

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي (*)

(**)

المستخلص

تتمثل المشكلة الأساسية لهذا البحث الموسوم ب (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي) في الكشف عن الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي، يقع البحث ضمن البحوث الوصفية وتبع المنهج المسحي لدراسة الجمهور واعتمدت الباحثتان الاستبانة كأداة للبحث والتي وزعت على عينة من قوامها (١٤٠) مفردة من الشباب تشكلت من الطلبة والموظفين، والذين يزاولون الأعمال الحرة والعاطلين من الفئة العمرية (١٨-٤٠) عاما، وكان أهم ما توصل إليه البحث من نتائج هي:

١- أن موقع الفيس بوك حقق أعلى نسبة استخدام لمتابعة أخبار الانتخابات من قبل عينة البحث بنسبة (٩٦,٨) %.

٢- أن (٧٥%) من عينة البحث لديهم من (٣٠٠) فأكثر من الأصدقاء و(١٢,٥%) لديهم من (٢٠٠) إلى أقل من (٣٠٠) صديق و(٨,٨%) لديهم من (١٠٠) إلى أقل من (٢٠٠) صديق

٣- تمكن الدوافع وراء استخدام المبحوثين لهذا الموقع دون غيره من المواقع الأخرى، في أنه (يُتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة) بنسبة (٥٨,١) %، ثم (متابعة الأخبار بشأن المرشحين للانتخابات) بما نسبته (٥٣,١) %.

٤- حلت الفئة موافق في الترتيب الأول بالنسبة للعبارة (تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على ما عداها من وسائل الإعلام في دفع الشباب إلى مقاطعة الانتخابات) بنسبة ٩٥,٦% وتلتها العبارة (أتاحت الفرصة لكل المهتمين بشأن الانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم) بنسبة ٨٧,٥%

* الأستاذ المساعد بكلية الإعلام - جامعة بغداد.

** المدرس بكلية الإعلام - جامعة بغداد.

٥- حلت العبارة (تسهم في إشاعة فكرة دفع الحكومة العراقية إلى التفكير بتأجيل الانتخابات لحين إجراء الإصلاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المنشودة) في الترتيب الأول في عدم موافقة عينة البحث بنسبة (٨١,٢%) ثم تلتها العبارة (أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي) بنسبة (٤٦,٢%) و(حشدت الجماهير لمصلحة المشاركة الانتخابية بنسبة (٤١,٨%).

٦- نستدل من هذه النتائج ان الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي الذي لا يمكن تجاهله، لاسيما لدى فئة الشباب على وفق نتائج هذا البحث هو دور سلبي يدعو الى مقاطعة الانتخابات.

Abstract

The main problem of this is to discuss the role of social networking sites in activating the electoral participation of Iraqi youth in revealing the role played by the social networking sites in activating the electoral participation of the Iraqi youth. The research is carried out within the descriptive research and the survey method is used to study the public. Which was distributed to a sample of 140 young people formed of students and employees, who do business and unemployed in the age group 18-40 years, and the most important findings of the research results are:

- 1 - The Facebook site achieved the highest percentage of use to follow the news of the elections by the sample of the study by 96.8%.
- 2- 75% of the research sample has 300 or more friends and 12.5% have 200 to less than 300 friends and 8.8% have 100 to less than 200 friends.
- 3 - The motives behind the use of the respondents to this site without other sites, it (provides an opportunity to express

opinions freely) by 58.1%, and then (follow-up news about candidates for elections) by (53.1%).

4. In the first ranking, the category was accepted in terms of social media and other media in pushing young people to boycott the elections (95.6% followed by the phrase), which provided an opportunity for all those interested in the elections to express their views on candidates through social networks (Their own) by 87.5%.
5. The phrase (contribute to the idea of pushing the Iraqi government to consider postponing elections until the necessary political, economic and social reforms were implemented) in the first ranking in the absence of approval of the sample of the research by 81.2% (46.2%) and mobilized the masses for electoral participation (41.8%).
6. The results show that the role played by social networking sites, which can not be ignored, especially among young people according to the results of this research, is a negative role that calls for boycotting the elections.

المقدمة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل عن طريقها الملايين من مستخدمي شبكة الإنترنت، لا تعيقهم أي عوامل كالسن أو النوع أو المهنة أو الجنسية، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة، وصارت هذه التكنولوجيا جزءاً من حياة المراهقين والشباب في أقل من عقد من الزمن، إذ أوجد ظهورها قنوات للبحث المباشر من قبل الجمهور، مما أدى إلى نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوق، وأعطى مستخدميه فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي ومحدود.

واحتلت هذه المواقع موقعا متميزا ومؤثرا في العالم العربي وبمختلف المجالات ومن ابرز هذه المجالات دورها في الحياة السياسية وجاءت لتشكل عالما افتراضيا يفتح

المجال أمام الأفراد لإبداء آرائهم ومناقشة القضايا المختلفة بكل جرأة وحرية دون خوف. لذلك اكتسبت المزيد من الشعبية وازداد عدد مشتركيها لتصبح جزءاً من تاريخ التغيير الاجتماعي والسياسي في البلدان العربية، فقد وفرت فرصاً للكثير من الناشطين السياسيين لاستخدامها بشكل واضح في الحياة السياسية لاسيما في الاستحقاقات الانتخابية، مما جعل من المشاركة الجماهيرية في الانتخابات أداة في يد الشباب للمشاركة والتأثير في صناعة القرار، فالناخب لديه القدرة على أن يشارك ويمنح صوته، أو يمنعه عن الأحزاب والمرشحين على وفق قناعاته بأدائهم وكفاءتهم في التعبير عن مصالح المواطنين والمجتمع بشكل عام.

وبالانتقال إلى حالة العراق فإنه قد خاض تجربتين فقبل ٢٠٠٣ وبالتحديد أبان حقبة حزب البعث المنحل كان التصويت للحزب الواحد والشخص الواحد أما بعد ٢٠٠٣، فالأمر تغير جذرياً عبر الدخول بمرحلة الانتقال والتحول الديمقراطي فيما كانت ابرز ملامح هذا التحول هو العملية الانتخابية إذ شهد العراق قرابة الخمس ممارسات انتخابية خاضها حتى اليوم بالرغم من حداثة التجربة وقلة الوعي والثقافة الانتخابية مع المشكلات المرافقة لعملية التصويت او حتى قانون الانتخابات او ما يتعلق بالترهيب والترغيب غير القانوني لإجبار الناخب بالتوجه نحو اختيار ما، كما ان الفوضى السياسية وكثرة الأحزاب والكتل السياسية ناهيك عن الأساليب الطائفية والقومية في استمالة الناخب ولا ننسى العامل الديني في التأثير على خيارات الناخب.

مع انطلاق الحملة الانتخابية للانتخابات البرلمانية بالعراق، واستعداد الشارع العراقي لخوض تجربة انتخابية جديدة ربما تحدد في النصف الأول من عام ٢٠١٨، لوحظ الإقبال الكبير للأحزاب السياسية العراقية على فتح حسابات وصفحات على الفيس بوك.

وبالنظر إلى أهمية هذه الاستحقاقات في الانتقال الديمقراطي بالعراق بعد عام ٢٠٠٣ فقد جعلت الأحزاب العراقية العالم الافتراضي منصة لإقناع الناخبين ببرامجها. وأصبح الفيس بوك بالتحديد ساحة دعاية تملؤها الملصقات والفيديوهات. وباتت وسائل التواصل الاجتماعي فضاء للصراع الانتخابي، جعلت من الحملة الانتخابية ساخنة، تُستعمل أحياناً في إنتاج التضليل السياسي ويتضح ذلك في حملات التعبئة، سواء عبر الترغيب في المشاركة، أو الدعوة للمقاطعة، بهدف تشكيل وعي مرتبط بالانتخابات التشريعية المقبلة، وإعطاء صور سلبية كانت ام ايجابية عن المرشحين، كما وفرت وسائل التواصل الاجتماعي صوراً تعبوية، بعضها يظهر ساسة قريبيين من بعض السلوكيات الشعبية التي تثير الكثير من السخرية، فضلاً عن انتشار هاشتاغات مرتبطة بالمقاطعة أو متعلقة

بشعارات الأحزاب الانتخابية، وبين من يقاطع الانتخابات بسبب فقدانه للأمل في التغيير والأخر الداعي للمشاركة بقوة، تبقى مواقع التواصل الاجتماعي ساحة معركة افتراضية بين الفريقين. وفي ضوء ذلك تولدت إشكالية البحث التي يمكن تحديدها في التساؤل الرئيس الآتي: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي؟، وقسيم البحث على ثلاث مباحث: الأول تناول الإطار المنهجي للبحث، أما المبحث الثاني فتضمن الإطار النظري للبحث الذي اشتمل على مواقع التواصل الاجتماعي والانتخابات و النظريات الموجهة للبحث، فيما اشتمل المبحث الثالث على الجانب الميداني الذي تمثل في تفسير نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها فضلا عن النتائج العامة والتوصيات.

