



وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الانتخابات التشريعية العراقية 2025

بقلم: د. تمارا كاظم الاسدي
الجامعة المستنصرية/ كلية العلوم السياسية



تأسس مركز حمورابي للبحوث والدراسات الإستراتيجية عام 2008 بمدينة بابل (الحلة)، وحصل على شهادة التسجيل من دائرة المنظمات غير الحكومية المرقمة 1Z71874 بتاريخ 2012/12/25، بوصفه مركزاً علمياً بحثياً يهتم بدراسة الموضوعات السياسية والاجتماعية، فضلاً عن الاهتمام بالقضايا والظواهر الراهنة والمحتملة في الشأن المحلي والإقليمي والدولي، ويتعامل مع باحثين من مختلف التخصصات داخل العراق وخارجه، وتحتضن بغداد المقر الرئيسي للمركز.

- لا يجوز إعادة نشر أي من هذه الأوراق البحثية إلا بموافقة المركز، وبالإمكان الاقتباس بشرط ذكر المصدر كاملاً.
- لا تعبر الآراء الواردة في الورقة البحثية عن الاتجاهات التي يتبناها المركز وإنما تعبر عن رأي كاتبها.
- حقوق الطبع والنشر محفوظة لمركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية.

للتواصل

مركز حمورابي

للبحوث والدراسات الاستراتيجية

العراق - بغداد - الكرادة

+964 7810234002

hcrsiraq@yahoo.com

www.hcrsiraq.net



شهد العالم تحولات جوهرية في طبيعة الاتصال السياسي والإعلامي فقد أصبح الانترنت بصورة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي، فضاءً عامًا لتبادل الأفكار والتأثير على الرأي العام وصناعة القرارات السياسية، ووفقا لذلك تزايد ادراك الباحثين والناشطين السياسيين لأهمية توظيفها في الحياة السياسية وتعبئة الرأي العام لتحقيق الاهداف المنشودة للأحزاب السياسية وجماعات المصالح والمنظمات المختلفة، وفي العراق ومع اقتراب الانتخابات التشريعية لعام 2025، تبرز أهمية هذه الوسائل بوصفها أداة رئيسية في الحملات الانتخابية، ووسيلة للتأثير في اختيارات الناخبين .

أولاً: وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للتأثير السياسي والإعلام الانتخابي العراقي

عملت الثورة الرقمية على نقل الحملات الانتخابية من الوسائل التقليدية إلى الفضاء الافتراضي، إذ أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منصات مركزية للمرشحين والأحزاب السياسية العراقية، ولها وهكذا أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة ذات وجهين: إما لتعزيز الديمقراطية، أو لإضعافها إذا لم تُضبط بقوانين وإجراءات واضحة

التأثير الايجابي

- 1- توسيع قاعدة المشاركة السياسية وتحفيز المشاركة الانتخابية إذ تسمح وسائل التواصل الاجتماعي للمرشحين بأن يصلوا إلى فئات واسعة من الناخبين من خلال الحملات التفاعلية، الدعوات للتصويت، وحملات الهاشتاغ عبر المنصات، لذا فإن المشاركة السياسية تزداد عبر النقاشات الإلكترونية.
- 2- زيادة الوعي السياسي وذلك من خلال نشر البرامج الانتخابية ومناقشة القضايا العامة بشكل مفتوح وسريع.
- 3- توسيع دائرة التواصل إذ يستطيع المرشحون اليوم الوصول إلى الالف من الناخبين برسالة واحدة، مما من خلال البث المباشر، التعليقات، والردود، مما يوسع قاعدة الجمهور ويعزز الثقة المتبادلة.
- 4- تعزيز الثقة الجماهيرية باجراءات المفوضية العليا المستقلة للانتخابات وبالأحزاب والمرشحين المشاركين في الانتخابات.
- 5- تقليل تكاليف الحملات الانتخابية: مقارنة بالحملات والإعلانات التقليدية عبر الصحف، التلفزيون، والملصقات الورقية في الشوارع.
- 6- تمكين الفئات المهمشة مثل النساء والشباب والناشطين المدنيين، عبر منحهم مساحة للتعبير والنقاش إلكترونياً.

7- الشفافية والتفاعل أتاحا وسائل التواصل الاجتماعي للمرشحين سهولة عرض برامجهم الانتخابية بشكل مباشر، وتلقي ردود فعل الناخبين على الخطاب السياسي والاجتماعي لهم والقوائم ومحاولة تصحيح الأخطاء أو نقاط الضعف كما ويمكن الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل ردة الفعل وتحليل البيانات للردود الشعبية ومحاولة تصحيحها بما يتسق مع المصلحة العامة ومقتضيات الحياد والموضوعية في التعامل مع الجميع.

التأثير السلبي:

1- التأثير على ثقة الناخب عندما يدرك أن الحملات الرقمية مليئة بالمبالغات أو التضليل، قد يعزف عن المشاركة.

