

Impact of political parties sites on the network "Facebook" On the participation of Arab youth in the general elections

AbdelSalam Mohamed Sayed AbdelRahman

Community College || Northern Frontier University || KSA

Abstract: The aim of the study is to identify the interest and follow-up of the Arab youth to the pages of the political parties on Facebook, and to identify the habits, patterns and motives of the uses of Arab youth, as well as the interactive activities carried out on the pages of the political parties and to identify the confidence of Arab youth and their dependence on party pages on Facebook, and identify the impact of the Arab youth on those pages on their participation in the general elections. The study was based on a descriptive study. The field study was conducted on a sample of 400 Arab youth who were active in the Facebook in the age group (18-40 years) Through the electronic questionnaire.

The study concluded:

- Male respondents use Facebook more than females (61% for males versus 46.5% for females).
- There are differences between males and females in the forms of participation in the general elections based on their follow-up to the pages of political parties on Facebook depending on the nationality variable and variable monthly income, and educational level.
- The male respondents were more political than the females, at 26% compared to 18.5% for females.

Keywords: Facebook - Arab youth - Political parties.-

تأثير مواقع الأحزاب السياسية بشبكة "فيس بوك" على مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة

عبد السلام سيد محمد عبد الرحمن

كلية المجتمع || جامعة الحدود الشمالية || المملكة العربية السعودية

المخلص: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام ومتابعة الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية على (فيس بوك)، والتعرف على عادات وأنماط ودوافع استخدامات الشباب العربي، وكذلك الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها على صفحات الأحزاب السياسية، والتعرف على مدى ثقة الشباب العربي واعتمادهم على الصفحات الحزبية على فيس بوك، والتعرف على أثر استخدامات الشباب العربي لتلك الصفحات على مشاركتهم في الانتخابات العامة، وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على منهج المسح، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من الشباب العربي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، قوامها (400 مفردة)، في المرحلة العمرية (18-40) عام، مستخدمة في ذلك صحيفة "الاستبيان" الإلكترونية.

توصلت الدراسة إلى:

- أن أفراد العينة من الذكور يستخدمون الفيس بوك أكثر من الإناث بنسبة 61% للذكور، مقابل 46.5% للإناث.
- أن هناك فروقاً 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.

- أن أفراد العينة من الذكور ينتمون إلى الأحزاب السياسية أكثر من الإناث بنسبة بلغت 26%، مقابل 18.5% للإناث.

الكلمات المفتاحية: فيس بوك - الشباب العربي - الأحزاب السياسية - الانتخابات العامة.

مقدمة:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي لتشكل طفرة نوعية، أثارت جدلاً واسعاً بين المهتمين وصنّاع القرار، بقدرتها على التأثير في المجتمعات، ولقد كان أكثر الفئات استفادةً من مواقع التواصل الاجتماعي هي فئة الشباب فأصبح معظمهم يعيشون في عالم الكتروني افتراضي يتبادلون بداخله أفكارهم ووجهات نظرهم حول الواقع الاجتماعي والسياسي المعاصر.

وقد أخذت شعبية مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد شبكة " فيس بوك" تتزايد خلال الربع الأول من عام 2011م، واتسعت منصات وقاعدة مستخدمي الفيسبوك، وتعد منطقة الشرق الأوسط من بين المناطق التي كان لها نصيب الأسد من حيث عدد المستخدمين الجدد.

وقد جاءت شبكة " فيس بوك" لتشكل عالماً افتراضياً يفتح المجال العام على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، واستطاعت أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي جعل من السياسة شأنًا عاماً يمارسه معظم أفراد المجتمع.

إن الشباب العربي يستخدم شبكة " فيس بوك" باعتبارها إعلاماً بديلاً يتميز بالسرعة في نقل الوقائع والأحداث السياسية الجارية، ويوثق كل الأخبار بالوسائط المتعددة، ويُعدُّ أكثر انفتاحاً على حرية الرأي والتعبير، وتسمح بالتفاعل مع الأحداث الجارية ولا تخضع للرقابة أو سيطرة الحكومات.

تلك الخصائص وسواها دفعت الجميع أفراداً وشركات وأحزاباً سياسية وحكومات إلى التفاعل مع شبكة " فيس بوك" التي استطاعت خلال فترة زمنية قصيرة إحداث الكثير من التأثيرات المذهلة على المستويات السياسية والاجتماعية والتجارية، وهو ما دفع الأحزاب السياسية إلى التفاعل معها، حيث قامت معظم الأحزاب السياسية في العالم العربي بإنشاء موقع للتواصل الاجتماعي خاصة على الفيس بوك للتسويق لأفكارها ومبادئها وكذلك نشر أهم الأنشطة التي يقوم بها الحزب سواء التدريب أو التثقيف السياسي أو دعم مرشحيه في الانتخابات العامة.

أولاً: مشكلة البحث

تتمحور مشكلة البحث حول ماهية التأثيرات الناتجة عن متابعة الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية بشبكة الفيس بوك على مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية أو المحلية.

لأن " فيس بوك" لم يعد مجرد وسيلة للتواصل الاجتماعي، ولكنه أصبح أداة قوية في يد الشباب الباحث عن الحرية والإصلاح والتغيير السياسي، وهي إحدى أدوات التعبئة السياسية تستخدمها الأحزاب لتحقيق هدف سياسي مثل تحفيز الناس للتصويت في الانتخابات، والتحول نحو الديمقراطية، وعلى ذلك فمشكلة البحث تدور حول " تأثير مواقع الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" على مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة."

ثانياً: تساؤلات البحث:

يسعى البحث للإجابة على تساؤل رئيسي:

ما تأثير مواقع الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" على مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة.؟

- ويتفرع من هذا التساؤل عدة أسئلة، والإجابة عليها تسهم في معالجة إشكالية البحث:
1. ما مدى استخدام الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك"؟.
 2. ما عادات وأنماط استخدامات الشباب العربي لشبكة " فيس بوك"؟.
 3. ما دوافع استخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك"؟
 4. ما الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها الشباب العربي على صفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك"؟.
 5. ما مدى ثقة الشباب العربي في صفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك"؟.
 6. ما مدى اعتماد الشباب العربي على صفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" أثناء الانتخابات العامة؟.
 7. ما مدى تأثير استخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" على مشاركتهم في الانتخابات العامة؟.
 8. ما مدى رضا الشباب العربي عن تناول صفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" للشأن السياسي والانتخابات؟.
 9. ما علاقة المتغيرات الديموجرافية باستخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية ومشاركتهم في الانتخابات العامة؟.

ثالثاً: أهداف البحث:

- يهدف البحث بشكل عام إلى التعرف على: تأثير مواقع الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" على مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة.
- وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي؛ أهداف فرعية منها:
- 1- التعرف على مدى تأثير مواقع الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" على مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة.
 - 2- التعرف على عادات وأنماط استخدامات الشباب العربي لشبكة " فيس بوك".
 - 3- الكشف عن دوافع استخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية على شبكة " فيس بوك"
 - 4- رصد الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها الشباب العربي على صفحات الأحزاب السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي.
 - 5- التعرف على مدى اعتماد وثقة الشباب العربي في صفحات الأحزاب السياسية على شبكة " فيس بوك".
 - 6- الكشف عن مدى تأثير استخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" على مشاركتهم في الانتخابات العامة، في إطار نظرية المجال العام.
 - 7- تفسير علاقة المتغيرات الديموجرافية باستخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" ومشاركتهم في الانتخابات العامة.
 - 8- الكشف على أهم الموضوعات التي يحرص الشباب العربي على مناقشتها عبر لصفحات الأحزاب السياسية على شبكة " فيس بوك".
 - 9- التعرف على مقترحات الشباب العربي لتوظيف الأحزاب لشبكة " فيس بوك" بشكل جديد لاستقطاب الشباب نحو المشاركة السياسية في الانتخابات.

رابعاً: أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث مما يلي:

- 1- الدور البارز الذي لعبته شبكة " فيس بوك" في إحداث تحولات سياسية في عدد من الدول العربية.
- 2- تعاظم تأثير شبكة " فيس بوك"، لقدرتها على رسم ملامح الوجدان الجماعي، وما ينجم عن ذلك من تأثيرات بالغة الأهمية نحو مشاركتهم في الانتخابات العامة.
- 3- حداثة موضوع البحث كونه يعنى بموضوعات معاصرة حيث يبحث في تأثير مواقع الأحزاب السياسية بشبكة " فيس بوك" على مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة.
- 4- يصب البحث في مصلحة الحكومات والأحزاب السياسية في تبيان مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " كوسيلة إعلامية، وأنه من الطبيعي الالتفات إليها وتوجيهها بما يخدم الصالح العام، ويدعم مشاركة الشباب السياسية في عملية صنع القرار.

خامساً: مفاهيم البحث:

يعرض الباحث جملة من المصطلحات والمفاهيم الأساسية في البحث مثل:

أ- تأثير:

في اللغة: أَثَّرَ ب / أَثَّرَ عَلَى / أَثَّرَ فِي يُوَثِّرُ، تَأَثَّرًا، فَهُوَ مُؤَثَّرٌ، وَالْمَفْعُولُ مُؤَثَّرٌ بِهِ

- أَثَّرَ يُوَثِّرُ تَأَثَّرًا فِيهِ، وَالتَّأَثُّرُ: إِبْقَاءُ الأَثَرِ فِي السَّيِّئِ.
- أَحَدَتْ تَأَثُّرًا بَالِغًا فِي نُفُوسِ الحَاضِرِينَ، أَحَدَتْ وَقَعًا.
- لَمْ يَكُنْ يَهْدِفُ إِلَى التَّأَثُّرِ عَلَيْهِ.. إِخْضَاعِهِ لِمَفْعُولٍ مَّا.⁽¹⁾

والتأثير الذي يقصده البحث:

هو تغيير اتجاهات الشباب نحو المشاركة من عدمه في الانتخابات العامة نتيجة تعرضهم لصفحات الأحزاب السياسية في شبكة الفيس بوك.

