

**محددات وسائل التواصل الاجتماعي واثرها على
السلوك الانتخابي**

**Determinants of Social Media and Their
Impact on Electoral Behavior**

أ.م.د. هند محمد عبد الجبار

Assistant Prof. Dr. Hind Mohammed Abdul-Jabbar

hindmohamad@tu.edu.iq

رندة سلام دحام

Randa Salam Daham

جامعة تكريت - كلية العلوم السياسية

Tikrit University - College of Political Science

rsdppos6@st.tu.edu.iq

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، السلوك الانتخابي، الإعلام الرقمي، المشاركة السياسية، الوعي السياسي، الحملات الانتخابية الرقمية، الفجوة الرقمية، التضليل الانتخابي.

Keywords: Social media, electoral behavior, digital media, political participation, political awareness, digital electoral campaigns, digital divide, electoral misinformation.

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى بيان أثر محددات وسائل التواصل الاجتماعي في السلوك الانتخابي، في ظل التحول الكبير الذي أحدثته المنصات الرقمية في أنماط الاتصال السياسي والحملات الانتخابية، إذ لم تعد هذه الوسائل مجرد أدوات لنقل الأخبار أو تبادل المعلومات، بل أصبحت فضاءات مؤثرة في تشكيل الوعي السياسي، وبناء الأجندة الانتخابية، وتحفيز المشاركة، وتوجيه اتجاهات الناخبين، وينطلق البحث من إشكالية مفادها أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي لا يتحقق بمعزل عن البيئة المحيطة بها، وإنما يتحدد من خلال طبيعة النظام السياسي والاجتماعي، والإطار القانوني المنظم للإعلام الرقمي، والمحددات التكنولوجية المرتبطة بالبنية التحتية وكلفة الوصول والفجوة الرقمية والكفايات المعلوماتية. وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لبيان العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك الانتخابي، وتوصل إلى أن المنصات الرقمية يمكن أن تسهم في تعزيز المشاركة السياسية والوعي الانتخابي متى ما توافرت بيئة سياسية وقانونية وتكنولوجية مناسبة، لكنها قد تؤدي في المقابل إلى الاستقطاب والتضليل وتوجيه السلوك الانتخابي بصورة غير واعية إذا غابت الضوابط القانونية والمهارات الرقمية الكافية، الأمر الذي يجعل تنظيم الإعلام الرقمي وتعزيز الثقافة الرقمية من المتطلبات الأساسية لحماية نزاهة العملية الانتخابية وترشيد سلوك الناخبين .

Abstract

This research aims to examine the impact of social media determinants on electoral behavior in light of the major transformation brought about by digital platforms in patterns of political communication and electoral campaigns. These platforms are no longer merely tools for transmitting news or exchanging information; rather, they have become influential spaces for shaping political awareness, building the electoral agenda, stimulating participation, and directing voters' attitudes. The research proceeds from the premise that the influence of social media does not occur in isolation from its surrounding environment, but is shaped by the nature of the political and social system, the legal framework regulating digital media, and the technological determinants related to infrastructure, access costs, the digital divide, and information competencies. The research adopts the descriptive analytical approach to clarify the relationship between social media and electoral behavior. It concludes that digital platforms can contribute to enhancing political participation and electoral awareness when an appropriate political, legal, and technological environment is available. However, they may also lead to polarization, misinformation, and the unconscious shaping of electoral behavior when legal controls and sufficient digital skills are absent. This makes the regulation of digital media and the promotion of digital literacy essential requirements for protecting the integrity of the electoral process and rationalizing voters' behavior.

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تحولاً جذرياً في الاتصال السياسي بفعل وسائل التواصل الاجتماعي، إذ لم تعد منصات نقل الأخبار فحسب، بل أصبحت أدوات تأثير انتخابي تعمل عبر محددات واضحة مثل: بناء الأجندة (تحديد ما يراه الناخب مهماً)، والتعبئة (تحفيز المشاركة)، والإقناع (تعديل الاتجاهات)، والاستقطاب (تقسيم الجمهور إلى معسكرات)، والتضليل (تشويش القرار الانتخابي)، ويظهر هذا الأثر انتخابياً في مؤشرات مثل: ارتفاع/انخفاض نية التصويت، حجم التفاعل مع محتوى المرشحين (تعليق/مشاركة/إعادة نشر)، واتجاهات التأييد أو المقاطعة خلال الموسم الانتخابي، وتتحدد فعالية وسائل التواصل الاجتماعي بعدة محددات رئيسية، منها طبيعة النظام السياسي والاجتماعي، والإطار القانوني المنظم للإعلام الرقمي، والتطورات التكنولوجية التي تجعل الوصول إلى المعلومات أسرع وأكثر انتشاراً، وكيفية تأثيرها على السلوك الانتخابي، سواء في تشكيل القرارات الفردية، أو تحفيز المشاركة السياسية، أو التأثير على اتجاهات الناخبين ومواقفهم.

أولاً: مشكلة البحث

تبرز المشكلة بصورة أوضح في أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي لا يكون واحداً في جميع البيئات، إذ يختلف تبعاً لدرجة انفتاح المجال العام، ومستوى الثقة بالمؤسسات، وحدود حرية التعبير، وقوة الانتماءات الاجتماعية، فضلاً عن قدرة الأفراد على الوصول إلى الإنترنت وتمييز المعلومات الصحيحة من المضللة. فالمنصات الرقمية قد تعزز الوعي والمشاركة إذا وجدت بيئة سياسية وقانونية وتكنولوجية مناسبة، لكنها قد تتحول إلى أداة للتعبئة العاطفية أو الاستقطاب أو نشر الأخبار المضللة إذا غابت الضوابط القانونية والمهارات الرقمية الكافية، وبناءً على ذلك، يمكن صياغة مشكلة البحث بالسؤال الرئيس الآتي:

