهم دائماً على منصة فيسبوك. بينما أشار ٢٦.١٠% منهم، وهو ما يعادل ١١٤ شخصاً، إلى أنهم يقدمون معلومات صحيحة أحياناً. أما (٥.٧٣%) من العينة، أي ٢٥ شخصاً، فقد ذكروا أنهم نادراً ما يقدمون معلومات دقيقة... تظهر هذه النتائج أن الغالبية العظمى من المشاركين يميلون إلى تقديم معلومات دقيقة عن أنفسهم على فيسبوك، مما يعكس وعيهم بأهمية الصدق في التفاعل على هذه المنصة ومع ذلك، يجب الانتباه إلى أن نسبة لا يستهان بها (٢٦.١٠%) تعبر عن تقديم معلومات صحيحة بشكل متقطع، مما يشير إلى وجود تباين في مستوى الدقة في المعلومات المقدمة.

رابعاً: كيف تصف طبيعة تفاعلك مع موقع فيسبوك؟

جدول (٦) يبين التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة

لا		نعم		الإجابة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
٠.٢	١	٩٩.٨%	٤٣٦	أجريت محادثات ودرشات مع الآخرين.
٠.٥	٢	٩٩.٥%	٤٣٥	قمت بنشر صور وروابط وفيديوهات.
٤١.٦	١٨٢	٥٨.٤%	٢٥٥	طرحت أسئلة واستفسارات حول قضايا تهمني
٥٢.٦	٢٣٠	٤٧.٤%	٢٠٧	أنشأت شبكة من المعارف والأصدقاء.
٦٤.٨	٢٨٣	٣٥.٢%	١٥٤	أنشأت صفحة خاصة على المنصة.
٦٥.٢	٢٨٥	٣٤.٣%	١٥٠	علقت على بعض الأنشطة.
٦٦.٨	٢٩٢	٣٣.٢%	١٤٥	زرت المواقع الإخبارية.
٧١.٩	٣١٤	٢٨.١%	١٢٣	قرأت تعليقات وأخبار الأصدقاء.
١٠٠%	٤٣٧	١٠٠%	٤٣٧	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن "إجراء الدردشات والمحادثات" احتل أعلى المرتبة الأولى في طبيعة تفاعل أفراد عينة الدراسة مع منصة الفيسبوك، حيث شكلت شريحة الأشخاص الذين يجرون

درشات ومحادثات عبر منصة الفيسبوك ، ونسبة (٩٩.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاء "نشر الصور والروابط والفيديوهات بنسبة مئوية (٩٩.٥%)، بينما احتلت "قراءة التعليقات وأخبار الأصدقاء" المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (٢٨.١%) من حجم العينة.

خامساً: ما هي الموضوعات التي تفضل مناقشتها على منصة فيسبوك ؟

جدول (٧) بين التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة

لا		نعم		الإجابة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
٣.٢%	١٤	٩٦.٨%	٤٢٣	القضايا الاجتماعية
٣.٩%	١٧	٩٦.١%	٤٢٠	السياسة
٥.٠%	٢٢	٩٥.٠%	٤١٥	قضايا الفساد
٥.٣%	٢٣	٩٤.٧%	٤١٤	انتخابات مجلس المحافظات
٥.٥%	٢٤	٩٤.٥%	٤١٣	الدين
٨.٧%	٣٨	٩١.٣%	٣٩٩	الرياضة
٨.٩%	٣٩	٩١.١%	٣٩٨	الموسيقى والأفلام
١٠.٠%	٤٣٧	١٠.٠%	٤٣٧	المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن القضايا الاجتماعية، جاءت في أعلى تفضيلات أفراد عينة الدراسة ، حيث شكلت شريحة الأشخاص الذين يفضلون مناقشة القضايا الاجتماعية ، بنسبة (٩٦.٨%)، وفي المرتبة الثانية جاءت شريحة الأشخاص الذين يفضلون مناقشة أمور السياسة ، بنسبة مئوية (٩٦.١%)، بينما احتلت شريحة الأشخاص الذين يفضلون مناقشة أمور الموسيقى والأفلام المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (٩١.١%) من حجم العينة.

