

مجلة

مجلة العلاقات العامة

Journal of PR research
Middle East

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢ م = ١.٥٦٩
معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٤ م = ١.٧٥ Q1

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثالثة عشرة - العدد الثامن والخمسون - يوليو/سبتمبر ٢٠٢٥ م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- الإعلانات الرقمية والصورة الذهنية لشركات البناء في الأردن: تحليل ثقافي
أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (جامعة الملك عبد العزيز)
د. حسام منصور (الجامعة التكنولوجية بماليزيا) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- أحداث ٧ أكتوبر ٢٠٢٣ م بغزة في الخطاب الصحفي الإماراتي:
دراسة تحليلية على مواد (الرأي) في صحيفة (العرب)
أ.م.د. محمد بسيوني عوض جبريل (جامعة جازان) ... ص ١٣
- مواقع التواصل الاجتماعي والتمكين السياسي الرقمي: تحليل نقدي للاتجاهات الحديثة
أ.م.د. هبة الله صالح السيد (جامعة حلوان) ... ص ٥٧
- اتجاهات ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السعودية نحو تحديات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم
أ.م.د. آرام إبراهيم أبو عباة (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ١١٣
- تناول الدراما التليفزيونية المعروضة على المنصات الدرامية الرقمية للقضايا الاجتماعية وتأثيرها على سلوك المراهقين: دراسة تحليلية ميدانية
د. أمل السعيد محمد عقدة (جامعة طنطا) ... ص ١٥٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإبداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٥ @ APRA



الوكالة العربية للعلاقات العامة
www.jpr.epra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم مجد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. مجد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.د. مجد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. نريا مجد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام

جامعة السويس

مدقق اللغة الإنجليزية

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع مجد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٦١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والمتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد وحالياً رئيس قسم الإعلام الرقمي بجامعة النور في نينوى / العراق

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العنناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

أ.د. خلود بنت عبد الله ملياني (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. طارق محمد الصعيدي (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epa.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epa.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 0114 -15 -14 -151 (+2) - 0114 -15 -14 -157 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مجهزة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة). والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية .الإنجليزية .الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢.٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠%) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥%) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنماً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها سبعة وخمسون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة. وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٤م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثالث على التوالي، بمعامل تأثير = ١.٧٥، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١.٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - إثراء - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الثامن والخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا من الأردن قدّمه: أ.د. تحسين منصور رشيد منصور، من الجامعة الأردنية، ود. حسام منصور، بعنوان: "الإعلانات الرقمية والصورة الذهنية لشركات البناء في الأردن: تحليل ثقافي".

ومن جامعة جازان نجد بحثًا مقدّم من: أ.م.د. محمد بسيوني، من مصر، تحت عنوان: "أحداث ٧ أكتوبر ٢٠٢٣م بغزة في الخطاب الصحفي الإماراتي: دراسة تحليلية على مواد (الرأي) في صحيفة (العرب)".

ومن جامعة حلوان قدّمت: أ.م.د. هبة الله صالح السيد، من مصر، دراسة بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي والتمكين السياسي الرقمي: تحليل نقدي للاتجاهات الحديثة".

ومن جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية قدّمت أ.م.د. آرام إبراهيم أبو عبا، من السعودية، دراسة بعنوان: "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السعودية نحو تحديات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم".

وأخيرًا قدّمت د. أمل السعيد من جامعة طنطا، من مصر، دراسة تحليلية ميدانية بعنوان: "تناول الدراما التليفزيونية المعروضة على المنصات الدرامية الرقمية للقضايا الاجتماعية وتأثيرها على سلوك المراهقين".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراة والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

مواقع التواصل الاجتماعي والتمكين السياسي الرقمي: تحليل نقدي للاتجاهات الحديثة (*)

إعداد

أ.م.د. هبة الله صالح السيد (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٢٤ يونيو ٢٠٢٥م، وقُبل للنشر في ٢٣ سبتمبر ٢٠٢٥م.
(**) أستاذ العلاقات العامة المشارك بكلية الآداب - جامعة حلوان.

مواقع التواصل الاجتماعي والتمكين السياسي الرقمي: تحليل نقدي للاتجاهات الحديثة

أ.م.د. هبة الله صالح السيد
drheba72@hotmail.com
جامعة حلوان

ملخص:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في استعراض وتحليل ونقد الأعمال الأكاديمية المتعلقة باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية، حيث اعتمدت الباحثة على أسلوب التحليل من المستوى الثاني أو التحليل الثانوي للبيانات بهدف مراجعة هذه الدراسات من حيث أطرها المنهجية، مداخلها النظرية، ونتائجها. وقد تم تحليل جميع البحوث التي تم التوصل إليها في فترة الدراسة الممتدة من ٢٠١٥ - ٢٠٢٤م والتي بلغ إجماليها ١٢٠ دراسة منها: ٤١ دراسة عربية و٧٩ دراسة أجنبية موزعة على المدارس الفكرية المختلفة (الأوروبية، الأمريكية، الآسيوية، الإفريقية).

وقد أظهرت النتائج تصدر الموضوعات ذات الطابع السياسي والديموغرافي بينما كان هناك تناول ضعيف للموضوعات ذات الأبعاد النفسية والتكنولوجية خاصة المرتبطة بالدراسات العربية. كما كشفت الدراسة عن قصور منهجي واضح في استخدام العينات الاحتمالية، حيث اعتمدت ٦٩.٢% من الدراسات على العينات غير الاحتمالية، وتركزت غالبية الدراسات العربية على طلاب الجامعات دون تمثيل كاف لباقي الفئات الاجتماعية. ولا تزال المدرسة العربية تعتمد في دراسات على أطر نظرية كلاسيكية لا تواكب متغيرات التكنولوجيا الحديثة لهذه الوسائل مقارنة بالدراسات الأجنبية التي جاءت في معظمها دراسات بينية تستند إلى على مفاهيم نظرية.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، منها: ضرورة التوازن بين المناهج الكمية والكيفية، وتعزيز الدراسات الطولية لفهم عميق لتأثير المنصات الرقمية على المشاركة السياسية، وتوسيع نطاق العينات جغرافياً واجتماعياً، وتطوير مقاييس تتلاءم مع البيئة الرقمية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الإعلام الجديد، المنصات الرقمية، المشاركة السياسية، التفاعل السياسي، الانخراط السياسي.