ما أثر محددات وسائل التواصل الاجتماعي في السلوك الانتخابي؟

ثانياً: أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من الأهمية المتزايدة لوسائل التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية والانتخابية، إذ أصبحت هذه الوسائل جزءاً من البيئة التي يتكوّن داخلها وعي الناخب، ويتفاعل من خلالها مع المرشحين والأحزاب والقضايا العامة. فلم يعد القرار الانتخابي يعتمد فقط على البرامج السياسية التقليدية أو الحملات المباشرة، بل أصبح يتأثر بدرجة التعرض للمحتوى الرقمي، ومصداقية المصادر، وطبيعة النقاشات العامة، وتوقيت الرسائل الانتخابية، والبيئة السياسية والقانونية والتكنولوجية التي تعمل ضمنها المنصات

المطلب الأول

طبيعة النظام السياسي والاجتماعي

يشكل النظام السياسي والاجتماعي في أي دولة الإطار الذي ينظم العلاقة بين السلطة والمجتمع، ويوجه التفاعلات السياسية والاجتماعية لتحقيق الاستقرار والتنمية، فالنظام السياسي يحدد كيفية ممارسة السلطة وصنع القرارات وتوزيع الموارد، ويعتمد على مؤسسات تنفيذية وتشريعية وقضائية وثقافة سياسية وسلوك سياسي فعال.

وبالمنظور الانتخابي، ينعكس ذلك في شكل البيئة التي تتحرك فيها الحملات الرقمية: اتساع المنافسة يزيد المحتوى البرامجي والإقناعي، بينما ضيق المنافسة أو ضعف الثقة قد يزيد المحتوى العاطفي والاستقطابي والتشكيلي، وأنّ منصات التواصل قد تتحول إلى "مصدر أول" للمعلومات السياسية لدى فئات واسعة بسبب السرعة والمرونة واتساع هامش الحرية، بما يعزّز الوعي السياسي نسبيًا، غير أنّ هذا المسار يبقى مشروطًا بمستوى المصادقية؛ إذ تُسجّل النتائج نفسها وجود قابلية للتضليل والمغالطات عند غياب التحقق، كما تُشير بعض البيانات إلى أنّ قرار الانتخاب لا يُبنى بالضرورة على ما يُنشر في وسائل التواصل الاجتماعي، بل قد يُعاد تفسيره عبر القناعة الذاتية والخبرة الواقعية خارج المنصات (شرايرية، برقي، وهقاشي، 2017، ص 140-142).

وقد يتكون النظام السياسي (عبد الكريم، 2025، ص 652) من عدة عناصر مترابطة، وهي:
• السلطة الحاكمة: تُعدّ السلطة الحاكمة أحد أهم المحددات السياسية المؤثرة في السلوك الانتخابي، إذ إن طبيعة هذه السلطة ومدى تمتعها بالشرعية والمشروعية الدستورية تنعكس بصورة مباشرة على اتجاهات الناخبين وأنماط مشاركتهم السياسية، فالسلطة بوصفها الفئة الحاكمة التي تصدر الكيان السياسي تستمد وجودها واستمراريتها من رضا المواطنين واقتناعهم بسلامة الآليات التي أفرزتها، سواء عبر الانتخابات أو من خلال الأطر الدستورية المنظمة لتداول الحكم (خلف، 2024، ص 182).

• المؤسسات السياسية: وتشمل المؤسسات السياسية الكيانات الرسمية المنصوص عليها في الدستور والمسؤولة عن تسيير الدولة وممارسة السلطة، مثل مجلس النواب، ورئاسة الجمهورية، ورئيس الحكومة، والمجلس الدستوري، وتركز هذه المؤسسات على وظائفها القانونية والرسمية في صنع القرار وتنظيم الحياة السياسية، بينما تظل الأحزاب السياسية وجماعات الضغط خارج هذا النطاق وتدرس عادة ضمن العلوم السياسية، وتؤثر فاعلية المؤسسات في السلوك الانتخابي عبر تشكيل تصور الناخب عن جدوى التصويت، بما ينعكس على: المشاركة الفعلية، الاهتمام بالبرامج، والانخراط في الحملات الرقمية (برهومي، 2014، ص 12).

• الثقافة السياسية: وهي إحدى الأدوات الرئيسية في بناء المجتمع السياسي فمن خلالها يمكن معرفة شكل السلوك السياسي الذي يؤثر العلاقة بين الحكام والمحكومين فالحكم الفردي السلطوي تلائمه ثقافة سياسية تتمحور عناصرها في الخوف من السلطة وضعف الميل إلى المشاركة أم الحكم الديمقراطي يتطلب ثقافة سياسية مشاركة (محمد، 2025، ص 964).

• السلوك السياسي: هو مجموع الأفعال والمواقف التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات في المجتمع ضمن إطار العملية السياسية، والتي تهدف إلى التأثير في صنع القرار أو الاستجابة له، ويشمل التفاعل المستمر بين الفرد وبيئته السياسية، بحيث يتأثر ويأثر بالهيئات والمؤسسات والأحداث السياسية والاجتماعية (الناهي وعطوان، 2017، ص 25).

وتتأثر نسبة وفاعلية المشاركة السياسية في أي مجتمع بطبيعة النظام السياسي المعمول به، إذ تحدد طبيعة هذا النظام مدى السماح للمواطنين بالمشاركة الفعلية في صنع القرار، فالنظام السياسي الذي يتمتع بالشرعية والممارسات الديمقراطية يتيح للأفراد الانخراط في العمل السياسي واختيار ممثليهم والمشاركة في صياغة السياسات التي تحقق مصالحهم، بينما قد تقيد الأنظمة السلطوية أو المركزية هذه المشاركة، مما يؤثر على مستوى التفاعل السياسي والوعي المدني للمواطنين (العكيلي، 2024، ص 232).