الإطار المنهجي للبحث

١- إشكالية البحث: غدت مواقع التواصل الاجتماعي قوة متصاعدة بيد فئات الشباب بمختلف شرائحه حيث فتحت آفاقاً جديدة وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة، وسمحت بالتواصل مع العالم الخارجي، وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات، كما ساعدت على التواصل الفعال مع صانعي القرار، وجعلت العالم يبدو وكأنه قرية إلكترونية صغيرة؛ بإمكانها معرفة حيثيات الأحداث وتأثيراتها باللمحة، نتيجة للتداول السريع للمعلومات والحرية المطلقة، وتلاشي الحدود والفضاءات، وإزالة القيود، وإلغاء الحواجز بين الدول كافة، فالمنتبع لهذه المواقع يجد أنها باتت تشكل ميدانا واسعا لممارسة أشكال الدعاية السياسية كافة ولاسيما في ظل الظروف التي يعاني منها المجتمع العراقي من تطاحن الأحزاب وصراعهم المستمر على السلطة إذ ليس من السهل أن تتبلور ثقافة انتخابية واعية لدى الناخب مع وجود كل هذه المؤثرات لاسيما إذا عرفنا أن المرشحين يلجؤون الى طرق ملتوية في استمالة الناخب نحوهم واستغلال نقاط الضعف لديه كما حصل في الحملات الانتخابية السابقة وإطلاق الوعود بتحسين مستوى الخدمات وتعيين الشباب هذه الوعود غالبيتها تتلاشى حال وصول النائب لقبة مجلس النواب وربما يكون تنفيذ هذه الوعود التي أطلقها ليس من صلاحياته أصلا بل هي محاولة واضحة لكسب الأصوات، كذلك الاصطفاف الطائفي والقومي له الأثر الأكبر في اختيار الأشخاص وهذا يعود لطبيعة الأجواء الطائفية المشحونة فكثيراً من المواطنين تراهم يخرجون للتصويت لمصلحة شخص لمجرد

انه من طائفتهم، حتى تصل الأمور ببعض الأحيان لشراء ذمم انتخابية أو تقديم رشا أو تحسين بعض الخدمات قبل موعد الانتخابات في محاولة لإيهام الناخب.

وقد وجدت هذه الأحزاب في مواقع التواصل الاجتماعي بيئة جيدة لترويج أفكارها ومحاولة كسب تأييد الشارع العراقي لها من خلال تنظيم الحملات الدعائية لخوض الانتخابات البرلمانية في العراق. وتأسيسا على ذلك ولتنامي استخدام الشباب لوسائل الاتصالات الحديثة، وشبكات التواصل الاجتماعي، مما ساعد على قيامهم بالتعبير عن آرائهم بحرية، تولدت إشكالية بحثنا كمحاولة لتأطير دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل مشاركة الشباب في الانتخابات وللإحاطة بمشكلة البحث وأبعادها لجأت الباحثان إلى صياغة مشكلة البحث في حقل استفهامي يتألف من السؤال الرئيس وهو: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي؟

ولبلوغ هدف الإجابة عن هذا التساؤل حددت الباحثان جملة من التساؤلات الفرعية التي جاءت على النحو الآتي :

- ١- ما حجم استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ٢- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب على استخدامها؟
 - ٣- ما دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ٤- ما الموضوعات المتعلقة بالانتخابات والتي يتداولها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها؟
 - ٥- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي؟
- ٢- أهمية البحث: تنبثق أهمية البحث من كونه يتناول احد الموضوعات المهمة والحديثة نسبيا في مجال الإعلام، حيث تركز على استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الانتخابات لما لهذه الشريحة من أهمية في المجتمع العراقي، ولتنامي دورها في رسم خريطة التغيير السياسي في العراق، وبلورة اتجاهات واضحة نحو كل قضية فلا يمكن تحقيق أي تنمية من دون مساهمة جادة للشباب. تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على استخدام الشباب العراقي لشبكات التواصل الاجتماعي مما يحدد بعض النقاط المهمة التي توضح الاستخدام الأمثل لما تتيحه التكنولوجيا الحديثة على عملية سير الانتخابات والاستحقاقات الانتخابية مما يؤدي إلى إثارة أفاق جديدة ويبرز تساؤلات عديدة يمكن أن تكون منطلقا لباحثين آخرين للتعلم في دراسة الموضوع بشكل أوسع. كما يعد إجراء مثل هذه البحوث

محاولة للإسهام في الجهود العلمية وإثراء التراث البحثي فيما يتعلق بموضوع البحث.

٣- أهداف البحث : يسعى هذا البحث الى تحقيق الأهداف الآتية :

- ١- معرفة معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- معرفة أهم المواقع التي يحرص الشباب العراقي على استخدامها.
- ٣- كشف دوافع استخدام الشباب العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤- رصد أهم الموضوعات التي يحرص الشباب على مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٥- معرفة مدى تأثير استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات.
- ٦- الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي.

٤- منهج البحث: يعتمد هذا البحث في إطار المشكلة البحثية التي يعالجها وأهدافه، على منهج المسح الإعلامي الذي يعد أكثر المناهج ملائمة لأغراض البحث، وتم تطبيقه بشقه الميداني أي في مستواه المتعلق بالجمهور، كمنهج أساسي في جمع البيانات والمعلومات كافة وتحليلها بغية الوصول إلى تعميمات مبنية على أسس علمية.

٥- عينة البحث: يتشكل مجتمع البحث من شريحة الشباب العراقي بمختلف فئاته، أما عينة البحث فتمثلت في اختيار عينة عمدية لفئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (١٨ - ٤٠) بحيث تلبى احتياجات البحث وتخدم أهدافه، وتجيب عن أسئلته، لذا فقد اختارت الباحثة عينة عمدية بلغ قوامها نحو (١٤٠) مفردة بواقع (٣٥) مفردة لكل من طلبة الجامعة، والموظفين، والأعمال الحرة، والعاطلين عن العمل من الذكور والإناث من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للقيام بدراساتها وتحليلها لكي تعبر عن هذا المجتمع وتمثله تمثيلاً حقيقياً، ويرجع السبب في اختيار ذلك النوع من العينات استناداً إلى نتائج الدراسات السابقة والتي أوضحت بأن هذه الفئات العمرية هي الأكثر استخداماً لمواقع الشبكات الاجتماعية، فضلاً عن ان الشباب في هذه المرحلة يزداد إقباله على وسائل الاتصال مما يعزز وعيه بالعالم السياسي والأحداث السياسية وتمهد هذه المرحلة إلى المشاركة الفعلية في الحياة السياسية عن طريق عملية التصويت وتولي المناصب القيادية^(١).

٦- **حدود البحث:** تنحصر حدود البحث المكاني في مدينة بغداد لتطبيق البحث على عينة عمدية عارضة من الشباب الذين تيسر للباحثة الوصول إليهم. فيما انحصر المجال البشري في فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٤٠ عاماً من طلبة الجامعة، والموظفين، والأعمال الحرة، والعاطلين عن العمل. أما المجال الزمني، فقد تم تطبيق الاستمارة خلال شهري كانون الثاني وشباط من العام ٢٠١٨ ليشكل هذا التاريخ المجال الزمني للبحث.

٧- **أداة البحث:** اعتمدت الباحثتان على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة وتحقيق أهداف البحث، بوصفها، الأداة التي توفر قدراً جيداً من الموضوعية العلمية بعيداً عن التحيز، وقد تكونت من جزأين، خصص الأول منهما للمتغيرات الديموغرافية، فيما تضمن الجزء الثاني مجموعة من الأسئلة والفقرات التي تم صياغتها لتحقيق الأهداف التي يسعى البحث إلى الوصول إليها. ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين*، حيث أبدوا ملاحظات قيمة حول شكل الاستبيان ومضمونها، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة وإضافة بعض الأسئلة وحذف بعضها الآخر، ومن ثم تحقق الصدق الظاهري، كما تم إجراء اختبار فعلي للاستمارة عن طريق تطبيقها على عينة نسبتها (١٠%) أي ما يعادل (١٤) مفردة من الشباب، وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، ومن ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية على وفق الملاحظات التي أوردها المبحوثون. وانطلاقاً من هذا الاعتبار فقد تم تقسيم أسئلة الاستبيان إلى المحاور الآتية:

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

المحور الثانية: عادات المشاهدة وأنماط استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الشباب العراقي في الانتخابات

٨- **تحديد مفاهيم البحث**

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت، ومن أي مكان، أسهمت في تسهيل مهمة التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تعزز عرى العلاقات بين

مستخدميها، وتعدد استخدامها لتصبح وسيلة للتعبير عن الآراء بحرية وللترويج والتسويق السياسي ومن أبرز مواقع شبكة التواصل الاجتماعي : فيس بوك، تويتر، يوتيوب.

- **المشاركة الانتخابية:** هي مشاركة الشباب في اختيار ممثليهم على المستوى الوطني عبر الانتخابات الحرة والتي يعد التصويت أهم أركانها.
- **الشباب:** وفي هذا البحث تعني فئة الشباب البالغ الذي يحق له التصويت في الانتخابات، والذين هم في سن (١٨ - ٤٠) عاما مؤهلين اجتماعيا ونفسيا للمشاركة في الحياة السياسية.

٩- الدراسات السابقة

١- دراسة (الواحاتي، ٢٠١٨) ^(٢) حول استخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على مشاركتهم في الانتخابات العامة. هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام ومتابعة الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية في عدد من العربية (مصر والسودان والأردن والمغرب وتونس) والتعرف على عادات وأنماط ودوافع استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر)، وكذلك الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها على صفحات الأحزاب السياسية، ومعرفة مدى ثقة الشباب العربي واعتمادهم على الصفحات الحزبية وأثر استخداماتهم لهذه الصفحات على مشاركتهم في الانتخابات العامة. حيث اعتمدت على منهج المسح، وطبقت على عينة عمدية من الشباب العربي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، قوامها (٤٠٠ مفردة)، في المرحلة العمرية (١٨ - ٤٠) عام، مستخدمة في ذلك صحيفة الاستبيان "عبر جوجل" وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أن هناك فروق بين الذكور والإناث في أشكال المشاركة في الانتخابات العامة بناء على متابعتهم لصفحات الأحزاب السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنسية ومتغير الدخل الشهري، والمستوى التعليمي.
- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً فكلما زاد تعرض الشباب العربي من الذكور لصفحات الأحزاب السياسية زادت مشاركتهم الانتخابية.

