**جامعة بغداد / كلية الاعلام**

**عنوان البحث / دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي .**

**أ.م.د. بشرى داود السنجري bu\_shra62@yahoo.com**

**المستخلص**

تتمثل المشكلة الأساسية لهذا لبحث 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 واتبع المنهج المسحي لدراسة الجمهور واعتمدت الباحثة الاستبانة كأداة للبحث والتي وزعت على عينة من قوامها 140 مفردة من الشباب تشكلت من الطلبة والموظفين ، والذين يزاولون الأعمال الحرة والعاطلين من الفئة العمرية 18-40 عاما ، وكان أهم ما توصل إليه البحث من نتائج هي :

1- أن موقع الفيس بوك حقق أعلى نسبة استخدام لمتابعة أخبار الانتخابات من قبل عينة البحث بنسبة 96.8 % .

2- ان 75% من عينة البحث لديهم من 300 – فأكثر من الأصدقاء و12.5 % لديهم من200 الى أقل من 300 صديق و 8.8% لديهم من100 الى أقل من 200 صديق .

3- تكمن الدوافع وراء استخدام المبحوثين لهذا الموقع دون غيره من المواقع الأخرى, في انها (يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة) بنسبة (58.1%), ثم (متابعة الأخبار بشأن المرشحين للانتخابات) بما نسبته (53.1%) .

4- 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 95.6 % وتلتها العبارة (أتاحت الفرصة لكل المهتمين بشأن الانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم )بنسبة 87.5 %

5- حلت العبارة (تساهم في إشاعة فكرة دفع الحكومة العراقية إلى التفكير بتأجيل الانتخابات لحين إجراء الإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية المنشودة ) في الترتيب الأول في عدم موافقة عينة البحث بنسبة 81.2 % ثم تلتها العبارة (لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي) بنسبة 46.2 % و(حشدت الجماهير لصالح المشاركة الانتخابية بنسبة 41.8 % .

6- نستدل من هذه النتائج ان الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن تجاهله ، خاصة لدى فئة الشباب وفق لنتائج هذا البحث هو دور سلبي يدعو إلى 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 من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الإنترنيت ، لا تعيقهم أية عوامل كالسن أو النوع أو المهنة أو الجنسية، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة ، وصارت هذه التكنولوجيا جزء ا من حياة المراهقين والشباب في أقل من عقد من الزمن ، إذ أوجد ظهورها قنوات للبث المباشر من قبل الجمهور، مما أدى الى نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة ، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي ومحدود.

واحتلت هذه المواقع موقعا متميزا ومؤثرًا في العالم العربي وبمختلف المجالات ومن ابرز هذه المجالات دورها في الحياة السياسية وجاءت لتشكل عالما افتراضيا يفتح المجال أمام الأفراد لإبداء أرائهم ومناقشة القضايا المختلفة بكل جرأة وحرية دون خوف . لذلك اكتسبت المزيد من الشعبية وازداد عدد مشتركيها لتصبح جزء من تاريخ التغيير الاجتماعي والسياسي في البلدان العربية ، فقد وفرت فرصا للعديـدة من الناشـطين السياسـيين 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 وفقا لقناعته بأدائهم وكفاءتهم في التعبير عن مصالح المواطنين والمجتمع بشكل عام .

وبالانتقال الى حالة العراق فانه قد خاض التجربتين فقبل 2003 وبالتحديد أبان حقبة حزب البعث المنحل كان التصويت للحزب الواحد والشخص الواحد أما بعد 2003 ، فالأمر تغير جذرياً عبر الدخول بمرحلة الانتقال والتحول الديمقراطي فيما كانت ابرز ملامح هذا التحول هو العملية الانتخابية اذ شهد العراق قرابة الخمسة ممارسات انتخابية خاضها حتى اليوم بالرغم من حداثة التجربة وقلة الوعي والثقافة الانتخابية مع المشاكل 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 جديد ربما تحدد في النصف الاول من عام 2018 ، لوحظ الإقبال الكبير للأحزاب السياسية العراقية على فتح حسابات وصفحات على الفيس بوك .

 وبالنظر إلى أهمية هذه الاستحقاقات في الانتقال الديمقراطي بالعراق بعد عام 2003 فقد جعلت الأحزاب العراقية العالم الافتراضي منصة لإقناع الناخبين ببرامجها. وأصبح الفيس بوك بالتحديد ساحة دعاية تملؤها الملصقات والفيديوهات. وباتت وسائل التواصل الاجتماعي كفضاء للصراع الانتخابي، جعلت من الحملة الانتخابية ساخنة ، تُستعمل أحيانا 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 وسائط التواصل الاجتماعي صورا تعبوية ، بعضها يظهر ساسة قريبين من بعض السلوكيات الشعبية التي تثير الكثير من السخرية، فضلا 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 الرئيسي الآتي :ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي ؟وتم تقسيم البحث الى ثلاث مباحث : الاول تناول الإطار المنهجي للبحث ،اما 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 وتحليل نتائج الدراسة الميدانية فضلا عن النتائج العامة والتوصيات .

**المبحث الاول / الإطار المنهجي للبحث**

**1- إشكالية البحث :** غدت مواقع التواصل الاجتماعي قوة متصاعدة بيد فئات الشباب بمختلف شرائحه حيث فتحت آفاقًا 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 باللحظة ، نتيجة للتداول السريع للمعلومات والحرية المطلقة، وتلاشي الحدود والفضاءات ، وإزالة القيود، وإلغاء الحواجز بين الدول كافة، فالمتتبع لهذه المواقع يجد انها باتت تشكل ميدانا واسعا لممارسة كافة أشكال الدعاية السياسية وخاصة في ظل الظروف التي يعاني منها المجتمع العراقي من تطاحن الأحزاب وصراعهم المستمر على السلطة إذ ليس من السهل ان تتبلور ثقافة انتخابية واعية لدى الناخب مع وجود كل هذه المؤثرات خصوصاً إذا ما عرفنا ان المرشحين يلجؤن 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 ليس من صلاحياته أصلا تنفيذ الوعود التي أطلقها كمحاولة 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 لصالح شخص لمجرد انه من طائفتهم ، حتى تصل الأمور ببعض الأحيان لشراء ذمم انتخابية او تقديم رشا او تحسين بعض الخدمات قبل موعد الانتخابات في محاولة لإيهام الناخب.

 فقد 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 الباحثة إلى صياغَة 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 الباحثة جملة من التساؤلات الفرعية التي جاءت على النحو الآتي :

1- ما حجم استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

2**-** ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب على استخدامها؟

**3-**ما دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

4- ما المواضيع المتعلقة بالانتخابات والتي يتداولها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها **؟**

5- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي ؟

**2- أهمية البحث :** تنبثق أهمية البحث من كونه يتناول احد الموضوعات المهمة والحديثة نسبيا في مجال الاعلام حيث تركز على استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي 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 أية 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 آفاق جديدة  ويبرز تساؤلات عديدة , يمكن ان تكون منطلقا لباحثين آخرين للتعمق في دراسة الموضوع بشكل أوسع . كما يعد إجراء مثل هذه البحوث محاولة للإسهام في الجهود العلمية وإثراء التراث البحثي فيما يتعلق بموضوع البحث .