المقدمة:

أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي في العصر الرقمي تحولاً جذرياً في كيفية التفاعل السياسي للأفراد؛ حيث أصبحت منصة قوية للمشاركة والنقاش السياسي وتبادل الحوارات السياسية. وساهم ظهور وسائل التواصل الاجتماعي ك(فيسبوك، تويتر، إنستغرام) في تعزيز تدفق المعلومات وتحولت إلى فضاءات عامة

مفتوحة تتيح للأفراد التعبير عن آرائهم وتوجهاتهم بكل حرية وقد مكنت شبكات التواصل الاجتماعي الجمهور -بشكل أكبر- المشاركة في العمليات السياسية دون أن تقيدهم الحدود الجغرافية.. وبذلك تعدُّ شبكات التواصل الاجتماعي أدوات محورية في تشكيل الديناميات السياسية وتعبئة الجماهير وبلورة الرأي العام وتعزيز التفاعل السياسي وتحفيز المشاركة المجتمعية والتأثير في اتجاهات الرأي العام. ونتيجة لتلك التحولات والسياقات المتطورة التي شكلتها الوسائل الرقمية؛ بات من الضروري تحديث

المفاهيم التقليدية للمشاركة السياسية في ضوء الاتصال التفاعلي المستجد. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الخريطة البحثية في الأدبيات العربية والأجنبية التي تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية في خلال الفترة من ٢٠١٥ إلى ٢٠٢٣م، وذلك بهدف التحليل وتحديد الأبعاد النظرية والمنهجية التي تم توظيفها في هذه الأدبيات، وهو ما يساعد على كشف الإشكاليات والفجوات المفاهيمية والمنهجية القائمة في معالجة هذا الموضوع.

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في استعراض وتحليل ونقد الأعمال الأكاديمية المتعلقة باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية.. تعتمد الباحثة على أسلوب التحليل من المستوى الثاني أو التحليل الثانوي للبيانات؛ بهدف مراجعة هذه الدراسات من حيث أطرها المنهجية ومداخلها النظرية ونتائجها، ويمكن هذا الأسلوب من تنظيم كم هائل من البيانات المستخلصة من العديد من الدراسات التي تغطي موضوعات متعددة ضمن مجال زمني محدد.. ومن خلال تجميع هذه الدراسات معا وتقديمها ضمن سياق تحليلي موحد؛ يساعد التحليل من المستوى الثاني في تحليل مسار الاتجاهات البحثية السابقة والتوصل إلى حقائق ونتائج محددة، وهو ما يوفر رؤية أوضح لمسار البحوث السابقة، ويتيح المجال لتحقيق رؤى مستقبلية للبحوث العربية في مجال المشاركة السياسية وعلاقتها باستخدام منصات التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

- تبرز الدراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية ودورها المتنامي في تشكيل السلوك السياسي للأفراد.
- تسعى هذه الدراسة إلى تقديم رؤى جديدة في مجال التواصل السياسي؛ حيث تسلط الضوء على الكيفية التي تؤثر بها المنصات الرقمية على أنماط المشاركة السياسية التقليدية.
- تسهم هذه الدراسة -في عصر تنمو فيه الحركات السياسية وتزدهر عبر الفضاء الإلكتروني- في تحديد الآليات التي من خلالها تعزز وسائل التواصل الاجتماعي قدرات المواطنين وتسهم في عمليات الحشد السياسي، كما تضخم من حضور الفئات المهمشة في المجال العام.
- تسلط هذه الدراسة الضوء على تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على العمليات الديمقراطية، مع دراسة الفرص والتحديات في إطار تحول النقاش السياسي تدريجياً إلى المجال الرقمي.

- تقدم هذه الدراسة تحليلاً يمكن أن يفيد صانعي السياسات والمخططين السياسيين والأكاديميين في الطبيعة المتغيرة للمشاركة السياسية بالعصر الرقمي، وهو ما يوفر مزيداً من الاستكشافات للتأثيرات المتبادلة للتكنولوجيا الرقمية في تشكيل الفضاء العام والممارسات السياسية.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهدافها فيما يلي:

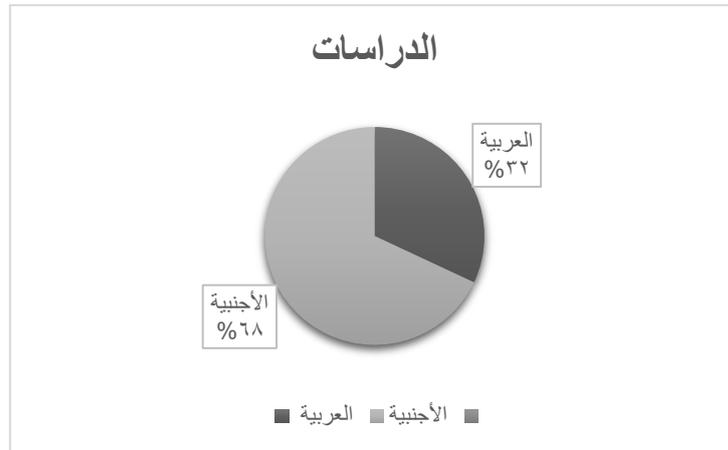
- تحليل المجالات البحثية والأطر النظرية والمنهجية للدراسات الحديثة حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية على ضوء تطور الإعلام الجديد.
- إجراء مقارنة منهجية بين الاتجاهات البحثية والأطر النظرية والمنهجية في الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالمشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- صياغة أجندة بحثية مستقبلية للدراسات في مجال المشاركة السياسية وشبكات التواصل الاجتماعي، والتي يتم استخلاصها من نتائج التحليل النقدي للدراسات بهدف توجيه البحوث التالية نحو سد الفجوات النظرية والمنهجية القائمة.

منهج الدراسة:

تنتمي الدراسة للدراسات الكيفية من المستوى الثاني Meta-analysis لإجراء تحليل نقدي للدراسات العربية والأجنبية الحديثة حول المشاركة السياسية في ضوء تطور الإعلام الجديد.

عينة الدراسة:

تنتمي عينة الدراسة إلى العينة المتاحة من الأبحاث والدراسات التي تم نشرها في الفترة من (٢٠١٥-٢٠٢٤م) وحلت الباحثة ١٢٠ دراسةً من بينها ٤١ دراسةً عربيةً و٧٩ دراسةً أجنبيةً، كما هو موضح في شكل رقم (١).



شكل (١)
عينة الدراسة

نوع الدراسة من حيث بيئة إجرائها:

حرصت الباحثة على أن تشمل عينة الدراسة مدارس فكرية متنوعة، وهو ما يتيح إجراء مقارنات منهجية تساعد في فهم فلسفة كل مدرسة؛ من حيث موضوعاتها وأدواتها وأساليبها البحثية وأطرها النظرية ومنهجيتها المستقلة، بما يسهم في تقديم رؤية تحليلية شاملة.. ويوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة وفقاً للمدارس الفكرية المختلف:

جدول (١)
بيئة إجرائ الدراسة

النسبة	التكرار	المدرسة
٣٤.١%	٤١	العربية
٢٢.٥%	٢٧	الأوربية
٢٢.٥%	٢٧	الأمريكية
١٦.٥%	٢٠	الآسيوية
٤.٢%	٥	الإفريقية
١٠٠%	١٢٠	المجموع

يعكس هذا التوزيع حضوراً قوياً للمدارس العربية والأمريكية والأوربية، مقابل تمثيل محدود للمدارس الإفريقية والآسيوية؛ حيث احتلت الدراسات العربية مرتبة الصدارة بمجموع تكرارات ٤١ ونسبة ٣٤.١%، وهو ما يمكن إرجاعه إلى الأحداث الأخيرة التي شاهدها المنطقة العربية من ثورات شعبية وحراك سياسي لم تشهده من قبل.. تلتها في الترتيب الدراسات الأمريكية والأوربية بالتساوي بنسبة ٢٢.٥%، ثم الدراسات الآسيوية في المرتبة الرابعة بنسبة ١٦.١%، أما الدراسات الإفريقية فقد جاءت في الترتيب الأخير وبفارق نسبي كبير ٤.٢%، الأمر الذي يعكس ضعف التمثيل البحثي في هذا الحقل بالمدرسة الإفريقية.