٢- دراسة (سلامة وعنانزة، ٢٠١٨) ^(٣)، حول دور موقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن. حيث مثلت الدراسة محاولة لمعرفة دور

وسائل التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن عشر عام ٢٠١٦، وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية بلغت (٤٣٧) مواطناً من المجتمع الأردني، واعتمدت الدراسة استبانة محكمة تضمنت مجموعة من الأسئلة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية، وقد تمت معالجة البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المعروفة، ودلت النتائج على أن: معظم أفراد العينة تمتلك صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وان ٤٠% من مجموع القوائم المرشحة للانتخابات تعتمد على هذه الصفحات في نشر برامجهم الانتخابية وتنظيم المهرجانات الخطابية ومنها ٢٩% تعتمد آليات الترويج المدفوع الأجر لصفحات ومنشورات القوائم.

٣- دراسة (اليحيوي، ٢٠١٥)^(٤)، حول (الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم والديمقراطية)، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة وظيفة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في المجال العام في ضوء تجربة ٢٠ فبراير ٢٠١١، وخلصت على جملة من النتائج أبرزها:

- أن شبكات التواصل الاجتماعية أسهمت اسهاماً حقيقياً في تأسيس مفاصل المجال العام بالمغرب، ليس، فقط، بخصوص- فضاء النقاش والحوار الذي فتحته أمام الجمهور، بل فسحت سبل الإسهام غير المباشر في اتخاذ القرار.
- أن شبكات التواصل الاجتماعي بالمغرب لم تسهم فقط في إعادة تشكيل المجال العام بل أسهمت في توسيع نطاقه، وتمديد فضاء فعله وتفاعله ومن ثم، فالمجال العام الواقعي لم يعد محصوراً في الأطر الجغرافية أو السياسية أو الثقافية التي كانت ترسم حدوده، بل بات يغذيه جمهور ذو هوية افتراضية خالصة.

٤- دراسة (حمودي، رأفت، ٢٠١٣)^(٥) حول (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي)، طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها (٤٣٠) مفردة من طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت حيث تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

• تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، وفي التأثير في السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسها على الشارع السياسي العراقي.

• أظهرت النتائج بان ما نسبته (80%) من أفراد العينة هم مقتنعون بان مواقع التواصل الاجتماعي كانت محرزا أساسيا على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية في حين كانت نسبة (20%) رافضة لذلك .

٥- دراسة (العلاونة، حاتم، (٢٠١٢) ^(٦) حول (دور التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري)، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، معتمدا على نظرية المجال العام في وصف نشأة وتكون الرأي العام وحالة الرأي طبقت الدراسة على عينة بلغت (٢٩٦) مفردة، من النقبانيين في مدينة إربد. وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

• أن (٥٠،٦%) من النقبانيين يستخدمون الفيس بوك و (٢٧،١%) يستخدمون تويتر، وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (٢٨،٥%)، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (٢١،٨%).

• بينت النتائج أن (٥٦،٦%) من النقبانيين يشاركون (دائماً وأحياناً ونادراً) في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن، عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

٦- دراسة (بشرى الراوي (٢٠١٢) ^(٧) حول (دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير) هدفت الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، بوصفه إعلاماً بديلاً وأحد منابر النقد لعمل الحكومة من طرف، ومن طرف آخر كوسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور، إذ يؤدي غياب الحوار، إلى اختلال العلاقة بينهما، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

• أن مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائل يستخدمها من يشاء، لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، متعدد الوسائط.

- وظفت مواقع التواصل الاجتماعي، لتسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة والحوار، مما أدى الى تنامي دور الشباب في رسم خريطة التغيير السياسي في الوطن العربي
- وان مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عاملاً مهماً في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي للجماهير عن طريق فضاءات تواصلية.

٧- دراسة خورشيد، كامل، (٢٠١١) (٨) حول (دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي

العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً)، هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الحراك السياسي العربي، لإمكانات مواقع التواصل الاجتماعي في تأجيج الثورات العربية وإدامة زخمها وتعبئة شبابها، وخلصت إلى نتائج من أهمها :

- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وكسرت حاجز الخوف وحولت العمل السياسي السري إلى نشاط علني، وقامت بدور التعبئة الأيديولوجية للثورات، وحققت حضورها في نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب.
- أن هذه المواقع أدت دوراً كبيراً في التنسيق بين الثوار وتم توظيفها في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الاعتصام، وأسهمت في تغيير الصورة النمطية للشباب العربي، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير.

تعليق على الدراسات السابقة:

يعد عرض الدراسات السابقة بمثابة الأساس العلمي الذي ينطلق منه بحثنا الحالي، كما أنها ساعدت الباحثان في الاطلاع على الأطر النظرية والمنهجية التي تعتمد عليها وفي التحليل والاستنتاج والاستنباط والتوجه الفكري والموضوعي حيث استفادة من المناهج والنظريات التي اعتمدها الدراسات السابقة لتكون دليلاً لها في وضع الأطر النظرية والفكرية لبحثها، وقد وجدنا ان هذه الدراسات تقترب من جوانب بحثنا، من حيث اهتمامها بدور الإعلام الجديد ولاسيما شبكات التواصل الاجتماعي في تنشيط الحراك السياسي العربي، إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، كذلك من حيث المجتمع الذي يتمثل في عينة من الشباب، وقد استفادت الباحثان عن طريق اطلاعهما على تلك الأدبيات في معرفة أهم المصادر والمراجع التي استفادة منها هذه الدراسات،

فضلا عن استعانتها بالأداة (الاستبانة) فقد أسهمت في توجيه جهود الباحثان العلمية نحو المسار الصحيح من الجانب المنهجي النظري والتطبيقي.

الإطار النظري للبحث

١- مواقع التواصل الاجتماعي والانتخابات

أسهمت الثورة الاتصالية والتكنولوجيا الجديدة في مجال الإعلام الإلكتروني في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمتخصصين والإعلاميين، الذي أطلقوا عليه الإعلام البديل، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة والمتجددة.

يعتمد هذا النوع من الإعلام على أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، حيث قدم الإنترنت إمكانيات فائقة في مجال نشر المعلومات وتبادلها بين الأفراد مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، ويؤكد العديد من الباحثين على أن استعمالات الإنترنت في الدول التي تصنف بأنها غير ديمقراطية، ساعدت في كسر الطوق على عدد من الجماعات السياسية، مما دفع قسماً من هذه الدول إلى الاعتقاد بأن الإنترنت، أصبح عدو النظم السياسية التي تنتهك حقوق الأفراد، وذلك لأنه أضحى يؤثر في الحياة السياسية في المجتمعات، ويساعد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الوعي السياسي والمشاركة السياسية^(٩)، التي أصبحت تمثل موضوعاً محورياً لارتباطها بالحرية التي كافحت أكثر الشعوب من أجل نيلها، وتحقيق المساواة بين الأفراد، فضلاً عن أنها المظهر السياسي المعبر عن ديمقراطية الدول، وكذلك تدل على مستوى الوعي السياسي للمواطنين.

فقد وضعت وسائل الإعلام الجديدة المعلومات في أيدي المواطنين العاديين وتمكنت من طريق طبيعتها القائمة على الإنترنت من الإفلات من بيئات الرقابة الصارمة على المعلومات في كل البلدان العربية التي كانت تعاني من الرقابة الصارمة على المعلومات.

حيث وفرت شبكة التواصل الاجتماعي بما تتيحه من عالم افتراضي ومواقع اجتماعية تفاعلية، الفرصة أمام الأفراد المشتركين في هذه المواقع لبناء قاعدة أساسية للانطلاق باتجاه أهداف لتحقيقها، انطلاقاً من الإيمان العميق بدورهم في الحياة المجتمعية وبضرورة الارتقاء بالمجتمع، عن طريق فتح المجال أمام المشتركين لإبداء

آرائهم والتعبير عنها والمشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا، وأصبح بإمكان أي مشترك أن يطلع على كل ما ينشره زملاؤه في المواقع الاجتماعية وبرز دورها في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة فضلاً عن تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي عن طريقها يتشكل الرأي في المجتمع، كما أنها تقوم بدور مهم في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة^(١٠)، كما أسهمت بشكل مباشر في إحداث انقلاب في أسلوب التواصل السياسي والموروث الثقافي والاجتماعي والفكري لدى الشعوب، إذ أدت دوراً بارزاً في الحراك السياسي الدائر في منطقة الشرق الأوسط وأسهمت في سقوط عديد من الأنظمة السياسية، وفي إذابة كثير من الفوارق الاجتماعية بين أوساط مستخدميها . وكما هو معلوم، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بخدماتها الفريدة والتميزة، مع ما تتيحه من ثراء معرفي وتنوع معلوماتي في زمن قياسي مقارنة بغيرها من مصادر المعلومة ووسائل الاتصال ، تشجع هذه المواقع على التعاون بين الناس ومن ثمّ يمكنهم تكوين مجموعات على وفق توافق الاهتمامات . ويضم التعاون أنشطة مثل : الانضمام إلى مجموعات سياسية وتبادل الآراء بشأن المرشحين السياسيين، وإيجاد دور نشط لهماهير مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في العملية السياسية عن طريق المناقشات والمشاركات والتصويت، وإحداث تأثير نوعي في النشاط السياسيين، وإحساسهم بأنهم أكثر تفاعلاً وشراكة مقارنة مع استخدام وسائل الإعلام الأخرى.