يتأثر أثر وسائل التواصل في السلوك الانتخابي بدرجة "انفتاح المجال العام" داخل النظام السياسي، فحين تُفهم المنصات بوصفها فضاءً أسرع من الإعلام التقليدي وأقل خضوعاً لضغوط السياسية، تميل إلى لعب دور أكبر في تشكيل الوعي السياسي وإعادة ترتيب الأولويات العامة، بينما في البيئات الأكثر تقييداً قد تتحول المنصات إلى بدائل للاتصال السياسي تُنتج خطاباً احتجاجياً أو استقطابياً أو تعبويًا، بحسب طبيعة العلاقة بين السلطة والمجتمع وحدود الرقابة والثقة. (شريف، 2020، ص 34)

اذ يؤثر النظام السياسي بشكل مباشر على السلوك الانتخابي، ففي تونس فيشكل الانتخاب الشعبي المباشر للرئيس محددًا أساسيًا للسلوك الانتخابي، إذ يمنحه شرعية واسعة ويجعل تمثيله للشعب مركزياً، مما يعزز استقلاليته عن البرلمان ويحفز المواطنين على المشاركة، في حين يظل الدور البرلماني أقل تأثيراً في استقطاب الانتباه الشعبي، وبالتالي يؤثر هذا النظام على اتجاهات التصويت وطبيعة التفاعل مع العملية السياسية (لاطرش وبوحنية، 2020، ص 48).

اما في مصر فقد أثر النظام السياسي التسلطي والمؤسسي في مصر بشكل مباشر على السلوك الانتخابي، إذ أسهم تركيز السلطة التنفيذية وسيطرة أجهزة الأمن على مفاصل الدولة، إلى جانب استمرار العمل بقانون الطوارئ منذ 1981، وإلغاء الإشراف القضائي على الانتخابات البرلمانية عام 2010، في تقويض ثقة المواطنين بالعملية الانتخابية وتقليل شرعيتها في نظرهم، كما أدى

استبعاد المعارضة السياسية بالكامل وغياب حرية الإعلام والمساءلة إلى عزوف الناخبين وتبني مواقف احتجاجية وانتقادات للنظام، ما انعكس في انخفاض المشاركة الانتخابية وانتشار السلوك الانتخابي السلبي (فضلي، 2019، ص 107).

اما في لبنان يؤثر النظام السياسي البرلماني في لبنان على السلوك الانتخابي من خلال توزيع السلطات بين الرئاسة والحكومة والبرلمان، حيث تحدد الصلاحيات دور كل جهة في صنع القرار، يلزم نظام الحكومة بتقديم برامج أمام البرلمان، ويشترط توقيع الوزراء المختصين على قرارات الرئاسة، مما يعزز متابعة المواطنين لأداء المؤسسات، تركيز بعض الصلاحيات في الرئاسة يزيد من أهميتها في العملية السياسية ويؤثر على اتجاهات التصويت، كما يشكل إطار توزيع المقاعد والوظائف أساساً لتقييم الناخبين لفاعلية المشاركة، بالتالي ينعكس هذا النظام مباشرة على مستوى المشاركة واختيار المرشحين (بهولي، 2023، ص 340-341).

• الاعراف والعادات والتقاليد: هي مجموعة القواعد غير الرسمية التي تسود داخل مجتمع أو جماعة معينة وتعمل كدستور اجتماعي يضبط سلوك الأفراد، ويُعدّ الخروج عنها مخالفة لعرف الجماعة، وتبرز هذه النظم بصورة أوضح في المجتمعات القبلية والريفية، حيث قد تقوم على أسس دينية أو عرقية أو طبقية أو اقتصادية، وأحياناً على القوة البدنية، وقد تُسهم بعض هذه الأعراف في إحداث آثار اجتماعية سلبية، مثل زواج الأقارب أو ممارسات تقليدية معينة، بما ينعكس على الصحة والبنية الاجتماعية للمجتمع (صابر، حمدي، وجمال، 2017، ص 11).

تؤدي طبيعة النظام الاجتماعي دوراً محورياً في تشكيل الوعي السياسي للأفراد وتوجهاتهم الانتخابية، إذ تؤثر القيم السائدة، مثل الانتماءات العشائرية أو الطائفية أو الطبقية، في تحديد خيارات الناخبين (الصراف، 2025، ص 156)، سواء بصورة مباشرة من خلال الضغوط الاجتماعية، أو بصورة غير مباشرة عبر التنشئة الاجتماعية التي تُرسخ أنماطاً معينة من الولاء السياسي (الجاسور، 2008، ص 685).

ومع الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، لم يعد تأثير النظام الاجتماعي مقتصرًا على العلاقات التقليدية المباشرة، بل امتد إلى الفضاء الرقمي الذي أتاح تكوين شبكات اجتماعية افتراضية تُعيد إنتاج القيم والاتجاهات، وتوسّع من نطاق التأثير السياسي، حيث أصبح الأفراد أكثر قدرة على التعبير عن آرائهم وتبادل المواقف خارج الأطر الاجتماعية الضيقة، غير أن هذا الانفتاح الرقمي قد يسهم في تعميق الانقسامات الاجتماعية من خلال الخطاب الاستقطابي ونشر المعلومات (العياصرة والشاقبة، 2025، ص 262).

اذ تؤثر البنية الاجتماعية في تونس على السلوك الانتخابي عبر دور المجتمع المدني في توجيه المشاركة السياسية وتنظيم المطالب الشعبية، ساهمت النقابات والمنظمات المدنية في تعزيز وعي المواطنين وتحفيزهم على الانخراط الفاعل بالانتخابات، وضبط التوازن بين الدولة والمجتمع، ما انعكس مباشرة على اتجاهات التصويت ومستوى المشاركة (الباز، 2017، ص 109).

اما في مصر تؤثر طبيعة النظام الاجتماعي في مصر على السلوك الانتخابي من خلال الحد من مشاركة بعض الأحزاب والأقليات السياسية، خاصة تلك ذات التوجهات المتطرفة أو المعارضة، إذ يمنع نظام الانتخابات بالأغلبية وصولها إلى البرلمان أو التعبير العلني عن آرائها (عسراوي، 2014، ص 30).

اما في لبنان تلعب الانقسامات الاجتماعية والمذهبية دوراً حاسماً في توجيه اختيارات الناخبين. يعتمد الناخبون غالباً على الانتماءات الجماعية، مثل الانتماء الديني أو المذهبي، عند اتخاذ قرار التصويت، ما يجعل الهوية الاجتماعية أكثر تأثيراً من البرامج السياسية أو الأداء الحكومي، يعكس هذا الانتماء الجماعي سيطرة البنية الاجتماعية على اتجاهات التصويت، ويؤثر على مستوى المشاركة الانتخابية ونمط السلوك السياسي في المجتمع (الصافي، 2021، ص 59).