أنواع الدراسات من حيث وعاء النشر:

حرصت الباحثة على تنوع الوعاء العلمي الذي تتضمنه العينة بين رسائل دكتوراه وماجستير ومجلات علمية ومؤتمرات وكتب، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢)
نوع الوعاء العلمي

النسبة	التكرار	نوع الوعاء العلمي
٨٠.٨%	٩٧	مجلات علمية
٣.٨%	١٠	رسائل دكتوراه
١.٦%	٢	كتب
١.٤%	٥	مؤتمرات
١.٤%	٥	ماجستير
٠.٨%	١	تقارير
١٠٠.٠%	١٢٠	مجموع

- تشير قراءة الجدول إلى تفوق المجالات العلمية عن سائر المصادر العلمية التي تم تحليلها بنسبة ٨٠.٨%، في المقابل جاءت رسائل الدكتوراه بنسبة ٨.٨%، تليها رسائل الماجستير بنسبة ٤.٠%، كما أظهرت النتائج تمثيلاً ضئيلاً للكتب والتقارير من حيث التكرار بنسب (١.٦% و ٠.٨% على التوالي).

أسلوب جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في جمع البحوث الخاصة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية على قواعد البيانات الآتية على شبكة الإنترنت:

جدول (٣)
مصادر البيانات

المصادر الأجنبية	المصادر العربية
Wiley, SAGE Publications, ProQuest. Google Scholar, Scopus, Academia, Emerald, .Research Gate	قاعدة بيانات الدوريات المصرية والعربية بينك المعرفة المصري EKB Journals اتحاد مكنتبات الجامعات المصرية، دار المنظومة، المنهل، مواقع المجالات العلمية المحكمة والمعنية بالمجال الإعلامي.

وللتوصل إلى البحوث الخاصة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التفاعل السياسي تم الاستعانة بمجموعة من الكلمات المفتاحية Key Words كما يلي:

Social media	وسائل التواصل الاجتماعي
Political participation	المشاركة السياسية
Political Mobilization	الحراك السياسي
Civic engagement	المشاركة المدنية
Electronic democracy	الديمقراطية الإلكترونية
Digital media	وسائل الإعلام الرقمي
New media	الإعلام الجديد
Digital platforms	المنصات الرقمية

كما استخدمت الباحثة صحيفة تحليل المضمون؛ بهدف التحليل الكمي لهذه البحوث والوقوف على أهم المؤشرات الكمية المهمة التي تساعدها في التحليل الكيفي، وقد تضمنت هذه الصحيفة عددا من الفئات على النحو التالي:

- فئة اللغة المستخدمة في البحوث	- فئة سنة النشر
- فئة الأطر الجغرافية للبحوث	- فئة الموضوعات البحثية
- فئة الأطر النظرية	- فئة نوع البحوث
- فئة نوع المناهج	- فئة أدوات جمع البيانات
- فئة العينات	- فئة مجتمع البحوث

محاور الدراسات:

بمراجعة الدراسات الحديثة في مجال الدراسة؛ لاحظت الباحثة احتواءه على العديد من القضايا البحثية الفرعية؛ ولذلك رأت ضرورة تقسيمه إلى ستة محاور فرعية، يتناول كل منها عددا من الدراسات يرتبط باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية على النحو التالي:

جدول (٤)

محاور المتغيرات في الدراسات

النسبة %	العدد	محاور المتغيرات في الدراسات
٣٨.٣	٤٦	الاتجاهات الحديثة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وفقاً للمتغيرات السياسية
٣٢.٥	٣٩	الاتجاهات الحديثة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية
١٢.٥	١٥	الاتجاهات الحديثة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وفقاً للمتغيرات الاجتماعية
٨.٣	١٠	الاتجاهات الحديثة للمتغيرات التكنولوجية لمواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في المشاركة السياسية
٥.٨	٧	الاتجاهات الحديثة في استخدام الجهات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية
٢.٥	٣	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وفقاً للمتغيرات النفسية
%١٠٠	١٢٠	الإجمالي

يتناول الجدول السابق ستة محاور رئيسية تم استخلاصها من تحليل الدراسات المتعلقة بالاتجاهات الحديثة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية.. يوضح التحليل التالي كل محور وما يعكسه من مؤشرات ودلالات:

- المتغيرات السياسية: تصدر هذا المحور قائمة اهتمام الباحثين بنسبة (٣٨.٣%)، الأمر الذي يعكس اهتماما كبيرا من قبل الباحثين بفهم المحددات السياسية المباشرة التي تؤثر أو تتأثر بالمشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ودورها في تعزيز الشفافية وخلق فضاءات خطاب بديلة وحشد الناخبين.

- المتغيرات الديموغرافية: يعكس هذا المحور اهتماما واضحا بدراسة الفروقات بين الفئات العمرية، الجنس، الانتماءات العرقية فيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي وبلغت نسبته ٣٢% من إجمالي الدراسات محل التحليل، ويظهر هذا التوجه أهمية فهم سلوك المستخدمين عبر

مختلف الفئات، ومدى تأثرهم بأنماط المحتوى السياسي، ودور الخصائص الديموغرافية في تحديد مستوى التفاعل السياسي على المنصات الرقمية.

- **المتغيرات الاجتماعية:** احتلت نسبة ١٢,٥%، وتناولت العوامل الاجتماعية المؤثرة في المشاركة السياسية مثل: التفاعل المجتمعي، النشاط الجماعي، تأثير الحركات الاجتماعية التي تنشط عبر منصات التواصل.. تظهر النتائج مستوى اهتمام متوسطاً لهذا الجانب، وهو ما يستدعي مزيداً من الدراسات حول كيفية تشكل المجتمعات الرقمية، وآليات التأثير المتبادل بين المستخدمين، ومدى فاعلية الحركات الافتراضية في تحقيق تغيير سياسي ملموس.

- **المتغيرات التكنولوجية:** بلغت الدراسات التي ركزت على الجانب التقني ٨,٣%، وتناولت الأبعاد التقنية بالتركيز على (الخوارزميات، التحليلات) ودورها في تحفيز المشاركة السياسية.. وعلى الرغم من أهمية هذا المحور؛ فإنه بحاجة إلى اهتمام أكبر من جانب الباحثين، وربما يرجع الأمر إلى وجود تحديات في التوصل إلى بيانات المنصات الرقمية أو صعوبة قياس تأثيراتها بشكل مباشر على السلوك السياسي، بالإضافة لإشكاليات تزييف المعلومات.

