

"تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في منطقة الشرق الأوسط"



إعداد: محمد مختار
مراجعة وتحرير: إسلام فوقري

شكّلت وسائل التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في مختلف المجالات، ومن ضمنها المجال السياسي، وأصبحت وسيلة أساسية في دعم المشاركة السياسية والتعرف على الحملات والبرامج الانتخابية للمرشحين، ففرضت نفسها كأداة مهمة للحشد وكسب تأييد الناخبين، ومن ثم القدرة على التأثير على الرأي العام. وباتت الأحزاب والقوى السياسية تستخدم أدوات مخصصة لجذب الناخبين من أجل دعم مرشحيها، كما أصبح بمقدور المواطنين الاطلاع على جميع المعلومات المتعلقة بالانتخابات، والتواصل مع المرشحين والتعرف على آرائهم ومواقفهم وبرامجهم الانتخابية والتفاعل معهم بسهولة. وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة منتدى مفتوح للمناظرات وتبادل النقاش حول مختلف القضايا، كما أتاحت الفرصة للمعارضة غير الرسمية والساخرة في أن تعبر عن آراءها حول مختلف الاستحقاقات الانتخابية.

وعلى الجانب الآخر، تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي من قبل التيارات السياسية المعارضة كوسيلة فعّالة في الدعوة إلى مقاطعة الانتخابات أو الحد من المشاركة السياسية، لذلك يمكن أن تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا في زيادة معدلات المشاركة السياسية أو توجيه السلوك التصويتي للناخبين لدعم مرشح أو تيار معين، أو التأثير على معدلات التصويت من خلال الدعوة للمقاطعة من الجهة الأخرى.

تشير هذه الدراسة إلى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية وانخراط الأفراد في الاستحقاقات الانتخابية المختلفة في نطاق منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، من خلال تحليل دعوات تشجيع المشاركة ودعوات المقاطعة التي شهدتها الانتخابات الأخيرة في هذه المنطقة. وقد تم استبعاد الدول التي شهدت صراعات وعدم استقرار سياسي، وهم "ليبيا، سوريا، واليمن".

المنهجية

تعتمد هذه الدراسة في البداية على استعراض نسب المشاركة في الاستحقاقات الانتخابية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، دون احتساب دول "سوريا، ليبيا واليمن" نظرًا لعدم استقرار الأوضاع السياسية بها، ثم استعراض أبرز الدعوات التي أطلقتها القوى السياسية في هذه الدول على وسائل التواصل الاجتماعي، سواء كانت تتعلق بالدعوة للمشاركة والتصويت، أو تلك التي تحث على الامتناع عن المشاركة ومقاطعة الانتخابات، وتحليل تأثير هذه الدعوات على السلوك التصويتي للمواطنين.

خريطة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الاستحقاقات الانتخابية بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي وسيلة هامة ومؤثرة في تشكيل الرأي العام خلال الاستحقاقات الانتخابية، فطبيعتها كوسيلة سهلة الاستخدام ومتاحة للجميع جعلت منها منابر للمرشحين لعرض برامجهم الانتخابية والتفاعل مع المواطنين من أجل التأثير على السلوك التصويتي الخاص بهم، وعلى عكس الإعلام التقليدي، أصبح التواصل بين الأفراد والقوى السياسية متاحًا بشكل أسهل، وأصبح حشد المواطنين والتأثير على اتجاه التصويت عبر منصات التواصل الاجتماعي فعالًا وبتكلفة أقل أو بدون تكلفة، لذلك بات باستطاعتها تشكيل الآراء وتغيير الأفكار ومن ثم التأثير على مسار العملية الانتخابية.

وشهدت منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مؤخرًا دورًا ومؤثرًا لمواقع التواصل في سير بعض الاستحقاقات الانتخابية، فالأحزاب والقوى السياسية التي تشارك في العمليات الانتخابية تسعى للترويج لرؤيتها وسياساتها وأيدولوجيتها من خلال تلك المواقع، بسبب قدرتها على الوصول لأكبر قدر من المواطنين، بينما في المقابل تستغل القوى المعارضة وسائل التواصل الاجتماعي في الدعوة إلى مقاطعة الاستحقاقات الانتخابية لأسباب عديدة من ضمنها وجود خلاف سياسي جوهري مع الحكومة أو أحزاب الأغلبية، الأمر الذي يجعل دعوات المقاطعة لها تأثير ملموس في انخفاض معدلات المشاركة الشعبية في الانتخابات.