 **3- أهداف البحث :** يسعى هذا البحث الى تحقيق الأهداف الآتية :

1- معرفة معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي .

2- معرفة أهم المواقع التي يحرص الشباب العراقي على استخدامها .

3- كشف دوافع استخدام الشباب العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي .

4- رصد أهم الموضوعات التي يحرص الشباب على مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي . 5- معرفة مدى تأثير استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات .

6- الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي .

**4- 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 وتحليل كافة البيانات والمعلومات بغية الوصول إلى تعميمات مبنية على أسس علمية.

**5- عينة البحث :** يتشكل مجتمع البحث من شريحة الشباب العراقي بمختلف فئاته ، أما عينة البحث فتمثلت في اختيار عينة عمديه لفئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 –40. بحيث تلبى احتياجات البحث وتخدم أهدافه ، وتجيب عن أسئلته، لذا فقد اختارت الباحثة عينة عمديه بلغ قوامها نحو 140 مفردة من بواقع 35 مفردة 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 تمثيلًا حقيقيًا، ويرجع السبب في اختيار ذلك

النوع من العينات استنادا إلى نتائج الدارسات السابقة والتي أوضحت بأن هذه الفئات العمرية هي لأكثر استخداما لمواقع الشبكات الاجتماعية ، فضلا عن ان الشباب في هذه المرحلة يزداد إقباله على وسائل الاتصال مما يعزز وعيه بالعالم السياسي والأحداث السياسية وتمهد هذه المرحلة الى المشاركة الفعلية في الحياة السياسية عن طريق عملية التصويت وتولي المناصب القيادية [[1]](#footnote-2) .

**6- حدود البحث :** تنحصر حدود البحث المكاني في مدينة بغداد لتطبيق البحث على عينة عمديه عارضة من الشباب التي تيسر للباحثة الوصول إليهم . فيما انحصر المجال البشري في فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 - 40 عاما من طلبة الجامعة ، والموظفين ، والأعمال الحرة ، والعاطلين عن العمل . اما المجال الزماني ، وقد تم تطبيق الاستمارة خلال شهري كانون الثاني وشباط من العام 2018 ليشكل هذا التاريخ المجال الزماني للبحث **.**

**7-أداة البحث:** اعتمدت الباحثة 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 للوصول إليها. ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين ، حيث أبدوا ملاحظات قيمة حول شكل ومضمون الاستبيان، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة وإضافة وحذف البعض الآخر، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري ، كما تم إجراء اختبار فعلي للاستمارة من خلال تطبيقها على عينة نسبتها 10% أي ما يعادل 14 مفردة من الشباب ، وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، ومن ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقًا الملاحظات التي أوردها المبحوثين . وانطلاقا من هذا الاعتبار فقد تم تقسيم أسئلة الاستبيان إلى المحاور التالية:

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

**8- 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 : الفيس بوك، تويتر، يوتيوب.
* **المشاركة الانتخابية:** هي مشاركة الشباب في اختيار ممثليهم على المستوى الوطني عبر الانتخابات الحرة والتي يعتبر التصويت أهم أركانها.
* **الشباب :** وفي هذا البحث تعني فئة الشباب البالغ الذي يحق له التصويت في الانتخابات ، والذين هم في السن18 – 40 عاما مؤهلين اجتماعيا ونفسيا للمشاركة في الحياة السياسية .

**9- الدراسات السابقة**

1- دراسة ( اليحياوي ، 2015 )[[2]](#footnote-3) ، حول (الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم والدمقرطة ) ، وهدفت هذه الى معرفة وظيفة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها حركية المجال العام في ضوء تجربة 20 فبراير .2011 ،وخلصت الى جملة من النتائج ابرزها :

* أن الشبكات التواصل الاجتماعية أسهمت وبشكل حقيقي 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 محصورا في الأطر الجغرافية أو السياسية أو الثقافية التي كانت ترسم حدوده، بل بات يغذيه جمهور ذا هوية افتراضية خالصة .

**2-** ( حمودي ، رأفت ،2013 )[[3]](#footnote-4) حول ( دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ) ، طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها ( 430 ) مفردة من طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت حيث تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية ، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها :

* إن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والانبار وتكريت .
* تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسها على الشارع السياسي العراقي .
* أظهرت النتائج بان ما نسبته80 % من أفراد العينة هم مقتنعين بان مواقع التواصل الاجتماعي كانت محرضا أساسيا على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية بينما كانت نسبة 20 % مثلت الرفض .

**3-** دراسة العلاونة ، حاتـم ،( 2012 )[[4]](#footnote-5) حول (دور التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري ) ، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي, في حفز 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 (296) مفردة, من النقابيين في مدينة إربد. وكان من أبرز النتائج التي توصّـلت إليها هذه الدراسة:

* أن (50,6%) من النقابيين يستخدمون الفيس بوك و (27,1%) يستخدمون تويتر, وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (28,5%), وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (21,8%).
* بينت النتائج أن (56,6%) من النقابيين يشاركون (دائماً وأحياناً ونادراً) في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن, من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

**4-** دراسة بشرى الراوي ( 2012 )[[5]](#footnote-6) حول (دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير )

هدفت الدراسة الى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ،بوصفه إعلام بديل و احد منابر النقد لعمل الحكومة من طرف ، ومن طرف اخر كوسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور، اذ يؤدي غياب الحوار، إلى اختلال العلاقة بينهما، وتوصلت الدراسة الى عة 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 عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي للجماهير من خلال فضاءات تواصلية .

**5-** دراسة خورشيد ، كامل ، (2011)[[6]](#footnote-7) 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 الاعتصامات، وساهمت 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 انها ساعدت الباحثة في الاطلاع على الأطر النظرية والمنهجية التي تعتمد عليها وفي التحليل والاستنتاج والاستنباط والتوجه الفكري والموضوعي حيث استفادة من المناهج والنظريات التي اعتمدتها الدراسات السابقة لتكون دليلا لها في وضع الأطر النظرية والفكرية لبحثها ،وقد وجدنا من هذه الدراسات تقترب من جوانب بحثنا ، من حيث اهتمامها بدور الإعلام الجديد وخاصة 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 الباحثة من خلال اطلاعها على تلك الادبيات في معرفة أهم المصادر والمراجع التي استفادة منها هذه الدراسات ، فضلا عن استعانتها بالأداة (الاستبانة ) فقد أسهمت في توجيه جهود الباحثة العلمية نحو المسار الصحيح من الجانب المنهجي النظري والتطبيقي .