ب- الأحزاب السياسية:

هي تجمع أو اتحاد بين مجموعة من الأفراد ذات مبادئ وأفكار ومصالح واحدة، وأهداف سياسية معينة يسعون على تحقيقها وللأحزاب الفاعلة والمؤثرة في الجماهير دور مهم وفعال في تثقيف وتوعية وتنوير الجماهير، وتأخذ تلك الأحزاب أيديولوجيات مختلفة حسب توجهها منها يسارية ليبرالية وإسلامية ومنها يمينية متشددة ومنها وسطية معتدلة وتأخذ تلك الأيديولوجيات حسب بيئة المجتمع وطابعه القومي.⁽²⁾

وتُعرِّف الدراسات الأكاديمية الحزب السياسي بأنه مجموعة من الناس يجمعهم إقليم جغرافي واحد، اتفقوا على برنامج واحد يسعون إلى تحقيقه من خلال الوصول إلى السلطة، وقد يكون هذا البرنامج سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، ويحمل رؤيتهم حول تقدم وتطور مجتمعهم.⁽³⁾

(1) معجم الغني. انظر موقع المعاني.

(2) على موقع دارالعلوم https://www.daralolom.com/2013/12/blog-post_3379.html

(3) على موقع موضوع <http://mawdo3.com>

والأحزاب السياسية التي يقصدها البحث تلك التي تملك صفحات على شبكة " فيس بوك "

ج- فيس بوك facebook

الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يُمكن المستخدمين من مشاركة الصور، ونشر التعليقات، وروابط الأخبار أو أي محتوى آخر مثير للاهتمام، كما يُمكنهم من لعب الألعاب، والدرشة، وبث الفيديو المباشر⁽⁴⁾ وهو موقع الشبكات الاجتماعية الأكثر شعبيةً على الإنترنت، ويمكن الوصول أو استخدام موقع الفيسبوك من خلال أي متصفح إنترنت، وذلك عن طريق الدخول إلى الموقع الرسمي للفيس بوك www.facebook.com، كما أنه يتوفر على شكل تطبيق للهواتف المحمولة، والأجهزة اللوحية.⁽⁵⁾

وهو موقع لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على الشبكة، مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، والموقع مجاني للمستخدمين ويجنى إيرادات من الإعلانات.

د- الشباب العربي:

الشباب مرحلة عمرية تبدأ بنهاية سنّ المراهقة وبداية سنّ النضج، وهي مرحلة يصبح فيها الفرد مسؤولاً عن تصرفاته، ويتحمل تبعاتها أمام القانون والمجتمع من دون وصاية أو ولاية عليه ويتمتع بكامل الأهلية والمواطنة، والذين استقرت التغيرات الوجدانية عندهم.

ومعنى الشباب أيضا في معجم الوسيط هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة والشباب، هو الحدائة.⁽⁶⁾ وفي هذا البحث يتناول الباحث شريحة الشباب البالغ الممتدة من سنّ (18 - 35) سنة ذكورا وإناثا، والذين هم في السنّ المؤهل اجتماعياً ونفسياً للمشاركة في الحياة السياسية.

هـ- المشاركة في الانتخابات العامة:

تعد مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة أفضل صور المشاركة السياسية وأكثرها وضوحاً في جميع بلدان العالم ومجتمعاتها، بغض النظر عن طبيعة أنظمتها السائدة، والمشاركة الانتخابية هي الأكثر استخداماً خاصة في الدول النامية، فكتيراً ما تقاس فعالية الديمقراطية والأنظمة بنسبة المشاركة في الانتخابات أو التصويت، ويمكن الحكم على هذه الدول أو الأنظمة إنها فعالة وديمقراطية، كما أن الانتخابات تعد إحدى الوسائل الرئيسية للديمقراطية.⁽⁷⁾

(4) Daniel Nations (2-2-2018), "What Is Facebook?"

www.lifewire.com, Retrieved 22-4-2018.

(5) Facebook", www.computerhope.com, 15-9-2017 .Retrieved 22-4-2018..

(6) معجم الوسيط، الجزء الاول، المكتبة الاسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، تركيا، ص470.

(7) جمال علي زهران، الأصول الديمقراطية والإصلاح السياسي، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ط1، 2005

<http://www.noonbooks.dz/reader/pdf/index/bookid/13248/hash/ce6c64f53a842e1bd8037c2e8c010df211f1a951>

6b61dbe5472d9fecf1d2d52/#page/1/mode/1up

سادساً: الدراسات السابقة

قام الباحث بعرض الدراسات السابقة ذات العلاقة المباشرة بموضوع البحث، والتعليق عليها، وأوجه الاستفادة منها، ورتبها من الأحدث إلى الأقدم على النحو التالي:

1- دراسة آمال زيدان (2016)⁽⁸⁾ بعنوان: فاعلية استخدام مرشحي الرئاسة للمواقع الإلكترونية في تسويق برامجهم السياسية.

سعت الدراسة إلى التعرف على طريقة توظيف مرشحي الرئاسة المصرية 2014م للمواقع الإلكترونية ومنها الفيس بوك في تسويق برامجهم السياسية.

توصلت الدراسة إلى ان اهتمام مرشحي الرئاسة بوظيفة نشر الأخبار والمعلومات عبر مواقعهم الإلكترونية جاءت في المرتبة الأولى.

تفوق موقع "الفيس بوك" للحمليتين في تحقيق الوظيفة التعبوية على الموقع الرسمي، بالإضافة إلى تدنى النسبة المرتبطة بوظيفة الحشد للموقع الرسمي لحملة المرشح السيسي، حيث حصل على نسبة 40%، بينما حصل الموقع الرسمي لحملة المرشح حمددين على نسبة 100%.

2- دراسة ريهام أبو الخير (2016)⁽⁹⁾ بعنوان: استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الدعاية الانتخابية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو الحملات الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على مدى قدرتها في تلبية احتياجات مستخدميها في الحصول على المعلومات السياسية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح.

ومن نتائج الدراسة: أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً بين المبحوثين موقع الفيسبوك بنسبة 88.8%، ويليه موقع اليوتيوب بنسبة 34%، ثم موقع تويتر بنسبة 13%.

3- دراسة مرام حافظ (2016)⁽¹⁰⁾ بعنوان "استخدامات "فيسبوك" خلال الحملات الانتخابية وأثرها على مواقف الناخبين وقراراتهم تجاه المرشحين السياسيين.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديدة على مختلف مراحل العملية الانتخابية في مصر 2014. وتستكشف هذه الدراسة أيضاً مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام والفيسبوك على وجه الخصوص، وتم توزيع الاستبيان على (400) شاب من أفراد العينة (الذكور والإناث) وأشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيراً كبيراً على تنظيم العملية الانتخابية في مصر وأن اختيار الرئيس جاء نتيجة ثقة الشباب في المؤسسة العسكرية واقتناع البرنامج الانتخابي من المرشح.

(8) آمال اسماعيل محمد زيدان. فاعلية استخدام مرشحي الرئاسة للمواقع الإلكترونية في تسويق برامجهم السياسية. رسالة الماجستير

في الاعلام من جامعة الأزهر، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان. 2016. على موقع الاعلام الجديد 7 مايو 2016

(9) ريهام محمد السيد محمد أبو الخير. استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الدعاية الانتخابية، درجة الماجستير- جامعة حلوان. كلية الآداب. قسم الاعلام 2016. عن اتحاد مكنتبات الجامعات المصرية.

(10) مرام حسين محمود حافظ "استخدامات "فيسبوك" خلال الحملات الانتخابية وأثرها على مواقف الناخبين وقراراتهم تجاه المرشحين السياسيين" ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان. 2016.

4- دراسة "بيو" الأمريكي (2014) ⁽¹¹⁾ بعنوان: فيس بوك والهواتف الذكية كمصادر رئيسية لمتابعة انتخابات الكونجرس.

هدفت الدراسة للكشف عن أهمية الفيس بوك والهواتف الذكية كمصادر لمتابعة انتخابات الكونجرس، وقد بينت الدراسة أن عدد الأمريكيين الذين يتابعون المرشحين السياسيين على فيس بوك ومواقع التواصل الأخرى تضاعف خلال انتخابات التجديد النصفى للكونجرس عام 2014 مقابل انتخابات 2010. وأن 35 % من الأمريكيين الذين شملتهم الدراسة رأوا أن متابعة تلك المواقع تجعلهم يشعرون بارتباط شخصي أكثر مع المرشحين. بينما وصف 26 % الأخبار التي يحصلون عليها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بأنها موثوق بها بدرجة أكبر من تلك الأخبار التي تتدفق عبر المصادر التقليدية.

5- دراسة ممدوح شتلة، وحنان مرعي (2014) ⁽¹²⁾ بعنوان " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري.

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، استعان الباحثان بمنهج المسح الإعلامي، واعتمدا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة.

وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز استخدامات الشباب كان للمتابعة والمشاركة في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، وأن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب الجامعي المصري لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

6- دراسة أحمد أبوزيد (2013) ⁽¹³⁾ بعنوان: الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية . دراسة حالة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الأمريكي باراك.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في إدارة الحملات الانتخابية بالتطبيق على الحملة الانتخابية الرئاسية لباراك أوباما 2008م.

وكشفت الدراسة إلى أن وظائف الإعلام الجديد في إدارة الحملات الانتخابية، تمثلت في الوظيفة الإخبارية وتكوين الصورة الذهنية عن المرشحين، والوظيفة الاتصالية، والوظيفة التعبوية في الانتخابات الأمريكية عام 2008.