هناك العديد من المؤشرات التي تؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تُستخدم للتلاعب بالرأي العام خلال فترات الانتخابات، عن طريق بناء نقاشات مخالفة للواقع، من خلال تكتيكات تعتمد على نشر محتويات سياسية وأخبار تؤثر في سلوك الناخبين لتأييد مرشحين بعينهم أو زيادة التعاطف معهم عن طريق تصويرهم بأنهم يتمتعون بشعبية، أو من خلال نشر رسائل إعلامية معينة و"هاشتاجز" بنفس المفردات والرسائل الإعلامية، الأمر الذي يخلق رأي عام جماعي يوجه السلوك التصويتي للناخبين ويدفعهم إما للمشاركة أو مقاطعة العملية الانتخابية.

وتشير التقديرات الخاصة بمؤسسة ماعت للسلام والتنمية وحقوق الإنسان، إلى أن دعوات القوى السياسية المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي خلال الاستحقاقات الانتخابية سواء بالمشاركة أو بمقاطعتها، ساهمت في زيادة نسبة المشاركة السياسية لفئات المجتمع خلال أربع استحقاقات انتخابية في دول "المغرب والبحرين وإسرائيل والسعودية"، فيما نجحت حملات المقاطعة على وسائل التواصل الاجتماعي في خفض نسب المشاركة

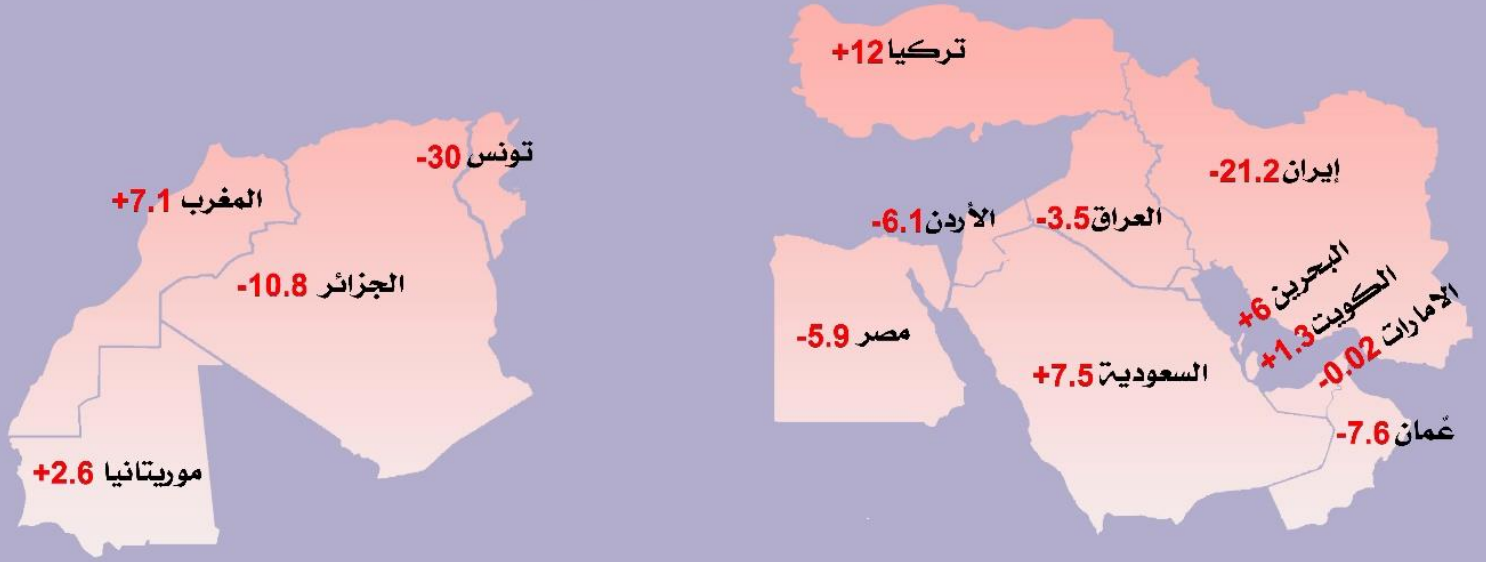
السياسية في 11 استحقاق انتخابي بدول الجزائر وتونس والكويت والعراق والإمارات والأردن وإيران ولبنان، بينما كان لها تأثيرات مزدوجة في دول أخرى، فقد ساهمت في خفض نسب المشاركة السياسية في بعض الاستحقاقات الانتخابية وفي رفع نسب المشاركة في استحقاقات أخرى.