المطلب الثاني

الاطار القانوني للأعلام الرقمي

ادى تزايد اتساع انتشار الإعلام الرقمي وظهور منصات رقمية متعددة، نشأت حاجة ملحة لوضع أطر قانونية لتنظيمه، بهدف ضمان التوازن بين حرية التعبير وحماية المجتمع والأفراد، وتنظيم المسؤوليات القانونية للمؤسسات الإعلامية تجاه الجمهور، كما برزت الحاجة إلى اتفاقيات دولية ووضع تشريعات محلية لضبط استخدام الوسائط الرقمية، وحماية الخصوصية، ومواجهة جرائم المعلوماتية والإرهاب الإلكتروني، وهو ما يعكس أهمية تطوير نظام قانوني شامل يواكب سرعة التطور التكنولوجي ويضمن الاستفادة الآمنة والمسؤولة من الإعلام الرقمي (عبد القادر، 2025، ص 196).

ومن زاوية "اقتصاد المنصات"، فإن تجمّع الإعلانات داخل الفيسبوك وتنوعها (بما يجعله وسيطاً مفضلاً لعرض الرسائل والإعلانات) يفسر انجذاب المستخدمين إليه واعتمادهم عليه بكثرة، وهو ما يمكن القياس عليه في المجال السياسي: فحين تتوافر منصة تجمع الإعلان وتضمن الوصول السريع لجمهور واسع، تصبح بيئة مناسبة لتكثيف الرسائل الانتخابية

والإعلانات الممولة، بما يفرض على الإطار القانوني معالجة شفافية الإعلان ومصادر التمويل وحدود الاستهداف (خليفة، 2020، ص 83-84).

أولاً : خصائص الاعلام الرقمي

يتميز الاعلام الرقمي بعدة خصائص تجعله مختلفا، لعل ابرزها ما يلي:

1-التفاعلية: يتيح الإعلام الرقمي للمستخدمين التفاعل مع المحتوى من خلال الفاعلية بوصفها إحدى خصائص الإعلام الرقمي، وذلك عبر أدوات مثل التعليقات، والإعجابات، والمشاركة، الأمر الذي يحول عملية الاتصال من نمط أحادي الاتجاه إلى اتصال ثنائي الاتجاه قائم على التفاعل والتبادل، كما يسهم هذا التفاعل في تعزيز مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى وتوجيه مساراته (غانم وجار الله، 2025، ص 4).

2-الشمولية: وهو عنصر بالغ الأهمية في العملية الاعلامية الجديدة، وهو ايضا احد تكوينات المجتمعات الافتراضية، اذا كان الاعلامي في الاعلام التقليدي يعاني من ضيق المساحة المخصصة لتناول موضوع معين او انجاز عمل اعلامي او كتابة مقال في الوسائل المقروءة او المسموعة او المرئية، ولكن بفضل شبكة الانترنت اصبح بإمكان كل من يود المشاركة عن طريق وسائل الاعلام الالكتروني المختلفة كالصحافة الالكترونية او المدونات او المنتديات ان يقوم بذلك دون حاجز من ضيق المساحة او غيره، كما اصبح بإمكان المتابع ان يستفيد من كثير من الروابط والمواقع الالكترونية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمله (الدليمي، مصدر سابق، ص 35).

3-الانتشار السريع: يُعدّ الانتشار السريع من أبرز خصائص الإعلام الرقمي، إذ يمكن من خلاله نقل المعلومة أو الحدث خلال ثوانٍ إلى جمهور واسع ومتنوع عبر المنصات المختلفة، ويسهم هذا الانتشار في زيادة سرعة تداول الأخبار وتوسيع نطاق تأثيرها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، كما يتيح للأفراد والمؤسسات إيصال رسائلهم إلى جمهور عالمي دون قيود مكانية أو زمنية (محي، 2025، ص 782).

4-الحركة والمرونة: تُعدّ الحركة والمرونة من خصائص الإعلام الرقمي، إذ يمكن نقل واستخدام الوسائل الجديدة في أي مكان، مثل الحاسبات الشخصية، وآلات التصوير المحمولة، والهواتف النقالة، مما يتيح إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله بسهولة وفي مختلف البيئات (شمس، 2025، ص 436).

5-تعدد الوسائط: يُعدّ تعدّد الوسائط من الخصائص الأساسية للإعلام الرقمي، إذ يعتمد على توظيف مختلف وسائل الاتصال مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، إضافة إلى الرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد، ويسهم هذا التنوع في تقديم المحتوى الإعلامي

بصورة أكثر تشويقاً ووضوحاً، مما يساعد على جذب انتباه المتلقي وتعزيز فهمه للمعلومة (حمزة، 2017، ص 67).

ثانياً: التنظيم القانوني للإعلام الرقمي

ان الإعلام يعتبر ظاهرة اجتماعية راسخة دخلت المجتمعات البشرية منذ العصور الأولى وحتى اليوم، مما جعله يشكل جزءاً أساسياً من حياة الإنسان المعاصر ووجهاً من وجوه الحضارة، كما يعكس الإعلام الاتجاهات الفكرية والسياسية والظروف الاجتماعية والنظم الاقتصادية، ويتأثر بها في الوقت ذاته، وهو ما يبرز أهمية وضع أطر قانونية لتنظيم عمله، خاصة في ظل التطور الرقمي السريع الذي شهده الإعلام الحديث (الشوفي، 2011، ص 15).

ومع تنامي دور الإعلام الرقمي وظهور المنصات الإلكترونية المتعددة، نشأ خلاف حول تنظيم "حرب الإعلام" الرقمية، ما أدى إلى ظهور مفاهيم وأنظمة قانونية متنوعة تنظم المحتوى الرقمي، وبناءً عليه، يصبح من الضروري الاعتراف بأن أي تصنيف لهذه الأنظمة القانونية لا يمكن أن يغطي جميع التباينات بين الدول، إذ تختلف القوانين والضوابط المنظمة للإعلام الرقمي من دولة إلى أخرى، كما تختلف عناصر الاتفاق والاختلاف داخل كل نظام قانوني (صالح، 2007، ص 9).