(11) مركز "بيو" الأمريكي للأبحاث. فيس بوك والهواتف الذكية كمصادر رئيسية لمتابعة انتخابات الكونجرس. 2014.

<http://www.almasryalyoum.com/news/details/563163>

(12) ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، وحنان كامل حنفي مرعي. استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري 2014

(13) أحمد الشورى أبوزيد. الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية دراسة حالة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الأمريكي باراك 2013، رسالة ماجستير. كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2013

7- دراسة: طلعت عبد الحميد، وعبد العزيز حسن، وإيمان ضياء (2013)⁽¹⁴⁾ بعنوان: أثر الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاركة السياسية للشباب " دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر " كلية التجارة. جامعة المنصورة.

هدفت الدراسة الى قياس تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاركة السياسية للشباب (الذين تتراوح اعمارهم بين 18 الى 35 عام) في انتخابات رئاسة الجمهورية لعام 2012 في مصر. ومن خلال الاستقصاء الالكتروني، تم جمع عينة قوامها 638 مفردة قبل الانتخابات الرئاسية، وأظهرت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة المشاركة السياسية لمستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية قبل انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر لعام 2012 حيث بلغت نسبة متابعة الأخبار السياسية 94.4%، ونسبة مناقشة الأمور السياسية 85.6%، ونسبة نية التصويت 94.4%.

8- دراسة إكرام عبد الرازق (2013)⁽¹⁵⁾ بعنوان " معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملتي الانتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة علي عينة من المدونات السياسية ومجموعات الفيس بوك خلال عامي 2011 - 2012 "

أصبحت المدونات ومجموعات الفيس بوك من الأدوات الهامة في حشد ودعم الرأي والرأي الآخر، سواء للتنظيم أو طلب معلومات كما في الحملات الانتخابية، فالتعرف على النظام الحزبي الذي يتبناه المرشحون ضد خصومهم، جعل من وجود مجموعات الفيس بوك لحزب الحرية والعدالة بشكل كبير لوجود نوع من التصويت المرتبط بمنطقة الريف والصعيد والذي جعل من القضايا الموجودة بالحملات الافتراضية على الفيس بوك لمرشحي هذا الحزب لها تأثير قوي على نجاح هذه الحملات في الواقع الافتراضي والواقع الفعلي على الرغم من كونها حملات فقيرة.

9- دراسة مصطفى الجزيري، ومحمود السيد، ونوره أحمد (2012)⁽¹⁶⁾ بعنوان " استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على مشاركتها في الانتخابات الرئاسية - دراسة ميدانية".

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام المرأة الصعيدية لمواقع الشبكات الاجتماعية، وتأثير ذلك على مشاركتها الفعلية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2012.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- الشبكات الاجتماعية مصدر معلومات تعتمد عليه المرأة الصعيدية في استنباط المعلومات ومتابعة الأخبار والأحداث حول المرشحين للانتخابات الرئاسية 2012م وبرامجهم الانتخابية.
- ارتفاع نسبة مساهمة الشبكات الاجتماعية في زيادة معرفة المرأة الصعيدية عينة الدراسة حول المرشحين للانتخابات الرئاسية 2012، وبرامجهم الانتخابية.

(14) طلعت أسعد عبد الحميد، وعبد العزيز علي حسن، وإيمان موسى حسنين ضياء: أثر الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاركة السياسية للشباب " دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر " كلية التجارة- جامعة المنصورة. 2013.

(15) إكرام محمود سيد عبد الرازق " معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملتي الانتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من المدونات السياسية ومجموعات الفيس بوك خلال عامي 2011 - 2012 " ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة 2013

(16) مصطفى سيد عبد اللاه الجزيري، ومحمود أحمد لطفي السيد، ونوره عبد الله محمود أحمد. " استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على مشاركتها في الانتخابات الرئاسية- دراسة ميدانية" 2012

- كان للشبكات الاجتماعية دور في دفع المرأة الصعيدية نحو صناديق الاقتراع والإدلاء بصوتك في الانتخابات الرئاسية 2012.

10- دراسة بورجس **Boroughs (2011)**⁽¹⁷⁾ بعنوان "مواقع الشبكات الاجتماعية والإقبال على التصويت" هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع الشبكات الاجتماعية في دفع المستخدمين إلى الإقبال على التصويت في الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة، وقد أجريت الدراسة على عينة من الجمهور العام قوامها 2254 مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- تساهم مواقع الشبكات الاجتماعية إسهاماً كبيراً في دفع الجمهور، الذي ليست لديه أي اهتمامات سياسية إلى التصويت في الانتخابات.

11- دراسة **(2011)**⁽¹⁸⁾ **and Theo Hubers, Jos van Hille gersberg, Robin Effing**

وعنوانها "الإعلام الاجتماعي والمشاركة السياسية: هل يضيء الفيسبوك والتويتر واليوتيوب الصبغة الديمقراطية على أنظمتنا السياسية" هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة ما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، وذلك لفهم تأثير الإعلام الاجتماعي في الانتخابات.

لم يكن للإعلام الاجتماعي في هولندا تأثير واضح ومؤثر في السلوك التصويتي أثناء الانتخابات المحلية (2010/2011)، ولكن الأمر كان مختلفاً في الانتخابات القومية (2010). فالسياسيين من خلال الارتباط الوثيق بوسائل الإعلام الاجتماعي قد حصلوا على تصويت أكثر نسبياً داخل الكثير من الأحزاب السياسية، وقدمت الدراسة جدول أعمال للبحوث المستقبلية لدراسة كيف يمكن أن تستفيد الأحزاب السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين الطريقة التي تتعامل بها الأحزاب السياسية مع أعضائها والمناصرين لها.

12- دراسة: أليكس بودك **(Alex Budak, 2010)**⁽¹⁹⁾ عن "موقعي فيس بوك وتويتر وباراك أوباما: دور وسائل الإعلام الحديثة في الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية لعام 2008.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع الشبكات الاجتماعية مثل موقعي فيس بوك وتويتر في دفع المستخدمين البالغين إلى التصويت في انتخابات الرئاسة الأمريكية، وقد أجريت الدراسة على عينة من الجمهور العام قوامها 2254 مفردة.

(17) Boroughs Bryan, "Social networking websites and voter turnout". Unpublished M.A., Washington, DC: Georgetown University, 2010

(18) Robin Effing, Jos Van Hillegersberg.& Theo Huibers, (2011), Social Media and Political Participation: Are Face book, Twitter, and You Tube Democratizing our political Systems?, University Of Twente, School Management, Enschede, The Netherlands.

<http://dl.ifip.org/db/conf/epart/epart2011/EffingHH11.pdf>

(19) Budak, Alex, "Facebook, Twitter and Barak Obama: New media and the 2008 presidential elections". Unpublished M.A., Washington, DC: Georgetown University, 2010.

<https://repository.library.georgetown.edu/handle/10822/553669>

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- يرى المستخدمون أن الصفحات الشخصية للمرشحين من السهل الوصول إليها وهي مصدر معلومات مهم لاتخاذ قرار التصويت.
- يكتب 84.7 % من المستخدمين تعليقات في صفحات المرشحين لدعمهم، كما يتجاوز 26.8 % من المستخدمين مع مؤيدي المرشحين.

13- دراسة: Jessica Vitak et al (2009)⁽²⁰⁾ بعنوان: " حفز الناس للمشاركة: الفيسبوك والمشاركة السياسية. هدفت الدراسة الى التعرف على تأثير الفيسبوك على السلوك السياسي للشباب، وبعد مسح لعينة مكونة من (٦٨٣) مفردة، وقد بينت نتائج الدراسة أن التكنولوجيا قد لعبت دوراً هاماً في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2٠٠٨ م فمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك تسمح لمستخدميها بتبادل آرائهم ومعتقداتهم السياسية، ودعم مرشحين معينين والانخراط في التفاعل مع الآخرين حول القضايا السياسية، وأن الأنشطة السياسية على موقع الفيس بوك هي مؤشر كبير على المشاركة السياسية.

14- دراسة ماثيو كوشن و ماسا هيرو ياماموتو (Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto) (2008)⁽²¹⁾ بعنوان " استخدام طلبة الجامعات لوسائل الاجتماعية واتخاذ القرار الانتخابي في انتخابات 2008" سعت الدراسة إلى استكشاف أدوار استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في التأثير على عملية اتخاذ القرار السياسي لدى الشباب، وهي دراسة مسحية أجريت على عينة من الشباب الجامعي الأمريكي في مقاطعة (نورثويست) قبيل أسبوعين من إجراءات الانتخابات في نوفمبر 2008م وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ايجابية بين استخدام (وسائل الإعلام الاجتماعية – التعبير على الانترنت – استخدام مصادر الانترنت التقليدية) والكفاءة السياسية، والانغماس السياسي، وان مصادر الانترنت كمواقع الأخبار ومواقع المرشحين والمواقع الحكومية ساهمت بدور أكبر في تسهيل المشاركة السياسية بين الشباب في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2008م.

(20) Jessica Vitak et al. (2009), "Poking" People to Participate: Facebook and Political Participation in the 2008 election.

Paper presented at the annual conference of the International Communication Association, Chicago.

بعنوان: " حفز الناس للمشاركة: الفيسبوك والمشاركة السياسية. نقلا عن دراسة. صايل السرحان وعاهد مشاقبة ومحمد بني سلامة ومحمد درادكة. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت 2016/2015.

(21) Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto, " Did Social Media Matter? College Student ' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election, Paper Presented to Association for Education in Journalism & Mass Communication, (Boston, USA, 2009)

Online : http://www.allacademic.com/meta/p375251_index.html.