ويوضح الجدول التالي تأثير حملات وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية والسلوك التصويتي للمواطنين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا:

معدل التغيير	نسبة المشاركة	السنة	الاستحقاق الانتخابي
-1.5	86.2	2018	تركيا- برلمانية
	87.7	2015	
+12	86.2	2018	تركيا- رئاسية
	74.13	2014	
+7.1	50.18	2021	المغرب- تشريعية
	43	2016	
-6.8	30.20	2021	الجزائر- تشريعية
	37	2017	
-10.8	39.93	2019	الجزائر- رئاسية
	50.7	2014	
-30	11.22	2022	تونس- برلمانية
	41.3	2019	
-19	45	2019	تونس- رئاسية
	64	2014	
+1.3	29.5	2020	مصر- برلمانية
	28.2	2015	
-5.9	41.5	2018	مصر- رئاسية
	47.4	2014	

معدل التغيير	نسبة المشاركة	السنة	الاستحقاق الانتخابي
+6	73	2022	البحرين- نيابية
	67	2018	
+1.3	70	2022	الكويت- تشريعية
	68.65	2020	
-7.6	49	2019	سلطنة عمان- مجلس شوري
	56.6	2015	
+7.5	47.4	2015	السعودية- بلدية
	39.92	2011	
-0.2	34.81	2019	الإمارات- تشريعية
	35	2015	
-3.5	41	2021	العراق -برلمانية
	44.5	2018	
-	63.5	2021	قطر- شوري
-6.1	29.9	2020	الأردن- نيابية
	36	2016	
-21.2	48.8	2021	إيران- رئاسية
	70	2017	
-18	40	2020	إيران- برلمانية
	58	2016	
+2.6	62.6	2019	موريتانيا- رئاسية
	60	2014	
-2.6	73.4	2018	موريتانيا- برلمانية
	76	2013	

معدل التغيير في نسب المشاركة في الانتخابات الأخيرة



يشير الرسم السابق إلى أن تونس وإيران كانت من أعلى الدول التي انخفضت فيها نسبة المشاركة السياسية خلال الانتخابات الأخيرة، بسبب حملات القوى السياسية المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي لمقاطعة الانتخابات، بينما في المقابل كان هناك تأثير إيجابي وزيادة في نسب المشاركة في الانتخابات التي جرت في البحرين والمملكة العربية السعودية، بيد أن التأثير ظل متوازناً في بعض الاستحقاقات الانتخابية في كل من مصر وتركيا.

وركزت الدعاية الانتخابية لمختلف القوى السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي على العديد من التكتيكات للتأكيد على رسائلها السياسية المؤثرة في السياق الانتخابي، وفي مقدمتها استخدام الترنادات والهاشتاج، والمقصود بالهاشتاج "أي كلمة أو عبارة يسبقها رمز # لتمييز النص التالي لها، وهو يساعد في انتشار المعلومات بين أكبر عدد من المستخدمين، ويعد طريقة أساسية لتنظيم البحث في تويتر أو فيسبوك أو غيرها من وسائل التواصل الاجتماعي".

ويتم استخدام نفس الهاشتاج من قبل العديد من الأشخاص في نفس الوقت للتدليل على رسالة معينة، سواء بالمشاركة في الانتخابات أو مقاطعاتها، فعلى سبيل المثال وقبل الانتخابات الجزائرية الرئاسية في ديسمبر 2019، انتشرت العديد من الهاشتاجات والترنادات التي تدعو إلى مقاطعة الانتخابات والبعض الآخر يحث على المشاركة فيها، فقد تم استخدام هاشتاجات "#الجزائر حرة-ديموقراطية و#لا-انتخابات-مع-العصابات للدعوة إلى مقاطعة الانتخابات، في المقابل تم استخدام هاشتاج "#الجزائر تنتخب و#ما-تهدرش-باسمي (لا تتحدث

باسمي) لدعوة المواطنين للتصويت والمشاركة في الانتخابات¹، هو ما كان له أثرًا في خفض نسبة المشاركة السياسية في تلك الانتخابات عن السابقة لها بواقع 10.8 بالمائة.