**المبحث الثاني / الإطار النظري للبحث**

**1- مواقع التواصل الاجتماعي والانتخابات**

ساهمت الثورة الاتصالية والتكنولوجيا الجديدة في مجال الإعلام الإلكترونية في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد ، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين 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 الاعلام على أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، حيث قدم الإنترنت إمكانيات فائقة في مجال نشر وتبادل المعلومات 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 [[7]](#footnote-8) ، التي أصبحت تمثل موضوعا محوريا لارتباطها بالحرية التي كافحت أكثر الشعوب من أجل نيلها، وتحقيق المساواة بين الأفراد، فضلا عن انها 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 خلال 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، انطلاقا من الإيمان العميق بدورهم في الحياة المجتمعية وبضرورة الارتقاء بالمجتمع، من خلال 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

برز دورها في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة الى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع ، كما انها تلعب دورا هاما في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة[[8]](#footnote-9) ، كما أسهمت بشكل مباشر في إحداث انقلاب في أسلوب التواصل السياسي والموروث الثقافي والاجتماعي والفكري لدى الشعوب، حيث لعبت دورا بارزا في الحراك السياسي الدائر في منطقة الشرق الأوسط وساهمت 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 والمتميزة، مع ما تتيحه من ثراءٍ معرفي وتنوع معلوماتي في زمن قياسي مقارنة بغيرها من مصادر المعلومة ووسائل الاتصال , تشجع هذه المواقع على التعاون بين الناس وبالتالي يمكنهم تكوين مجموعات وفقاً لتوافق الاهتمامات. ويضم التعاون أنشطة مثل : الانضمام إلى مجموعات سياسية وتبادل الآراء بشأن المرشحين السياسيين ، وإيجاد دور نشطا لجماهير مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في العملية السياسية من خلال المناقشات والمشاركات والتصويت،وإحداث تأثير نوعى على النشطاء السياسيين ، وإحساسهم بأنهم أكثر تفاعلا وشراكة مقارنة مع استخدام وسائل الاعلام 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.اما في العملية السياسية فقد استخدم الانترنت لأول مرة في العام 1996 في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي انتخابات لعام 2000 أستخدم المرشحون مواقعهم في الترويج والدعاية الانتخابية بشكل موسع . وتشير البحوث والدراسات لمركز Pew الى ان 95 % من من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية بغرض 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، أذ لم يكن موقع الفيس بوك في بداياته أكثر من مجرد أداة لقضاء وقت الفراغ الزائد لدى الشباب جراء البطالة أو نظام التعليم المُحبط او 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 اهتماما 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 مستخدمين فيسبوك فى تزايد مستمر حيث تشير الإحصاءات في نهاية الربع الثالث من عام 2016 إلى وجود 1،79 مليار مستخدم “فعال ومتفاعل” شهرياً، وذلك بارتفاع نسبته 16% عن العام 2015. اما في البلدان العربية، فتشير الإحصاءات بداية عام 2017 إلى وجود ما يقرب من 156 مليون مستخدم “فعال ومتفاعل”، بزيادة 41 مليون مستخدم مقارنة بعام 2016، الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية 115 مليونا.و يحتل العراق رابع دولة بعد مصر والسعودية والجزائر من حيث عدد مستخدمي الفيس بوك –لعام 2017 بلغ أكثر من 13 مليون مستخدم بنسبة 40% من السكان العراق .[[9]](#footnote-10) اما على صعيد الفئة العمرية في استخدام الفيس بوك فقد شكلت الفئة العمرية 18 – 24 عاما النسبة الأكبر بلغت 36 % وتليها الفئة العمرية 25- 34 بنسبة 32 % ويشكل الذكور النسبة الأعلى من المستخدمين بنسبة 62 % مقابل 35 % من الإناث .[[10]](#footnote-11)

ويمكن معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز وتعزيز الأفراد على المشاركة او عدم المشاركة بالانتخابات من خلال 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 أصدقائهم ما يتم نشره من صور ومقاطع فيديو وروابط إخبارية على صفحات المرشحين السياسيين. وتتمثل أبعاد الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية في الاتي :[[11]](#footnote-12)

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

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

3**- المشاركة السياسية :** إن المشاركة السياسية هي أحد الأبعاد المهمة لتحديدالسلوك السياسي للأفراد ، حيث تؤكد الدراسات والبحوث على الدور الإيجابي للفرد في الحياة السياسية من خلال حق الترشيح أو التصويت في الانتخابات، أو الاهتمام بالقضايا والأمور السياسية ومناقشتها مع الآخرين، أو العضوية في المنظمات… إلخ؛ فهي محاولة للتأثير على متخذي القرار ، والمشاركة بإرادة واعية وتأكيد للحق الديمقراطي لأفراد المجتمع.[[12]](#footnote-13)

ويرى بعض الباحثين أنه يمكن قياس المشاركة الأفراد بالانتخابات او الاتجاهات السياسية من خلال 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 من خلال متابعة وسائل الإعلام، فيكون بمقدورهم أن يظلوا على علم بما يحدث حولهم ويكوّنون آراء خاصة بشأن مجرى الأحداث، التصويت في الانتخابات .

كذلك مناقشة الأمور السياسية، التي تعد شكل من أشكال المشاركة السياسية والتي ينغمس فيها الأفراد تلقائياً، وهي مناقشات سياسية غير رسمية تتم بين الأفراد وعائلاتهم أو في عملهم أو مع أصدقائهم، وتتفاوت هذه المناقشات وفقاً للأحداث، 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 ان يختاروا بإرادتهم ما إذا كانوا سيشاركون في العملية الانتخابية أو لا يشاركون .[[13]](#footnote-14)

 **2-النظريات الموجهة للبحث**

أ- **نظرية الاستخدامات والإشباعات**

يستفيد البحث الحالي من نظرية الاستخدامات والإشباعات و نظرية المجال العام انطلاقا من كون نظرية الاستخدامات والإشباعات مدخلا يوضح ويفسر الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، يتميز بالفاعلية والنشاط، ويسعى من خلال استخدام وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه؛ فأنه قادر على تحديد حاجاته ودوافعه، لذا يختار الوسيلة الإعلامية المناسبة لإشباع تلك الاحتياجات ويتمثل نشاطه قبل وبعد التعرض ؛ حيث يختار الجمهور قبل التعرض المحتوى الذى يفي 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 إشباعا لاحتياجاته في هذه الشبكات بوصفها أماكن افتراضية تلبي حاجات مجموعات محددة من الأشخاص وبالتالي تخلق مجتمع كثيرون من افراده غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الانترنيت لذا يعد تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في دراسات مواقع الشبكات الاجتماعية ذا أهمية بالغة ، وفي هذا الإطار تؤكد الدراسات ان الفرضيات التي تنطلق منها هذه النظرية هي :

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

**ب - نظرية المجال العام**

كما ويستفيد البحث من نظرية المجال العام التي تسمح للباحثة 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 تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مجال عام بين مجموعات الأصدقاء, تمكنهم من إبداء آرائهم بحرية في موضوعات الحراك الجماهيري نحو الدعوة الشعب العراقي للمشاركة أو مقاطعة الانتخابات. واستنادًا لنظرية الإطار، فإن الأفراد ينشرون المعلومات عن الانتخابات والشخصيات المرشحة في مواقع التواصل الاجتماعي لكي يتم إدراكها وربطها من قبل الجماعات الأخرى المتفاعلة في صفحات الفيس بوك . حيث ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية (جورجن هابرماس) ، الفيلسوف الألماني الذي صاغ نظرية المجال العام عام (1962). ويقصد بالمجال العام بأنه ( مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء), فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور, ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار, والتي تسعى للتأكيد 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 على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة .[[14]](#footnote-15) يمكن رؤية المجال العام كمجال او مناخ حياتنا الاجتماعية ، والذي من خلاله يمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد "هابرماس" على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والاقتصاد من خلال نظريته، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، وللإنترنت دور في تحقيق الديمقراطية، فهي في المجال العام ينظر إليها كمحيط سياسي.[[15]](#footnote-16) ومن أهم السمات التي حددها هابرماس للمجال العام ما يلي:[[16]](#footnote-17)

1- المجال العام هو حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.

2- المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.

3- 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 على الجهة الحاكمة. انطلاقا من ان الكثافة العالية لتداول المعلومات قد أتاحا 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 ونشر المعلومات بين الأفراد .

**المبحث الثالث / الاطار التطبيقي للبحث**

**تفسير الجداول ونتائج الدراسة الميدانية**

**1- توصيف عينة البحث**

تشير بيانات الجدول رقم (1) توصيف العينة إلى أن (68.7 %) من أفراد العينة هم من الذكور مقابل (31.3%) من الإناث, وأن الذين تتراوح أعمارهم من 18-25 عاماً بلغت نسبتهم(25%), أما الذين تراوحت أعمارهم ما بين (26-33) عاماً فقد بلغت نسبتهم (46.8%), فيما بلغت نسبة الذين تراوحت أعمارهم ما بين (34-40) عاماً (28.2%), أما توصيف عينة البحث من حيث المهنة فقد بلغت 25 % لكل من المهن ( موظف ، أعمال حرة ، طالب ، عاطل عن العمل ) ويعزى سبب هذه النتيجة الى ان الباحثة اعتمدت عينة عمدية وحرصت على تحقيق التوازن بين العينة من حيث المهنة فقد اختارت 40 مفردة من كل من الموظفين ، الأعمال الحرة ، الطلاب ، والعاطلين عن العمل . انظر الجدول رقم (1 )

**جدول رقم (1 ) توصيف عينة البحث**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  **البدائل والتكرارات****المتغير** | **البدائل** | **ك** | **%** |
| **الجنس** | ذكر | 110 | 68.7 |
| أنثى | 50 | 31.3 |
| **المجمــوع** | **160** | **100** |
| **العمـــــــــر** | 18- 25 | 40 | 25 |
| 26 – 33عاما | 75 | 46.8 |
| 34– 40عاما | 45 | 28.2 |
| **المجمــوع** | **160** | **100** |
| **المهنة** | موظف | 40 | 25 |
| أعمال حرة  | 40 | 25 |
| طالب | 40 | 25 |
| عاطل عن العمل  | 40 | 25 |
| **المجمــــوع** | **160** | **100** |

2**- انماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي**

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن (75%) من عينة البحث مضى على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي سنة فأكثر تتوزع بين58.8 من الذكور و16.2 من الاناث , وأن (15.6%) منهم يستخدمون هذه المواقع ما بين 6 شهور الى أقل من سنة موزعة بين 6.8 من الذكور و8.8 من الاناث, فيما أفاد ما نسبته (9.4%) أنهم يستخدمون هذه المواقع منذ أقل من 6 شهور موزعة بين 3.2 مقابل 6.2 % , 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 ناتج عن طبيعة النظام الاجتماعي في العراق وانشغال النساء بأعمال المنزل وشؤون الأسرة مما أدى الى قلة استخدامهن لهذه المواقع مقارنة بالذكور . أنظر الجدول رقم (2)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **مدة استخدام** | **الذكور %**  | **الإناث %** | **المجموع %** |
| **منذ أقل من 6 شهور** | **5** | **3.2** | **10** | **6.2** | **15** | **9.4** |
| **من 6 شهور إلى أقل من سنة** | **11** | **6.8** | **14** | **8.8** | **25** | **15.6** |
| **منذ سنة فأكثر** | **94** | **58.8** | **26** | **16.2** | **120** | **75** |
| **المجـمـــــــــــــــــوع** | **110** | **68.7** | **50** | **31.3**  | **160** | **100** |

**الجدول رقم (2) يبين مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي طبقا للنوع**

**3- معدلات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي**

تبين من نتائج الجدول رقم (3) أن أعلى معدلات تصفح لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت لصالح معدل تصفح أقـل من 3 ساعات يومياً بنسبة (51.8%), ويليها في المرتبة الثانية معدل التصفح أكثر من 5 ساعات يوميا والتي بلغت نسبتها (34.4%), في حين وجد أن أقل معدل تصفح لتلك الفئة هو معدل التصفح ما بين 3 – 5 ساعات يومياً والذي جاء بنسبة (13.8%), مما يعني ان غالبية الشباب تقضي أوقات طويلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي, ربما يعود هذا الى ارتفاع نسبة العاطلين عن العمل من الشباب او ان هذه المواقع تقدم معلومات متنوعة تحظى بإقبال الشباب عليها .انظر الجدول رقم (3 )

 **جدول رقم (3) يبين الوقت الذي تقضيه عينة البحث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الوقت** | **ك** | **%** |
| **أقل من 3 ساعات يومياً** | **83** | **51.8** |
| **من 3 – 5 ساعات يوميا** | **22** | **13.8** |
| **أكثر من 5 ساعات يوميا** | **55** | **34.4** |
| **المجـمـــــــــــــــــوع** | **160** | **100** |

4- **فترات أستخدم عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي** .

تبين بيانات الجدول رقم (4) توزيع فترات أستخدم عينة البحث طبقا للمهنة لمواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت الفئة ( لا يوجد وقت محدد ) بالمرتبة الاولى بنسبة 51.2 % من مجموع عينة البحث موزعة بين 21.9 ممن يزاولون الأعمال الحرة و16.8 % من الموظفين فيما تساوى كل من الطلاب والعاطلين بنسبة و6.2 % لكل منهما ، واحتلت فترة المساء المرتبة الثانية بنسبة 28.8 % حيث ارتفعت نسبة استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي ضمن الفترة المسائية حيث شكلت 11.8 مقابل 10.6 من العاطلين عن العمل و 4.3 من الموظفين و 1.8 الاعمال الحرة اما فترة الظهيرة فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 15 % من مجموع عينة البحث موزعة بين 8.2 من العاطلين عن العمل ، و3.3 من الطلاب و2.6 من الموظفين و1.3 من الاعمال الحرة ، تدل هذه النتائج على ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتبط الى حد ما بطبيعة مهنة المبحوث ويرتبط بظروف عملهم أيضا فقد يعمل بعض أفراد العينة في القطاع الخاص الذي قد يستمر العمل فيه الى أوقات متأخرة أحياناً .أنظر جدول رقم (4)

**جدول رقم (4) يبين فترات دخول عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي طبقا للمهنة**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المهنة****الفترات** | **الموظفين %** | **اعمال حرة %** | **طلاب %** | **عاطلين %** | **المجموع %** |
| **فترة الصباح** | 2 | 1.3 | 0 | 0 | 6 | 3.7 | 0 | 0 | 8 | 5 |
| **فترة الظهيرة** | 4 | 2.6 | 2 | 1.3 | 5 | 3.3 | 13 | 8.2 | 24 | 15 |
| **فترة المساء** | 7 | 4.3 | 3 | 1.8 | 19 | 11.8 | 17 | 10.6 | 46 | 28.8 |
| **لا يوجد وقت محدد** | 27 | 16.8 | 35 | 21.9 | 10 | 6.2 | 10 | 6.2 | 82 | 51.2 |
| **المجـمـــــــــــــــــوع** | 40 | **25** | **40** | **25** | **40** | **25** | **40** | **25** | **160** | **100** |