- **الجهات الرسمية:** لم تتجاوز نسبة الدراسات التي تناولت استخدام الجهات الحكومية والرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي لتفعيل مشاركة المواطنين السياسية الـ ٤,٨%، وتكشف هذه النسبة عن فجوة بحثية كبيرة في دراسة كيفية استخدام الحكومات والهيئات الرسمية منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز المشاركة السياسية، وعلى الرغم من أن هذه المنصات باتت أدوات رئيسة في التواصل الحكومي فإن الدراسات التي تتناول استراتيجيات الجهات الرسمية تظل محدودة، ويمكن أن يقدم فهم آليات التفاعل بين المواطنين والحكومات عبر الفضاء الرقمي رؤى مهمة حول التحول الرقمي في الحكم ومستويات الشفافية وفاعلية الخطاب الرسمي في تحقيق مشاركة سياسية.

- **المتغيرات النفسية:** جاءت في المرتبة الأخيرة وبنسبة منخفضة ٢,٥%، وهو ما يشير إلى نقص الدراسات التي تتناول الجوانب النفسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في السياسة، رغم أن هذه العوامل ك(الدوافع الشخصية، التحفيز، تشكيل الهوية السياسية، الشعور بالكفاءة الذاتية) تؤدي دوراً كبيراً في تحديد مدى تفاعل الأفراد مع المحتوى السياسي، وهو ما يؤكد الحاجة إلى مزيد من الدراسات التي تبحث في دور بيئة المنصات الرقمية على الانفعالات السياسية والمرجعيات الأيديولوجية للأفراد.

أولاً: العرض التحليلي للدراسات التي تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة

السياسية وفقاً لمحاور المتغيرات في الدراسات

المحور الأول: الاتجاهات الحديثة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وفقاً للمتغيرات السياسية.

جدول (٥)

م	المؤلف	البلد	هدف الدراسة	المنهج والأداة	العينة	الإطار النظري
١	Boulianne, S., Copeland, L., & Koc-Michalska, K 2024	المملكة المتحدة	تهدف الدراسة إلى فحص العلاقة بين استخدام الوسائط الرقمية والاستهلاك السياسي في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وفرنسا.	مسح، استقصاء	تتكون من ٩٢٨٤ مفردة	لا يوجد
٢	, D. S. Lane-Overbye-Thompson, H, &Gagrčin,E (2024).	الولايات المتحدة الأمريكية	تبحث هذه الدراسة في كيفية تأطير وسائل الإعلام الإخبارية الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي كتقنيات سياسية بين عامي ٢٠٠٦، ٢٠٢١م	مسح - تحليل المحتوى	تحليل القصص الإخبارية من عام ٢٠٠٦-٢٠٢١ صفحة ٨٢١٨ إذاعات ٦٠٦٤	نظرية الأطر
٣	Kurniawan, W., Arham,M.,& Muluk, H (2024)	إندونيسيا	تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية والمجتمعية، باستخدام أساليب البحث النوعي.	تحليل من المستوى الثاني	16دراسة علمية	لا يوجد
٤	القضاة، محمد علي ٢٠٢٤م	مصر	تسعى الدراسة للوقوف على الرؤية المستقبلية البحثية لتناول شبكات التواصل الاجتماعي لقضايا المجتمع وتشكيل الرأي العام من خلال تحليل نتائج الدراسات السابقة التي ترتبط بالإعلام الرقمي وتشكيل الرأي العام والمنشورة بين عامي ٢٠١٥ و٢٠٢٣	تحليل من المستوى الثاني	بدون عينة	لا يوجد
٥	م.م علاء ازوير ضميد السراي ٢٠٢٤	العراق	تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على وظيفة الصحافة الإلكترونية، وخصائصها، وأساليبها، في تعزيز وعي الجمهور بأهمية التصويت الفعال في انتخابات مجالس المحافظات بالعراق	مسح، استقصاء	٤٠ أستاذًا جامعيًا في الإعلام	لا يوجد

لا يوجد	بحث وثائقي	تحليل من المستوى الثاني	تبحث الدراسة في تأثير الوصول إلى الإنترنت في عدم المساواة في المشاركة المدنية عبر ١١١ دولة، كما تبحث في كيفية تشكيل حرية الصحافة وتدخل الحكومة في تعزيز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كعوامل سباقية لدور الإنترنت في عدم المساواة في المشاركة المدنية.	الولايات المتحدة الأمريكية	SAIFUDDIN, AHMED	٦
لا يوجد	٢٠٠٠ مواطن كيني	مسح، استقصاء	تبحث الدراسة فيما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من مشاركة الأفراد السياسية أم لا؟	كينيا	Kipkoech, G 2023	٧
لا يوجد	عينة مكونة من ٥٥٩ مفردة	مسح، استقصاء	تبحث الدراسة التأثيرات السياسية للمحتوى الموجه للترفيه على وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك تفاعله مع التعرض لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي السياسي؛ بناءً على التمييز بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي السياسية والترفيهية.	فيينا	Matthes, J., Heiss, R., & van Scharrel, H 2023	٨
لا يوجد	٧٦٤ من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي	مسح، استقصاء	تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤل التالي: هل وسائل التواصل الاجتماعي غير السياسية الموجهة للترفيه تضعف من المشاركات السياسية؟	النمسا	Matthes, J., Heiss, R., & van Scharrel, H. 2023	٩
لا يوجد	١٢٥٢ عينةً حصريةً من السنغافوريين	مسح، استقصاء	تبحث هذه الدراسة في دور التعرض للأخبار العرضية على وسائل التواصل الاجتماعي في الفجوات التشاركية المدفوعة بالمصلحة السياسية في سنغافورة.	سنغافورة	Ahmed, S., & Gil-Lopez, T 2022	١٠
نظرية وضع الأجندة	٢.٧٨ مليون مقال نُشر في ٨٤ صحيفة، و٦٥٠٠ تغريدة نُشرت على حسابات حزبية رسمية، و٢١٠.٠٠٠ تغريدة نشرها سياسيون	مسح، تحليل المحتوى	تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤل التالي: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحديد الأجندة السياسية؟	سويسرا	Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. 2022	١١