وتختلف مفردات الخطاب ومضمون الرسائل التي تستخدمها الأطراف السياسية خلال الاستحقاقات الانتخابية، فخطابات مقاطعة الانتخابات غالبًا ما تركز على عدم جدوى إقامتها وتبرز أنها انتخابات شكلية تحاول إطفاء شرعية على العملية السياسية التي تحتاج إلى تصحيح أوضاعها، وتدلل على رسائلها بمجموعة من الصور الرمزية التي تشير إلى انتهاكات حقوق الإنسان أو فساد العملية السياسية، بينما تشير القوى السياسية التي تدعو إلى المشاركة في الانتخابات إلى أهميتها في دعم استقرار الدولة وتحقيق الديمقراطية والإصلاح السياسي، كما أنها تحاول دفع الناخبين لاختيار بعض المرشحين دون غيرهم، ويعد القاسم المشترك بين كافة هذه الحملات هو الاعتماد على أدوات وصور رمزية ومقاطع فيديو للتأثير في الرأي العام سواء بشكل عاطفي أو بشكل عقلائي.

ففي الانتخابات التونسية التشريعية التي أقيمت في ديسمبر 2022، دلت الحركات السياسية الداعية إلى مقاطعة الانتخابات على وجود انتهاكات حقوقية ومخالفات قانونية ودستورية في إجراء الانتخابات، كما أشارت إلى الأوضاع الاقتصادية الصعبة التي يعيشها المواطنون، مستخدمين في ذلك تعبيرات لفظية ورمزية وصور ومقاطع فيديو مختلفة، وتم استخدام هاشتاج رئيسي هو "#يسقط قيس سعيد" من قبل القوى التي دعت لمقاطعة الانتخابات².

دعوات مقاطعة الانتخابات وتأثيرها في معدلات المشاركة السياسية

شهدت الانتخابات التي جرت مؤخرًا في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا دعوات مختلفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لمقاطعة الانتخابات أطلقتها قوى سياسية معارضة، نتج عنها انخفاض معدلات مشاركة الناخبين في عملية التصويت في عدد من الدول، فالهاشتاجات والفيديوهات التي أطلقتها هذه القوى وصلت إلى ملايين الأفراد الذين امتنعوا عن التصويت، ووفقًا للمعلومات المتاحة، نجحت دعوات المقاطعة في خفض معدلات التصويت خلال 11 استحقاق انتخابي في دول "الجزائر، تونس، الكويت، العراق، الأردن، إيران، ولبنان".

¹ مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر حلبة صراع بين الحراك الاحتجاجي وداعمي النظام، مونت كارلو الدولية، يوليو ٢٠١٩، <https://bit.ly/3RhUs3g>

² تحليل لمؤسسة ماعت للهاشتاج الداعي إلى عدم المشاركة في الانتخابات التشريعية التونسية "يسقط قيس سعيد" متاح الهاشتاج على اللينك التالي <https://bit.ly/3XPUtxT>

وتُعد دولة تونس مثالًا واضحًا على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية، فخلال الانتخابات التشريعية الأخيرة التي انعقدت في ديسمبر 2022، بلغت نسبة المشاركة في الانتخابات 11.22%، وهي نسبة متدنية للغاية³، مقارنة بالانتخابات البرلمانية التي أقيمت في أكتوبر 2019، والتي بلغت 41.3% من نسبة عدد الناخبين⁴. ولعل دعوات المقاطعة التي أطلقتها القوى السياسية التونسية المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي ترفض المشاركة في الانتخابات البرلمانية كانت السبب في تدني هذه النسبة، واستخدمت الحركات الداعية إلى المقاطعة العديد من الهاشتاجات من بينها # يسقط قيس السعيد، كما انتشرت العديد من العبارات الساخرة على لافتات المشرحين والتي اعتبرها البعض أقرب إلى الهزل، ومن بين أبرز تلك العبارات التي تحمل رسائل بالوعد بتحرير فلسطين وبناء موانئ في مناطق داخلية لا يوجد فيها بحر من الأساس، وتُعتبر هذه الدعاية السيئة من قبل المرشحين على وسائل التواصل الاجتماعي عاملاً هاماً في انخفاض المشاركة في التصويت، بسبب عدم اقتناع الأفراد بشكلٍ كافٍ بالمرشحين⁵.