15- دراسة: محمود عبد القوي (2009)⁽²²⁾ وعنوانها: "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب". دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات في تشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهجي المسح والمقارن، على عينة من الشباب قوامها (380) مفردة، على موقع الـ Facebook.
وأوضحت الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفيسبوك لأغراض سياسية بلغت (50.7%)، ولم تكن هناك أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث.
وأظهرت أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الـ Facebook، وأن ذلك ساعد في جذب انتباه الشباب، نحو المضامين السياسية المثارة على (الفيس بوك) دون تمييز بين الذكور والإناث.
وأن موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) حصل على 96% من عينة الدراسة في نشر المعرفة السياسية لديهم، وتشجيعهم على المشاركة في الحياة السياسية.

سابعاً: التعليق على الدراسات السابقة

يتضح من خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة ما يلي:

- أن معظم هذه الدراسات ركزت على فئة الشباب من الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (18 - 25) سنة، ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ولم تتعرض إلا لقليل منها للفئات العمرية الأكبر من ذلك.
- أن معظم من الدراسات ركزت على طلبة الجامعات سواء العربية أو الأجنبية من كلا الجنسين، ولم تتعرض إلى شرائح أخرى من الشباب (عمال- فلاحين- مهنيين) ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي باستثناء المرأة الصعيدية.
- تناولت الدراسات السابقة مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها وأنواعها وأفاقها، وتأثيراتها السلبية والإيجابية المنظورة وغير المنظورة على جيل الشباب.
- أثبتت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وفي الانتخابات.
- اعتمدت معظم هذه الدراسات على مدخل الاستخدامات والإشباع في التعرف على معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع التعرض المختلفة، واختبار دور المتغيرات الديموجرافية في التأثير على معدل التعرض.
- ما يميزه البحث الحالي:
على الرغم من وجود بعض الدراسات التي تطرقت بصورة مباشرة أو غير مباشرة، إلى متغير أو أكثر من متغيرات هذا البحث، إلا أن أي منها لم يدرس بصورة مباشرة العلاقة بين متغيرات هذه البحث ككل وفيما يلي توضيح لما يميزه البحث الحالي:

(22) محمود حمدي عبد القوي: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب - دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر للإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الفترة 7-9 يوليو 2009

- 1- تناول البحث لموضوع مهم وهو تأثير "مواقع الأحزاب السياسية بشبكة فيس بوك" على مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة. (وهو ما لم تتناوله أي من الدراسات السابقة) واكتفت معظمها بالشباب أو الطلبة الجامعيين داخل الدولة.
- 2- تناول البحث لموضوع " مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة " (وهو ما لم تتناوله أي من الدراسات السابقة)
- 3- يتميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة في دراسته لأثر صفحات الأحزاب بشبكة " فيس بوك" على مشاركة الشباب العربي في "الانتخابات العامة " بشكل إيجابي أو سلبي (حيث لم يتطرق إليه أي من الباحثين السابقين).

ثامناً: المقاربة النظرية:

- نظرية الاستخدامات والإشباع
- نظرية المجال العام.

الإطار النظري:

1- فيس بوك facebook

اسم فيس بوك (Facebook) يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية.

نشأة فيس بوك:

في بداية نشأته في فبراير عام (2004)، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونة (الفيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقائه، وهو لا يتعدى حدود مدونة شخصية وتخطت شهرة فيس بوك حدود الجامعة وانتشر في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظل مقتصرًا على أعداد من الزوار ولو أنه كان في زيادة مستمرة⁽²³⁾.

وفي عام (2007) حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها، إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في عام (2010) النصف مليار شخص، يزورها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة عبر المحادثات والدرشات.⁽²⁴⁾

(23) عبد الله ممدوح مبارك الرعود. دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين

الأردنيين. رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان 2011ص41

(24) عاصم الحضيف. دراسة توثيقية عن الدور الإعلامي للموقع الاجتماعي facebook على شبكة الانترنت. 2010 ص3.

تطوره وانتشاره

وقد شهد فيس بوك في السنوات الأخيرة نشاطاً ملحوظاً من جانب نشطاء المجتمعات الافتراضية، ففي مسعى منه للتواصل واستقطاب المزيد من أعضاء الموقع من المتحدثين باللغة العربية، أطلق نسخة بالعربية، واتاحت تلك الخدمة المزيد من الإقبال من جانب المشتركين فيه من الدول العربية.⁽²⁵⁾ والآن يملك الموقع حوالي 75 لغة.

ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية **Social Movement** وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً.⁽²⁶⁾

الفيس بوك كوسيلة إعلامية

في الآونة الأخيرة تحولت مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها " فيس بوك " إلى مصدر أساسي للمعلومات، فلجأ "المواطن الإعلامي" إلى تصوير الأحداث بهاتفه الجوال أو كاميرته ومن ثم وضعها على الشبكات الاجتماعية حتى إن مؤسسات إعلامية كبرى تأخذ قدراً كبيراً من المعلومات الموجودة على " فيس بوك".

إن موقع فيس بوك ساهم في تدعيم قواعد حرية النشر والتعبير، وتعزيز الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان وغيرها من المفاهيم الثقافية والسياسية والاجتماعية التي انتشرت وتكونت حولها التشكيلات والجماعات التي استفادت من سهولة استخدامها والنشر والمشاركة في المواقع الخاصة بذلك، أو بناء مواقع جديدة دون صعوبات تقنية ومادية فيدعم هذه الأفكار والدعوة لها في إطار جماعي⁽²⁷⁾

وقد تحول الموقع إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها أقوى الأحزاب الفعلية على الأرض، ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ليصبح مستقبلاً أكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض.⁽²⁸⁾

وقد شهدت الشهور الثلاثة الأولى من عام 2011م، التحول الأكبر في طرق استخدام العالم العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث توجهت نحو الحشد المجتمعي والشعبي وتنظيم التظاهرات فيما سمي بثورات الربيع العربي.⁽²⁹⁾

تحديثات فيس بوك: سعت شبكة " فيس بوك " عام 2017م إلى إطلاق العديد من المميزات الجديدة في محاولة منها لجذب المزيد من المستخدمين للشبكة أو حتى في دفعهم للاستغناء عن باقي خدمات الإنترنت والبقاء على موقعها؛ من أبرزها:

(25) محمد المنصور. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال. كلية الآداب والتربية/ الأكاديمية العربية في الدانمارك 2012.

(26) عباس صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008م، ص15.

(27) سوهيلة بضياف. المدونات الإلكترونية في الجزائر. رسالة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر - باتنة 2010 الجزائر. 2010م، ص77

(28) مهيا نصر. "الفيسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 3 نوفمبر 2010 ص10

(29) تقرير الإعلام الاجتماعي، الاصدار الثاني، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية. دبي 6 فبراير 2017 ص2

[https://www.mbrsg.ae/backup/news/mbrsg-highlights-growing-role-of-social-media-\(1\).aspx?lang=ar-ae&page=14](https://www.mbrsg.ae/backup/news/mbrsg-highlights-growing-role-of-social-media-(1).aspx?lang=ar-ae&page=14).

منصة Facebook Media

تعد منصة متكاملة لكل ما أطلقته شبكة فيس بوك للصحفيين، وتضم عدة منصات مختلفة وأدوات مفيدة لتسهيل الإنتاج الصحفي، بما في ذلك "المقالات الفورية"، والتي تتيح سرعة تصفح الأخبار من خلال فيس بوك مباشرة

كما أعلنت فيس بوك عن مشروع ضخيم للصحفيين، يسعى للتعاون مع وكالات الأنباء والصحف الكبرى لتطوير المحتوى الإخباري بشكل عام، وتغيير شكل تقديم القصص الإخبارية، والاستفادة من خبراتهم.⁽³⁰⁾

- البث المباشر لفيس بوك

رغم المشاكل الكثيرة التي تتعلق بخدمة Facebook Live لكنها تظل إحدى الخدمات الأكثر استخداماً على الشبكة الاجتماعية، إذ توفر الكثير من الخدمات للمستخدمين⁽³¹⁾

2- مشاركة الشباب العربي في الانتخابات:

تعد مشاركة الشباب العربي في الانتخابات أحسن صور المشاركة السياسية وأكثرها وضوحاً في جميع بلدان العالم ومجتمعاتها، بغض النظر عن طبيعة أنظمتها السائدة (مفتوحة أم مغلقة)، فكثيراً ما تقاس فعالية الديمقراطية والأنظمة بنسبة المشاركة في الانتخابات أو التصويت، حيث إنها آلية رئيسية إلى جانب آليات أخرى كالتعددية السياسية والأحزاب السياسية والمناخ العام.⁽³²⁾

والانتخابات العامة: هي ترشُّح عدد ممن تنطبق عليهم شروط الترشح لمجلس النواب أو البرلمان، أو انتخابات رئاسية أو محلية بلدية، ويتم الاختيار من قبل الشعب عن طريق الاقتراع السري المباشر، والمشاركة في الانتخابات العامة هي الممارسة الفعلية للشباب في عملية اختيار حكاهم، وممثلهم. وهي أيضاً مساهمة المواطنين ودورهم في صنع القرار وفي ضبط الاختيارات السياسية وإدارة الشؤون العامة.⁽³³⁾

مستويات إقبال الشباب على الانتخابات

ويعتبر "الانتخاب أداة من أدوات ممارسة السلطة والمراقبة التي يمارسها الشعب على مؤسسات الدولة لاسيما التداولية"⁽³⁴⁾، ويمكن إرجاع اختلاف مستويات إقبال الشباب على التصويت إلى الاعتبارات التالية:

- إجراء الانتخابات في الأزمان الحادة التي تمر بها دولة ما، تؤدي في الغالب إلى ارتفاع عدد الناخبين مقارنة بالأوقات العادية الخالية من الأزمات والمشاكل المستعصية.