وقد تم استخدام أساليب التسويق السياسي لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية في الحملة الانتخابية للرئاسة في العام 1952 بواسطة فريق عمل المرشح الديمقراطي إيزنهاور. أما في العملية السياسية فقد استخدم الإنترنت لأول مرة في العام 1996 في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي انتخابات لعام 2000 استخدم المرشحون مواقعهم في الترويج والدعاية الانتخابية بشكل موسع. وتشير البحوث والدراسات لمركز Pew الى ان (95%) من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية لغرض الحصول على المعلومات سياسية هم من الشباب الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة .

ويعد الفيس بوك الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً وشعبية حول العالم، وأصبح استخدامه أكثر جدية، إذ لم يكن موقع الفيس بوك في بداياته أكثر من مجرد أداة لقضاء وقت الفراغ الزائد لدى الشباب جراء البطالة أو نظام التعليم المُحبط أو لان الدولة لم تكن بقدر المسؤولية في تحمل ورعاية هذه الفئة العمرية الحرجة من الشباب، وما لبثت أن اختلفت هذه الصورة حتى تحول الموقع إلى منبع لحركة الثورات، فبعد أن كان

زواره يفضلون استخدامه فقط في الدردشة والمواد الترفيهية، تحول الأمر ليصبحوا أكثر اهتماماً بالشؤون العامة لبلادهم، وازداد إحساسهم السياسي والوطني وأصبحت الصفحات السياسية والإخبارية تتفوق... وربما للمرة الأولى على الصفحات الفنية والرياضية. وتشير الدراسات الى انه لا يزال عدد مستخدمي فيسبوك في تزايد مستمر حيث تشير الإحصاءات في نهاية الربع الثالث من عام 2016 إلى وجود (١,٧٩) مليار مستخدم "فعال ومتفاعل" شهرياً، وذلك بارتفاع نسبته (١٦%) عن العام ٢٠١٥. أما في البلدان العربية، فتشير الإحصاءات بداية عام ٢٠١٧ إلى وجود ما يقرب من (١٥٦) مليون مستخدم "فعال ومتفاعل"، بزيادة (٤١) مليون مستخدم مقارنة بعام ٢٠١٦، الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية (١١٥) مليوناً. ويحتل العراق رابع دولة بعد مصر والسعودية والجزائر من حيث عدد مستخدمي الفيس بوك - لعام ٢٠١٧ بلغ أكثر من (١٣) مليون مستخدم بنسبة (٤٠%) من سكان العراق. (١١) أما على صعيد الفئة العمرية في استخدام الفيس بوك فقد شكلت الفئة العمرية (18 - ٢٤) عاماً النسبة الأكبر بلغت (٣٦%) وتليها الفئة العمرية (٢٥ - ٣٤) بنسبة (٣٢%) ويشكل الذكور النسبة الأعلى من المستخدمين بنسبة (62%) مقابل (٣٥%) من الإناث (١٢).

ويمكن معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز وتعزيز الأفراد على المشاركة أو عدم المشاركة بالانتخابات عن طريق قياس الأبعاد الثلاثة: التواصل، والتعاون، والمشاركة والتي تتعلق فيما إذا كان هؤلاء الأفراد يتواصلون مع المرشحين السياسيين على مواقع الشبكات الاجتماعية أو ينضمون إلى مجموعات للتعاون والحصول على المعلومات المتعلقة بالمرشحين السياسيين أو يشاركون أصدقاءهم ما يتم نشره من صور ومقاطع فيديو وروابط إخبارية على صفحات المرشحين السياسيين. وتتمثل أبعاد الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية في الآتي (١٣):

١- التواصل : تسهم شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين العلاقات والصدقات لمناقشة القضايا التي تجذبهم مثل السياسة والتعليم والصحة وغيرها يضم التواصل عدة أنشطة مثل :تمكين التواصل بين المرشحين والشباب، وتيسير المناقشات السياسية، ومتابعة الأخبار بشأن المرشحين السياسيين.

٢- التعاون : تتمثل إمكانات الشبكات الاجتماعية لتبادل الخبرات والموارد فيما بين الناس والبحث عن حلول للمشكلات التي يواجهونها في حياتهم العادية، ويحدث التعاون بين أعضاء الشبكة الاجتماعية عن طريق تبادل المعلومات والوصول إلى قرارات حول قضايا ذات الاهتمامات مشتركة ومنها قضية الانتخابات على سبيل المثال.

٣- المشاركة السياسية : إن المشاركة السياسية هي أحد الأبعاد المهمة لتحديد السلوك السياسي للأفراد، حيث تؤكد الدراسات والبحوث على الدور الإيجابي للفرد في الحياة السياسية عن طريق حق الترشيح أو التصويت في الانتخابات، أو الاهتمام بالقضايا والأمور السياسية ومناقشتها مع الآخرين، أو العضوية في المنظمات ... إلخ؛ فهي محاولة للتأثير في متخذي القرار، والمشاركة بإرادة واعية وتأكيد للحق الديمقراطي لأفراد المجتمع.^(١٤)

ويرى بعض الباحثين أنه يمكن قياس مشاركة الأفراد بالانتخابات أو الاتجاهات السياسية عن طريق عدة مؤشرات منها : مدى متابعة الأخبار السياسية، وتتمثل في عدم مناقشة بعض الأفراد القضايا السياسية مع غيرهم، ومع ذلك قد يظل لديهم بعض الاهتمام بالشؤون السياسية ويحافظون على هذا الاهتمام عن طريق متابعة وسائل الإعلام، فيكون بمقدورهم أن يظلوا على علم بما يحدث حولهم ويكونون آراء خاصة بشأن مجرى الأحداث و التصويت في الانتخابات.

كذلك مناقشة الأمور السياسية، التي تعد شكلاً من أشكال المشاركة السياسية والتي ينغمس فيها الأفراد تلقائياً، وهي مناقشات سياسية غير رسمية تتم بين الأفراد وعائلاتهم أو في عملهم أو مع أصدقائهم، وتنفوت هذه المناقشات على وفق الأحداث، وعادة تتم هذه المناقشات بشكل أكبر أثناء الحملات الانتخابية أو في أوقات الأزمات السياسية.

أما المؤشر الأخير فيتمثل في التصويت في الانتخابات والمشاركة الحرة بالاقتراع حيث يستطيع الأفراد أن يختاروا بإرادتهم ما إذا كانوا سيشاركون في العملية الانتخابية أو لا يشاركون^(١٥).

٢- النظريات الموجهة للبحث

أ- نظرية الاستخدامات والإشباع

يستفيد البحث الحالي من نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية المجال العام انطلاقاً من كون نظرية الاستخدامات والإشباع مدخلاً يوضح ويفسر الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك عن طريق النظرة إليه على أنه جمهور نشط، يتميز بالفاعلية والنشاط، ويسعى عن طريق استخدام وسائل الإعلام إلى تحقيق أهدافه؛ فإنه قادر على تحديد حاجاته ودوافعه، لذا يختار الوسيلة الإعلامية المناسبة لإشباع تلك الاحتياجات ويتمثل نشاطه قبل التعرض وبعده؛ حيث يختار الجمهور قبل التعرض

المحتوى الذي يفى بحاجاته، ويحقق له إشباعات معينة، وأثناء التعرض، فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها ويهمل الأخرى، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض لها وبمعنى آخر، فإن الجمهور يسعى إلى تحقيق غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، لذا فإن جمهور شبكات التواصل الاجتماعي هو جمهور متفاعل يلجأ لاختيار أحد مواقع الشبكة ليحقق إشباعاً لاحتياجاته في هذه الشبكات بوصفها أماكن افتراضية تلبى حاجات مجموعات محددة من الأشخاص ومن ثمّ تخلق مجتمعاً كثيراً من أفراده غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الانترنت لذا يعد تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في دراسات مواقع الشبكات الاجتماعية ذا أهمية بالغة، وفي هذا الإطار تؤكد الدراسات إن الفرضيات التي تنطلق منها هذه النظرية هي :

- أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط، يتميز بالفاعلية والنشاط، يسعى إلى تحقيق هدف معين عن طريق تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.
- أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسئول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته، فهو يعرف هذه الرغبات والحاجات ويحاول إشباعها عن طريق تعرضه لوسائل إعلامية مختلفة

ب - نظرية المجال العام :-

يستفيد البحث من نظرية المجال العام التي تسمح لباحثان في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي كمجال للحوار حول سير العملية الانتخابية، في إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة، وتبادل المعلومات والأفكار، ومعرفة دوره في تفعيل مشاركة الشباب في الانتخابات، كما يمكن الاستفادة من هذه النظرية في تفسير النتائج ، وذلك نظراً للدور الذي يمكن أن تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مجال عام بين مجموعات الأصدقاء، تمكنهم من إبداء آرائهم بحرية في موضوعات الحراك الجماهيري نحو دعوة الشعب العراقي للمشاركة أو مقاطعة الانتخابات. واستناداً الى نظرية الإطار، فإن الأفراد ينشرون المعلومات عن الانتخابات والشخصيات المرشحة في مواقع التواصل الاجتماعي لكي يتم إدراكها وربطها من الجماعات الأخرى المتفاعلة في صفحات الفيس بوك . حيث أسهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية (جورجن هابر

ماس)، الفيلسوف الألماني الذي صاغ نظرية المجال العام عام (١٩٦٢). ويقصد بالمجال العام بأنه (مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري الوجود في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع احتياجات المجتمع وتحديدتها مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات عن طريق السلوكيات والحوار، والتي تسعى الى تأكيد على الشؤون العامة للدولة. وتصف هذه النظرية حالة الرأي منذ النشأة والتكون ضمن المجال العام الذي يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، والمجال الخاص الذي قد يركز في الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة.^(١٦) يمكن رؤية المجال العام كمجال أو مناخ حياتنا الاجتماعية، والذي عن طريقه يمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد "هابر ماس" على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والاقتصاد عن طريق نظريته، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، وللإنترنت دور في تحقيق الديمقراطية، فهي في المجال العام ينظر إليها كمحيط سياسي.^(١٧) ومن أهم السمات التي حددها هابر ماس للمجال العام ما يأتي^(١٨):

- ١- المجال العام هو حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن عن طريقه أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.
- ٢- المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.
- ٣- المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.