ورغم صدور بعض التشريعات والمعاهدات الدولية والمحلية للتحكم في بعض المشكلات المرتبطة بالإنترنت والإعلام الرقمي، إلا أن معدل سوء الاستخدام في تزايد مستمر، مما شكّل تحدياً أمام حماية الخصوصية وضمان أمن المجتمعات، فالتعدي على البيانات الشخصية، واختراق المعلومات عبر الوسائل الرقمية الحديثة، أدى إلى صراعات فكرية وسياسية واجتماعية بين الدول والمجتمعات، كما أن جرائم المعلوماتية والإرهاب الإلكتروني تمثل تهديداً متنامياً (الجميل والعاني، 2016، ص 13).

كما تؤثر وسائل الإعلام الرقمية دوراً جوهرياً في تعزيز المشاركة السياسية والانتخابية، حيث تمكّن المواطنين من الوصول إلى المعلومات السياسية ومتابعة الحملات الانتخابية والتفاعل معها مباشرة، وتعكس فعالية هذا الدور مدى تنظيم الدولة للإعلام الرقمي، فوجود إطار قانوني واضح يضمن حرية التعبير والشفافية يعزز الثقة في العملية السياسية ويحفز المشاركة، بينما يؤدي تقييد الإعلام أو فرض رقابة مفرطة إلى ضعف المشاركة وتراجع الانخراط المدني، ومن ثم أصبح التنظيم القانوني للإعلام الرقمي عاملاً محورياً في توجيه السلوك الانتخابي (رشيد، 2024، ص 441).

المطلب الثالث

المحددات التكنولوجية لوسائل التواصل الاجتماعي

يقصد بالمحددات التكنولوجية جملة العوامل التقنية والاقتصادية والمعرفية التي تتحكم في قدرة الأفراد والمجتمع على الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها بكفاءة، لا تُقاس المحددات التكنولوجية فقط بسرعة الاتصال وكلفة الأجهزة، بل أيضًا بقدرة المنصات على توسيع "الديمقراطية الرقمية" عمليًا؛ إذ تُتيح وسائط التواصل الاجتماعي لحشد والتعبئة والضغط وسرعة نقل المعلومة وتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية والوصول إلى فئات مهمشة، كما تُدرج ضمن أدواتها إمكانات المشاركة الإلكترونية والحملات الإلكترونية والتصويت/الانتخابات إلكترونيًا بوصفها آليات داعمة لرفع مستوى المشاركة وإشراك المواطن بصورة أنشط في الشأن العام، (عبدوي، 2020، ص 33-34) ويظهر هذا المحدد على ثلاثة مستويات مترابطة:

أولاً: كلفة الوصول والبنية التحتية

تنعكس الفجوة الرقمية بشكل ملموس على العملية الانتخابية، إذ تزداد قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على التأثير في الفئات الأكثر اتصالاً بالإنترنت والإعلام الرقمي، بينما تُهمش الفئات الأقل اتصالاً، أو يقتصر تعرضها على محتوى محدود وموجه، كما يؤدي ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض المناطق إلى تقليص إمكانية المواطنين في متابعة الأخبار السياسية والمشاركة في الحملات الانتخابية، مما يقلل من المشاركة الديمقراطية ويزيد من تفاوت الوعي السياسي بين مختلف شرائح المجتمع (رائق، 2022، ص 153).

كما إن ارتفاع كلفة الوصول إلى الإنترنت أو الأجهزة الذكية يجعل المشاركة في الفضاء الرقمي نشاطاً مرتبطاً بالقدرة الاقتصادية، فتتزايد الفجوة بين فئات المجتمع على أساس الموارد المالية، وهو ما يعكس وجود "طبقة رقمية" قادرة على النفاذ إلى المعلومات واتخاذ قرارات أكثر استنارة، مقابل فئات محرومة أو محدودة الوصول، مما يؤثر في النهاية على نزاهة وشمولية العملية الانتخابية، كما ينعكس ذلك على "عدم تكافؤ المعرفة الانتخابية"، ما قد يؤدي إلى اختلاف مستويات الحسم في قرار التصويت أو الميل للمقاطعة (رسول، 2007، ص 41).

ثانياً: الكفايات الرقمية والامية التكنولوجية

تُشير الأمية التكنولوجية إلى افتقار الفرد لمهارات البحث، واستخدام تكنولوجيا الحاسوب، والتفكير النقدي، والاتصال، مما يحدّ من قدرته على الوصول إلى المعلومات وتقييمها وتنظيمها واستخدامها بشكل فعال، لا سيما في مواقف اتخاذ القرار أو حل المشكلات، ويشكل هذا النقص عائقاً مباشراً أمام المشاركة السياسية الرقمية، إذ يحدّ من قدرة الأفراد على التفاعل مع المحتوى السياسي واتخاذ قرارات انتخابية مستنيرة، ما يبرز أهمية تطوير المهارات الرقمية لتعزيز مشاركة فاعلة في النقاشات السياسية عبر الإنترنت (إسماعيل، 2023، ص 86).

ويتجلى أثر المحددات التكنولوجية في السلوك الانتخابي من خلال مستوى الثقافة الرقمية لدى الأفراد؛ فكلما ارتفعت قدرتهم على التحقق من المعلومات والتمييز بين مصادرها، تقلصت فرص التضليل وتعززت القرارات الانتخابية المبنية على وعي ومعرفة، كما أسهمت التقنيات الحديثة، ولاسيما أنظمة التصويت الإلكتروني، في توسيع نطاق المشاركة السياسية عبر إتاحة فرص التصويت لفئات كانت مهمّشة أو مقصاة سابقاً، مثل المقيمين خارج بلدانهم، والعسكريين، وذوي الإعاقة، وسكان المناطق النائية، مما يدعم الشمول الديمقراطي ويعزز مبدأ المساواة في المشاركة السياسية (رمضان، 2023، ص 155).