(30) اليوم السابع. فيسبوك تعقد دورات تدريبية للصحفيين. 11 أبريل 2017 م <http://www.youm7.com/>

(31) اليوم السابع. البث المباشر لفيس بوك ينقذ فتاة من الانتحار. 9 مايو 2017 م

<http://www.youm7.com/>

(32) جمال علي زهران، الأصول الديمقراطية والإصلاح السياسي، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ط1، 2005

(33) "election" (باللغة الإنكليزية). Encyclopedia Britannica. اطلع عليه بتاريخ 5 أيار/ مايو 2013. على موقع ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%AE%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA>

(34) سعيد بوالشعير، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة، الجزء الثاني. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ط03، 1999، ص106.

http://www.kotob-droit.tk/2015/03/blog-post_93.html

كثيراً ما تتأثر عملية التصويت بالانتماء الأسري أو العرقي للشباب، وقد تتأثر أيضاً بمستوى ثقافته ودرجة وعيه السياسي وقدرته على المفاضلة بين المرشحين، فضلاً عن أنه يواجه المساومات والإغراءات المادية، ومن ثمة تصبح عملية التصويت نوعاً من السلوك غير الرشيد أو نوعاً من الصفقات التجارية⁽³⁵⁾.

- إن الانتماء الحزبي، وطبيعة القضايا المطروحة في الانتخابات، ومدى جاذبية المرشحين تعد من العوامل الحاسمة التي قد تدفع أو لا تدفع الشباب إلى المشاركة في العملية التصويتية⁽³⁶⁾.

3- الأحزاب السياسية (المفهوم والنشأة والمهام)

الأحزاب السياسية: Political Parties

تعددت التعريفات للأحزاب السياسية تبعاً لاختلاف الإيديولوجيات، وإلى تطور النظرة تجاه وظيفة الحزب ومهامه، وإلى الزاوية التي ينظر منها إليه.

- أ- الاتجاه الأول يمثله الفكر الليبرالي: ويعرف "جورج بيردو" الحزب السياسي بقوله " هو كل تجمع بين الأشخاص يؤمنون ببعض الأفكار السياسية ويعملون على انتصارها وتحقيقها، وذلك بجمع أكبر عدد ممكن من المواطنين حولها. والسعي للوصول إلى السلطة، أو على الأقل التأثير على قرارات السلطة الحاكمة"⁽³⁷⁾.
- ب- الاتجاه الثاني ويمثله الفكر الماركسي: يعرف الحزب في الفكر الماركسي بأنه "تنظيم يوحد الممثلين الأكثر نشاطاً بطبقة معينة، ويعبر عن مصالحها ويقودها في الصراع الطبقي".
- ويعرف الحزب الشيوعي بأنه "طليعة الطبقات الكادحة التي تسعى إلى تصفية الاستغلال بشتى أشكاله بهدف الوصول إلى حكم ديكتاتورية البروليتاريا"⁽³⁸⁾.
- ج- الاتجاه الثالث ويمثله الفكر العربي: يعرف سليمان الطماوي، الأحزاب السياسية بأنها "جماعة متحدة من الأفراد، تعمل بمختلف الوسائل الديمقراطية للفوز بالحكم، لتنفيذ برنامج سياسي معين"⁽³⁹⁾.
- ويعرفه رمزي الشاعر بأنه " جماعة من الناس لهم نظامهم الخاص وأهدافهم ومبادئهم التي يلتفون حولها ويتمسكون بها ويدافعون عنها، ويرمون إلى تحقيق مبادئهم وأهدافهم عن طريق الوصول إلى السلطة أو الاشتراك فيها"⁽⁴⁰⁾.
- فالحزب هو " مجموعة من المواطنين يؤمنون بأهداف سياسية وأيديولوجية مشتركة وينظمون أنفسهم بهدف الوصول إلى السلطة وتحقيق برنامجهم"⁽⁴¹⁾.

(35) السيد عبد الحليم الزيات، التنمية السياسية: دراسة في علم الاجتماع السياسي. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2002، ص 474.

(36) Powell, Jr, G. Bingham, "Voting turnout in thirty democracies: partisan, legal and socioeconomic influences.

(37) Burdeau G, Traite de Science Politique, Cite par. Menouni (A): Droit Constitutionnel.P141.

(38) كامل زميري، موسوعة الهلال الاشتراكية، نقلاً عن طارق فتح الله خضر، دور الأحزاب السياسية في ظل النظام النيابي (دراسات مقارنة)، لبنان: ب.دن، 1986، ص 40

(39) سليمان الطماوي، السلطات الثلاثة في الدساتير العربية المعاصرة وفي الفكر السياسي الإسلامي (دراسة مقارنة) 1996 ص 7-62، لبنان: دار الفكر العربي، ط 5

(40) رمزي الشاعر، الأيديولوجية وأثرها في الأنظمة السياسية المعاصرة، القاهرة: دار النهضة، 1979، ص 104، 1982، ص 200.

(41) عبد الوهاب الكيالي: الموسوعة السياسية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1994، ص 310.

نشأة الأحزاب السياسية:

نشأت الأحزاب السياسية ابتداء من القرن التاسع عشر وهناك ثلاث طرق للنشأة:⁽⁴²⁾

- النشأة داخل البرلمان - النشأة خارج البرلمان (النقابات) - حركات التحرر الوطني

تصنف الأحزاب اعتماداً على برامجها:⁽⁴³⁾

- أحزاب عقائدية: هي أحزاب تتمسك بقوة (أيديولوجية) كما هو حال الأحزاب الماركسية.
- أحزاب برامج: تتبنى برامج معينة يصوت لها الناس مثل زيادة الضرائب على الأغنياء.
- أحزاب جماهير: وهي أحزاب تتيح لأي إنسان أن يلتحق بها وتخطب الجماهير بشكل عام.
- أحزاب نخب: وهي أحزاب يصعب على الناس الالتحاق بها ما لم تتوفر فيهم شروط معينة.
- أحزاب الموضوع الواحد: مثل أحزاب الخضر في أوروبا.

أنواع النظم الحزبية:

اعتمد أكثر المختصين التقسيم الثلاثي كما يأتي⁽⁴⁴⁾:

1. نظام الحزب الواحد: وهو نظام غير تنافسي يجعل الحزب الواحد محتكراً للعمل السياسي، وقد ابتدعه الماركسية والنازية والفاشية، وانتشر إلى بلدان العالم الثالث.
2. نظام الثنائية الحزبية: يقوم على أساس وجود حزبين كبيرين في الدولة يتنافسان على الحكم، كما في إنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية.
3. نظام التعددية الحزبية: يقوم هذا النظام على وجود ثلاث أحزاب أو أكثر في الدولة تتنافس من أجل الوصول إلى السلطة. وقد تبنت الكثير من الدول هذا النظام كما في فرنسا وتركيا.

4- توظيف الأحزاب السياسية لمواقع فيس بوك

لقد تزايد إدراك الأحزاب السياسية لأهمية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً فيس بوك في التواصل وتعبئة الرأي العام، واستغلال قدرات وإمكانات مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الأهداف المرجوة.⁽⁴⁵⁾ وباتت اليوم مواقع التواصل الاجتماعي وعالمها الافتراضي الحقيقي عصب العمل الحزبي والحياة السياسية في معظم العالم، وأصبح حضور الأحزاب في الحياة العامة يتوقف بنسبة كبيرة على إدخالها منتجات الثورة التكنولوجية في آليات عملها الإعلامي.⁽⁴⁶⁾

(42) سعاد شرقاوي: الأحزاب السياسية - (أهميتها - نشأتها - نشاطها)، القاهرة، مركز البحوث البرلمانية، 2005، ص: 15-18

(43) Krouwel, Andre. "Party Models.In "Handbook of Party Politics. 2006.SAGE Publication. 4A pr.2010 sage-referance.com

<http://www.hodbk-partyol\Article-n22.html>

(44) علي هادي حميدي الشكرابي. النظم السياسية المعاصرة. كلية القانون. جامعة بابل. العراق - دار النهضة العربية. القاهرة، 2014.

(45) السيد بخيت محمد درويش، تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية مؤشرات ونموذج مقترح. دورية إعلام الشرق الأوسط 2013 العدد التاسع.

(46) أحمد جمال. الشبكات الاجتماعية 'ورثة شرعية' للأحزاب السياسية. العرب. نُشر في 7/11/2016 العدد: 10448

<http://www.alarab.co.uk/article/morenews/94136/manifest.html>

وهي أيضاً وسيلة الحزب لجذب الشباب إلى الاقتراب بصورة أوثق من العملية السياسية، من أجل إحداث التعبئة السياسية وإشراك جماعات جديدة مستبعدة عن ممارسة السياسة، فضلاً عن كونها تساعد على المدى البعيد في بناء مجتمع مدني متقدم⁽⁴⁷⁾

وقد تحول فيس بوك إلى ساحة افتراضية لإقناع الناخبين بالبرامج الانتخابية، ووسيلة كافية للحشد والتعبئة سواءً بالتصويت لحزب معين أو مقاطعة الانتخابات ككل، وعقد ندوات وطنية على صفحات التواصل الاجتماعي " فيس بوك " على مستوى تشكيلته السياسية.⁽⁴⁸⁾

الإطار التطبيقي:

أولاً: الإجراءات المنهجية

- أ- نوع البحث: يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التي تستهدف التعرف على الأوصاف الدقيقة للظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها من حيث طبيعتها وماهيتها ووصفها الحالي والعلاقات بينها وبين العوامل المختلفة المؤثرة فيها.⁽⁴⁹⁾
- ب- منهج البحث: اعتمد البحث على منهج المسح الاعلامي إذ يعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذا البحث، حيث يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، وهو بهذا المفهوم يُعتبر المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي حيث يسمح للباحث بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد.⁽⁵⁰⁾ حيث يجري المسح هنا على عينة من الجمهور متمثلاً في الشباب العربي وذلك بغرض رصد الآراء والاتجاهات نحو صفحات الأحزاب السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ج- مجالات البحث:

المجال الجغرافي: حدد الباحث صفحات الأحزاب السياسية على " فيس بوك " في كل من (مصر والسودان وتونس والمغرب والاردن) كمجال جغرافي للدراسة. وينحصر هذا البحث في إطار الحدود المكانية الافتراضية لمواقع " فيس بوك " على شبكة الإنترنت، ولهذا يركز الباحث على الزيارات المتواصلة لهذه المواقع، ومتابعة كل ما يكتب وينشر فيها.