سادساً: ما هي منصة الفيسبوك التي تتفاعل معها؟

جدول (٨) بين التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة

المجموع		لا		نعم		الإجابة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
١٠.٠%	٤٣٧	٣.٢%	١٤	٩٦.٨%	٤٢٣	القضايا الاجتماعية
		٣.٩%	١٧	٩٦.١%	٤٢٠	السياسة
		٥.٠%	٢٢	٩٥.٠%	٤١٥	قضايا الفساد
		٥.٣%	٢٣	٩٤.٧%	٤١٤	انتخابات مجلس المحافظات
		٥.٥%	٢٤	٩٤.٥%	٤١٣	الدين
		٨.٧%	٣٨	٩١.٣%	٣٩٩	الرياضة
		٨.٩%	٣٩	٩١.١%	٣٩٨	الموسيقى والأفلام

يتبين من الجدول أن القضايا الاجتماعية هي الموضوع الأكثر تفضيلاً للمناقشة على منصة فيسبوك، حيث أبدى ٩٦.٨% من أفراد عينة الدراسة، أي ٤٢٣ شخصاً، رغبتهم في مناقشتها، مقابل ٣.٢% (١٤ شخصاً) لم يفضلوا ذلك، تلتها السياسة، حيث أشار ٩٦.١% من المشاركين (٤٢٠ شخصاً) إلى أنهم يفضلون مناقشتها، بينما كانت نسبة غير المهتمين بها ٣.٩% (١٧ شخصاً)، أما قضايا الفساد، فقد أكد ٩٥.٠% من العينة (٤١٥ شخصاً) على اهتمامهم بمناقشتها، في حين لم يفضل ٥.٠% (٢٢ شخصاً) ذلك، وفيما يخص انتخابات مجلس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣، أبدى ٩٤.٧% من المشاركين (٤١٤ شخصاً) رغبتهم في تناول هذا الموضوع، بينما كانت نسبة من لا يفضلون مناقشته ٥.٣% (٢٣ شخصاً)، وبالنسبة للدين، أظهر ٩٤.٥% من العينة (٤١٣ شخصاً) اهتمامهم، في حين كانت نسبة غير المهتمين ٥.٥% (٢٤ شخصاً)، وفيما يخص الرياضة، أشار ٩١.٣% من المشاركين (٣٩٩ شخصاً) إلى تفضيلهم لمناقشتها، بينما ٨.٧% (٣٨ شخصاً) لم يفضلوا ذلك، وأخيراً، بالنسبة للموسيقى والأفلام، كانت نسبة المؤيدين للمناقشة ٩١.١% (٣٩٨ شخصاً)، بينما ٨.٩% (٣٩ شخصاً) لم يفضلوا التحدث عن هذا الموضوع، تشير هذه النتائج إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة يميلون إلى مناقشة القضايا الاجتماعية والسياسية بشكل أكبر، مما يعكس اهتمامهم بقضايا المجتمع والمشاركة الفعالة على منصة فيسبوك.

سابعاً: ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تتفاعل معها؟

جدول (٩) يبين التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة

المجموع	لا		نعم		الإجابة
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
١٠٠%	٤٣٧	٥.٥%	٢٤	٩٤.٥%	منصة الفيس بوك
١٠٠%	٤٣٧	٩.٦%	٤٢	٩٠.٤%	انستغرام
١٠٠%	٤٣٧	١٤.٠%	٦١	٨٦.٠%	واتس أب
١٠٠%	٤٣٧	٣٩.٦%	١٧٣	٦٠.٤%	تويتر
١٠٠%	٤٣٧	٧٤.٤%	٣٢٥	٢٥.٦%	لينكد إن
١٠٠%	٤٣٧	٨١.٩%	٣٥٨	١٨.١%	تيك توك
١٠٠%	٤٣٧	٩٥.٢%	٤١٦	٤.٨%	منصات أخرى

يظهر الجدول أعلاه تفاعل أفراد عينة الدراسة مع مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم توزيع الإجابات وفقاً للتكرارات والنسب المئوية لمستخدمي هذه المنصات، يتضح من البيانات ما يلي:

○ فيسبوك: تُعد هذه المنصة الأكثر استخداماً بين أفراد العينة، حيث تفاعل معها ٩٤.٥% من المشاركين، مما يشير إلى شعبيتها الواسعة واستخدامها الكبير في التواصل الاجتماعي،