ولخصت هذه النظرية في أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، ونشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد، وخلق حالة من الجدل بين الجمهور يمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر في الجهة الحاكمة. انطلاقاً من ان الكثافة العالية لتداول المعلومات قد أتاحت فرصة كبيرة لأصحاب الخطابات البديلة في تقديم آرائهم وتحدي الخطاب التقليدي المفروض على المجال العام. فقد حققت شبكة التواصل الاجتماعي هذه الوظائف وقدمت إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فقد جعلت من السهل تبادل المعلومات ونشرها بين الأفراد.

الإطار التطبيقي للبحث

تفسير الجداول ونتائج الدراسة الميدانية

١- توصيف عينة البحث

تشير بيانات الجدول رقم (١) توصيف العينة إلى أن (٦٨,٧%) من أفراد العينة هم من الذكور مقابل (٣١,٣%) من الإناث، وأن الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢٥ عاماً بلغت نسبتهم (٢٥%)، أما الذين تراوحت أعمارهم ما بين (٢٦-٣٣) عاماً فقد بلغت نسبتهم (٤٦,٨%)، فيما بلغت نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين (٣٤-٤٠) عاماً (٢٨,٢%)، أما توصيف عينة البحث من حيث المهنة فقد بلغت ٢٥% لكل من المهن (موظف، أعمال حرة، طالب، عاطل عن العمل) ويعزى سبب هذه النتيجة إلى أن الباحثان اعتمدا عينة عمدية وحرصتا على تحقيق التوازن بين العينة من حيث المهنة فقد اختارتا (٤٠) مفردة من كل من الموظفين، والأعمال الحرة، والطلاب، والعاطلين عن العمل. ينظر الجدول رقم (١)

جدول رقم (١) توصيف عينة البحث

المتغير	البدائل والتكرارات	البدائل	ك	%
الجنس	ذكر		١١٠	٦٨,٧
	أنثى		٥٠	٣١,٣
	المجموع		١٦٠	١٠٠
العمر	٢٥-١٨		٤٠	٢٥
	٢٦-٣٣ عاماً		٧٥	٤٦,٨
	٣٤-٤٠ عاماً		٤٥	٢٨,٢
	المجموع		١٦٠	١٠٠
المهنة	موظف		٤٠	٢٥
	أعمال حرة		٤٠	٢٥
	طالب		٤٠	٢٥
	عاطل عن العمل		٤٠	٢٥
	المجموع		١٦٠	١٠٠

٢- أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى أن (٧٥%) من عينة البحث مضى على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي سنة فأكثر تتوزع بين (٥٨,٨%) من الذكور و(١٦,٢%) من الإناث، وأن (١٥,٦%) منهم يستخدمون هذه المواقع ما بين ٦ شهور إلى أقل من سنة موزعة بين (٦,٨%) من الذكور و(٨,٨%) من الإناث، فيما أفاد ما نسبته (٩,٤%) أنهم يستخدمون هذه المواقع منذ أقل من ٦ شهور موزعة بين (٣,٢%) مقابل (٦,٢%) ، وهذا يعني أن غالبية الذكور ويمثلون أكثر من نصف العينة هم ممن لهم خبرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ناتج عن قدم تاريخ الاستخدام، وأن غالبية الإناث هن حديثات المشاركة والاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، قد يكون هذا ناتجاً عن طبيعة النظام الاجتماعي في العراق وانشغال النساء بأعمال المنزل وشؤون الأسرة مما أدى الى قلة استخدامهن لهذه المواقع مقارنة بالذكور. ينظر الجدول رقم (٢)

الجدول رقم (٢) يبين مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي طبقاً للنوع

المجموع		الإناث		الذكور		مدة استخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
٩,٤	١٥	٦,٢	١٠	٣,٢	٥	منذ أقل من ٦ شهور
١٥,٦	٢٥	٨,٨	١٤	٦,٨	١١	من ٦ شهور إلى أقل من سنة
٧٥	١٢٠	١٦,٢	٢٦	٥٨,٨	٩٤	منذ سنة فأكثر
١٠٠	١٦٠	٣١,٣	٥٠	٦٨,٧	١١٠	المجموع

٣- معدلات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

تبين من نتائج الجدول رقم (٣) أن أعلى معدلات تصفح لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت لصالح معدل تصفح أقل من ٣ ساعات يومياً بنسبة (٥١,٨%)، ويليهما في المرتبة الثانية معدل التصفح أكثر من ٥ ساعات يومياً والتي بلغت نسبتها (٣٤,٤%)، في حين وجد أن أقل معدل تصفح لتلك الفئة هو معدل التصفح ما بين ٣ - ٥ ساعات يومياً والذي جاء بنسبة (١٣,٨%)، مما يعني أن غالبية الشباب تقضي أوقات طويلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ربما يعود هذا الى ارتفاع نسبة العاطلين عن العمل من الشباب، وأن هذه المواقع تقدم معلومات متنوعة تحظى بإقبال الشباب عليها. ينظر الجدول رقم (٣)

جدول رقم (٣) يبين الوقت الذي تقضيه عينة البحث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الوقت	ك	%
أقل من ٣ ساعات يومياً	٨٣	٥١,٨
من ٣ - ٥ ساعات يومياً	٢٢	١٣,٨
أكثر من ٥ ساعات يومياً	٥٥	٣٤,٤
المجموع	١٦٠	١٠٠

٤- فترات استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي.

تبين بيانات الجدول رقم (٤) توزيع فترات استخدام عينة البحث طبقاً للمهنة لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ جاءت الفئة (لا يوجد وقت محدد) بالمرتبة الأولى بنسبة (٥١,٢%) من مجموع عينة البحث موزعة بين (٢١,٩%) ممن يزاولون الأعمال الحرة و (١٦,٨%) من الموظفين فيما تساوى كل من الطلاب والعاطلين بنسبة (٦,٢%) لكل منهما، واحتلت فترة المساء المرتبة الثانية بنسبة (٢٨,٨%) حيث ارتفعت نسبة استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي ضمن الفترة المسائية حيث شكلت (١١,٨%) مقابل (١٠,٦%) من العاطلين عن العمل و (٤,٣%) من الموظفين و (١,٨%) الأعمال الحرة أما فترة الظهيرة فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (١٥%) من مجموع عينة البحث موزعة بين (٨,٢%) من العاطلين عن العمل، و (٣,٣%) من الطلاب و (٢,٦%) من الموظفين و (١,٣%) من الأعمال الحرة، تدل هذه النتائج على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتبط إلى حد ما بطبيعة مهنة المبحوث ويرتبط بظروف عملهم أيضاً فقد يعمل بعض أفراد العينة في القطاع الخاص الذي قد يستمر العمل فيه إلى أوقات متأخرة أحياناً. ينظر جدول رقم (٤)

جدول رقم (٤) يبين فترات دخول عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي طبقاً للمهنة

المهنة	الموظفين		أعمال حرة		طلاب		عاطلين		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
فترة الصباح	٢	١,٣	٠	٠	٦	٣,٧	٠	٠	٨	٥
فترة الظهيرة	٤	٢,٦	٢	١,٣	٥	٣,٣	١٣	٨,٢	٢٤	١٥
فترة المساء	٧	٤,٣	٣	١,٨	١٩	١١,٨	١٧	١٠,٦	٤٦	٢٨,٨
لا يوجد وقت محدد	٢٧	١٦,٨	٣٥	٢١,٩	١٠	٦,٢	١٠	٦,٢	٨٢	٥١,٢
المجموع	٤٠	٢٥	٤٠	٢٥	٤٠	٢٥	٤٠	٢٥	١٦٠	١٠٠

٥- أكثر المواقع استخداما من قبل الشباب لمتابعة أخبار الانتخابات

يتضح من نتائج الجدول رقم (٥) أن موقع الفيس بوك حقق أعلى نسبة استخدام لمتابعة أخبار الانتخابات من عينة البحث بنسبة (٩٦,٨%) مقابل (٣,٢%) لموقع يوتيوب. ينظر الجدول (٥)

جدول رقم (٥) يوضح أكثر المواقع استخداما من قبل الشباب لمتابعة أخبار الانتخابات

الموقع	ك	%
فيسبوك	١٥٥	٩٦,٨
تويتر	٠	٠
يوتيوب	٥	٣,٢
أخرى	٠	٠

٦- عدد أصدقاتك على صفحات الفيس بوك.