لا يوجد	عينة مكونة من ٧٢٥ مواطنًا أمريكيًا	مسح، استقصاء	تختبر هذه الدراسة نموذجًا نظريًا؛ حيث تحفز ملاحظة الأنشطة السياسية للأخريين على وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمين أنفسهم لنمذجة سلوكيات سياسية مماثلة، وهو ما يُعزز المشاركة السياسية خارج الإنترنت.	الولايات المتحدة الأمريكية	Kim, D. H., & Ellison, N. B. 2022	١٢
لا يوجد	٨٤٣٩ كوريًا بالغًا	مسح، استقصاء	هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العلاقات بين الاستخدامات المختلفة لوسائل الإنترنت والمشاركة السياسية، مع التركيز على سلوكيات المعلومات السياسية، بما في ذلك البحث عن المعلومات السياسية وإرسالها.	كوريا	Kim, J., & Kim, Y 2022	١٣
لا يوجد	٤٨٢	مسح، استقصاء	تدرس هذه الدراسة العوامل المتعلقة بالتعبير السياسي للميمات على الإنترنت.	ألمانيا	Johann, M. 2022	١٤
نظرية التسويق السياسي نظرية المجال	تعليقات قراء صفحتي مرشحي الرئاسة ٢٠١٨	مسح، تحليل مضمون	تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي للشخصية السياسية في مصر، من خلال عمل دراسة تحليلية لصفحتي مرشحي الرئاسة المصرية ٢٠١٨	مصر	عصام مشهور، لينا ٢٠٢٢	١٥
لا يوجد	٤٠٠ شاب من الجنسين	مسح، استقصاء	تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم أشكال المشاركة السياسية عبر استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (فيس بوك) للشباب بمدينة "أم البواقي".	الجزائر	سعو، مصطفى ٢٠٢٢م	١٦
لا يوجد	٥٣٤ منشورًا و٣٧٩٨٨٠ تعليقًا على الفيس بوك	مسح، تحليل محتوى	فحص استجابات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحليل ٥٣٤ منشورًا و٣٧٩٨٨٠ تعليقًا على صفحات Facebook الخاصة بثلاثة مرشحين من خلال انتخابات الرئيس التنفيذي لهونج كونج عام ٢٠١٧م.	هونج كونج	Lam, S. Y. B., Cheung, M. F. M., & Lo, W. H. 2021	١٧
لا يوجد	٤٧٨	مسح، استقصاء	فحص دور مجموعات الأخبار؛ لتحديد مدى فاعلية المعلومات السياسية لدى الناس.	كوريا الجنوبية	Oh, H. J., Lor, Z., & Choi, J 2021	١٨

لا يوجد	٢١١٤ نشطاً سياسياً في بلجيكا	مسح، استقصاء	تفحص مجموعة كبيرة ومتنوعة من الأنشطة التشاركية باستخدام بيانات من استطلاع عبر الإنترنت أجري بين ٢١١٤ فرداً نشطاً سياسياً في بلجيكا عام ٢٠١٧.	بلجيكا	Theocharis, Y., de Moor, J., & Van Deth, J. W 2021.	١٩
لا يوجد	بدون عينة	تحليل من المستوى الثاني	تفحص الدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام الرقمية والمشاركة في الحياة المدنية والسياسية لفترة ٢٠ عاماً من خلال تحليل من المستوى الثاني.	المملكة المتحدة	Boulianne, S 2020	٢٠
لا يوجد	٧٣٨ من مستخدمي الفيس بوك	مسح، تحليل محتوى	قدمت هذه الدراسة واختبرت نموذجاً نظرياً لفهم التعبير السياسي على الفيس بوك.	الولايات المتحدة الأمريكية	Ferrucci, P., Hopp, T., & Vargo, C. J 2020	٢١
نظرية الاتصال	٢٤٠٠ مفردة	مسح، استقصاء	تفحص هذه الدراسة تأثير استخدام المواطنين وسائل التواصل الاجتماعي للمشاركة السياسية والتعبير في الديمقراطيات النامية بإفريقيا، خاصةً أوغندا.	أوغندا	Kasadha, J. 2020	٢٢
لا يوجد	جمهور عام	مسح، استقصاء	هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي على انخراط الأفراد في الإقناع السياسي.	الولايات المتحدة الأمريكية	Kim, B., Barnidge, M., & Kim, 2020	٢٣
لا يوجد	٣٧٢٨ مواطنًا فنلنديًا	مسح، استقصاء	تبحث الدراسة في كيفية ارتباط تفضيل الحزب بالاستخدام السياسي للنشط لوسائل التواصل الاجتماعي.	فنلندا	Koiranen, I., Koivula, A., Saarinen, A., & Keipi, 2020	٢٤
لا يوجد	حسابات تويتر لثلاثة سياسيين روس، وثلاثة سياسيين بريطانيين	مسح، تحليل مضمون	تركز الدراسة على التنبؤ المتزايد لمواقع الشبكات الاجتماعية من قبل السياسيين في محاولة لتعزيز التواصل بشكل أفضل مع الجمهور.	المملكة المتحدة	Minaeva, L. 2020	٢٥
لا يوجد	صفحات المرشحين على فيس بوك وتويتر	مسح، تحليل مضمون	تبحث هذه الدراسة ما إذا كان المرشحون للانتخابات يتناولون الموضوعات الأكثر أهمية للجمهور العام أم لا، وإلى أي مدى يتشكل اتصالهم من خلال خصائص منصتي فيس بوك وتويتر بالتطبيق على الحملة الانتخابية الفيدرالية الألمانية لعام ٢٠١٣.	ألمانيا	Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M 2020	٢٦

وضع الأجندة	منشورات مواقع التواصل الاجتماعي	مسح، تحليل المحتوى	فحصت الدراسة الأجندة السياسية للنائب أكويلار ومنشوراته على وسائل التواصل الاجتماعي في خلال الفترة الزمنية من يناير ٢٠١٧ إلى أكتوبر ٢٠١٨م؛ لتحديد ما إذا كان النائب قد استخدم حسابه على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر أجندته السياسية أم لا.	الولايات المتحدة الأمريك ية	Vandivier, L 2020	٢٧
حارس البوابة	بدون عينة	ورقة بحثية	تهدف الدراسة إلى تقديم إطار نظري عن مفهوم الإعلام الجديد في علاقته بالمشاركة السياسية.	الجزائر	تنبيو، فاطمة الزهراء 2020	٢٨
نظرية وضع الأجندة نظرية ثراء الوسيلة	تحليل صفحات أحزاب جبهة التحرير الوطني، حركة مجتمع السلم، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة القوى الاشتراكية	مسح، تحليل محتوى	تهدف الدراسة إلى معرفة كيف توظف سياسياً شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الأحزاب السياسية الجزائرية، ومدى تأثير ذلك على المشاركة السياسية للجمهور.	الجزائر	نور الدين، دحمان ٢٠٢٠م	٢٩
لا يوجد	٦٥١.١١٦ تفريدة	مسح، تحليل مضمون	تحليل رسائل (تويتر) التي يُرسلها المشروع والجمهور من خلال الكونجرس الأمريكي رقم ١١٣.	الولايات المتحدة الأمريك ية	Barberá, P., Casas, A., Nagler, J., Egan, P. J., Bonneau, R 2019	٣٠
المشاركة المعرفية	٥٠٤ طلاب	مسح، استقصاء	تهدف هذه الورقة إلى التحقيق في ظاهرة المشاركة السياسية عبر الإنترنت في سياق ثقافي متقاطع من خلال تطبيق مفهوم نظرية المشاركة المعرفية.	ماليزيا، باكستان	Khan, M. Y., Javeed, A., Khan, M. J., Din, S. U., Khurshid, A., & Noor, 2019	٣١
لا يوجد	١٣٢٢ من السكان الدانماركيين	مسح، استقصاء	تحاول الدراسة الإجابة عن السؤال التالي: هل هناك علاقة بين زيادة استخدام الوسائط الرقمية وأنماط المشاركة السياسية المتغيرة؟	الدانمارك	Ohme, J. 2019	٣٢
لا يوجد	٣٨٠	مسح، استقصاء	معرفة قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على تفعيل دور المرأة في المشهد السياسي العراقي.	العراق	محمد عبد الله، جمعة ٢٠١٩م	٣٣