وإنستغرام: تأتي في المرتبة الثانية بنسبة تفاعل بلغت ٩٠.٤%. يعكس هذا الاستخدام الواسع، خصوصاً بين فئة الشباب التي تفضل المحتويات المرئية مثل الصور والفيديوهات، وواتساب: سجلت هذه المنصة نسبة تفاعل عالية بلغت ٨٦%، وهي أداة رئيسية للتواصل اليومي عبر الرسائل الفورية، وتويتر: شهد تفاعلاً متوسطاً حيث بلغت نسبة المستخدمين (٦٠.٤%)، قد يعكس هذا أن تويتر يلقي اهتماماً أقل مقارنة بالمنصات الأخرى، وربما يكون أكثر استخداماً لأغراض الأخبار أو التواصل السريع، ولينكدان: نسبة التفاعل بها كانت منخفضة، حيث بلغ عدد المستخدمين (٢٥.٦%) فقط هذا قد يشير إلى أن هذه المنصة تظل موجهة أكثر للاستخدام المهني والوظيفي، وتيك توك: بلغت نسبة التفاعل (١٨.١%)، مما يظهر أن هذه المنصة لم تصل إلى الاستخدام الواسع بعد بين أفراد العينة، أو أن فئات معينة من المستخدمين قد لا تكون موجهة إلى هذا النوع من المحتوى الترفيهي.

○ **منصات أخرى:** أظهرت النسبة الأدنى للتفاعل، حيث تفاعل معها فقط ٤.٨% من المشاركين، مما يعكس أن أغلبية العينة تميل إلى استخدام المنصات الأكثر شيوعاً و بصورة عامة، يتضح من هذا الجدول أن فيسبوك وإنستغرام وواتساب هي المنصات الأكثر استخداماً، بينما يظل استخدام لينكدان وتيك توك ومنصات أخرى محدوداً نسبياً بين العينة.

ثامناً: هل واجهت أي ضغوط أو مضايقات نتيجة نشر مادة على منصة الفيسبوك؟

جدول (١٠) يعرض إجابات أفراد عينة الدراسة حول تعرضهم للضغوط أو المضايقات على منصات التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
٦٦.٥٩%	٢٩١	نعم
٢٧.٠٠%	١١٨	لا
٦.٤١%	٢٨	لا أدري
١٠٠%	٤٣٧	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن ٦٦.٥٩% من أفراد عينة الدراسة قد تعرضوا لضغوط أو مضايقات على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن ٢٧.٠٠% منهم لم يواجهوا مثل هذه المضايقات، أما بالنسبة لـ ٦.٤١% من العينة، فقد كانوا محايدين في إجاباتهم.

١. النتائج المتعلقة بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)

جدول (١١) يبين استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة

المرتبة	التسلسل	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	٣	تشجيع الأهل والأصدقاء بمناقشة موضوعات الانتخابات أثناء الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية	٢.٩٢	١.٠٥٨	متوسط
٢	٢	ساهم موقع الفيس بوك في زيادة قدرتي على المقارنة بين المرشحين واختيار الاصلح	٢.٨٠	١.١٤٧	متوسط
٣	٤	أتاح لي موقع فيسبوك فرصة الوصول إلى معلومات حول البرامج الانتخابية للمرشحين في انتخابات مجالس المحافظات العراقية وهي معلومات لم تكن متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية.	٢.٣٥	٠.١٩٩	متوسط
٤	٦	ساهمت منصة فيسبوك في تنظيم مبادرات وأنشطة مرتبطة بانتخابات مجالس المحافظات العراقية.	٢.٣٤	٠.٩٧٤	متوسط
٥	٥	وفرت لي منصة فيسبوك إمكانية متابعة أحدث المستجدات المتعلقة بانتخابات مجالس المحافظات العراقية.	٢.٢٢	٠.٩٦٩	منخفض
٦	١	تسهم منصة فيسبوك في تبادل وجهات النظر حول انتخابات مجالس المحافظات العراقية.	٢.٠٤	٠.٨٦٣	منخفض
		دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)	٢.٤٤	٠.٦٧٤	متوسط

يبين الجدول (١١) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (٢.٠٤ - ٢.٩٢). حيث احتلت الفقرة رقم (٣) التي تشير إلى "تشجيع الأهل والأصدقاء على مناقشة موضوعات الانتخابات أثناء الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (٢.٩٢). بينما جاءت الفقرة رقم (١) التي تنص على "تسهم منصة فيسبوك في تبادل وجهات النظر حول انتخابات مجالس المحافظات العراقية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (٢.٠٤). وعليه، كان متوسط دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة فيسبوك نموذجاً) بشكل عام (٢.٤٤).