ثالثاً: سرعة تداول المعلومات وتفاعلية المنصات

تؤدي سرعة تداول المعلومات عبر منصات التواصل الاجتماعي إلى تكثيف التأثير السياسي للرسائل الانتخابية، إذ يصبح الناخب في تماس شبه مباشر مع الأحداث والتصريحات والمناظرات، بما يخلق حالة من التفاعل اللحظي الذي قد يُعيد تشكيل المواقف والاتجاهات بسرعة كبيرة، فالتقليص الحاد للفواصل الزمني بين وقوع الحدث وتلقيه يجعل الرأي العام أكثر تقلباً، وأكثر قابلية للتأثر بالحملات الرقمية المنظمة أو بالمضامين العاطفية والطارئة التي تنتشر على نطاق واسع خلال فترات الانتخابات (رسول، 2007، ص 48).

كما تحول منصات التواصل الاجتماعي المستخدم من متلقٍ سلبي إلى مشارك فاعل في إنتاج الخطاب السياسي عبر التعليق والنقاش وتبادل الآراء داخل فضاءات رقمية مفتوحة، ما يؤدي إلى تشكّل رأي عام رقمي ناتج عن التفاعل الجماعي لا عن الرسائل الرسمية وحدها، وبفضل هذا الطابع التشاركي، تصبح هذه المنصات ساحة مركزية لتكوين المواقف والتصورات الانتخابية، سواء عبر الحوار العقلاني أو عبر التأثيرات الانفعالية والاستقطابية، بما يعزز حضور المواطن ويحدّ من سلبية الإعلام التقليدي (بو عافية وإيدر، 2021، ص 503).

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

1. إن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من الأدوات المؤثرة في السلوك الانتخابي، لأنها تسهم في بناء الأجندة السياسية، وتوجيه اهتمام الناخبين، وتكثيف التفاعل مع المرشحين والقضايا الانتخابية .

2. كلما كان المجال السياسي أكثر انفتاحاً وتنافسية، ازدادت إمكانية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في النقاش البرامجي والإقناع السياسي، بينما قد تؤدي البيئات المقيدة أو منخفضة الثقة إلى تصاعد الخطاب الاحتجاجي أو الاستقطابي أو التشكيكي .

3. إن الإطار القانوني للإعلام الرقمي يمثل محدداً أساسياً في ضبط تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، فغياب التنظيم القانوني الواضح قد يسمح بانتشار الأخبار المضللة والإعلانات السياسية غير الشفافة، في حين يسهم التنظيم المتوازن في حماية حرية التعبير ونزاهة العملية الانتخابية .
4. تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بخصائص تكنولوجية تجعلها أكثر تأثيراً من وسائل الإعلام التقليدية، مثل التفاعلية، وسرعة الانتشار، وتعدد الوسائط، وإمكانية إعادة تدوير المعلومة، وهي خصائص تزيد من قدرة الرسائل الانتخابية على الوصول والتأثير .
5. إن الفجوة الرقمية تمثل عائقاً أمام عدالة التأثير الانتخابي لوسائل التواصل الاجتماعي؛ لأن الفئات الأكثر اتصالاً بالإنترنت تكون أكثر تعرضاً للمعلومات السياسية، بينما تبقى الفئات الأقل اتصالاً أقل قدرة على المشاركة الرقمية أو متابعة الحملات الانتخابية .
6. إن سرعة تداول المعلومات عبر المنصات الرقمية قد تكون عاملاً إيجابياً في توسيع المعرفة السياسية، لكنها قد تتحول إلى عامل سلبي إذا سبقت سرعة الانتشار عملية التحقق من صحة الأخبار والمضامين الانتخابية .
7. يتضح أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في السلوك الانتخابي تأثير مركب؛ فهو قد يعزز المشاركة والوعي السياسي، وقد يؤدي في الوقت نفسه إلى الاستقطاب والتضليل، بحسب طبيعة البيئة السياسية والقانونية والاجتماعية والتكنولوجية المحيطة .

خامساً: التوصيات

1. ضرورة وضع إطار قانوني واضح ومنظم للإعلام الرقمي أثناء الحملات الانتخابية، يتضمن قواعد خاصة بالإعلانات السياسية الممولة، ومصادر التمويل، وحدود الاستهداف الرقمي للناخبين .
2. إنشاء آليات وطنية لرصد الأخبار المضللة أثناء الفترات الانتخابية، على أن تعمل هذه الآليات بصورة مستقلة ومتوازنة، بما لا يؤدي إلى تقييد حرية التعبير أو استخدام مكافحة التضليل ذريعة للرقابة المفرطة .
3. إدخال برامج للتربية الإعلامية والرقمية ضمن المؤسسات التعليمية، بهدف تمكين الأفراد من التحقق من المعلومات، والتمييز بين المصادر الموثوقة والمضللة، وفهم أساليب التأثير الانتخابي الرقمي .

4. دعم دور مؤسسات المجتمع المدني في مراقبة الخطاب الانتخابي الرقمي، وتوعية الناخبين بمخاطر الأخبار الكاذبة، وخطابات الكراهية، والتعبئة القائمة على الانتماءات الضيقة .
5. ضرورة قيام الهيئات الانتخابية بإصدار مدونات سلوك رقمية للمرشحين والأحزاب، تتضمن قواعد واضحة بشأن النشر السياسي، والإعلانات الممولة، واستخدام البيانات الشخصية، ومواجهة الحسابات الوهمية .
6. إجراء دراسات ميدانية لاحقة تقيس أثر وسائل التواصل الاجتماعي في السلوك الانتخابي من خلال استبانة أو مقابلات أو تحليل محتوى، لأن الدراسة النظرية وحدها لا تكفي لإثبات حجم التأثير الفعلي رقمياً وإحصائياً .