وفي إيران بلغت نسبة المشاركة في الانتخابات النيابية الأخيرة نحو 42.6% من عدد الناخبين، وهي أضعف نسبة إقبال في الانتخابات منذ قيام الجمهورية الإسلامية في 1979، وذلك بسبب حملات الدعاية السلبية التي دعا إليها المرشد الأعلى للثورة الإيرانية علي خامنئي، حيث أكد عبر صفحته بموقع التواصل الاجتماعي تويتر على أهمية إفشاله لمخططات الأعداء وحملاتهم الإعلامية للحيلولة دون مشاركة الشعب الإيراني في الانتخابات، وأثر تعليقه بالسلب وانخفضت نسبة المشاركة في الانتخابات إلى مستوى متدني⁶، يأتي ذلك بالتزامن مع دعوات المعارضة بضرورة مقاطعة الانتخابات بسبب انتهاكات حقوق الإنسان التي ترتكبها الحكومة الإيرانية، كما انخفضت نسبة المشاركة في الانتخابات الرئاسية التي أقيمت في يونيو 2021 إلى 48%⁷، بعد أن كانت 70% في الانتخابات الرئاسية التي جرت في مايو 2017، ويرجع ذلك إلى حملة المقاطعة التي أطلقتها تيارات المعارضة على وسائل التواصل الاجتماعي باللغة الفارسية تحت هاشتاج مختلفة من بينها "لا للجمهورية الإسلامية"⁸.

وفي الجزائر، انخفضت نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية التي أجريت في يونيو 2021 إلى 30.20%، بينما بلغت في يونيو 2017 حوالي 37.09% بالمائة⁹، كنتيجة لانتشار دعوات

³ تونس: نسبة المشاركة في الانتخابات التشريعية تبلغ رسمياً 11,22 بالمئة، فرنسا ٢٤ ، ديسمبر ٢٠٢٢ ، <https://bit.ly/3YfewFL>

⁴ تونس: نسبة المشاركة في الانتخابات التشريعية بلغت 41,3%، فرنسا ٢٤ ، أكتوبر ٢٠١٩ ، <https://bit.ly/3XRZrtW>

⁵ حملات دعائية يطاولها استهزاء واسع من الاستحقاق في مقابل تشويه للمقاطعين، الإندبندنت البريطانية، ديسمبر ٢٠٢٢ ، <http://bit.ly/3HewYqU>

⁶ الانتخابات التشريعية الإيرانية: أضعف نسبة إقبال في تاريخ الجمهورية الإسلامية، بي بي سي ، فبراير ٢٠٢٠ ، <https://bit.ly/3WV4vwa>

⁷ نسبة المشاركة في الانتخابات الإيرانية محل ترقب في ظل دعوات المقاطعة، <http://bit.ly/3kQJdTb>

⁸ خامنئي يحث الإيرانيين على تجاهل الدعوات إلى مقاطعة الانتخابات الرئاسية، فرنسا ٢٤ ، <https://bit.ly/3XPfF6R>

⁹ وسط إقبال ضعيف إعلان نسبة المشاركة بانتخابات الجزائر، أسكاي نيوز، يونيو ٢٠٢١ ، <http://bit.ly/3wJH7Y4>

المقاطعة للانتخابات الجزائرية التشريعية تحت هاشتاج #مهزلة_التشريعية و #لم_أخن_وطني، في ظل مقاطعة 6 أحزاب جزائرية للانتخابات بسبب ضبابية المشهد السياسي، كما وصف العديد من المشاركين في الحملة التي تدعو إلى مقاطعة الانتخابات بأنها شكلية. ورغم دعوات المقاطعة، كان هناك مشاركات أخرى لدعم الانتخابات والمشاركة في التصويت، غير أنها لم تساهم في زيادة المشاركة والتي بلغت نسبتها 30.20%¹⁰.