5- **أكثر المواقع استخداما من قبل الشباب لمتابعة اخبار الانتخابات**

يتضح من نتائج الجدول رقم ( 5 ) ان موقع الفيس بوك حقق اعلى نسبة استخدام لمتابعة اخبار الانتخابات من قبل عينة البحث بنسبة 96.8 % مقابل 3.2 % لموقع يوتيوب انظر الجدول (5 )

**جدول رقم (5 )يوضح اكثر المواقع استخداما من قبل الشباب لمتابعة اخبار الانتخابات**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الموقع** | **ك** | **%** |
| **فيسبوك** | **155** | **96.8** |
| **تويتر** | **0** | **0** |
| **يوتيوب** | **5** | **3.2** |
| **اخرى** | **0** | **0** |

**6- عدد أصدقائك على صفحات الفيس بوك .**

نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم (6) ان 75% من عينة البحث لديهم من 300 – فأكثر من الأصدقاء و12.5 % لديهم من200 الى أقل من 300 صديق و 8.8% لديهم من100 الى أقل من 200 صديق و3.7 لديهم من أقل من 100 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 ان عدد الأصدقاء الكبير يسهم في خلق مجال أوسع لتبادل المعلومات حول المرشحين وزيادة نسبة التفاعل من خلال المشاركات وتبادل الآراء ووجهات النظر وبالتالي يؤدي هذا الى بلورة اتجاهات حول المشاركة في الانتخابات او عدم المشاركة . **انظر جدول رقم (6)**

**جدول رقم (6) يوضح عدد الأصدقاء على صفحات الفيس بوك**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **عدد الأصدقاء**  | **ت** | **%** |
| **أقل من 100** | **6** | **3.7** |
| **100- أقل 200** | **14** | **8.8** |
| **200- أقل 300** | **20** | **12.5** |
| **300- فأكثر** | **120** | **75** |

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

تبين نتائج الجدول (7) 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 (58.1%), ثم (متابعة الأخبار بشأن المرشحين للانتخابات) بما نسبته (53.1%), و الوصول الى قرارات حول قضايا ذات الاهتمامات مشتركة ومنها قضية الانتخابات بنسبة (45.6%), ولأنه يسمح بالتواصل مع الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (39.3%), و تجاوز ضغوط الحياة اليومية بنسبة (23.1%), ثم تيسير المناقشات في القضايا السياسية والانتخابات بنسبة (18.1%) وأخيرا للتسلية وتمضية الوقت بنسبة (16.8 % ) . ويتبين من هذه النتائج مدى الحرص الذي يوليه الشباب وخاص الفئة العمرية من من 26- 33 التي تعد من مراحل النضوج للتعبير عن ارائهم 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 ، شكل 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 وفقاً للأحداث، وعادة تتم هذه المناقشات بشكل أكبر أثناء الحملات الانتخابية أو في أوقات الأزمات السياسية . اذن نستنتج من هذا ان مواقع التواصل الاجتماعي اسهمت في تحقيق مشاركة الشباب في الانتخابات من خلال التواصل مع الاصدقاء ومناقشة القضايا والمواضيع المتعلقة بالانتخابات ومتابعة اخبار المرشحيين والمعلومات المنشورة حول المرشحين للانتخابات من خلال ما ينشره الأصدقاء من معلومات بشأن المرشحين والسياسيين الأمر الذي يعكس طبيعة التنوع والوفرة التي تقدمها هذه المواقع. انظر جدول رقم (7)

**جدول رقم (7) يوضح دوافع استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي طبقا للعمر ( اختيار اكثر من بديل )**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **الدوافــــــــع** | **من 18- 25** | **من 26- 33** | **من 34 – 40**  | **المجموع** |
| **متابعة الأخبار بشأن المرشحين للانتخابات** | **25** | **15.6** | **35** | **21.9** | **25** | **15.6** | **85** | **53.1** |
| **يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة** | **38** | **23.7** | **35** | **21.9** | **20** | **12.5** | **93** | **58.1** |
| **تيسير المناقشات في القضايا السياسية والانتخابات** | **3** | **1.8** | **16** | **10** | **10** | **6.2** | **29** | **18.1** |
| **يسمح بالتواصل مع الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد** | **25** | **15.6** | **20** | **12.5** | **18** | **11.3** | **63** | **39.3** |
| **لرغبتي في متابعة كل جديد** | **11** | **6.8** | **10** | **6.2** | **12** | **7.5** | **33** | **20.6** |
| **الوصول الى قرارات حول قضايا ذات الاهتمامات مشتركة ومنها قضية الانتخابات** | **18** | **11.4** | **20** | **12.5** | **35** | **21.9** | **73** | **45.6** |
| **تجاوز ضغوط الحياة اليومية** | **4** | **2.6** | **11** | **6.8** | **22** | **13.7** | **37** | **23.1** |
| **للتسلية وتمضية الوقت** | **20** | **12.5** | **5** | **3.2** | **2** | **1.3** | **27** | **16.8** |

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

أوضحت بيانات الجدول (8) ان أغلب المبحوثين يرون ان مواقع التواصل الاجتماعي حققت لهم إشباع حاجات عدة في مجال الوعي حول الانتخابات منها : كشف حالات فساد السياسيين في العراق التي احتلت المرتبة الاولى بنسبة 75.5 % حيث احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى بين خيارات اشباعات الفئة العمرية من 34 – 40 بنسبة 21.9 ثم تلتها القئة العمرية من 18-25 بنسبة 15.6 اما الفئة العمرية من 26- 33 فقد حصلت على بنسبة 20 % . وحصلت العبارة ساهمت في تشكيل آرائي وأفكاري حول المرشحين للانتخابات على نسبة 58.1 % حيث احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى بين خيارات الفئة العمرية من 26- 33 بنسبة 23.7 % ثم تلتها القئة العمرية من 18-25 بنسبة 21.9 اما الفئة العمرية من 34 – 40 بنسبة 12.5 ، و جاءت خاصية التواصل مع الأصدقاء وتبادل المعلومات حول المرشحين للانتخابات بالمرتبة الثالثة بين الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 48.7 % موزعة بين الفئة العمرية من 18- 25 التي احتلت المرتبة الاولى بنسبة 21.9 ثم تلتها القئة العمرية من 26- 33 بنسبة15.6 اما الفئة العمرية من 34 – 40 فجاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة 11.3 . وقد كشفت نتائج هذا الجدول بأن الاشباعات المتحققة للمبحوثين من خلال إستخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي هي إشباعات معرفية و إجتماعية بالمرتبة الاولى حيث صار الموق فضاء للتعرف وكشف قضايا الفساد و الإطلاع على مختلف المعلومات و الأخبار المتعلقة بالانتخابات ، إلى جانب ما يوفره من تواصل اجتماعي مع الأهل الأصدقاء في الأماكن المختلفة والمتباعدة جغرافيا وهذا يؤكد أن استخدامات عينة البحث لهذا الموقع تهدف لتحقيق إشباعات أكثر وعيا ونضجا وانعكس هذا من خلال اجابات عينة البحث حول الاشباعات المتحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي .للمزيد انظر الجدول رقم (8)