المصادر والمراجع

1. أحمد، إخلص أكرم رسول. (2007). الإنترنت والتغير الاجتماعي (رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع).
2. إسماعيل، هبة صبحي جلال. (2023). الأمية المعلوماتية في عصر التحول الرقمي: دراسة تحليلية، رؤية مستقبلية. مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، 15(4).
3. الباز، ماجدة إبراهيم. (2017). الانتخابات كآلية من آليات التغيير السياسي ودورها في إعاقة التحول الديمقراطي في العالم العربي (رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا).
4. برهومي، منعم. (2014). المؤسسات السياسية في المرحلة الانتقالية التونسية. مجمع الأطرش للكتاب المختص.
5. بهولي، لبنى. (2023). المسألة الطائفية في لبنان وتداعياتها على النظام السياسي. مجلة القانون، المجتمع والسلطة، 12(2).
6. بو عافية، محمد الصالح، وإيدر، عائشة. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي. مجلة دفاتر السياسة والقانون، 13(1).
7. الجاسور، ناظم عبد الواحد. (2008). موسوعة المصطلحات السياسية والفلسفية والدولية. دار النهضة العربية.
8. جلال، بهاء الدين، صابر، خالد عواد، وحمدى، محمد. (2017). دليل الأخصائي الاجتماعي للتعامل مع المعاقين ذهنياً (ط. 2). دار العلوم للنشر.

9. الجميلي، عبد العظيم كامل، والعاني، ثناء إسماعيل. (2016). الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي. دار الأيام للنشر والتوزيع.
10. حمزة، مجيد كامل. (2017). الإعلام الرقمي الإلكتروني للإرهاب وسبل المواجهة إعلامياً. المجلة السياسية والدولية، 35-36.
11. الحوتي، محمد. (1998). الرأي العام والدعاية النفسية. دار الكلمة.
12. خلف، ماجد عبد الرزاق. (2024). شرعية السلطة نظام الحكم في الدولة: دراسة في ضوء القوانين الوضعية والشريعة الإسلامية. مجلة الجامعة العراقية، 1(50).
13. خليفي، عائشة. (2020). الإعلان الإلكتروني وتأثيره على السلوك الاستهلاكي لمستخدمي الإنترنت: دراسة ميدانية في الجزائر (مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة).
14. رائق، هشام. (2022). الفجوة الرقمية والعزوف عن المشاركة السياسية. مجلة سياسات عربية، 10(56).
15. رشيد، سارة أديب. (2024). أثر وسائل الإعلام الرقمية في سلوك الناخبين. مجلة كلية القانون والعلوم السياسية، 6(25).
16. رمضان، مسيكة. (2023). التصويت الإلكتروني: نحو مسار جديد لتكريس المشاركة السياسية في ظل التكنولوجيا الرقمية. مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، 10(2).
17. سليم، إسلام أحمد، والشاقبة، أمين عواد. (2025). أثر منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب. مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 45(2).
18. شرايرية، طارق، برقي، نهلة، وهقاشي، مروة. (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري: الفيسبوك نموذجاً (مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة).
19. شريفي، درصاف. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي اتجاه الحراك الشعبي الجزائري: تحليل مضمون لصفحات من الفيسبوك (مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة).
20. شمس، سيف الدين. (2025). استخدام وسائل الإعلام الرقمي وأثرها على التطرف الديني في العراق: دراسة ميدانية على طلبة جامعة المستقبل. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، 17(2).

21. الشوفي، نزيه. (2011). تحولات الفكر القومي: رؤية نقدية في واقع الإعلام العربي. منشورات اتحاد الكتاب العربي.
22. الصافي، محمد عبد الرحمن. (2021). تأثير الانتماءات الاجتماعية والطائفية في السلوك الانتخابي: دراسة حالة انتخابات لبنان. دار الفكر العربي.
23. صالح، سليمان. (2007). ثورة الإرسال وحرية الإعلام. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
24. الصراف، صلاح حسن حمود. (2025). المشاركة السياسية وأهم العوامل المؤثرة على قرار الناخب العراقي بعد 2005. مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، 6(8).
25. عبد القادر، أمجد. (2025). إدارة المؤسسات الإعلامية وتأثيرات التقنيات. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
26. عبد الكريم، عذراء كفاح. (2025). تطور النظام السياسي في ماليزيا. مجلة الفارابي للعلوم الإنسانية، 8(5).
27. عداوي، ياسمين. (2020). دور الفيسبوك في تدعيم الديمقراطية الرقمية في الجزائر: اتصال جماهيري ووسائط جديدة (مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة).
28. عسراوي، نبيل سلامة سليم. (2014). النظم الانتخابية وأثرها على حقوق وحرريات الأفراد (رسالة ماجستير، جامعة القدس، كلية الحقوق).
29. العكيلي، زيد عدنان محسن. (2024). مقومات ومعوقات فاعلية النظام السياسي: العراق بعد عام 2003 أنموذجاً. مجلة جامعة النهريين كلية العلوم السياسية.
30. غانم، ملكية، وجار الله، خديجة. (2025). الإعلام الرقمي: المفهوم، النشأة، الخصائص. في ملتقى وطني حضوري: الإعلام الرقمي والهوية الثقافية.
31. الفتلاوي، ماجد محي. (2020). آليات بناء الوعي السياسي والمواطنة في العراق بعد عام 2003. معهد العلمين للدراسات العليا.
32. فضلي، نادية فاضل عباس. (2019). النظام السياسي في مصر وإشكالية العلاقة مع جماعة الإخوان المسلمين. مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، 65.
33. قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام المصري رقم 180 لسنة 2018.

34. لاطرش، إسماعيل، وبوحنية، قوي. (2020). مبدأ عدم مسؤولية رئيس الجمهورية سياسياً أمام البرلمان وأسسها في النظام الدستوري الجزائري والنظام الدستوري التونسي. مجلة دفاتر السياسة والقانون، 12(1).
35. محمد، مروة حسام. (2025). مفهوم الثقافة السياسية وأنواعها. مجلة الجامعة العراقية، 73(10).
36. محي، رباب طاهر. (2025). الأمن السيبراني والإعلام الرقمي: انعكاسات التدخلات الرقمية على الأمن الأسري والمجتمعي. مجلة غير مذكورة، 21(4).
37. مهدي، جعفر الصادق. مكرر ضمن عطية، جعفر الصادق مهدي.
38. الناهي، أحمد عبد الله، وعطوان، خضر عباس. (2017). السلوك السياسي: دراسة نظرية وتطبيقية. دار أمجد للنشر والتوزيع.