وقد تم اختيار الدول المحددة للأسباب الآتية:

- 1- أن الدول الخمسة تقوم أنظمتها على النظام الحزبي
- 2- أنه قد تم اختيار دولاً ذات نظام ملكي مثل (المملكة الأردنية - المملكة المغربية).
- 3- كما تم اختيار دولاً ذات نظام جمهوري مثل (مصر - السودان - تونس).
- 4- كما تم اختيار دولاً وقعت فيها ثورات شعبية مثل (مصر- تونس) أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الحشد لها.

(47) Shirky, C. (2011) 'The political power of social media', Foreign Affairs, vol. 90, Issue 1, p28-41

<https://suegreenwood.wordpress.com/2014/01/09/shirky-c-2011-the-political-power-of-social-media/>

(48) الأحزاب السياسية تحشد مواقع التواصل الاجتماعي. انظر موقع الجريدة التونسية 18 فبراير 2017

<https://www.aljarida.com.tn>

(50) محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2، القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2004. ص 158-

المجال الزمني: تم اجراء الشق الميداني من البحث في الفترة من 1 يونيه 2018 حتى 30 سبتمبر 2018م
المجال البشري: وقد حدد الباحث 400 مفردة يمثلون الشباب العربي من مرتادي مواقع " فيس بوك" في
عدد من الدول العربية التي تضم أحزاباً سياسية.
الفئة العمرية: من (18- 35) عام.

د- متغيرات البحث:

- المتغير المستقل: تأثير صفحات الأحزاب السياسية في شبكة الفيس بوك.
- المتغير التابع: مشاركة الشباب في الانتخابات العامة.
- المتغيرات الوسيطة: المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي - الدخل الشهري - الجنسية)
- عينة البحث: قام الباحث بمجموعة من الإجراءات على مدار أربعة أشهر للحصول العينة الفعلية للدراسة (400 مفردة) عينة عشوائية عمدية.
- 1. الإجراء الأول: قام بطباعة 200 استمارة استبيان تم توزيعها داخل مصر، واسترد منها 179 استمارة منها 155 صالحة للتحليل الإحصائي، مقسمة إلى 77 ذكور و78 إناث. وتم اختيار هذا العدد انطلاقاً من الثقل السكاني.
- 2. الإجراء الثاني: كما قام الباحث بنشر نموذج للاستبيان على موقع جوجل، للوصول إلى الشباب من الدول العربية الأخرى محل الدراسة، وقام بإرساله إلى أكثر من 850 شخص عبر البريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وقد تم استلام ردود 381 استبيان ثم قام الباحث بمراجعتهم لاختيار الاستبيانات الخاصة بالدول الأخرى محل الدراسة، والصالحة للتحليل الإحصائي، حيث تبين أن الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي 245 استبيان منهم 123 للذكور و122 للإناث.
- 3. الإجراء الثالث: قام الباحث بدمج العينة التي تم الحصول عليها من داخل مصر مع العينة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، لتصبح العينة الفعلية مكونة من 200 من الذكور و200 من الإناث، بمجموع (400) فرد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

هـ- أداة البحث:

1- وصف الاستبيان:

ضمت استمارة الاستقصاء (Questionnaire)، متغيرات الدراسة القابلة للقياس، فقام الباحث بتقسيم الاستمارة إلى مجموعة محاور ضمت أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة وأسئلة متدرجة على مقياس " ليكرت" الثلاثي: وقد قام الباحث بعمل اختبار الصدق والثابت لفقرات هذه الأسئلة من خلال عينة استطلاعية مكونة من 50 فرد.

2- تصميم أداة البحث:

تكون الاستبيان من جزأين كما يلي:

- الجزء الأول: يتضمن أسئلة البحث الخاصة باستخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية على مواقع " فيس بوك". وتأثيرها على مشاركتهم في الانتخابات العامة.
- الجزء الثاني: يتعلق بالبيانات الأولية والتي تتضمن موضوع البحث وأهدافها، والخاصة بالمتغيرات المتعلقة بالخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة البحث مثل (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، والدخل، الجنسية...الخ).

و- اختبارات الصدق والثبات:

اختبار صدق الأداة: قام الباحث بإجراء اختبار الصدق الظاهري لفقرات الاستبانة، وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين أصحاب الخبرة والمعرفة في مجال البحث العلمي، المتخصصين في الإعلام⁽⁵¹⁾. حيث أبدوا آراءهم حول فقراتها، وهو ما يعرف باسم أسلوب الصدق الظاهري "صدق المحكمين"، وقد التزم الباحث بتنفيذ التعديلات التي أبدوها المحكمين.

الاختبار القبلي: بعد الانتهاء من إعداد الاستمارة الميدانية تم اختبار مدى وضوح ودقة الأسئلة قبل التطبيق النهائي، وعليه فقد تم إجراء اختبار قبلي للاستمارة على عينة عشوائية من الشباب العربي من مجتمع الدراسة بلغت (50) مبحوثاً بنسبة تزيد عن 10% من إجمالي مجتمع الدراسة.

وبناء على ملاحظات المحكمين، وعلى الاختبار القبلي؛ فقد تم حذف وإضافة بعض الأسئلة والبدائل، وتوضيح بعض النقاط المهمة وغير الواضحة، وغلق بعض الأسئلة المفتوحة وإلغاء بعض الأسئلة المكررة، وإضافة بعض البدائل الاختيارية، وإعادة صياغة بعض الأسئلة لتلائم قدرة المبحوث على فهمها بدقة.⁽⁵²⁾

وتم توزيع الاستمارة إلكترونياً على المبحوثين، مع المتابعة المستمرة، وحث المبحوثين على تعبئتها. اختبار الثبات: حيث قام الباحث بإجراء اختبار الثبات على عينة الدراسة وذلك من خلال أخذ عينة قوامها 50%، من عينة الدراسة، (10 مفردة)، بعد أسبوعين من التطبيق الأول وقياس معامل الثبات بين النتائج التي توصل إليها مع كل مرة من إعادة التحليل، وجاءت نسبة الاتفاق مرتفعة بين التطبيقين يمكن الوثوق به، مما يدل على صلاحية الاستمارة للتطبيق.

ز- المعالجة الإحصائية

1- المراجعة المكتبية: تمت مراجعة البيانات، والتأكد من وضوح إجابات المبحوثين واستبعاد الاستمارات التي لا تحقق القدر المقبول علمياً من الصدق، حيث تم اختيار عينة قصدية عددها 400 استمارة من بين الاجابات الواردة. بحيث يكون نصيب الذكور (200) والإناث (200) مفردة

2- ترميز البيانات: تم إعداد دليل الترميز وتحويل إجابات المبحوثين إلى أرقام لإعدادها للدخول إلى الحاسب الآلي ومعالجتها.

3- إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها: بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إجراء معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS حيث تمت عمليات دمج لبعض البيانات، والمتغيرات، وتحويلها من صورتها الخام إلى متغيرات يمكن إجراء الاختبارات الإحصائية عليها. وقد اشتملت الدراسة على المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

(51) الأستاذة الدكتورة ليلى محمد عبد المجيد إبراهيم استاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

الأستاذة الدكتورة أمل السيد أحمد متولي دراز. استاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

الأستاذ الدكتور محمود منصور هيبه. استاذ الإعلام بجامعة الحدود الشمالية

الدكتور عبد الله الوزان. استاذ الإعلام المشارك. بجامعة الحدود الشمالية

الدكتور هشام سعد زغلول. استاذ الإعلام المساعد بجامعة المنصورة

الدكتور زكريا صالح أبو الزيك. استاذ الإحصاء المشارك بجامعة الحدود الشمالية

(52) محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط 1، القاهرة: عالم الكتب، 2000م، ص 419

- Chi square Test كـا² الخاص باختبار استقلالية العلاقات بين المتغيرات من النوع الاسمي.
- اختبار T-test وتم استخدامه لقياس معنوية الفروق بين مجموعتين مستقلتين على متغير نسبي أو فئوي واحد.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد ANOVA ويستخدم لمعرفة الفروق في المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين بالنسبة لمتغير ما نسبي أو فئوي واحد.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2x2.