**الجدول رقم (8) يوضح الاشباعات المتحققة من استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي طبقا للعمر ( اختيار اكثر من بديل )**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **الاشباعات** | **من 18- 25** | **من 26- 33** | **من 34 – 40**  | **المجموع** |
| **أكسبتني معلومات جديدة حول الأحداث المتعلقة بالانتخابات**  | **20** | **12.5** | **10** | **6.2** | **25** | **15.6** | **55** | **34.3** |
| **ساهمت في تشكيل آرائي وأفكاري حول المرشحين للانتخابات** | **35** | **21.9** | **38** | **23.7** | **20** | **12.5** | **93** | **58.1** |
| **التعرف على وجهات النظر حول المشاركة او عدم المشاركة في الانتخابات** | **35** | **21.9** | **3** | **1.8** | **30** | **18.7** | **68** | **42.5** |
| **التواصل مع الأصدقاء وتبادل المعلومات حول المرشحين للانتخابات** | **35** | **21.9** | **25** | **15.6** | **18** | **11.3** | **78** | **48.7** |
| **التعبير عن الأفكار والارأء بحرية تامة**  | **20** | **12.5** | **18** | **11.4** | **12** | **7.5** | **50** | **31.2** |
| **كشف حالات فساد السياسيين في العراق** | **32** | **20** | **25** | **15.6** | **35** | **21.9** | **92** | **75.5** |
| تمكين التواصل بين المرشحين | **10** | **6.2** | **4** | **2.6** | **0** | **0** | **14** | **8.7** |

9- **المواضيع المتعلقة بالانتخابات والتي يتداولها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي** **أكثر من غيرها .**

يتضح لنا من نتائج الجدول رقم ( 9) حصلت المواضيع : الدعوة الى مقاطعة الانتخابات ، و قضايا محاربة الفساد والفاسدين و الدعوة الى حل مجلس النواب ، على المرتبة الاولى بين المواضيع المتعلقة بالانتخابات والتي يتداولها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 23.7% من مجموع عينة البحث ثم جاءت الفئة نشر لقطات مصورة أو فيديوهات عن المرشحين والسياسيين بالمرتبة الثانية بنسبة 16.8 % ثم تلتها دعوة الأصدقاء الى المشاركة في الانتخابات بنسبة 15.6% وحصلت الفئة الدعوة الى إجراء انتخابات نيابية نزيهة على نسبة 11.3% ثم تلتها الفئة تقديم دعم من خلال الدعاية الانتخابية لأحد المرشحين أو الأحزاب على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 10.6 % ثم تداول المعلومات والوثائق والإحصائيات التي تفضح السياسيين بنسبة 9.3 % و التعليق أو مشاركة على بعض الأنشطة المتعلقة بالانتخابات بنسبة 6.2 % اما المرتبة الاخيرة فكانت من نصيب الفقرة التفاعل مع الصفحات الخاصة بالمرشحين أو الاحزاب بنسبة 2.6 % . تدل هذه النتائج على ان الدعوة الى مقاطعة الانتخابات محاربة الفساد والفاسدين وحل مجلس النواب هي من اولى القضايا والمواضيع التي يتفاعل معها الشباب ويوليها الاهتمام وهذا يدل أن رأي عينة البحث بالمشاركة في الانتخابات سلبي ويدعو الى المقاطعة بنسبة 23.7% مقابل 15.6% يدعون الى المشاركة في الانتخابات . انظر جدول رقم (9)

 **جدول** **رقم (9) يوضح توزيع المواضيع المتعلقة بالانتخابات والتي يتداولها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي** **( اختيار اكثر من بديل )**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **البدائل** | **ك** | **%** |
|  **الدعوة الى مقاطعة الانتخابات** | **38** | **23.7** |
| **قضايا محاربة الفساد والفاسدين** | **38** | **23.7** |
| **الدعوة الى حل مجلس النواب** | **38** | **23.7** |
| **تداول المعلومات والوثائق والإحصائيات التي تفضح السياسيين** | **15** | **9.3** |
| **التعليق أو مشاركة على بعض الأنشطة المتعلقة بالانتخابات** | **10** | **6.2** |
| **التفاعل مع الصفحات الخاصة بالمرشحين أو الأحزاب** | **4** | **2.6** |
| **تقديم دعم من خلال الدعاية الانتخابية لأحد المرشحين أو الأحزاب على شبكات التواصل الاجتماعي** | **17** | **10.6** |
| **نشر لقطات مصورة أو فيديوهات عن المرشحين والسياسيين** | **27** | **16.8** |
| **الدعوة الى إجراء انتخابات نيابية نزيهة** | **18** | **11.3** |
| **دعوة الأصدقاء الى المشاركة في الانتخابات** | **25** | **15.6** |

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

أظهرت نتائج جدول رقم (10 ) بشأن التساؤل عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي . حيث 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 95.6 % وتلتها العبارة (أتاحت الفرصة لكل المهتمين بشأن الانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم )بنسبة 87.5 % ، ساهمت في إحاطتي بالمعلومات والآراء عن المرشحين والقوائم الانتخابية بنسبة 60 %، أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في كشف حالات الفساد والتلاعب في الاستحقاقات الانتخابية في الانتخابات السابقة بنسبة 30.6 % و لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي بنسبة 12.5 % و أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الشباب وتحفيزهم للتصويت لمصلحة حزب أو مرشح معين بنسبة 20.6 % . أما بالنسبة للفئة غير موافق فقد حلت العبارة (تساهم في إشاعة فكرة دفع الحكومة العراقية إلى التفكير بتأجيل الانتخابات لحين إجراء الإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية المنشودة ) في الترتيب الأول بنسبة 81.2 % ثم تلتها العبارة (لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي) بنسبة 46.2 % و(حشدت الجماهير لصالح المشاركة الانتخابية بنسبة 41.8 % وجاءت (دفعتني إلى المشاركة في مسيرات واعتصامات تدعو الى مقاطعة الانتخابات ومحاربة الفساد بنسبة 31.8 % وتتساوى العبارتان : (ساهمت في تأييدي لهذه للحملات الانتخابية ومشاركتي للمواضيع التي تدعم المشاركة الانتخابية و اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في كشف حالات الفساد والتلاعب في الاستحقاقات الانتخايبة في الانتخابات السابقة ) بنسبة 18.1 % للمزيد انظر الجدول رقم (10) ، نستدل من هذه النتائج ان الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي الذي لا يمكن تجاهله ، خاصة لدى فئة الشباب وفق لنتائج هذا البحث هو دور سلبي يدعو الى مقاطعة الانتخابات، حيث 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 95.6 % ،وانطلاقا من الدور المميز والواضح الذي يمكن ان تؤديه مواق التواصل الاجتماعي في تعبئة الشباب في العديد من القضايا المتعلقة بالممارسة الانتخابية ، وقد برز هذا الدور مؤخرا وخلال الحملة الانتخابية الجديدة للانتخابات البرلمانية التي من المقرر إجرائها في منتصف شهر مايو عام 2018 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 .أنظر الجدول رقم (10 )