References

1. Ahmad, I. A. R. (2007). The Internet and social change (Master's thesis, University of Baghdad, Faculty of Arts, Department of Sociology).
2. Ismail, H. S. J. (2023). Information literacy in the era of digital transformation: An analytical study, a future vision. *Journal of Educational and Human Studies*, 15(4).
3. Al-Baz, M. I. (2017). Elections as a mechanism of political change and their role in impeding democratic transition in the Arab world (Master's thesis, An-Najah National University, Faculty of Graduate Studies).
4. Barhoumi, M. (2014). Political institutions in the Tunisian transitional phase. Al-Atrash Complex for Specialized Books.
5. Bahouli, L. (2023). The sectarian issue in Lebanon and its repercussions on the political system. *Journal of Law, Society and Power*, 12(2).
6. Bouafia, M. S., & Ider, A. (2021). The role of social media sites in developing political awareness. *Journal of Politics and Law Notebooks*, 13(1).
7. Al-Jasour, N. A. (2008). Encyclopedia of political, philosophical, and international terms. Dar Al-Nahda Al-Arabiya.
8. Jalal, B. D., Saber, K. A., & Hamdi, M. (2017). The social worker's guide for dealing with the mentally disabled (2nd ed.). Dar Al-Oloum for Publishing.
9. Al-Jumaili, A. K., & Al-Anni, T. I. (2016). New media and the problems of digital communication. Dar Al-Ayyam for Publishing and Distribution.
10. Hamza, M. K. (2017). Digital electronic media for terrorism and ways of media confrontation. *The Political and International Journal*, (35–36).
11. Al-Houti, M. (1998). Public opinion and psychological warfare. Dar Al-Kalima.
12. Khalaf, M. A. (2024). Legitimacy of authority and the system of governance in the state: A study in the light of positive laws and Islamic Sharia. *Journal of the Iraqi University*, 1(50).
13. Khalifi, A. (2020). Electronic advertising and its impact on the consumer behavior of internet users: A field study in Algeria (Master's thesis, 8 May 1945 University, Guelma).
14. Raiq, H. (2022). The digital divide and reluctance to engage in political participation. *Siyasat Arabiya Journal*, 10(56).



15. Rashid, S. A. (2024). The impact of digital media on voter behavior. *Journal of the College of Law and Political Science*, 6(25).
16. Ramadan, M. (2023). Electronic voting: Towards a new path to establish political participation in light of digital technology. *Al-Bahith Journal for Academic Studies*, 10(2).
17. Salim, I. A., & Al-Shaqba, A. A. (2025). The impact of social media platforms on shaping youth political awareness. *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education*, 45(2).
18. Sharairiya, T., Borqai, N., & Haqashi, M. (2017). The role of social media sites in shaping the political awareness of the Algerian user: Facebook as a model (Master's thesis, 8 May 1945 University, Guelma).
19. Sharifi, D. (2020). The role of social media sites in shaping political awareness towards the Algerian popular movement: A content analysis of Facebook pages (Master's thesis, 8 May 1945 University, Guelma).
20. Shams, S. D. (2025). The use of digital media and its impact on religious extremism in Iraq: A field study on Al-Mustaqbal University students. *Lark Journal for Philosophy, Linguistics and Social Sciences*, 17(2).
21. Al-Shoufi, N. (2011). Transformations of nationalist thought: A critical vision of Arab media reality. Publications of the Arab Writers Union.
22. Al-Safi, M. A. (2021). The influence of social and sectarian affiliations on electoral behavior: A case study of Lebanon's elections. *Dar Al-Fikr Al-Arabi*.
23. Saleh, S. (2007). The broadcasting revolution and media freedom. *Al-Falah Library for Publishing and Distribution*.
24. Al-Sarraf, S. H. H. (2025). Political participation and the most important factors influencing the Iraqi voter's decision after 2005. *Journal of Humanitarian and Natural Sciences*, 6(8).
25. Abdel-Qader, A. (2025). Management of media institutions and technological impacts. *Dar Al-Yazouri Scientific for Publishing and Distribution*.
26. Abdel-Karim, A. K. (2025). The evolution of the political system in Malaysia. *Al-Farabi Journal for Human Sciences*, 8(5).
27. Abdaoui, Y. (2020). The role of Facebook in promoting digital democracy in Algeria: Mass communication and new media (Master's thesis, 8 May 1945 University, Guelma).



28. Asrawi, N. S. S. (2014). Electoral systems and their impact on individual rights and freedoms (Master's thesis, Al-Quds University, Faculty of Law).
29. Al-Ukaili, Z. A. M. (2024). Determinants and obstacles of political system effectiveness: Iraq post-2003 as a model. Journal of Al-Nahrain University - College of Political Science.
30. Ghanem, M., & Jarallah, K. (2025). Digital media: Concept, origin, and characteristics. National Hybrid Symposium: Digital Media and Cultural Identity.
31. Al-Fatlawi, M. M. (2020). Mechanisms for building political awareness and citizenship in Iraq after 2003. Al-Alamein Institute for Postgraduate Studies.
32. Fadli, N. F. A. (2019). The political system in Egypt and the problematic relationship with the Muslim Brotherhood. Al-Mustansiriyah Journal for Arab and International Studies, (65).
33. Law No. 180 of 2018. Regulating the Press, Media, and the Supreme Council for Media Regulation in Egypt.
34. Latreche, I., & Bouhania, G. (2020). The principle of the President's lack of political accountability to Parliament and its foundations in the Algerian and Tunisian constitutional systems. Journal of Politics and Law Notebooks, 12(1).
35. Mohammad, M. H. (2025). The concept of political culture and its types. Journal of the Iraqi University, 73(10).
36. Muhi, R. T. (2025). Cybersecurity and digital media: Repercussions of digital interventions on family and community security. Journal Name Not Mentioned, 21(4).
37. Mahdi, J. S. (Duplicate reference, listed under Attia, J. S. M.).
38. Al-Nahi, A. A., & Atwan, K. A. (2017). Political behavior: A theoretical and applied study. Dar Amjad for Publishing and Distribution.