وفي لبنان بلغت نسبة المشاركة في الانتخابات التشريعية الأخيرة 41 بالمئة¹¹، وهي نسبة منخفضة عن الانتخابات السابقة لها والتي بلغت 49.20%¹²، والسبب في ذلك هو الدعوات التي أطلقها العديد من المواطنين لمقاطعة الانتخابات خاصة أنصار تيار المستقبل الذي يترأسه السياسي ورئيس الوزراء السابق سعد الحريري، وانتشار العديد من الهاشتاجات الداعية إلى المقاطعة من بينها #انتخابات لبنان 2022 #مقاطعة لعيونك، و#مقاطعة لكرامتي¹³، من جهة أخرى عملت العديد من التيارات السياسية على حث المواطنين للمشاركة في الانتخابات والتصويت وعلى رأسهم حزب الله، كما تبادل النخبون وقائع التصويت في الانتخابات من أمام اللجان الانتخابية بالعديد من الصور ومقاطع الفيديو¹⁴.

وفي العراق، بلغت نسبة التصويت في الانتخابات التشريعية العراقية والتي أقيمت في أكتوبر 2021 ما يقرب من 41%¹⁵، وهي نسبة منخفضة عن الانتخابات السابقة لها والتي بلغت 44,52 %، حيث سبق هذه الانتخابات انتشار دعوات المقاطعة والعصيان المدني على مواقع التواصل الاجتماعي¹⁶. كذلك وفي الأردن انخفضت نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية الأخيرة والتي أقيمت في العام 2020، إذ بلغت 29.88%، وهي نسبة منخفضة عن الانتخابات التي أقيمت في سبتمبر 2016 والتي بلغت 36%، ويعود السبب الرئيسي في ذلك لحملات المقاطعة التي أطلقها العديد من النشطاء في الأردن لمقاطعة الانتخابات البرلمانية وعدم التصويت، وذلك على خلفية الارتفاع الكبير في أعداد المصابين بفيروس كورونا، واستخدام النشطاء هاشتاج “#قاطعوا_الانتخابات_لأجل_حياتكم”، للدعوة إلى المقاطعة، وبالرغم من العديد من دعوات المشاركة في الانتخابات، إلا أنها لم تنجح في رفع نسبة المشاركة¹⁷.

¹⁰ مقاطعة الانتخابات التشريعية في الجزائر وتصريحات الرئيس عبد المجيد تبون تثير الجدل، بي بي سي، يونيو ٢٠٢١، <http://bit.ly/3HjdFNn>

¹¹ تعرف على نتائج الانتخابات النيابية اللبنانية، الجزيرة، <http://bit.ly/3HLSO6F>

¹² لبنان 41% نسبة المشاركة في الانتخابات البرلمانية بالداخل، العين الإخبارية، <http://bit.ly/3Y9Bui1>

¹³ تحليل مؤسسة ماعت لمجموعة من الهاشتاجات والدعوات التي انطلقت على موقع تويتر خلال الانتخابات البرلمانية، <https://bit.ly/3HJY0YS>

¹⁴ الانتخابات اللبنانية: كيف تفاعلت مواقع التواصل الاجتماعي مع الاستحقاق الانتخابي، بي بي سي، مايو ٢٠٢٢، <http://bit.ly/3XVoyMI>

¹⁵ إعلان نسبة التصويت لانتخابات مجلس النواب العراقي ٢٠٢١، المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، <https://bit.ly/3wLBTlu>

¹⁶ دعوات المقاطعة والعصيان المدني هل تؤثر على سير الانتخابات في العراق، <http://bit.ly/3Y6eFve>

¹⁷ حملة أردنية لمقاطعة الانتخابات بسبب “كورونا” والحكومة تقاومها عبر إعلامها، القدس، <http://bit.ly/3HWpsCZ>

في الكويت، وخلال انتخابات مجلس الأمة التي جرت في ديسمبر 2020، ازداد الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال رسائل المرشحين إلى ناخبهم والتعريف بالقضايا التي تحظى باهتمام كل مرشح¹⁸، يأتي ذلك على خلفية جائحة كورونا، الأمر الذي نتج عنه ارتفاع نسبة المشاركة السياسية لتبلغ 70%¹⁹، غير أنه في الانتخابات الأخيرة التي أجريت عام 2022، انخفضت مرة أخرى نسبة المشاركة إلى 60%، بسبب تراجع الاعتماد على وسائل التواصل الانتخابي في الحملات الانتخابية وتغطية قضايا الانتخابات²⁰. الأمر الذي يعكس أهمية الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي خلال العملية الانتخابية.