ثالثاً: نتائج البحث

أظهرت النتائج الأساسية مدى التباين في استجابات عينة البحث فيما يتعلق بتساؤلات البحث الأساسية والفرعية، والتي عكست في مجملها اتجاهات ومواقف متناقضة أحياناً لدى بعض أفراد العينة، وتتضح من خلال مناقشة النتائج كما يلي:

- أن أفراد العينة من الذكور يستخدمون الفيس بوك أكثر من الإناث بنسبة 61% للذكور، مقابل 46.5% للإناث. وهو ما يتفق مع كثير من الدراسات السابقة.
- أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب العربي من الجنسين، هي على الترتيب (الفيس بوك، يوتيوب، تويتر) بحسب رأي المبحوثين، حيث حصل الفيس بوك على نسبة 53.8%، يليه يوتيوب بنسبة 17.1%، ثم تويتر بنسبة بلغت 16.8%.
- أن أفراد العينة من الإناث يقضون أكثر من الذكور في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي " فيس بوك" في الفئة الزمنية (1-3 ساعات يومياً) بنسبة بلغت 29%، مقابل 28% للذكور.
- أن أفراد العينة من الذكور ينتمون إلى الأحزاب السياسية أكثر من الإناث بنسبة بلغت 26%. مقابل 18.5% للإناث.
- أن استخدام الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية على " فيس بوك" قد جاء بدرجة (متوسطة) هي درجة مقبولة نظراً لتنوع أفراد العينة من دولة مختلفة.
- أن نسبة 21% من عينة البحث أجابوا بأن صفحات الأحزاب السياسية تساعدهم في تكوين آرائهم حول الأوضاع السياسية في بلدهم، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب.
- أن أعلى نسبة لأبرز صفحات الأحزاب السياسية على موقع " فيس بوك" التي ذكرها أفراد العينة، كانت لصالح صفحة حزب الوفد " المصري" بنسبة بلغت 32.5%، وأقل نسبة لأبرز صفحات الأحزاب السياسية على موقع " فيس بوك" التي تسهم في الإمداد بالمعلومات حول المرشحين وبرامجهم في الانتخابات العامة، كانت لصالح صفحة حزب الأمة القومي " السوداني" بنسبة بلغت 6.8%.

- أن نسبة 42.0% من أفراد العينة يرون أن " مقاطع الفيديو" من العناصر المؤثرة في مصداقية الموضوعات التي تقدمها صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك.
- وأن نسبة 27.2% من أفراد العينة يرون أن " ذكر مصدر المعلومات " من العناصر المؤثرة في مصداقية الموضوعات التي تقدمها صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك.
- وعن تأثير استخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية بفيس بوك على مشاركتهم في الانتخابات العامة، تشير إلى أن درجة التأثير متوسطة وهي درجة مقبولة. وقد حصلت العبارة (وفرت عني شراء وحمل الصحف الورقية الخاصة بالأحزاب). على أعلى المتوسطات الحسابية نسبة مئوية بلغت 81%.
- ويلاحظ أن تأثير استخدامات الشباب العربي لصفحات الأحزاب السياسية بفيس بوك على مشاركتهم في الانتخابات العامة قد جاء بدرجة (متوسطة). حيث جاءت عبارة "ساعدتني على الإدلاء بصوتي في الانتخابات العامة" بنسبة 67.3% وهي درجة متوسطة.
- أن أهم الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها الشباب العربي في صفحات الأحزاب السياسية على " فيس بوك"، هي "الاطلاع على مضامين تلك الصفحات" والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 22.3% من إجمالي إجابات عينة البحث.
- أن عدد المنشورات التي يقوم الشباب العربي بنشرها على صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك، جاءت كما يلي: "منشوراً واحداً يومياً" بنسبة بلغت 21.25% من إجمالي إجابات عينة البحث.
- أن 21.8% من عينة البحث يثقون في المعلومات التي يحصلون عليها من صفحات الأحزاب السياسية بدرجة (كبيرة جداً)، و18% يثقون في المعلومات التي يحصلون عليها من صفحات الأحزاب السياسية بدرجة (كبيرة)، و27% يثقون في المعلومات التي يحصلون عليها من صفحات الأحزاب السياسية بدرجة (متوسطة)، و33.2% من عينة البحث (لا) يثقون في المعلومات التي يحصلون عليها من صفحات الأحزاب السياسية.
- ويرى الباحث أن نسبة 33.2% من عينة البحث لا تثق في المعلومات التي تحصل عليها من صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك لها أسبابها.
- وأن أهم أسباب عدم الثقة في المعلومات التي يحصلون عليها من صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك، ترجع إلى العبارة التي تقول (لأنها تهتم بالخلافات وتزيد من الصراع بين السياسيين) حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 28.6%، وجاءت عبارة (لأنها تقدم أفكاراً لا تتفق مع توجهاتي) في المرتبة الثانية بنسبة 21.8%، وجاءت عبارة (لأن معلوماتها مجهولة المصدر) في المرتبة الثالثة بنسبة 18.0%.
- أن أعلى نسبة مدى ثقة الشباب في تناول صفحات الأحزاب السياسية على شبكة فيس بوك للموضوعات والقضايا، كانت لصالح " الموضوعات المتعلقة بحقوق الانسان " بنسبة بلغت 71%، وأقل نسبة مدى ثقة الشباب في تناول صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك للموضوعات والقضايا، كانت لصالح " الموضوعات المتعلقة بالانتخابات " بنسبة بلغت 51.0%، ويلاحظ من النتائج أيضاً أن إجمالي عينة البحث مدى ثقة الشباب في تناول صفحات الأحزاب السياسية على شبكات فيس بوك للموضوعات والقضايا كانت بنسبة 62.5%.
- أن أعلى نسبة لوجهة نظر الشباب العربي تجاه الموضوعات التي تضمنتها صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك، كانت لصالح " المساهمة في نشر الوعي بممارسة الديمقراطية وحق الانتخاب" بنسبة بلغت 75%.

- أن أعلى نسبة لدوافع اعتماد الشباب العربي على صفحات الأحزاب السياسية بفيس بوك أثناء الانتخابات العامة في بلادهم، كانت لصالح فقرة " لأنها تمدني بالمعرفة عن الإحداث والقضايا السياسية " بنسبة بلغت %54.
- أن أعلى نسبة لأبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تسهم في الإمداد بالمعلومات حول المرشحين وبرامجهم في الانتخابات العامة، كانت لصالح " فيس بوك " بنسبة بلغت %37.25.
- أن أعلى نسبة لأشكال مشاركة الشباب العربي الإلكترونية في الانتخابات العامة عبر صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك، كانت لصالح " إضافة تعليقات خاصة بالانتخابات العامة " بنسبة بلغت %32.5.
- أن نسبة اعتقاد الشباب العربي أن الدعوة لمقاطعة الانتخابات عبر صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك تعد مشاركة في حد ذاتها، كانت بنسبة بلغت %76.6، وهي نسبة متوسطة.
- أن أعلى نسبة لأشكال مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة في بلادهم بناء على متابعتهم لصفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك، كانت لصالح " أدليت بصوتي في الانتخابات " بنسبة بلغت %33.3.
- أن أعلى نسبة للتوقعات المستقبلية لدور صفحات الأحزاب السياسية على فيس بوك في الحياة السياسية، كانت لصالح " أتوقع أن يزداد دورها في حياة الناس السياسية بشكل أكثر مما هي عليه الآن " بنسبة بلغت %41.

الخاتمة:

أن مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت إلى حد كبير تغييراً في موازين القوى بين المواطن والسلطة، عبر تقوية فاعلية الفرد في مواجهة السلطة، بدءاً من 2011م، وهو ما دفع الباحث إلى البحث عن حقيقة دور هذه الوسائط الجديدة في صناعة التغيير السياسي بشكل سلبي، والتأثير في اتجاهات الشباب العربي نحو المشاركة في الانتخابات، وعليه فقد ثبت لدينا من ضمن ما ثبت أن هناك نوع من المبالغة في تضخيم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك الأمور السياسية يتجاوز واقع الحال الفعلي. وذلك يعود إلى عدة أسباب منها:

- ضعف المشاركة: ويتمثل في مستوى انتشار استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي عمومًا والذي لم يصل إلى المستوى الذي يمكن بأن يلعب دوراً أساسياً في الحياة السياسية على غرار ما يمكن رصده في بقية دول العالم.
- انتشار الأمية في العالم العربي: تلعب دوراً أساسياً في تكريس هيمنة السلطة وبعض النخب على مفاصل الحياة السياسية بالمنطقة العربية، وتحويل اتجاه المشاركة في الانتخابات باتجاه ما تراه السلطة السياسية.
- الوضع الاقتصادي: أن الوضع الاقتصادي المتردي يشكل حجر عثرة في طريق المشاركة السياسية، بمعنى أن نسبة العاطلين عن العمل تسهم في إضعاف القدرة على دفع المواطنين نحو المشاركة السياسية البناءة في الانتخابات.

وان تصاعد الدور السياسي الذي تقوم به شبكة فيس بوك في العالم العربي، يتوقف إلى حد كبير، على نجاح القائمين على هذه الوسائل ومن ضمنهم الأحزاب السياسية التي استطاعت خلال السنوات الماضية توظيف مواقع التواصل لخدمة أهدافها السياسية، ولقد شهد العالم العربي، مؤخراً، دوراً فاعلاً ومؤثراً لمواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في سير بعض الاستحقاقات الانتخابية.

وقد أجاب البحث على جميع التساؤلات الأساسية التي انطلق منها وأظهر أهمية مواقع التواصل الاجتماعي للشباب وللأحزاب السياسية في نفس الوقت باعتبارها بوابة للممارسة السياسية وبما تملكه من قدرات على تخطي الحواجز والقيود المختلفة على التعبير عن الرأي، وأنها تتيح الفرص للمهمشين سياسياً في التعبير عن آرائهم.

ويرى الباحث بأن مواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك" وغيرها، لعبت دوراً كبيراً في صنع صحوة سياسية، إضافة إلى تعبئة وصياغة الرأي العام، ومساعدة الشباب في التعرف على الشخصيات ذات الأدوار السياسية، وإطلاقها لطاقت الشباب ودوافعهم إلى الاهتمام بالمشاركة في الحياة العامة والسياسية بشكل خاص. كما قامت الأحزاب السياسية في عدد من الدول العربية بإدراج " فيس بوك" ضمن استراتيجيتها في مجال التسويق السياسي من أجل تلميع صورة المرشحين والسياسيين، ومن أجل تحسين علاقتها بالناخبين، والحوار والمناقشة، والاستماع إلى رأي الناخبين.