**جدول رقم (10) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي .**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **البدائل** | **موافق** | **محايد** | **غير موافق** |
| **لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي .**  | **20** | **12.5** | **66** | **41.2** | **74** | **46.2** |
| **أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الشباب وتحفيزهم للتصويت لمصلحة حزب أو مرشح معين .** | **33** | **20.6** | **87** | **54.3** | **20** | **12.5** |
| **أتاحت الفرصة لكل المهتمين بشأن الانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.** | **140** | **87.5** | **20** | **12.5** | **0** | **0** |
| **ساهمت في إحاطتي بالمعلومات والآراء عن المرشحين والقوائم الانتخابية** | **96** | **60** | **34** | **21.2** | **21** | **13.1** |
| **حشدت الجماهير لصالح المشاركة الانتخابية** | **5** | **3.3** | **88** | **55** | **67** | **41.8** |
| **ساهمت في تأييدي لهذه للحملات الانتخابية ومشاركتي للمواضيع التي تدعم المشاركة الانتخابية**  | **20** | **12.5** | **111** | **69.3** | **29** | **18.1** |
| **تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على ما عداها من وسائل الإعلام في دفع الشباب إلى مقاطعة الانتخابات** | **153** | **95.6** | **7** | **4.3** | **0** | **0** |
| **دفعتني إلى المشاركة في مسيرات واعتصامات تدعو الى مقاطعة الانتخابات ومحاربة الفساد**  | **15** | **9.3** | **94** | **58.7** | **51** | **31.8** |
| **تروج مواقع التواصل الاجتماعي لأحزاب سياسية معينة** | **30** | **18.7** | **123** | **76.8** | **7** | **4.3** |
| **اسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في كشف حالات الفساد والتلاعب في الاستحقاقات الانتخايبة في الانتخابات السابقة**  | **49** | **30.6** | **82** | **51.2** | **29** | **18.1** |
| **تساهم في إشاعة فكرة دفع الحكومة العراقية إلى التفكير بتأجيل الانتخابات لحين إجراء الإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية المنشودة .** | **0** | **0** | **10** | **6.2** | **130** | **81.2** |

**الخاتمة**

**النتائج العامة والاستنتاجات**

1- أن (75%) من عينة البحث مضى على استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي سنة فأكثر تتوزع بين58.8 من الذكور و16.2 من الاناث . 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 ناتج عن طبيعة النظام الاجتماعي في العراق وانشغال النساء بأعمال المنزل وشؤون الأسرة مما أدى الى قلة استخدامهن لهذه المواقع مقارنة بالذكور .

2- أن أعلى معدلات تصفح لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت لصالح معدل تصفح أقـل من 3 ساعات يومياً بنسبة (51.8%), ويليها في المرتبة الثانية معدل التصفح أكثر من 5 ساعات يوميا والتي بلغت نسبتها (34.4%), في حين وجد أن أقل معدل تصفح لتلك الفئة هو معدل التصفح ما بين 3 – 5 ساعات يومياً . مما يعني ان غالبية الشباب تقضي أوقات طويلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي, ربما يعود هذا الى سوء الاوضاع الامنية التي جعلت من الشباب يفضل عدم الخروج الى الشارع والبقاء في البيت أو ارتفاع نسبة العاطلين عن العمل من الشباب أو ان هذه المواقع تقدم معلومات متنوعة تحظى بإقبال الشباب .

3- احتلت الفئة ( لا يوجد وقت محدد ) بالمرتبة الاولى بنسبة 51.2 % من مجموع عينة البحث موزعة بين 21.9 ممن يزاولون الأعمال الحرة و16.8 % من الموظفين فيما تساوى كل من الطلاب والعاطلين بنسبة و6.2 % لكل منهما ، واحتلت فترة المساء المرتبة الثانية بنسبة 28.8 % حيث ارتفعت نسبة استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي ضمن الفترة المسائية حيث شكلت 11.8 مقابل 10.6 من العاطلين عن العمل و 4.3 من الموظفين و 1.8 الاعمال الحرة اما فترة الظهيرة فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 15 % من مجموع عينة البحث . تدل هذه النتائج على ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتبط الى حد ما بطبيعة مهنة المبحوث ويرتبط بظروف عملهم أيضا فقد يعمل بعض أفراد العينة في القطاع الخاص الذي قد يستمر العمل فيه الى أوقات متأخرة أحياناً .

4- ان موقع الفيس بوك حقق اعلى نسبة استخدام لمتابعة اخبار الانتخابات من قبل عينة البحث بنسبة 96.8 % .

5- ان 75% من عينة البحث لديهم من 300 – فأكثر من الأصدقاء و12.5 % لديهم من200 الى أقل من 300 صديق و 8.8% لديهم من100 الى أقل من 200 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 ان عدد الأصدقاء الكبير يسهم في خلق مجال أوسع لتبادل المعلومات حول المرشحين وزيادة نسبة التفاعل من خلال المشاركات وتبادل الآراء ووجهات النظر .

6- تكمن الدوافع وراء استخدام المبحوثين لهذا الموقع دون غيره من المواقع الأخرى, في انها (يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة) بنسبة (58.1%), ثم (متابعة الأخبار بشأن المرشحين للانتخابات) بما نسبته (53.1%), و الوصول الى قرارات حول قضايا ذات الاهتمامات مشتركة ومنها قضية الانتخابات بنسبة (45.6%), ولأنه يسمح بالتواصل مع الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (39.3%), يتبين من هذه النتائج مدى الحرص الذي يوليه الشباب للتعبير عن ارائهم ولخاصية حرية الرأي والتعبير التي توفرها هذه الموقع ولا توفرها الوسائل الإعلامية الأخرى فضلا عن ان إدامة علاقاتهم بالآخرين يسهم في متابعة أخبار السياسيين وأخبار الانتخابات ، وهذه المتابعة تعد مناقشة الأمور السياسية ، شكل 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 وفقاً للأحداث، وعادة تتم هذه المناقشات بشكل أكبر أثناء الحملات الانتخابية أو في أوقات الأزمات السياسية . إذن نستنتج من هذا ان مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تحقيق مشاركة الشباب في الانتخابات من خلال التواصل مع الأصدقاء ومناقشة القضايا والمواضيع المتعلقة بالانتخابات ومتابعة أخبار المرشحين والمعلومات المنشورة حول المرشحين للانتخابات من خلال ما ينشره الأصدقاء من معلومات بشأن المرشحين والسياسيين الأمر الذي يعكس طبيعة التنوع والوفرة التي تقدمها هذه المواقع.

7- ان أغلب المبحوثين يرون ان مواقع التواصل الاجتماعي حققت لهم إشباع حاجات عدة في مجال الوعي حول الانتخابات منها : كشف حالات فساد السياسيين في العراق التي احتلت المرتبة الاولى بنسبة 75.5 % وحصلت العبارة ساهمت في تشكيل آرائي وأفكاري حول المرشحين للانتخابات على نسبة 58.1 % و جاءت خاصية التواصل مع الأصدقاء وتبادل المعلومات حول المرشحين للانتخابات بالمرتبة الثالثة بين الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 48.7 % . وقد كشفت نتائج هذا الجدول بأن الاشباعات المتحققة للمبحوثين من خلال إستخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي هي إشباعات معرفية و إجتماعية بالمرتبة الاولى حيث صار الموقع فضاء للتعرف وكشف قضايا الفساد و الإطلاع على مختلف المعلومات و الأخبار المتعلقة بالانتخابات ، إلى جانب ما يوفره من تواصل اجتماعي مع الأهل الأصدقاء في الأماكن المختلفة والمتباعدة جغرافيا وهذا يؤكد أن استخدامات عينة البحث لهذا الموقع تهدف لتحقيق إشباعات أكثر وعيا ونضجا وانعكس هذا من خلال إجابات عينة البحث حول الاشباعات المتحققة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي .

8- كشف البحث عن دور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي . حيث 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 95.6 % وتلتها العبارة (أتاحت الفرصة لكل المهتمين بشأن الانتخابات للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم )بنسبة 87.5 % ، وساهمت في إحاطتي بالمعلومات والآراء عن المرشحين والقوائم الانتخابية بنسبة 60 %، وكشف حالات الفساد والتلاعب في الاستحقاقات الانتخابية في الانتخابات السابقة بنسبة 30.6. أما بالنسبة للفئة غير موافق فقد حلت العبارة (تساهم في إشاعة فكرة دفع الحكومة العراقية إلى التفكير بتأجيل الانتخابات لحين إجراء الإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية المنشودة ) في الترتيب الأول بنسبة 81.2 % ثم تلتها العبارة (لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي) بنسبة 46.2 % و(حشدت الجماهير لصالح المشاركة الانتخابية بنسبة 41.8 % .

نستدل من هذه النتائج ان الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي الذي لا يمكن تجاهله ، خاصة لدى فئة الشباب وفق لنتائج هذا البحث هو دور سلبي يدعو الى مقاطعة الانتخابات، وقد برز هذا الدور مؤخرا وخلال الحملة الانتخابية الجديدة للانتخابات البرلمانية التي من المقرر إجرائها في منتصف شهر مايو عام 2018 ، 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 .

**هوامش ومراجع البحث**

 - المنوفى ، كمال محمود ، التنشئة السياسية للطفل في مصر والكويت ، الكويت ، 1987 ، ص16

2- اليحياوي ، يحيى ، الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم

والدمقرطة ، مركز الجزيرة .للدراسات ، تجدها على الرابط التالي:

<http://studies.aljazeera.net/mediastudies/2015/11/201511885144375848.htm>

3-- حمودي ، رأفت مهند عبد الرزاق ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، جامعة البترا الأردنية ، كلية الآداب – قسم الصحافة والإعلام ، رسالة ماجستير ، 2013

4- علاونة ،حاتم سليم ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري ، وقائع مؤتمر ) الاعلام الجديد ...التحديات النظرية والتطبيقية ) الذي عقدته الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض 2 **-** 4 ديسمبر ، 2012 .

5- الراوي ، بشرى جميل ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، مجلة الباحث الإعلامي ، ع18 ، 2012

6- خورشيد, كامل ،دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي – شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً, المؤتمر العلمي – وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير, عمان ، جامعة البتراء ، كلية الإعلام, 2011

7- الشرعة ، فراس خليف ناصر . المشاركة السياسية في الريف الأردني دراسة –ميدانية- رسالة ماجستير ، جامعة آل البيت، الأردن (1999) ، ص88

8- عبد الكافي ، إسماعيل عبد الفتاح ، السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، القاهرة : هبة النيل للتوزيع ، 2010 ، ص25

9-  [كلية دبي للإدارة الحكومية](http://www.mbrsg.ae/home.aspx?lang=ar-AE)، الاعلام الاجتماعي ، الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة ، الصادر في شهر شباط ، 2017

10- حمودي، رأفت مهند عبد الرزاق , مصدر سابق ، ص 43

11- حسن ،عبد العزيز ، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43 ، العدد 2016 1، ص232

12- السيد ، عزيز محمد ، السلوك السياسي : النظرية والواقع ، القاهرة : دار الفكر العربي ، 1994 ، ص29

13- قنديل ، عبد الحميد ، المشاركة السياسية للشباب الجامعي – دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير ، جامعة المنوفية ، كلية الاداب ، 2003 ، ص50

14- زكريا ، نرمين ، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية ، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة :كلية الاعلام ،2009 ،ص943

15- عبد القوي ، محمود حمدي ، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح : الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 2009 ، ص558

16- عزى ، عبير إبراهيم ، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 2009 ، ص8 .

1. - كمال محمود المنوفى ، التنشئة السياسية للطفل في مصر والكويت ، الكويت ، 1987 ، ص16 [↑](#footnote-ref-2)
2. - يحيى اليحياوي ، الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم

والدمقرطة ، مركز الجزيرة .للدراسات ، تجدها على الرابط التالي:

http://studies.aljazeera.net/mediastudies/2015/11/201511885144375848.htm [↑](#footnote-ref-3)
3. - رأفت مهند عبد الرزاق حمودي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، جامعة البترا الأردنية ، كلية الآداب – قسم الصحافة والإعلام ، رسالة ماجستير ، 2013 [↑](#footnote-ref-4)
4. - حاتم سليم علاونة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري ، وقائع مؤتمر ) الاعلام الجديد ...التحديات النظرية والتطبيقية ) الذي عقدته الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض 2 **-** 4 ديسمبر ، 2012 . [↑](#footnote-ref-5)
5. - بشرى جميل الراوي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، مجلة الباحث الإعلامي ، ع18 ، 2012 [↑](#footnote-ref-6)
6. 6- كامل خورشيد مراد, دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي – شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً, المؤتمر العلمي – وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير, عمان ، جامعة البتراء ، كلية الإعلام, 2011 [↑](#footnote-ref-7)
7. - فراس خليف ناصر الشرعة . المشاركة السياسية في الريف الأردني دراسة –ميدانية- رسالة ماجستير ، جامعة آل البيت، الأردن (1999) ، ص88 [↑](#footnote-ref-8)
8. - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ، السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، القاهرة : هبة النيل للتوزيع ، 2010 ، ص25 [↑](#footnote-ref-9)
9. - [مصدر البيانات: كلية دبي للإدارة الحكومية](http://www.mbrsg.ae/home.aspx?lang=ar-AE)، الاعلام الاجتماعي ، الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة ، الصادر في شهر شباط ، 2017 [↑](#footnote-ref-10)
10. - رأفت مهند عبد الرزاق حمودي , مصدر سابق ، ص 43 [↑](#footnote-ref-11)
11. - عبد العزيز على حسن ، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43 ، العدد 2016 1، ص232 [↑](#footnote-ref-12)
12. - عزيز محمد السيد ، السلوك السياسي : النظرية والواقع ، القاهرة : دار الفكر العربي ، 1994 ، ص29 [↑](#footnote-ref-13)
13. - عبد الحميد قنديل ، المشاركة السياسية للشباب الجامعي – دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير ، جامعة المنوفية ، كلية الاداب ، 2003 ، ص50 [↑](#footnote-ref-14)
14. - نرمين زكريا، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية ، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة :كلية الاعلام ،2009 ،ص943 [↑](#footnote-ref-15)
15. - 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 ، 2009 ، ص558 [↑](#footnote-ref-16)
16. - عبير إبراهيم عزى، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 2009 ، ص8 [↑](#footnote-ref-17)