وفي قطر أقيمت أول انتخابات تشريعية في أكتوبر 2021، وسط توقعات بأن تكون المشاركة واسعة كونها أول انتخابات، غير أن دعوات المقاطعة التي انتشرت حينها عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد نتج عنها انخفاض معدل المشاركة إلى 63.5% من إجمالي الأصوات، نتيجة الدعوات التي انطلقت على "تويتر" تحت هاشتاج #الشعب_يقاطع_انتخابات_الشورى²¹.

وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة نسب المشاركة الانتخابية

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة مستويات المشاركة السياسية في الانتخابات في نحو 4 استحقاقات انتخابية بدول المغرب والبحرين وإسرائيل والسعودية، ورغم ظهور دعوات لمقاطعة الانتخابات في بعض هذه الدول، إلا أنها لم تنجح في خفض نسب المشاركة، ففي المغرب شكلت منصات التواصل الاجتماعي وعي مرتبط بالانتخابات التشريعية عن طريق إعطاء صور ذهنية عن المرشحين في الانتخابات، إذ بدأت الأحزاب في استخدام مواقع مثل "فيسبوك" و"تويتر" و"يوتيوب" لمخاطبة الناخبين المغاربة، عوضاً عن منصة الخطابة التقليدية، وساهم ذلك في زيادة نسبة المشاركة في الانتخابات التي أقيمت في سبتمبر 2021، فقد بلغت 50.18% في مقابل 43% في الانتخابات التي أقيمت في العام 2016²²، يأتي ذلك رغم وجود دعوات لمقاطعة الانتخابات تحت هاشتاج "ما مصوتينش"²³.

وفي البحرين، بلغت معدلات المشاركة في الانتخابات التشريعية التي أقيمت في نوفمبر 2022 حوالي 73%، وهي النسبة الأعلى منذ انتخابات 2002، يأتي ذلك نتيجة لنجاح الدعوات التي أطلقتها

¹⁸ بسبب تدابير كورونا مواقع التواصل الاجتماعي ميدان الدعاية الأبرز في الانتخابات البرلمانية الكويتية، الجزيرة، <http://bit.ly/3wIWksg>

¹⁹ الكويت القبائل والمعارضة أكبر الفانزين بالانتخابات وتوقعات بفصل تشريعي ساخن، الجزيرة، <https://bit.ly/3DvvMhP>

²⁰ انتخابات الكويت عودة بارزة لأسماء معروفة من المعارضة والإسلاميين، اندبنت البريطانية، <http://bit.ly/3Yfa35W>

²¹ حملات انتخابية مقابل دعوات لمقاطعة انتخابات الشورى القطري، العرب، <https://bit.ly/3wHy7Tj>

²² وزارة الداخلية المغربية تعلن نسبة المشاركة في الانتخابات، اسكاي نيوز، سبتمبر ٢٠٢١، <http://bit.ly/3Dvx2Se>

²³ الملاحظة المستقلة والمحيدة للانتخابات المحلية والجهوية والتشريعية 2021، <https://bit.ly/3JBa0xj>

الحكومة البحرينية لدعم المشاركة في الانتخابات²⁴، وهي الدعوات التي جاءت معاكسة لدعوات أخرى أطلقتها القوى المعارضة التي دعم لمقاطعة الانتخابات.²⁵

وفي السعودية، بلغت نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات المحلية السعودية عام 2015 ما يقرب من 47,4%²⁶، وهي نسبة مرتفعة، مقارنة بالانتخابات المحلية التي أقيمت في أكتوبر 2011 والتي بلغت 39%²⁷، والسبب في ذلك هو زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الانتخابات الأخيرة، وانخراط المواطنين في تبادل المعلومات المتعلقة بالانتخابات على تلك المنصات الاجتماعية²⁸.

وفي إسرائيل بلغت نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية التشريعية 71.3%، وهي النسبة الأعلى²⁹ منذ العام 2015، وذلك رغم دعوات المقاطعة التي أطلقها العديد من العرب المقيمين في إسرائيل لعدم المشاركة في الانتخابات، ومن أهم أسباب عدم تأثير دعوات المقاطعة أن موقع فيسبوك، قام بحزب عشرات الحسابات التي دعت إلى عدم المشاركة في الانتخابات، الأمر الذي يعكس أهمية وسائل التواصل في التأثير على معدلات المشاركة.