٢. النتائج المتعلقة بإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)

جدول (١٢): يعرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة

المرتبة	التسلسل	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	٥	قدمت منصة فيسبوك تغطية شاملة لأخبار انتخابات مجالس المحافظات العراقية دون حذف أو تشويه.	٢.٨٧	١.٠٦٦	متوسط
٢	٢	ساهمت منصة فيسبوك في تعزيز التواصل بين الناخب والمرشح بعد انتخابات مجالس المحافظات العراقية.	٢.٨٦	١.١٥٣	متوسط
٣	٦	حفزت منصة فيسبوك المشاركة الفعالة في العملية الانتخابية.	٢.٤٥	٠.٩٧٩	متوسط
٤	٤	دعمت منصة فيسبوك مسيرة الديمقراطية في البلاد.	٢.٤٤	٠.٩٦٠	متوسط
٥	١	ساعدت منصة فيسبوك في تطوير العلاقات بين الناخبين والمرشحين.	٢.٣٦	١.٠٦٦	متوسط
٦	٣	وفرت منصة فيسبوك فرصة لاكتساب معلومات ومعارف جديدة تتعلق بانتخابات مجالس المحافظات العراقية.	٢.٣١	٠.٩٤١	منخفض
		إيجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣	٢.٥٥	٠.٦٧٣	متوسط

يوضح الجدول (١٢) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (٢.٣١) و(٢.٨٧)، حيث جاءت الفقرة "قدمت منصة فيسبوك تغطية شاملة لأخبار انتخابات مجالس المحافظات" في المرتبة الأولى بمتوسط (٢.٨٧)، بينما حلت الفقرة "وفرت منصة فيسبوك فرصة لاكتساب معلومات جديدة عن الانتخابات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٢.٣١). وبلغ متوسط إجابات استخدام مواقع التواصل في الحملات الانتخابية لعام ٢٠٢٣ (٢.٥٥)، مما يعكس تأثيرها في تعزيز الوعي والمشاركة السياسية.

٣. النتائج المتعلقة بسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)

جدول (١٣): يعرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة

المرتبة	التسلسل	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	٤	الإساءة للقيم والعادات والتقاليد من سلبيات منصة الفيسبوك في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣	٢.٤٦	١.٠٣	متوسط
٢	٢	عرضت منصة الفيسبوك موضوعات ذات آثار سلبية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية	٢.٣٨	٠.٩٥	متوسط

لمجالس المحافظات العراقية					
متوسط	٠.٩٧	٢.٢٨	ساهمت منصة الفيسبوك في فقدان الخصوصية الشخصية للناخب والمرشح.	٦	٣
متوسط	٠.٩٥	٢.٢٥	وفرت منصة الفيسبوك الفرصة لأصحاب المال السياسي لاستخدامه في الانتخابات. في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية	٣	٤
متوسط	١.٠٢٨	٢.٢٠	إساءة استعمال منصة الفيسبوك يؤدي إلى إفساد الانتخابات	١	٥
منخفض	٠.٩٨٧	٢.١٨	لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على منصة الفيسبوك بخصوص انتخابات مجالس المحافظات العراقية	٥	٦
متوسط	٠.٥٩٩	٢.٢٩	سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣		

يوضح الجدول (١٣) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (٢.١٨) و(٢.٤٦)، حيث جاءت الفقرة "من سلبيات فيسبوك الإساءة للقيم والعادات" في المرتبة الأولى بمتوسط (٢.٤٦)، بينما جاءت الفقرة "لا يمكن الثقة بالمعلومات بخصوص فقدان الخصوصية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٢.١٨). وبلغ متوسط سلبيات فيسبوك في الحملات الانتخابية لعام ٢٠٢٣ (٢.٢٩) بشكل عام.

٤. النتائج المتعلقة بأوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)

السؤال الرابع: ما هي أوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣، مع التركيز على منصة فيسبوك كنموذج؟ ، وللإجابة عن هذا السؤال، تم تحليل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول أوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية ، يوضح الجدول أدناه النتائج المستخرجة.