نلاحظ عن طريق بيانات الجدول (٦) أن (٧٥%) من عينة البحث لديهم من ٣٠٠ - فأكثر من الأصدقاء و(١٢,٥%) لديهم من ٢٠٠ إلى أقل من ٣٠٠ صديق و(٨,٨%) لديهم من ١٠٠ إلى أقل من ٢٠٠ صديق و(٣,٧%) لديهم من أقل من ١٠٠ صديق. وتعد إضافة الأصدقاء في " الفيس بوك" من أهم الخدمات التي يقدمها والتي تدعم بناء علاقات الصداقة عبر موقع التواصل الاجتماعي، في حين يتيح الموقع للمستخدم خاصية الموافقة أو رفض هذه الطلبات ولهذا السبب يعزى وجود فارق بين عدد الأصدقاء بالنسبة لبعض المبحوثين، وترى الباحثتان ان عدد الأصدقاء الكبير يسهم في خلق مجال أوسع لتبادل المعلومات حول المرشحين وزيادة نسبة التفاعل من خلال المشاركات وتبادل الآراء ووجهات النظر ومن ثم يؤدي هذا إلى بلورة اتجاهات حول المشاركة في الانتخابات أم عدم المشاركة. ينظر جدول رقم (٦)

جدول رقم (٦) يوضح عدد الأصدقاء على صفحات الفيس بوك

عدد الأصدقاء	ت	%
أقل من ١٠٠	٦	٣,٧
١٠٠- أقل ٢٠٠	١٤	٨,٨
٢٠٠- أقل ٣٠٠	٢٠	١٢,٥
٣٠٠- فأكثر	١٢٠	٧٥

٧- دوافع استخدام المبحوثين لهذا الموقع دون غيره من المواقع الأخرى

تبين نتائج الجدول (٧) الدوافع التي تكمن وراء استخدام المبحوثين لهذا الموقع دون غيره من المواقع الأخرى، فقد جاء (يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة) في مقدمة هذه الدوافع، وبما نسبته (٥٨,١%)، ثم (متابعة الأخبار بشأن المرشحين للانتخابات) بما نسبته (٥٣,١%)، و الوصول الى قرارات حول قضايا ذات الاهتمامات المشتركة ومنها قضية الانتخابات بنسبة (٤٥,٦%)، ولأنه يسمح بالتواصل مع الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (٣٩,٣%)، و تجاوز ضغوط الحياة اليومية بنسبة (٢٣,١%)، ثم تيسير المناقشات في القضايا السياسية والانتخابات بنسبة (١٨,١%) وأخيرا للتسلية وتمضية الوقت بنسبة (١٦,٨%). ويتبين من هذه النتائج مدى الحرص الذي يوليه الشباب ولاسيما الفئة العمرية من ٢٦- ٣٣ التي تعد من مراحل النضوج للتعبير عن آرائهم ولخاصية حرية الرأي والتعبير التي لا توفرها الوسائل الإعلامية الأخرى وان إدامة علاقاتهم بالآخرين يسهم في متابعة أخبار السياسيين وأخبار الانتخابات، وهذه المتابعة تعد مناقشة الأمور السياسية، شكلاً من أشكال المشاركة السياسية التي يغمس فيها الأفراد تلقائياً، وهي مناقشات سياسية غير رسمية تتم بين الأفراد وعائلاتهم أو في عملهم أو مع أصدقائهم، وتنفوت هذه المناقشات على وفق الأحداث، وعادة تتم هذه المناقشات بشكل أكبر في أثناء الحملات الانتخابية أو في أوقات الأزمات السياسية. إذن نستنتج من هذا أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تحقيق مشاركة الشباب في الانتخابات عن طريق التواصل مع الأصدقاء ومناقشة القضايا والموضوعات المتعلقة بالانتخابات ومتابعة أخبار المرشحين والمعلومات المنشورة حول المرشحين للانتخابات عن طريق ما ينشره الأصدقاء من معلومات بشأن المرشحين والسياسيين الأمر الذي يعكس طبيعة التنوع والوفرة التي تقدمها هذه المواقع. ينظر جدول رقم (٧)

جدول رقم (٧) يوضح دوافع استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي طبقاً للعمر
(اختيار أكثر من بديل)

الدوافع		من ٢٥-١٨		من ٣٣-٢٦		من ٤٠-٣٤		المجموع	
متابعة الأخبار بشأن المرشحين للانتخابات		٢٥	١٥,٦	٣٥	٢١,٩	٢٥	١٥,٦	٨٥	٥٣,١
يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة		٣٨	٢٣,٧	٣٥	٢١,٩	٢٠	١٢,٥	٩٣	٥٨,١
تيسير المناقشات في القضايا السياسية والانتخابات		٣	١,٨	١٦	١٠	١٠	٦,٢	٢٩	١٨,١
يسمح بالتواصل مع الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد		٢٥	١٥,٦	٢٠	١٢,٥	١٨	١١,٣	٦٣	٣٩,٣
لرغبتني في متابعة كل جديد		١١	٦,٨	١٠	٦,٢	١٢	٧,٥	٣٣	٢٠,٦
الوصول الى قرارات حول قضايا ذات الاهتمامات مشتركة ومنها قضية الانتخابات		١٨	١١,٤	٢٠	١٢,٥	٣٥	٢١,٩	٧٣	٤٥,٦
تجاوز ضغوط الحياة اليومية		٤	٢,٦	١١	٦,٨	٢٢	١٣,٧	٣٧	٢٣,١
للتسلية وتمضية الوقت		٢٠	١٢,٥	٥	٣,٢	٢	١,٣	٢٧	١٦,٨

٨- الاشباعات المتحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حول الانتخابات.

أوضحت بيانات الجدول (٨) أن أغلب المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت لهم إشباع حاجات عدة في مجال الوعي حول الانتخابات منها : كشف حالات فساد السياسيين في العراق التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٧٥,٥%) إذ احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى بين خيارات اشباعات الفئة العمرية من ٣٤ - ٤٠ بنسبة (٢١,٩%) ثم تلتها الفئة العمرية من ٢٥-١٨ بنسبة (٥,٦%) أما الفئة العمرية من ٢٦-٣٣ فقد حصلت على بنسبة (٢٠%). وحصلت العبارة أسهمت في تشكيل آرائي وأفكاري حول المرشحين للانتخابات على نسبة (٥٨,١%) إذ احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى بين خيارات الفئة العمرية من ٢٦-٣٣ بنسبة (٢٣,٧%) ثم تلتها الفئة العمرية من ١٨-٢٥ بنسبة (٢١,٩%) أما الفئة العمرية من ٣٤ - ٤٠ بنسبة (١٢,٥%)، و جاءت خاصية التواصل مع الأصدقاء وتبادل المعلومات حول المرشحين للانتخابات بالمرتبة الثالثة بين الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٤٨,٧%) موزعة بين الفئة العمرية من ١٨-٢٥ التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٢١,٩%) ثم تلتها الفئة

العمرية من ٢٦ - ٣٣ بنسبة (١٥,٦%) أما الفئة العمرية من ٣٤ - ٤٠ فجاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة (١١,٣%). وقد كشفت نتائج هذا الجدول بأن الاشباع المتحققة للمبحوثين عن طريق استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي هي إشباع معرفية واجتماعية بالمرتبة الأولى حيث صار الموقع فضاء للتعرف وكشف قضايا الفساد والإطلاع على مختلف المعلومات و الأخبار المتعلقة بالانتخابات، إلى جانب ما يوفره من تواصل اجتماعي مع الأهل والأصدقاء في الأماكن المختلفة والمتباعدة جغرافيا وهذا يؤكد أن استخدامات عينة البحث لهذا الموقع تهدف لتحقيق إشباع أكثر وعيا ونضجا وانعكس هذا عن طريق إجابات عينة البحث حول الاشباع المتحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. للمزيد ينظر الجدول رقم (٨)

الجدول رقم (٨) يوضح الاشباع المتحققة من استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي طبقا للعمر (اختيار أكثر من بديل)

المجموع		من ٤٠-٣٤		من ٣٣-٢٦		من ٢٥-١٨		الاشباع
٣٤,٣	٥٥	١٥,٦	٢٥	٦,٢	١٠	١٢,٥	٢٠	أكسبتي معلومات جديدة حول الأحداث المتعلقة بالانتخابات
٥٨,١	٩٣	١٢,٥	٢٠	٢٣,٧	٣٨	٢١,٩	٣٥	أسهمت في تشكيل آرائ وأفكاري حول المرشحين للانتخابات
٤٢,٥	٦٨	١٨,٧	٣٠	١,٨	٣	٢١,٩	٣٥	التعرف على وجهات النظر حول المشاركة او عدم المشاركة في الانتخابات
٤٨,٧	٧٨	١١,٣	١٨	١٥,٦	٢٥	٢١,٩	٣٥	التواصل مع الأصدقاء وتبادل المعلومات حول المرشحين للانتخابات
٣١,٢	٥٠	٧,٥	١٢	١١,٤	١٨	١٢,٥	٢٠	التعبير عن الأفكار والآراء بحرية تامة
٧٥,٥	٩٢	٢١,٩	٣٥	١٥,٦	٢٥	٢٠	٣٢	كشف حالات فساد السياسيين في العراق
٨,٧	١٤	٠	٠	٢,٦	٤	٦,٢	١٠	تمكين التواصل بين المرشحين

٩- الموضوعات المتعلقة بالانتخابات والتي يتداولها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها.