وفي موريتانيا، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في الحياة الانتخابية، فقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية بموريتانيا³⁰، بعد أن استخدمها المرشحين بكثافة لحصد الأصوات الانتخابية³¹، فقد زادت نسبة المشاركة في الانتخابات الرئاسية الأخيرة التي جرت في يونيو 2019، لتصبح 63.3% وذلك مقارنة بالانتخابات التي عُقدت في ديسمبر 2013، بزيادة قدرها 3.6%.

في مصر، شهدت انتخابات مجلس النواب التي انعقدت في 2020 زيادة طفيفة في معدلات المشاركة في التصويت بمقدار 1.3% تقريبًا مقارنة بانتخابات برلمان 2015، وكان لوسائل التواصل الاجتماعي دورًا مؤثرًا في حجم المشاركة السياسية، حيث كان هناك استخدام مكثف لمنصات فيسبوك لحث المواطنين على المشاركة والتصويت، في مقابل وجود دعوات أخرى أطلقتها القوى المعارضة من أجل مقاطعة الانتخابات، تركزت في الغالب على منصة تويتر³².

²⁴ جدلية المشاركة والمقاطعة في الانتخابات الصحفية المحلية خارج التغطية، رابطة الصحافة البحرينية، <http://bit.ly/3ipaLPi>

²⁵ حملة الكترونية لمقاطعة انتخابات البحرين.. ومنظمات حقوقية تدخل على الخط، قناة العالم، <http://bit.ly/3HOmVdZ>

²⁶ فوز 20 سيدة في الانتخابات البلدية للمملكة العربية السعودية، <http://bit.ly/40hJJKb>

²⁷ لجنة الانتخابات 432 ألف أدلوا بأصواتهم في الانتخابات البلدية ونسبة المشاركة 39%، <http://bit.ly/3HqKl7K>

²⁸ الانتخابات البلدية السعودية هل تستحق عناء المشاركة، السفير، <http://bit.ly/3DxnxC9>

²⁹ لجنة الانتخابات في إسرائيل نسبة التصويت هي الأعلى منذ 2015، سي أن أن العربية، <http://bit.ly/3Hr7VB1>

³⁰ مسيرة للمعارضة ترفض نتائج انتخابات موريتانيا، الجزيرة، <http://bit.ly/3HsAj5S>

³¹ وسائل التواصل الاجتماعي حلبة صراع في رئاسيات موريتانيا، الانتداب البريطانية، <http://bit.ly/3Dw4Xdw>

³² رصد مؤسسة ماعت للهاشاج على موقع تويتر، <https://bit.ly/3HMXnSV>

وفي تركيا، كان هناك توظيف مكثف لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل التيارات السياسية خلال الانتخابات للتأثير على السلوك التصويتي للمواطنين، فقوى المعارضة وجدت في منصات التواصل الاجتماعي منابر لعرض أفكارها والتواصل مع مختلف فئات المجتمع³³، وساهم ذلك في زيادة معدلات المشاركة خلال الانتخابات الرئاسية التركية الأخيرة التي جرت عام 2018 والتي بلغت 86.2%، بزيادة قدرها 12% مقارنة بالانتخابات التي سبقتها والتي بلغت 74.13%.

إجمالاً، يمكن القول إن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً ومؤثراً خلال الانتخابات، فمن ناحية يمكنها تعزيز التواصل بين القوى السياسية والمواطنين ومن ثم العمل على زيادة المشاركة السياسية، أو استخدامها للحد من المشاركة السياسية من خلال دعوات المقاطعة التي تطلقها القوى المختلفة. وقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عاملاً مهماً في تحريك الرأي العام والتأثير في السلوك التصويتي للمواطنين، ونظراً لهذا الدور المؤثر، يظهر إساءة استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات المضللة والأخبار المزيفة وخطابات الكراهية بهدف التأثير على القوى المنافسة أو التأثير في الاتجاه التصويتي للناخبين أو الحد من المشاركة السياسية.

33 أدوار متباينة كيف أثرت وسائل التواصل الاجتماعي على نتائج الانتخابات التركية، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات السياسية، <https://bit.ly/3Dv9sEp>