جدول (١٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة

المرتبة	التسلسل	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١.	٥	ساهمت منصة فيسبوك في التعبئة والحشد والتنظيم خلال الانتخابات.	٢.٦٦	١.١١	متوسط
٢.	٨	أتاح فيسبوك الفرصة لممارسة النقد السياسي تجاه المرشحين.	٢.٦٢	١.١٥	متوسط
٣.	٦	لعبت منصة فيسبوك دوراً في إبراز شخصيات سياسية جديدة.	٢.٥٢	٠.٩٩٤	متوسط

متوسط	١.١٠٥	٢.٥١	ساهمت منصة فيسبوك في تشكيل الثقافة السياسية للناخبين والمرشحين.	٩	٤.
متوسط	٠.٩٥	٢.٥١	عززت منصة فيسبوك الشعور بالمسؤولية الاجتماعية.	١١	٥.
متوسط	١.٠٠٥	٢.٥١	نجحت منصة فيسبوك في عرض آراء متنوعة ومختلفة بشأن القضايا المطروحة في موسم الانتخابات.	١٢	٦.
متوسط	٠.٩٤٢	٢.٤٧	أتاح فيسبوك للجميع فرصة طرح أي قضية أمام المرشحين.	١٠	٧.
متوسط	١.٠٠٤	٢.٤١	ساهمت منصة فيسبوك في التعرف على برامج وأفكار المرشحين.	١	٨.
متوسط	٠.٩٦٦	٢.٣٦	لعبت منصة فيسبوك دوراً في استخدام الانتخابات كوسيلة لحل قضايا المجتمع.	٧	٩.
منخفض	٠.٩٥	٢.٣٣	ساهمت منصة فيسبوك في متابعة الأحداث والتطورات المتعلقة بالانتخابات.	٢	١٠.
منخفض	٠.٩٥٧	٢.٣٢	تؤثر منصة فيسبوك على اتجاهات الناخبين وسلوكهم التصويتي.	٤	١١.
منخفض	٠.٨٥١	١.٨٧	عززت منصة فيسبوك المشاركة في الانتخابات.	٣	١٢.
متوسط	٠.٥٦٦	٢.٤٢	أوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)		

يوضح الجدول (١٤) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (١.٨٧) و(٢.٦٦). حيث احتلت الفقرة رقم (٥)، التي تنص على "ساهمت منصة فيسبوك في التعبئة والحشد والتنظيم خلال الانتخابات"، المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (٢.٦٦). بينما جاءت الفقرة رقم (٣) التي تشير إلى "عززت منصة فيسبوك المشاركة في الانتخابات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (١.٨٧). وعليه، فإن متوسط أوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة فيسبوك نموذجاً) بلغ (٢.٤٢) بشكل عام.

٥. النتائج المتعلقة بإسهام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)

السؤال الخامس: ما اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً؟)

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات اسهام مواقع التّواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً) والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (١٥): يُظهر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات إسهم مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣، مع التركيز على منصة فيسبوك كنموذج، مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية.

المرتبة	التسلسل	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١.	٢	كانت للدعاية الانتخابية على منصة فيسبوك تأثير بارز في نجاح المرشحين.	٢.٣٩	٠.٩٧٧	متوسط
٢.	١	أسهمت منصة فيسبوك بشكل فعال في الحملات الانتخابية.	٢.٣٤	١.٠٢٣	متوسط
٣.	٤	ساعدت هذه المنصة في تطوير لغة مشتركة للتواصل بين الناخبين والمرشحين.	٢.٢٠	١.٣٣٠	منخفض
٤.	٥	لعبت منصة الفيسبوك دوراً مهماً في نقل تطلعات وآمال الناخبين إلى المرشحين.	١.٧٣	١.٠١٨	منخفض
٥.	٦	أرى أن التواصل الشخصي هو أفضل وسيلة للدعاية الانتخابية، ولا أؤيد اعتماد المرشحين بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي.	١.٦٥	٠.٩٧٩	منخفض
٦.	٣	أثرت الدعاية الانتخابية على منصة فيسبوك على سلوكي التصويتي.	١.٥٨	١.٠٢٥	منخفض
		إسهم مواقع التّواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (منصة الفيسبوك نموذجاً)	١.٩٨	٠.٦١٦	منخفض

يبين الجدول (١٥) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (١.٥٨) و(٢.٣٩). وقد احتلت الفقرة رقم (٢)، التي تشير إلى أن الدعاية الانتخابية على منصة فيسبوك لها تأثير بارز في نجاح المرشحين، المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٢.٣٩). في المقابل، جاءت الفقرة رقم (٣)، التي تنص على أن الدعاية الانتخابية على منصة فيسبوك أثرت على سلوكي التصويتي، في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (١.٥٨). كما بلغ متوسط إسهم مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ (مع أخذ منصة فيسبوك كنموذج) (١.٩٨).