المقترحات والتوصيات:

يقترح الباحث في ضوء ما توصل إليه البحث ما يلي:

- 1- ضرورة توظيف الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل أمثل، بما تملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية بوضع استراتيجية إعلامية ممنهجة تهدف إلى تنمية مشاركة الشباب السياسية عبر " فيس بوك".
- 2- أهمية قيام مديرو الحملات الانتخابية بتطوير الأساليب التسويقية التي تحفز الشباب على نشر المعلومات الموجودة على صفحات الأحزاب، مع الحرص على دقة وجودة المحتوى الذي يتم نشره والأخذ في الاعتبار قوة تأثير مقاطع الفيديو والصور.

كما يقترح الباحث:

- 1- إجراء دراسات مستقبلية لمواكبة مدى القدرة على استثمار مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من خدماتها في ميادين الحياة السياسية والإعلامية والاجتماعية والاقتصادية.
- 2- إجراء دراسات في مجال تحليل المضمون لتحليل ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القضايا المجتمعية وكذلك من حيث الشكل وعوامل الإخراج والجذب والانتباه التي تستخدمها.
- 3- إجراء دراسات مقارنة على مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات العربية، وخاصة التي قامت فيها ثورات، وعلى فئات أخرى غير الشباب.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- إبراهيم مدكور وآخرون. معجم الوسيط، الجزء الاول، المكتبة الاسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، تركيا. 1972.
- أحمد الشورى أبوزيد. الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية دراسة حالة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الأمريكي باراك. رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2013.
- أحمد جمال. الشبكات الاجتماعية 'ورثة شرعية' للأحزاب السياسية. العرب. نُشر في 04/11/2016 العدد: 0448 <http://www.alarab.co.uk/article/morenews/94136/manifest.html>
- إكرام محمود سيد عبد الرازق " معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملتي الانتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من المدونات السياسية ومجموعات الفيس بوك خلال عامي 2011 - 2012 " اطروحة (ماجستير)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة 2013.

- آمال اسماعيل محمد زيدان. فاعلية استخدام مرشحي الرئاسة للمواقع الالكترونية في تسويق برامجهم السياسية. رسالة الماجستير في الاعلام من جامعة الازهر، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان. 2016. على موقع الاعلام الجديد 7 مايو 2016.
- تقرير الإعلام الاجتماعي، الاصدار الثاني، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية. دبي 2017: [https://www.mbrsg.ae/backup/news/mbrsg-highlights-growing-role-of-social-media-\(1\).aspx?lang=ar-ae&page=14](https://www.mbrsg.ae/backup/news/mbrsg-highlights-growing-role-of-social-media-(1).aspx?lang=ar-ae&page=14)
- جمال علي زهران، الأصول الديمقراطية والإصلاح السياسي، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ط1، 2005.
- رضوان قطبي. شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمغرب: دراسة ميدانية. مجلة العلوم السياسية والقانون. المركز الديمقراطي العربي. العدد الثالث. يونيو 2017.
- رضوان قطبي، شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمنطقة العربية 2014/5/26 <http://www.hibapress.com/details-21502.htm>
- رمزي الشاعر، الأيديولوجية وأثرها في الأنظمة السياسية المعاصرة، القاهرة: دار النهضة، 1979، 1982.
- ريهام محمد السيد محمد أبو الخير. استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الدعاية الانتخابية، درجة الماجستير- جامعة حلوان. كلية الآداب. قسم الاعلام 2016.
- سعاد شرقاوي: الأحزاب السياسية - (أهميتها- نشاطها- نشاطها)، القاهرة، مركز البحوث البرلمانية، 2005.
- سعيد بوالشعير، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة، الجزء الثاني. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ط03، 1999، ص106.
- سليمان الطماوي، السلطات الثلاثة في الدساتير العربية المعاصرة وفي الفكر السياسي الإسلامي (دراسة مقارنة) 1996 لبنان: دار الفكر العربي، ط 5
- سوهيلة بضياف. المدونات الإلكترونية في الجزائر. رسالة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر - باتنة 2010.
- السيد بخيت محمد درويش، تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية مؤشرات ونموذج مقترح. دورية إعلام الشرق الأوسط 2013 العدد التاسع.
- السيد عبد الحليم الزيات، التنمية السياسية: دراسة في علم الاجتماع السياسي. دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية 2002.
- طلعت أسعد عبد الحميد، وعبد العزيز علي حسن، وإيمان موسى حسانين ضياء: أثر الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاركة السياسية للشباب" دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر" كلية التجارة-جامعة المنصورة. 2013.
- عاصم الحضيف. الفيسبوك.. دراسة توثيقية عن الدور الإعلامي للموقع الاجتماعي facebook على الانترنت. 2010. https://www.facebook.com/note.php?note_id=13641540638442
- عباس صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008م
- عبد الله ممدوح مبارك الرعود. دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين. رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان 2011.
- عبد الوهاب الكيالي: الموسوعة السياسية. المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1994.

- علي هادي حميدي الشكراوي. النظم السياسية المعاصرة. كلية القانون. جامعة بابل. العراق - دار النهضة العربية، القاهرة، 2014.
- كامل زهيري، موسوعة الهلال الاشتراكية، نقلا عن طارق فتح الله خضر، دور الأحزاب السياسية في ظل النظام النيابي (دراسات مقارنة)، لبنان: ب. د. ن، 1986.
- محمد المنصور. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال. كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية في الدانمارك 2012.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. الطبعة الثانية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة 2004.
- محمود حمدي عبد القوى. دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب - دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر للإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الفترة 7-9 يوليو 2009.
- مرام حسين محمود حافظ "استخدامات "فيسبوك" خلال الحملات الانتخابية وأثرها على مواقف الناخبين وقراراتهم تجاه المرشحين السياسيين" رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان. 2016.
- مركز "بيو" الأمريكي للأبحاث. فيس بوك والهواتف الذكية مصادر رئيسية لمتابعة انتخابات الكونغرس 2014.
- مصطفى سيد عبد الله الجزيري، ومحمود أحمد لطفي السيد، ونوره عبد الله محمود أحمد. " استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على مشاركتها في الانتخابات الرئاسية - دراسة ميدانية" 2012.
- ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، وحنان كامل حنفي مرعي. استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري. كلية التربية النوعية . جامعة كفر الشيخ 2014.
- مهتاب نصر. "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 3 نوفمبر 2010.

ثانياً: المراجع بالإنجليزية

- Boroughs Bryan, "Social networking websites and voter turnout". Unpublished M.A., Washington, DC: Georgetown University, 2010. <http://www.alriyadh.com/667524>
- Budak Alex, "Facebook, Twitter and Barak Obama: New media and the 2008 presidential elections". Unpublished M.A, Washington, DC: Georgetown University, 2010. <https://repository.library.georgetown.edu/handle/10822/553669>
- Burdeau G, Traite de Science Politique, Cite par. Menouni (A): Droit Constitutionnel.P141
- Jessica Vitak et al. (2009), "Poking" People to Participate: Facebook and Political Participation in the 2008 election. Paper presented at the annual conference of the International Communication Association, Chicago.
- Krouwel, Andre. "Party Models.In "Handbook of Party Politics .2006.SAGE Publication. 4A pr.2010 sage- ereferance.com. <http://www.hodbk-partyol\Article-n22.html>

- Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto, " Did Social Media Matter? College Student ' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election, Paper Presented to Association for Education in Journalism & Mass Communication, (Boston, USA, 2009). Online : http://www.allacademic.com/meta/p375251_index.html
- Powell, Jr, G. Bingham, "Voting turnout in thirty democracies: partisan, legal and socioeconomic influences.
- Robin Effing, Jos Van Hillegerberg.& Theo Huibers, (2011), Social Media and Political Participation: Are Face book, Twitter, and You Tube Democratizing our political Systems?, University Of Twente, School Management, Enschede, The Netherlands. <http://dl.ifip.org/db/conf/epart/epart2011/EffingHH11.pdf>
- Shirky, C. (2011) 'The political power of social media', Foreign Affairs, vol. 90, Issue 1, p28-41. <https://suegreenwood.wordpress.com/2014/01/09/shirky-c-2011-the-political-power-of-social-media>.

ثالثاً/ مواقع الانترنت

- <http://www.youm7.com> اليوم السابع. فيسبوك تعقد دورات تدريبية للصحفيين. 11 أبريل 2017 م
- <http://www.youm7.com> اليوم السابع. البث المباشر لفيس بوك ينقذ فتاة من الانتحار. 9 مايو 2017 م
- <http://www.youm7.com>
- https://www.meu.edu.jo/uploads/1/5862285c0b0a6_1.pdf
- اليوم السابع
- <http://www.youm7.com/story/2017/8/24/%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AB>
- الأحزاب السياسية تحشد مواقع التواصل الاجتماعي. انظر موقع الجريدة التونسية 18 فبراير 2017.
- <https://www.aljarida.com.tn>
- معجم الغني. انظر موقع المعاني.
- <https://www.almaany.com/ar/dict/arar/%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B>
- موقع دار العلوم: http://www.daralolom.com/2013/12/blog-post_3379.html
- موقع موضوع: <http://mawdoo3.com>
- موقع: كان هناك. أهم 20 تحديث على فيسبوك في صور.
- <http://www.khaledsaifi.com/2011/09/top-facebook-updates>
- Daniel Nations (2-2-2018), "What Is Facebook?", www.lifewire.com, Retrieved 22-4-2018
- Facebook", , Retrieved 22-4-2018.. www.computerhope.com, 15-9-2017