2- الدعاية السياسية المضللة للأحزاب أو الشخصيات المرشحة والتي تنطوي على معلومات غير دقيقة ومحتوى مزيف قائم على عمادين الأول تسقيط الخصوم ومحاولة الإساءة إليهم بشكل غير مشروع، والثاني محاولة الالتفاف والوصول إلى الناخبين والتأثير فيهم وفي خياراتهم الانتخابية من خلال محتوى صوري وفيديوي معد بشكل احترافي وبدقة مذهلة

3- الاستقطاب السياسي والاجتماعي إذ تؤدي النقاشات الحادة والحملات الرقمية المكثفة إلى تعميق الانقسامات بين المكونات الاجتماعية والسياسية إلى انقسامات داخل المجتمع.

4- توظيف الحسابات الوهمية وانتشار الأخبار الكاذبة والشائعات التي تؤثر على صورة المرشحين وتشوش على الناخب و تآثر على الرأي العام عن طريق خلق حسابات وهمية مماثلة لتلك التابعة للمرشحين والقوائم المتنافسة وتقوم ببث الأكاذيب والإساءة للحملات الانتخابية ما يعكس تنافساً يخلوا من المهنية والروح التنافسية، وهذه الحملات الرقمية من شأنها التأثير سلباً على نسبة المشاركة وبالمحصلة يتجه الناخبون المأدلجون إلى صناديق الانتخابات ويتخلف الوطنيون منهم نتيجة حالة اليأس والإحباط التي تنتابهم نتيجة لتلك الممارسات غير الموضوعية.

5- التلاعب بالخطاب الانتخابي: من خلال الإعلانات الممولة غير الشفافة التي قد تأتي من جهات خارجية محاولة تغيير الحقائق بتقديم برامج انتخابية مثالية معدة بمساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي تحاكي الرغبات الفردية للناخبين واستثمارها في الترويج لوعود انتخابية غير واقعية قائمة بالدرجة الأساس على التدليس الانتخابي.

6- إضعاف النقاش السياسي العقلاني: بتحويل الحملات الانتخابية إلى تنافس بشعارات ومصالح شخصية بدل التركيز على البرامج والسياسات.

7- المال السياسي الرقمي: من خلال الإعلانات الممولة التي قد تفتقر للشفافية حول مصادر تمويله.

4- الأبعاد الأمنية والسياسية: أن الفضاء الرقمي يوفر للمنظمات والناشطين فرصة لمراقبة الانتخابات والإبلاغ عن الانتهاكات بسرعة، مما زاد الضغط على المفوضية العليا للأخذ بالإجراءات التصحيحية، إلا أن هذه الشفافية الجزئية ترافقت مع تحديات أمنية، فبعض الخلافات الإلكترونية انتقلت إلى الشارع، فضلاً عن ذلك أصبحت هناك مخاوف من تدخلات خارجية عبر حملات ممولة من خارج العراق للتأثير في توجهات الناخبين أو توجيه النقاش العام بما يخدم مصالح إقليمية أو دولية.

وعلى الرغم مما تم ذكره فإن وسائل التواصل الاجتماعي ورغم أهميتها في إيصال الرسائل وتعزيز الحضور الإعلامي، فإن الدراسات الميدانية تؤكد أن تأثيرها لا يتجاوز نسبة محدودة للغاية قد لا تصل إلى ما يقارب الـ(5%) في تحديد خيارات الناخبين تحديداً في المجتمعات الريفية والعشائرية، فالتفاعل مع المحتوى الانتخابي غالباً ما يقتصر على جمهور المرشح ذاته أو الدوائر المحيطة به من شركاء عمل أو أصحاب مصالح مشتركة، ولهذا فإن الحملات الرقمية، رغم أهميتها في الترويج والمراقبة، لا تزال بعيدة عن أن تكون أداة فعالة في تغيير نتائج الانتخابات من محافظة إلى أخرى.

وهكذا يبدو من خلال هذا التحليل أن مستقبل الحملات الانتخابية في العراق سيظل مرهوناً بالتواصل الميداني والعمل الاجتماعي المباشر أكثر من اعتماده على الترويج الرقمي، فبالرغم أن الإعلام الجديد يمثل مساحة للتعريف بالمرشح وتوثيق نشاطاته، إلا أن دوره في تغيير سلوك الناخبين ما يزال محدوداً، ما لم يصاحبه حضور فعلي في الشارع العراقي وشبكات دعم اجتماعية وحزبية راسخة.

الخلاصة

في الختام يتبين أن الانعكاسات المتناقضة لدور وسائل التواصل الاجتماعي في الانتخابات العراقية 2025 تعكس طبيعة مزدوجة لهذه الأدوات فهي من جهة وسيلة فعالة لتعزيز المشاركة والمساءلة والشفافية، ومن جهة أخرى قد تتحول إلى أداة تضليل واستقطاب وإقصاء إذا غابت التشريعات العادلة والرقابة المجتمعية الواعية، وبالتالي مستقبل التجربة العراقية يتوقف على تطوير أطر قانونية واضحة للتعامل مع الحملات الرقمية، وتعزيز التربية الإعلامية الرقمية لدى الناخبين، وتشجيع استخدام هذه المنصات لتعميق الحوار الديمقراطي بدلاً من تقويضه.