تؤكد البيانات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت لها تأثير قوي على الحملات الانتخابية. لقد غيرت منصة فيسبوك بشكل جذري كيفية وضع خطط واستراتيجيات الحملات

الانتخابية والتواصل مع الناخبين، خصوصاً أنها أصبحت المصدر الأول للأخبار والمعلومات حول الانتخابات

تتفق هذه النتائج مع العديد من الدراسات التي أكدت وجود علاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية بشكل عام، والمشاركة في الانتخابات بشكل خاص، ومع ذلك، تتعارض تماماً مع دراسات أخرى خلصت إلى عدم وجود علاقة بين الحملات الانتخابية وسلوك الناخبين.

النتائج المتعلقة بتقييم عينة البحث حول استخدام موقع فيسبوك لمتابعة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣.

السؤال السادس: ما هو تقييم عينة البحث حول استخدام موقع فيسبوك لمتابعة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣؟

جدول (١٦): يعرض التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول تقييمهم لاستخدام موقع فيسبوك لمتابعة أخبار الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣.

رقم السؤال	السؤال	نعم		لا		لاادري	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
١	شهدت الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣ حضوراً كبيراً لمنصة فيسبوك.	٢٢٨	٥٢.٢	١٠٣	٢٣.٦	١٠٦	٢٤.٣
٢	أثرت منصة فيسبوك بشكل ملحوظ على سلوك الناخب العراقي في الانتخابات.	٢٢٦	٥١.٧	١٢١	٢٧.٧	٩٠	٢٠.٦
٣	ساهمت هذه المنصة في تحفيز وتعبئة المجتمع العراقي للاهتمام بالحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣.	٢٢٧	٥١.٩	١١٢	٢٥.٦	٩٨	٢٢.٤
٤	نجحت منصة فيسبوك في الكشف عن العديد من التجاوزات التي حدثت خلال الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣.	٢٢٧	٥١.٩	١١٢	٢٥.٦	٩٨	٢٢.٤
٥	يمكن اعتبار منصة فيسبوك من بين أفضل وسائل التعبير عن الرأي خلال مواسم الانتخابات في العراق.	٢٢٩	٥٢.٤	82	١٨.٨	١٢٦	٢٨.٨

					٢٨١	٦٤.٣	١٥٦	٣٥.٧	٦. برأيك بشكل عام، كيف تقييم اسهامات منصة الفيسبوك في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣
--	--	--	--	--	-----	------	-----	------	--

تشير البيانات الواردة في الجدول إلى النتائج التالية:

٥٢.٢٠% من أفراد العينة أكدوا أن منصة فيسبوك لعبت دوراً كبيراً في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣، بينما نفى ٢٣.٦% ذلك، واختار ٢٤.٣% البقاء على الحياد.

٥١.٧٠% أشاروا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت على سلوك الناخب العراقي في التصويت، في حين نفى ٢٧.٧% وجود أي تأثير، وفضل ٢٠.٦% الحياد.

٥١.٩٠% أكدوا أن فيسبوك ساهم بشكل ملحوظ في الحملات الانتخابية وحفز المجتمع العراقي على الاهتمام بالانتخابات، بينما رأى ٢٥.٦% عدم وجود مساهمة، و ٢٢.٤% التزموا الحياد.

٥١.٩٠% اعتبروا أن فيسبوك نجح في كشف التجاوزات التي وقعت خلال الحملات الانتخابية لعام ٢٠٢٣، بينما ٢٥.٦% لم يروا أي نجاح في هذا الشأن، و ٢٢.٤% ظلوا على الحياد.