لا يوجد	لا يوجد	كتاب	يناقش الكتاب مفهوم المجال العام وشرعية السلطة السياسية؛ حيث باتت وسائل التواصل الاجتماعي أداة للمواطنين الذين يرغبون في إنتاج الأخبار.	إيطاليا	Alessandro Delfanti, Alessandro Delfanti 2018	٣٤
لا يوجد	عينة من الناخبين البريطانيين	مسح، استقصاء	يقدم هذا المقال رؤى حول القوى الدافعة التي تدعم أشكالاً جديدة من المشاركة السياسية؛ حيث تنتج التقنيات الرقمية فرصاً للمشاركة في مجموعة واسعة من الأنشطة ذات التوجه المدني.	المملكة المتحدة	Darren G. Lilleker 2018	٣٥
لا يوجد	عينة عنقودية بلغت ١١١٧ مفردة	مسح، استقصاء	تسعى هذه الدراسة إلى اختبار ما إذا كان الأفراد أكثر انفتاحاً على الإقناع السياسي أم لا، خاصةً إذا تعرضوا للخلاف السياسي أو ناقشوا السياسة بطريقة حضارية.	المملكة المتحدة	de Zuniga, H. G., Barnidge, M., & Diehl, T 2018	٣٦
لا يوجد	دراسات علمية	تحليل من المستوى الثاني	تهدف الدراسة إلى تقديم رؤى عن وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات السياسية حول العالم: التحديات النظرية والمنهجية.	الولايات المتحدة الأمريكية	Dimitrova, D. V., & Matthes, J. 2018	٣٧
لا يوجد	عينة تمثيلية من الناخبين في المملكة المتحدة	مسح، استقصاء	يقدم هذا المقال رؤى حول القوى الدافعة التي تدعم أشكالاً جديدة من المشاركة السياسية.	المملكة المتحدة	Lilleker, D. G., & Koc- Michalska, K 2018	٣٨
نظرية جامسون	شباب من ١٨-٣٥ سنة	مسح، استقصاء	تكشف الدراسة التأثيرات الشرطية والتفاضلية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية التي تتحدى النخبة؛ كالاتماسات والمظاهرات والاحتجاجات.	الصين، هونج كونج، تايوان	Zhang, X., & Lin, W. Y 2018	٣٩
نظرية المجال العام	عينة غير احتمالية من الجمهور المصري	مسح، استقصاء	تهدف الدراسة الراهنة إلى الكشف عن أثر استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على تنمية المشاركة السياسية الرقمية فيما يخص الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨م.	مصر	رفاعي، ع. م. ع، & عبير محمد عباس ٢٠١٨م	٤٠
نظرية الاعتماد	٥٠ جمعية من مجتمع المدني	مسح، استقصاء	تهدف هذه الدراسة إلى إبراز اتجاهات الأفراد نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي السياسي، كذلك رصد مدى اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية.	الجزائر	زين، شبيبة، سهيلة، حمال، & صبرينة ٢٠١٨	٤١

نظرية المجال العام	عينة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية، والبالغ قوامها (٢٠٠) عضو	مسح، استقصاء	يهدف البحث إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الأكاديميين في الحراك الجماهيري المصري في الفترة من (٢٠١١-٢٠١٤م).	مصر	عثمان، صفا محمود ٢٠١٨م	٤٢
الاستخدامات والإشباعات	عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ من الجمهور المصري ممن لهم حق الانتخابات	مسح، استقصاء	تمثلت المشكلة البحثية للدراسة في التساؤل التالي: "ما معدلات تعرّض الجمهور المصري للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي؟ وما مدى تأثير ذلك على اتجاهاته نحو المشاركة السياسية بالتطبيق على المشاركة بالتصويت في انتخابات الرئاسة؟ ٢٠١٨م؟	مصر	نصر، وسام ٢٠١٨م	٤٣
لا يوجد	تغريدات تويتر	مسح، تحليل محتوى	تسلط هذه الدراسة الضوء على الطرائق التي يشكل بها التفاعل عبر الإنترنت السلوك خارج الإنترنت في أثناء الانتفاضات المدنية بالتطبيق على الثورة المصرية عام ٢٠١١م.	الولايات المتحدة الأمريكية	Wu, C., & Gerber, M. S 2017	٤٤
نظرية المجال العام	عينة عمدية مكونة من ٤٠٧ من الشباب المصري من ١٨ - ٤٠ عامًا	مسح، استقصاء	معرفة دور وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك ويوتيوب) في المشاركة السياسية للشباب المصري بانتخابات الرئاسة الأولى في أعقاب ثورة يناير ٢٠١١م.	مصر	مصطفى، ولاء يحيى ٢٠١٦م	٤٥
نموذج جون جاستل	تعليقات القراء على أربع صفحات تصدر بالجزائر	مسح، تحليل محتوى	تبحث هذه الدراسة في انتقال التنديد والاحتجاج السياسي الذي يتخذ تقليدياً شكل المظاهرات والاعتصامات ونحوهما، إلى الفضاء الرقمي بواسطة صفحات التواصل الاجتماعي.	الجزائر	Merah, A 2019	٤٦

من حيث موضوعات الدراسات وما توصلت إليه من نتائج:

تركز الدراسات على عدد من الموضوعات المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل السياسي، ومنها: التسويق السياسي عبر هذه الوسائل، لاسيما في إطار الحملات الانتخابية والترويج للشخصيات السياسية كما هو الحال في دراسة (عصام مشهور، لينا ٢٠٢٢م) و(نور الدين دحمان، ٢٠٢٠م)، وقد توصلتا إلى النتيجة نفسها وهي أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في خلق فضاءات واسعة النشر والتفاعلية بين المستخدمين والناخبين بغية الإقناع الانتخابي وكسب التأييد.

في حين اهتمت دراسات أخرى بالمشاركة السياسية الرقمية مثل دراسة (رفاعي، عباس، عبير) التي هدفت إلى فهم كيفية تعزيز وسائل التواصل الاجتماعي للمشاركة السياسية عبر الإنترنت مثل التصويت الرقمي والمناقشات العامة، وكشفت الدراسة عن أن الحملات الانتخابية على وسائل الإعلام الاجتماعي أسهمت في زيادة نسبة المشاركة في الانتخابات الرئاسية الواقعية. وتوصلت دراسة (م.علاء، ٢٠٢٤م) إلى وجود علاقة بين مواقع الصحف الإلكترونية على الفيسبوك ووظيفتها في توعية الناخبين بالمشاركة في التصويت.

كما اهتمت بعض الدراسات مثل دراسة "Merah, A" ودراسة Wu, C., & Gerber, M. S2017 بدور وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الاحتجاجات السياسية من الشارع إلى الفضاء الرقمي، خاصة في أوقات الثورات والانفضاض المدنية... وقدمت هذه الدراسات فهما وتفسيرا للعامل المحرك الذي يساعد على التنبؤ بالحركات الاحتجاجية المستقبلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ الأمر الذي يساعد صانعي القرار في التدخل بتغيير المسارات الاحتجاجية قبل وقوعها؛ إما بالردع أو التحفيز.