يتضح لنا من نتائج الجدول رقم (٩) حصول الموضوعات : الدعوة الى مقاطعة الانتخابات، و قضايا محاربة الفساد والفاستين و الدعوة الى حل مجلس النواب، على المرتبة الأولى بين الموضوعات المتعلقة بالانتخابات والتي يتداولها الشباب في مواقع

التواصل الاجتماعي بنسبة (٢٣,٧%) من مجموع عينة البحث ثم جاءت الفئة نشر لقطات مصورة أو فيديوهات عن المرشحين والسياسيين بالمرتبة الثانية بنسبة (١٦,٨%) ثم تلتها دعوة الأصدقاء الى المشاركة في الانتخابات بنسبة (١٥,٦%) وحصلت الفئة الدعوة الى إجراء انتخابات نيابية نزيهة على نسبة (١١,٣%) ثم تلتها الفئة تقديم دعم عن طريق الدعاية الانتخابية لأحد المرشحين أو الأحزاب على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (١٠,٦%) ثم تداول المعلومات والوثائق والإحصائيات التي تفضح السياسيين بنسبة (٩,٣%) و التعليق أو مشاركة على بعض الأنشطة المتعلقة بالانتخابات بنسبة (٦,٢%) أما المرتبة الأخيرة فكانت من نصيب الفقرة التفاعل مع الصفحات الخاصة بالمرشحين أو الأحزاب بنسبة (٢,٦%). تدل هذه النتائج على أن الدعوة الى مقاطعة الانتخابات محاربة الفساد والفاستين وحل مجلس النواب هي من أولى القضايا والموضوعات التي يتفاعل معها الشباب ويوليها الاهتمام وهذا يدل على أن رأي عينة البحث بالمشاركة في الانتخابات سلبي ويدعو الى المقاطعة بنسبة (٢٣,٧%) مقابل (١٥,٦%) يدعون الى المشاركة في الانتخابات. ينظر جدول رقم (٩) جدول رقم (٩) يوضح توزيع الموضوعات المتعلقة بالانتخابات والتي يتداولها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي (اختيار أكثر من بديل)

البيانات	ك	%
الدعوة الى مقاطعة الانتخابات	٣٨	٢٣,٧
قضايا محاربة الفساد والفاستين	٣٨	٢٣,٧
الدعوة الى حل مجلس النواب	٣٨	٢٣,٧
تداول المعلومات والوثائق والإحصائيات التي تفضح السياسيين	١٥	٩,٣
التعليق أو مشاركة على بعض الأنشطة المتعلقة بالانتخابات	١٠	٦,٢
التفاعل مع الصفحات الخاصة بالمرشحين أو الأحزاب	٤	٢,٦
تقديم دعم من خلال الدعاية الانتخابية لأحد المرشحين أو الأحزاب على شبكات التواصل الاجتماعي	١٧	١٠,٦
نشر لقطات مصورة أو فيديوهات عن المرشحين والسياسيين	٢٧	١٦,٨
الدعوة الى إجراء انتخابات نيابية نزيهة	١٨	١١,٣
دعوة الأصدقاء الى المشاركة في الانتخابات	٢٥	١٥,٦

١٠- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي.

أظهرت نتائج جدول رقم (١٠) بشأن التساؤل عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي. إذ حلت الفئة موافق في الترتيب الأول بالنسبة للعبارة (تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على ما عداها من وسائل الإعلام في دفع الشباب إلى مقاطعة الانتخابات) بنسبة ٩٥,٦% وتلتها العبارة (أتاحت الفرصة لكل المهتمين بشأن الانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم) بنسبة (٨٧,٥%)، أسهمت في إحاطتي بالمعلومات والآراء عن المرشحين والقوائم الانتخابية بنسبة (٦٠%)، وأسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في كشف حالات الفساد والتلاعب في الاستحقاقات الانتخابية في الانتخابات السابقة بنسبة (٣٠,٦%) و أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي بنسبة (١٢,٥%) وأسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الشباب وتحفيزهم للتصويت لمصلحة حزب أو مرشح معين بنسبة (٢٠,٦%). أما بالنسبة للفئة غير موافق فقد حلت العبارة (تسهم في إشاعة فكرة دفع الحكومة العراقية إلى التفكير بتأجيل الانتخابات لحين إجراء الإصلاحات السياسية واقتصادية واجتماعية المنشودة) في الترتيب الأول بنسبة (٨١,٢%) ثم تلتها العبارة (أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي) بنسبة (٤٦,٢%) و(حشدت الجماهير لمصلحة المشاركة الانتخابية بنسبة (٤١,٨%) وجاءت (دفعتني إلى المشاركة في مسيرات واعتصامات تدعو إلى مقاطعة الانتخابات ومحاربة الفساد بنسبة (٣١,٨%) وتتساوى العبارتان: (أسهمت في تأييدي لهذه الحملات الانتخابية ومشاركتي للموضوعات التي تدعم المشاركة الانتخابية وأسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في كشف حالات الفساد والتلاعب في الاستحقاقات الانتخابية في الانتخابات السابقة) بنسبة (١٨,١%) للمزيد ينظر الجدول رقم (١٠)، نستدل من هذه النتائج أن الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي الذي لا يمكن تجاهله، لاسيما لدى فئة الشباب على وفق النتائج هذا البحث هو دور سلبي يدعو إلى مقاطعة الانتخابات، إذ حلت الفئة موافق في الترتيب الأول بالنسبة للعبارة (تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على ما عداها من وسائل الإعلام في دفع الشباب إلى مقاطعة الانتخابات) بنسبة (٩٥,٦%)، وانطلاقاً من الدور المميز والواضح الذي يمكن أن تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تعبئة الشباب في العديد من القضايا المتعلقة بالممارسة الانتخابية، وقد برز هذا الدور مؤخراً وخلال الحملة الانتخابية الجديدة للانتخابات

البرلمانية التي من المقرر إجرائها في منتصف شهر مايو عام ٢٠١٨ الاستخدام المكثف لهذه المواقع كأداة لتعبئة الشباب لكسب التأييد للانتخابات بشكل لافت للنظر. الأمر الذي يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء تجاه بعض القضايا والموضوعات المهمة مثل مشاركة الجماهير بالانتخابات على نحو أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى ، كونها تستطيع تحقيق التواصل والحوار مع الشباب، وإقناعهم بأهمية مشاركتهم أو عدم مشاركتهم في الانتخابات ينظر الجدول رقم (١٠)

جدول رقم (١٠) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي.

غير موافق		محايد		موافق		البدائل
٤٦,٢	٧٤	٤١,٢	٦٦	١٢,٥	٢٠	أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي.
١٢,٥	٢٠	٥٤,٣	٨٧	٢٠,٦	٣٣	أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الشباب وتحفيزهم للتصويت لمصلحة حزب أو مرشح معين.
٠	٠	١٢,٥	٢٠	٨٧,٥	١٤٠	أتاحت الفرصة لكل المهتمين بشأن الانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.
١٣,١	٢١	٢١,٢	٣٤	٦٠	٩٦	أسهمت في إحاطتي بالمعلومات والآراء عن المرشحين والقوائم الانتخابية
٤١,٨	٦٧	٥٥	٨٨	٣,٣	٥	حشدت الجماهير لمصلحة المشاركة الانتخابية
١٨,١	٢٩	٦٩,٣	١١١	١٢,٥	٢٠	أسهمت في تأييدي لهذه الحملات الانتخابية ومشاركتي في الموضوعات التي تدعم المشاركة الانتخابية
٠	٠	٤,٣	٧	٩٥,٦	١٥٣	تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على ما عداها من وسائل الإعلام في دفع الشباب إلى مقاطعة الانتخابات
٣١,٨	٥١	٥٨,٧	٩٤	٩,٣	١٥	دفعني إلى المشاركة في مسيرات واعتصامات تدعو إلى مقاطعة الانتخابات ومحاربة الفساد
٤,٣	٧	٧٦,٨	١٢٣	١٨,٧	٣٠	تروج مواقع التواصل الاجتماعي لأحزاب سياسية معينة
١٨,١	٢٩	٥١,٢	٨٢	٣٠,٦	٤٩	اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في كشف حالات الفساد والتلاعب في الاستحقاقات الانتخابية في الانتخابات السابقة
٨١,٢	١٣٠	٦,٢	١٠	٠	٠	تسهم في إشاعة فكرة دفع الحكومة العراقية إلى التفكير بتأجيل الانتخابات لحين إجراء الإصلاحات السياسية واقتصادية واجتماعية المنشودة.

الخاتمة

النتائج العامة والاستنتاجات

١- أن (٧٥%) من عينة البحث مضى على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي سنة فأكثر تتوزع بين (٥٨,٨%) من الذكور و(١٦,٢%) من الإناث. وهذا يعني أن غالبية الذكور ويمثلون أكثر من نصف العينة هم ممن لهم خبرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ناتج عن قدم تاريخ الاستخدام، وأن غالبية الإناث هن حديثات المشاركة والاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، قد يكون هذا ناتجاً عن طبيعة النظام الاجتماعي في العراق وانشغال النساء بأعمال المنزل وشؤون الأسرة مما أدى إلى قلة استخدامهن لهذه المواقع مقارنة بالذكور.

٢- أن أعلى معدلات تصفح لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت لصالح معدل تصفح أقل من ٣ ساعات يومياً بنسبة (٥١,٨%)، ويليهما في المرتبة الثانية معدل التصفح أكثر من ٥ ساعات يومياً والتي بلغت نسبتها (٣٤,٤%)، في حين وجد أن أقل معدل تصفح لتلك الفئة هو معدل التصفح ما بين ٣ - ٥ ساعات يومياً. مما يعني أن غالبية الشباب يقضون أوقات طويلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ربما يعود هذا إلى سوء الأوضاع الأمنية التي جعلت من الشباب يفضلون عدم الخروج إلى الشارع والبقاء في البيت أو ارتفاع نسبة العاطلين عن العمل من الشباب أو ان هذه المواقع تقدم معلومات متنوعة تحظى بإقبال الشباب.

٣- احتلت الفئة (لا يوجد وقت محدد) بالمرتبة الأولى بنسبة (٥١,٢%) من مجموع عينة البحث موزعة بين (٢١,٩%) ممن يزاولون الأعمال الحرة و(١٦,٨%) من الموظفين فيما تساوى كل من الطلاب والعاطلين بنسبة (٦,٢%) لكل منهما، واحتلت فترة المساء المرتبة الثانية بنسبة (٢٨,٨%) إذ ارتفعت نسبة استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي ضمن الفترة المسائية حيث شكلت (١١,٨%) مقابل (١٠,٦%) من العاطلين عن العمل و(٤,٣%) من الموظفين و(١,٨%) الأعمال الحرة أما فترة الظهيرة فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (١٥%) من مجموع عينة البحث. تدل هذه النتائج على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتبط إلى حد ما بطبيعة مهنة المبحوث ويرتبط بظروف عملهم أيضاً فقد يعمل بعض أفراد العينة في القطاع الخاص الذي قد يستمر العمل فيه إلى أوقات متأخرة أحياناً.