بشكل عام، يرى ٦٤.٣% من أفراد العينة أن دور وسائل التواصل الاجتماعي، وخصوصاً منصة فيسبوك، كان إيجابياً في انتخابات مجالس المحافظات العراقية لعام ٢٠٢٣، بينما رأى ٣٥.٧% أن هذا الدور كان سلبياً إلى حد ما.

تظهر هذه النتائج أن الأغلبية يتفقون على أن فيسبوك كان له تأثير كبير ومهم في الحملات الانتخابية، حيث استخدمه العديد من المرشحين بفعالية للتواصل مع الناخبين والترويج لأفكارهم وبرامجهم، كما أصبح جزءاً من أدوات الرقابة الشعبية على الانتخابات، مما قلل من التجاوزات التي كانت تحدث عادة. ومع ذلك، فإن هناك نسبة من المبحوثين يرون أن دور مواقع التواصل الاجتماعي كان سلبياً إلى حد ما ولم يحقق التأثير المرجو في الانتخابات.

السادس عشر : اجابات الفرضيات

○ وجود فروق لصالح الإناث في سلبيات استخدام فيسبوك في الحملات الانتخابية لمجالس المحافظات العراقية.

○ وجود فروق بناءً على العمر في جميع المجالات، حيث تم تحديد الفروق باستخدام المقارنات البعدية بطريقة شيفيه.

○ وجود فروق بناءً على المستوى التعليمي في دوافع وإيجابيات استخدام فيسبوك في الحملات الانتخابية، وفقاً للمقارنات البعدية بطريقة شيفيه.

○ عدم وجود فروق دالة إحصائياً في جميع المجالات بناءً على التوجه السياسي.

- فروق لصالح الفئة العمرية ٥٠ سنة فأكثر في دوافع وإيجابيات الاستخدام ودور فيسبوك في الحملات الانتخابية مقارنةً بالفئات العمرية الأصغر.
- فروق لصالح الفئة العمرية ١٧-٢٩ سنة مقارنةً بالفئة ٣٠-٣٩ سنة في أوجه الاستفادة من فيسبوك في الحملات الانتخابية.
- فروق لصالح الفئة العمرية ٥٠ سنة فأكثر في معيقات استخدام فيسبوك في الحملات الانتخابية مقارنةً بالفئات العمرية الأصغر.
- فروق لصالح المرحلة الإعدادية مقارنةً بحملة الشهادة الجامعية في دوافع استخدام فيسبوك.
- فروق لصالح المرحلة الثانوية مقارنةً بحملة الشهادة الجامعية في إيجابيات ومعيقات استخدام فيسبوك.

السابع عشر : ملخص نتائج الدراسة :

- أولاً: أظهرت نتائج الدراسة أن جميع أفراد العينة يستخدمون منصة فيسبوك يومياً لفترات تتراوح بين أقل من ساعة إلى أكثر من خمس ساعات، مما يعكس الانتشار الواسع لاستخدام هذه المنصة بين أفراد المجتمع العراقي.
- ثانياً: أوضحت الدراسة أن الموضوعات التي يتم مناقشتها على منصة فيسبوك تتنوع بين السياسة، الاقتصاد، القضايا الاجتماعية، والثقافة. إلا أن القضايا الاجتماعية تحتل المرتبة الأولى من حيث الاستخدام على هذه المنصة.
- ثالثاً: بينت نتائج الدراسة أن استخدام فيسبوك له إيجابيات وسلبيات. من أبرز الإيجابيات توفير تغطية شاملة لأخبار الانتخابات دون حذف أو تشويه. أما أبرز السلبيات، فتمثلت في عرض موضوعات أثرت سلباً على سير انتخابات مجالس المحافظات العراقية، إضافة إلى انتهاك خصوصية الناخبين والمرشحين.
- رابعاً: كشفت الدراسة أن المواطن العراقي يستفيد من فيسبوك خلال الانتخابات من خلال دوره في التعبئة والحشد والتنظيم، كما يوفر فرصة لممارسة النقد السياسي للمرشحين.
- خامساً: أكدت الدراسة أن استخدام فيسبوك في الحملات الانتخابية كان له دور بارز في نجاح بعض المرشحين، وأن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل كبير في هذه الحملات.
- سادساً: اتفقت نتائج الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة التي أشارت إلى دور فيسبوك في تشكيل الرأي العام والتأثير على سلوك التصويت لدى الناخب العراقي، باعتباره أداة هامة لترويج الأفكار والبرامج الانتخابية، ولإثارة الوعي لدى الناخبين.