كما تناولت دراسات أخرى إسهام وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وزيادة الانخراط في القضايا العامة كما في دراسة (زين شبيرة، ٢٠١٨م) ودراسة (القضاة، محمي، ٢٠٠٤م).. أما دراسة (Boulianne, S, 2024)) فقد توصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين البحث عن المعلومات عبر المنصات الرقمية ومقاطعة استهلاك المنتجات لأسباب سياسية. وفي المقابل قدمت دراسة (Daniel S Lane, 2024)، تقييما شاملاً لكيفية تزويد وسائل الإعلام الأمريكية للجمهور بالأسس الأساسية لتشكيل تصوراتهم المعيارية لوسائل التواصل الاجتماعي خلال السنوات الست عشرة الأولى من عصرها، وتوصلت إلى أن تغطية وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت سلبية بشكل متزايد، وأخلاقية، وتركز على النخبة، ومنشغلة بالاستخدامات المضادة للمعايير (مثل التضليل الإعلامي).

فيما سلطت دراسات أخرى الضوء على كيفية تحديد وسائل التواصل الاجتماعي للأولويات السياسية، واستقطاب الجمهور حول القضايا السياسية مثل دراسة (Vandivier, L, 2020) و(Gilardi, 2022)، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن أجندة وسائل الإعلام التقليدية وأجندة التواصل الاجتماعي للأحزاب وأجندة التواصل الاجتماعي للشخصيات السياسية تؤثر على بعضها.

من حيث الأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات:

اعتمدت الدراسات على عدة أطر نظرية لتفسير الظواهر المدروسة، أبرزها: نظرية المجال العام التي وظفت في دراسة (رفاعي وعبير، ٢٠١٨م) لتحليل تأثير وسائل الإعلام الرقمية على النقاشات العامة والحوار السياسي، ونظرية وضع الأجندة التي تحلل كيفية تأثير الإعلام الرقمي على تحديد الأولويات السياسية للجمهور وصناع القرار كما في دراسة (Vandivier, 2020)، نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفسر كيفية استهلاك الجمهور للمحتوى السياسي عبر منصات التواصل وتأثيره على سلوكهم الانتخابي كما في دراسة (نصر، وسام، ٢٠١٨م)، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تفحص مدى اعتماد الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية مثل دراسة (زين، شبيرة، سهيلة، ٢٠١٨م)، نظرية الاتصال التي تركز على تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الأفراد السياسي مثل دراسة (Kasadha, 2020)، نظرية التسويق السياسي المستخدمة في تفسير آليات الترويج للحملات الانتخابية والمرشحين السياسيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي كما هو الحال في دراسة (عصام مشهور، لينا، ٢٠٢٢م).

من حيث العينات وأحجامها:

تباينت أحجام العينات المستخدمة في الدراسات وفقاً لطبيعة الدراسة وأهدافها، وهو ما يعكس تنوعاً في المنهجيات البحثية والميدانية، فقد قدمت عدة دراسات رؤى شاملة باستخدام عينات كبيرة الحجم ومتنوعة مثل دراسة (Koiranen, I, 2020) في فنلندا، والتي شملت ٣٧٢٢٨ مفردة، ودراسة (Kim, 2022) في كوريا التي ضمت ٨٤٣٩ مشاركا... ومن ناحية أخرى، اعتمدت بعض الدراسات على عينات متوسطة الحجم كدراسة "وسام نصر" التي تكونت من ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري، ودراسة "Tahat, D. N." التي اشتملت على ٣٩٨ مواطناً أردنياً، فيما استخدمت دراسات أخرى عينات صغيرة الحجم أو مركزة مثل دراسة (Vandivier, L, 2020) التي ركزت على منشورات سياسية محددة، ودراسة "Merah, A" التي حلت تعليقات قراء صفحات جزائرية، في حين ظهرت دراسات تحليلية بدون عينة اعتمدت على التحليل التلوي للبيانات المستخلصة من دراسات أخرى كما في دراستي كل من (Boulianne, S., 2020) و (Kurniawan, W., Arham, M., & Muluk, H. 2024).

المحور الثاني: الاتجاهات الحديثة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول (٦)

م	المؤلف	البلد	هدف الدراسة	المنهج والأداة	العينة	الإطار النظري
١	Saumer,M., Maikovska,K. A , & ČepelovaA. Matthes,J. (2024).	إنجلترا	تهدف الدراسة إلى تحليل تأثير الخطاب العدائي على نوايا المشاركة السياسية.	مسح - استقصاء	٢٩٧ شابًا بريطانيًا تتراوح أعمارهم بين ١٦ و٢٦ عامًا	لا يوجد
٢	Tan.J.J ,2024	ماليزيا	استعرضت هذه الدراسة تأثير استخدام المعلومات السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى المعرفة السياسية، ومدى الفعالية السياسية، وأنماط المشاركة السياسية المختلفة بالنسبة لجيل الإنترنت	مسح، استقصاء	379 طالبًا ماليزيًا تتراوح أعمارهم بين ١٨ و٢٤ عامًا	لا يوجد
٣	ZhangY., TianZ., ZhouZ., HuangJ., & Zhu, A. Y. F 2024	هونغ كونج	تحليل مجموعة بيانات ثلاثية الموجات تم جمعها من عينة تمثيلية من شباب هونغ كونج؛ لتقييم الدور الذي تؤديه نية استهلاك الأخبار عبر الشبكات الاجتماعية الشخصية في التنبؤ بالثقة السياسية.	مسح، استقصاء	٢١٦ شابًا	لا يوجد
٤	Alodat, A. M., Al-Qora'n, L. F., & Abu Hamoud, M 2023	الأردن	يبحث هذا البحث التأثير المعتدل للعوامل الديموغرافية على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية بين الشباب الأردني.	مسح، استقصاء	٣٤٣ شابًا أردنيًا	نظرية التعبئة
٥	Lonkila, M., & Jokivuori, P 2023	فنلندا	تدرس هذه الدراسة أنواع ومدى انتشار المشاركة المدنية والسياسية للطلاب الفنلنديين عبر الإنترنت مثل النشر أو التعليق أو المشاركة أو الإعجاب بمنشورات وسائل التواصل الاجتماعي.	مسح، استقصاء	١٩٤ طالبًا جامعيًا	لا يوجد
٦	Zyad, H 2023	المغرب	تقارن هذه الدراسة بين المشاركة المدنية لطلاب الكليات المغربية من خلال	مسح، استقصاء	٢١٥ طالبًا جامعيًا	لا يوجد