٤- أن موقع الفيس بوك حقق أعلى نسبة استخدام لمتابعة أخبار الانتخابات من قبل عينة البحث بنسبة (٩٦,٨%).

٥- أن (٧٥%) من عينة البحث لديهم من ٣٠٠ - فأكثر من الأصدقاء و(١٢,٥%) لديهم من ٢٠٠ إلى أقل من ٣٠٠ صديق و(٨,٨%) لديهم من ١٠٠ إلى أقل من ٢٠٠ صديق. وتعد إضافة الأصدقاء في " الفيس بوك" من أهم الخدمات التي يقدمها والتي تدعم بناء علاقات الصداقة عبر موقع التواصل الاجتماعي، في حين يتيح الموقع للمستخدم خاصية الموافقة أو رفض هذه الطلبات ولهذا السبب يعزى وجود فارق بين عدد الأصدقاء بالنسبة لبعض المبحوثين، وترى الباحثة أن عدد الأصدقاء الكبير يسهم في خلق مجال أوسع لتبادل المعلومات حول المرشحين وزيادة نسبة التفاعل عن طريق المشاركات وتبادل الآراء ووجهات النظر.

٦- تكمن الدوافع وراء استخدام المبحوثين لهذا الموقع دون غيره من المواقع الأخرى، في أنه (يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة) بنسبة (٥٨,١%)، ثم (متابعة الأخبار بشأن المرشحين للانتخابات) بما نسبته (٥٣,١%)، و الوصول الى قرارات حول قضايا ذات الاهتمامات مشتركة ومنها قضية الانتخابات بنسبة (٤٥,٦%)، ولأنه يسمح بالتواصل مع الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (٣٩,٣%)، يتبين من هذه النتائج مدى الحرص الذي يوليه الشباب للتعبير عن آرائهم ولخاصية حرية الرأي والتعبير التي يوفرها هذا الموقع ولا توفرها الوسائل الإعلامية الأخرى فضلا عن أن إدامة علاقاتهم بالآخرين يسهم في متابعة أخبار السياسيين وأخبار الانتخابات، وهذه المتابعة تعد مناقشة الأمور السياسية شكلاً من أشكال المشاركة السياسية التي ينغمس فيها الأفراد تلقائياً، وهي مناقشات سياسية غير رسمية تتم بين الأفراد وعائلاتهم أو في عملهم أو مع أصدقائهم، وتتفاوت هذه المناقشات على وفق الأحداث، وعادة تتم هذه المناقشات بشكل أكبر في أثناء الحملات الانتخابية أو في أوقات الأزمات السياسية. إذن نستنتج من هذا إن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تحقيق مشاركة الشباب في الانتخابات عن طريق التواصل مع الأصدقاء ومناقشة القضايا والموضوعات المتعلقة بالانتخابات ومتابعة أخبار المرشحين والمعلومات المنشورة حول المرشحين للانتخابات عن طريق ما ينشره الأصدقاء من معلومات بشأن المرشحين والسياسيين الأمر الذي يعكس طبيعة التنوع والوفرة التي تقدمها هذه المواقع.

٧- أن أغلب المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت لهم إشباع حاجات عدة في مجال الوعي حول الانتخابات منها : كشف حالات فساد السياسيين في العراق التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٧٥,٥%) وحصلت العبارة أسهمت في تشكيل آرائهم وأفكارهم حول المرشحين للانتخابات على نسبة (٥٨,١%) وجاءت خاصية التواصل مع الأصدقاء وتبادل المعلومات حول المرشحين للانتخابات بالمرتبة الثالثة بين الإشباعات التي تحققت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٤٨,٧%). وقد كشفت نتائج هذا الجدول بأن الإشباعات المتحققة للمبحوثين عن طريق استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي هي إشباعات معرفية واجتماعية بالمرتبة الأولى حيث صار الموقع فضاء للتعرف وكشف قضايا الفساد والإطلاع على مختلف المعلومات والأخبار المتعلقة بالانتخابات، إلى جانب ما يوفره من تواصل اجتماعي مع الأهل والأصدقاء في الأماكن المختلفة والمتابعة جغرافياً وهذا يؤكد أن استخدامات عينة البحث لهذا الموقع تهدف لتحقيق إشباع أكثر وعياً ونضجاً وانعكس هذا عن طريق إجابات عينة البحث حول الإشباعات المتحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

٨- كشف البحث عن الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي. إذ حلت الفئة موافق في الترتيب الأول بالنسبة للعبارة (تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على ما عداها من وسائل الإعلام في دفع الشباب إلى مقاطعة الانتخابات) بنسبة (٩٥,٦%) وتلتها العبارة (أتاحت الفرصة لكل المهتمين بشأن الانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم) بنسبة (٨٧,٥%)، وأسهمت في إحاطتي بالمعلومات والآراء عن المرشحين والقوائم الانتخابية بنسبة (٦٠%)، وكشف حالات الفساد والتلاعب في الاستحقاقات الانتخابية في الانتخابات السابقة بنسبة (٣٠,٦%). أما بالنسبة للفئة غير موافق فقد حلت العبارة (تسهم في إشاعة فكرة دفع الحكومة العراقية إلى التفكير بتأجيل الانتخابات لحين إجراء الإصلاحات السياسية واقتصادية واجتماعية المنشودة) في الترتيب الأول بنسبة (٨١,٢%) ثم تلتها العبارة (أدت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي) بنسبة (٤٦,٢%) و(حشدت الجماهير لمصلحة المشاركة الانتخابية بنسبة (٤١,٨%).

نستدل من هذه النتائج إن الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي الذي لا يمكن تجاهله، لاسيما لدى فئة الشباب على وفق نتائج هذا البحث هو دور سلبي يدعو إلى مقاطعة الانتخابات، وقد برز هذا الدور مؤخرا وخلال الحملة الانتخابية الجديدة للانتخابات البرلمانية التي من المقرر إجرائها في منتصف شهر مايو عام ٢٠١٨، فالاستخدام المكثف لهذه المواقع كأداة لتعبئة الشباب لكسب التأييد لمقاطعة الانتخابات بشكل لافت للنظر. الأمر الذي يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء والاتجاهات حول بعض القضايا والموضوعات المهمة مثل مشاركة الجماهير بالانتخابات على نحو أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى، كونها تتميز بخاصية حرية التعبير وتستطيع تحقيق التواصل والحوار مع الشباب، وإقناعهم بأهمية مشاركتهم أو عدم مشاركتهم في الانتخابات.

المراجع:

- ١- كمال محمود المنوفي ، التنشئة السياسية للطفل في مصر والكويت ، الكويت ، ١٩٨٧ ، ص١٦ .
- ٢- عيد السلام الواحاتي ، استخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على مشاركتهم في الانتخابات العامة ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، الجامعة الدول العربية ، معهد البحوث والدراسات السياسية ، ٢٠١٨ .
- ٣- محمد تركي بني سلامة وعزام عنانزة ، دور موقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن عام عشر ٢٠١٦ ، مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية ، جامعة الكويت ، مجلس النشر العلمي ، العدد ١٤١ ، ٢٠١٨ .
- ٤- يحيى اليحيوي ، الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب : مظاهر التحكم والديمقراطية ، مركز الجزيرة . للدراسات ، تجدها على الرابط التالي:
<http://studies.aljazeera.net/mediastudies/2015/11/201511885144375848.htm>
- ٥- رأفت مهند عبد الرزاق حمودي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، جامعة البترا الأردنية ، كلية الآداب – قسم الصحافة والإعلام ، رسالة ماجستير ، ٢٠١٣ .
- ٦- حاتم سليم علاونة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري ، وقائع مؤتمر (الإعلام الجديد... التحديات النظرية والتطبيقية) الذي عقدته الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض ٢-٤ ديسمبر ، ٢٠١٢ .
- ٧- بشرى جميل الراوي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، جامعة بغداد ، كلية الإعلام ، مجلة الباحث الإعلامي ، ١٨٤ ، ٢٠١٢ .
- ٨- كامل خورشيد مراد، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي – شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، المؤتمر العلمي – وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، عمان ، جامعة البترا ، كلية الإعلام، ٢٠١١ .
- ٩- فراس خليف ناصر الشرعة . المشاركة السياسية في الريف الأردني دراسة ميدانية- رسالة ماجستير ، جامعة آل البيت، الأردن (١٩٩٩) ، ص٨٨ .
- ١٠- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ، السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، القاهرة : هبة النيل للتوزيع ، ٢٠١٠ ، ص٢٥ .
- ١١- مصدر البيانات : كلية دبي للإدارة الحكومية، الاعلام الاجتماعي ، الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة ، الصادر في شهر شباط ، ٢٠١٧ .
- ١٢- رأفت مهند عبد الرزاق حمودي ، مصدر سابق ، ص ٤٣ .
- ١٣- عبد العزيز على حسن ، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٤٣ ، العدد ١ ، ٢٠١٦ ، ص٢٣٢ .

- ١٤- عزيز محمد السيد ، السلوك السياسي : النظرية والواقع ، القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٤، ص٢٩
- ١٥- عبد الحميد قنديل ، المشاركة السياسية للشباب الجامعي – دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير ، جامعة المنوفية ، كلية الاداب ، ٢٠٠٣ ، ص٥٠
- ١٦- نرمين زكريا، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة :كلية الإعلام، ٢٠٠٩، ص٩٤٣
- ١٧- محمود حمدي عبد القوي ، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح : الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩ ، ص٥٥٨
- ١٨- عيبر إبراهيم عزى، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٩ ، ص٨.