الثامن عشر : التوصيات :

- استثمار وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الديمقراطية: يجب اعتبارها منابر للحوار الديمقراطي حول قضايا الرأي العام، بما يسهم في تعزيز المشاركة السياسية وزيادة الوعي بالشأن العام.
 - استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات للتنمية والتثقيف: تعزيز دورها في نشر قيم الحوار، التعددية، التسامح والتعايش، بعيداً عن التطرف والصراع والعنف.
 - تشجيع السياسيين على التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي: حث المرشحين والمسؤولين على إنشاء حسابات للتفاعل مع المواطنين، مما يسهم في رفع الوعي وتحقيق الإصلاح.
 - مراجعة القوانين المتعلقة بالحريات: الابتعاد عن تقييد الحريات والتضييق على التعبير، لأن ذلك يهدد حقوق الإنسان ويقود إلى الاستبداد وتراجع الديمقراطية.
 - إجراء دراسات إضافية حول وسائل التواصل الاجتماعي: لتعميق فهم دوافع استخدامها في المجتمع العراقي وآثارها، والسعي لتقليص سلبياتها وتحديد اتجاهات الرأي العام.
- الهوامش والمصادر والمراجع:**

- (١) كامل حسون القيم، (٢٠٢١م)، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، بغداد، مركز حمورابي للدراسات والبحوث : ص١٥٦-١٥٨.
- (٢) رزاق لحسن ، (٢٠٠٩م) ، الحملة الانتخابية من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة - دراسة تحليلية لمضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة : ص ٦٠.
- (٣) أحمد حسين الرفاعي، (٢٠٠٧م)، مناهج البحث العلمي، ط٥، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع : ص ٦١-٦٢.
- (٤) هادي نعمان ، (١٩٨٣م)، مقدمة في شروط البحث العلمي ، بغداد ، دار المنهل : ص ٢٩.
- (٥) حميد جاعد محسن الدليمي ، (٢٠٠٤م) ، أساسيات البحث المنهجي. بغداد ، شركة الحضارة للطباعة والنشر: ص٢٨.
- (٦) سارة حامد، (٢٠٠٢م)، أصول في البحث العلمي، بيروت، دار ابن خلدون : ص ١٧٨.
- (٧) محجوب عطية الفاندي، (١٩٩٤م) ، طرق البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجمهورية العربية الليبية ، الدار البيضاء، مطبعة عمر المختار : ص ٢٣.
- (٨) حميد جاعد محسن الدليمي ، (٢٠٠٤م)، أساسيات البحث المنهجي ،بغداد ، شركة الحضارة للطباعة والنشر : ص ٥٨ .
- (٩) سالم محمد عبود ، (٢٠٠٩م)، الاتجاهات الحديثة في أصول البحث العلمي ، بغداد ، دار الدكتور للعلوم : ص ١١٣.

- (١٠) سعد سلمان المشهداني، (٢٠٢٠م)، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الاعلامية الجديدة، عمان، دار امجد: ص ٨٣.
- (١١) السنجري، بشرى. (٢٠١٨م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي. العراق: جامعة بغداد : ص ١١
- (١٢) رضا أمين ، (٢٠١٥م)، الإعلام الجديد، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع : ص ١١٤ - ١١٥.
- (١٣) محمود بن سعيد البشير ، (١٩٩٧م)، مقدمة في الاتصال السياسي. السعودية ، العبيكان : ص ٢١
- (١٤) حجاب، محمد منير، (٢٠٠٧م) ، إدارة الحملات الانتخابية. ط. ١، دار الفجر للنشر والتوزيع : ص ١٦
- (١٥) منصور محمد الواسعي (٢٠٠٩م)، حقا الانتخاب والترشيح وضمانتها: دراسة مقارنة"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية : ص ٢٢-٢٣
- (١٦) شيماء علي، (٢٠٢٤م) ما بين تقاسم السلطة وتوطيدها: أثر نتائج انتخابات مجالس المحافظات على الأمن. والسياسة في العراق، للمزيد ينظر على الموقع الالكتروني <https://www.washingtoninstitute.org/ar/policy-analysis/ma-by-n-tqasm-alsl-tt-wtwydha-athr-ntayj-antkhabat-mjals-almhafzat-ly-alamn-walsyast>