			العمليات الرسمية والشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت، فضلاً عن التنبؤ بمستويات مشاركتهم بناءً على خصائصهم الديموغرافية ومتغيرات التوجه السياسي.			
الاتصال الحواري	صفحة منتدى شباب العالم صفحة المؤتمر الوطني للشباب الموقع الإلكتروني لمنتدى شباب العالم	مسح، مجموعة نقاش مركزة، تحليل محتوى	سعت الدراسة إلى رصد وتوصيف وتحليل فاعلية المنصات الإلكترونية في تسويق الأحداث الخاصة لمؤسسة الرئاسة المصرية وعلاقتها بتوجهات الشباب نحوها.	مصر	أبو العلا، سلوى ٢٠٢٣م	٧
نظرية التوقعات الاجتماعية نظرية المجال العام	٤٠٠ مفردة من ١٨ - ٢٥ عاماً	مسح، استقصاء	علاقة تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمي ببناء تصوراتهم وتوقعاتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي.	مصر	محمد شفيق، هبة ٢٠٢٣م	٨
نظرية المجال العام	٣٨٠ شأباً نيجيريا	مسح، استقصاء	تبحث الدراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية بين الشباب في جنوب شرق نيجيريا من خلال الانتخابات العامة ٢٠١٥-٢٠١٩م.	نيجيريا	Abdulrasheed Abdulyakeen, Yusuf Abdu Yusuf 2022	٩
لا يوجد	١١٥ شأباً	مسح، استقصاء	فحصت الدراسة السؤال البحثي التالي: ما الدوافع والقيود (إن وجدت) التي تشكل المشاركة السياسية بين الشباب التونسي بعد الثورة؟	تونس	Mansouri.F 2022	١٠
لا يوجد	٣٤٢ مشاركاً من أصل هندي من مواطني الولايات المتحدة	مسح، استقصاء	فحص العلاقة بين استخدام الإنترنت والمشاركة السياسية، وكذلك أنماط القيادة المتصورة للرئيسين الأمريكيين السابقين باراك أوباما ودونالد جيه ترامب من قبل الأمريكيين الهنود من جنوب آسيا في جميع أنحاء الولايات المتحدة.	الولايات المتحدة الأمريكية	Caesar, J. C 2022	١١
لا يوجد	بدون عينة	منهج مقارنة	تتعرض هذه الدراسة أن	النمسا	.Matthes, J	١٢

			استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يثبط المشاركة السياسية بشكل كبير؛ لأن الشباب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام في أغراض غير سياسية، وهو ما يشتت الانتباه بدلاً من التعيين.		2022	
المجال العام	٤٠٠ شابٍ مصريّ	مسح، استقصاء	استهدفت الدراسة معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري، والوقوف على أبرز القضايا التي يحرص الشباب على متابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.	مصر	توفيق، كريمة كمال عبد اللطيف ٢٠٢٢م	١٣
لا يوجد	عينة من بيانات المؤشر العربي	مسح، استقصاء	تركز هذه الورقة على قياس الفجوة الرقمية ومدى تأثيرها في المشاركة السياسية على مجموعة من الدول العربية، وتهدف إلى تقييم الدور الذي تؤديه المحددات الديموغرافية والسوسيو-اقتصادية في الحد من الوصول إلى الإنترنت.	قطر	رائق، هشام ٢٠٢٢م	١٤
نظرية الاستخدامات والإشباع	٢٠٠ طالب	مسح، استقصاء	تهدف الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بالمشاركة السياسية.	الجزائر	طرافي اقويدر، لسلنت رابحدو ٢٠٢٢م	١٥
لا يوجد	١٠٦ دراسات	تحليل من المستوى الثاني	تستخدم هذه الدراسة تقنيات التحليل من المستوى الثاني لتلخيص النتائج من ١٠٦ دراسات قائمة على المسح (٩٦٥ مُعاملاً) حول الشباب واستخدام وسائل الإعلام الرقمية والمشاركة في الحياة المدنية والسياسية.	ألمانيا	Boulianne, S., & Theocharis, Y. 2020	١٦
لا توجد	عينة من طلبة جامعة الأنبار، قوامها (٢٠٠) مبحوث	مسح، استقصاء	الكشف عن شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في القضايا السياسية ومدى مُلاءمتها	العراق	إبراهيم غزاي، جمال ٢٠٢٠م	١٧

			للشباب الجامعي.			
نظرية الاستخدام والإشباعات نظرية البنائية الوظيفية	٤٣٠ طالباً جامعياً	مسح، استقصاء	تمحورت إشكالية الدراسة في طرح السؤال الرئيس التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الطالب الجامعي على المشاركة السياسية؟	الجزائر	بوعسيلة، بلجودي، وردة، خيرى، & نبيل ٢٠٢٠م	١٨
نظرية الاستخدامات والإشباعات	٤٢ طالباً	مسح، استقصاء	الكشف عن مدى توظيف الأحزاب السياسية مواقع التواصل الاجتماعي في حملاتها الانتخابية؛ للتأثير على السلوك الانتخابي لدى طلبة قسم الحقوق والعلوم السياسية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.	الجزائر	تومي، فضيلة بن مالك، عبد الرزاق بقي، جمال ٢٠٢٠م	١٩
نظرية الاستخدامات والإشباعات	عينة قصدية مكونة من ٣٨ مفردة	مسح، استقصاء	حاولت الدراسة الإجابة عن التساؤل التالي: - ما الدوافع والإشباعات من استخدام الطلبة للفيس بوك في فترة الحراك السياسي الجزائري؟	الجزائر	طايبي، روفيدة، دربال، شاهيناز، بوعزيز، & زهير زوهي ٢٠٢٠م	٢٠
نظرية المجال العام	٤٠٠ طالب من جامعتي المنيا وعين شمس	مسح، استقصاء	تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاغتراب السياسي لدى أهم فئات المجتمع على الإطلاق، وهي فئة الشباب الجامعي، سواء بالزيادة أو بالنقصان.	مصر	صالح، هبة الله السيد ٢٠٢٠م	٢١
لا يوجد	٥١٤ مستجيباً تركياً هولندياً من مختلف الأعمار والمهن ومستويات التعليم والمواقع في هولندا	مسح، استقصاء	يتناول هذا البحث مدى تأثير استخدام المستهلكين المهاجرين لمواقع التواصل الاجتماعي على تنشئتهم الاجتماعية ومشاركتهم السياسية في هولندا.	هولندا	Kizgin, H., Jamal, A., Dwivedi, Y., & Weerakkody, V 2019	٢٢
لا يوجد	(ن = ٢٠٠) طالب وطالبة جامعيين وخريجين في جامعة ناروال، باكستان	مسح، استقصاء	تبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير الأنشطة السياسية عبر الإنترنت على الفاعلية والمشاركة السياسيّين في الحياة الواقعية بين طلاب الجامعات في المناطق الريفية بباكستان.	باكستان	Taufiq Ahmad 2019	٢٣

نظرية الاستخدامات والإشباعات نظرية البنائية الوظيفية	١٠٠ طالب	مسح، استقصاء	تتمحور إشكالية الدراسة في إمكانية تحول مواقع التواصل الاجتماعي إلى مساحة تُعزز المشاركة السياسية للطلاب الجامعي.	الجزائر	خنوس، & خولة، ٢٠١٩م	٢٤
لا يوجد	عينة من طلاب بسكرة، جامعة الجزائر	مسح، استقصاء	المشاركة السياسية للشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	الجزائر	عطية، حدة ٢٠١٩م	٢٥
لا يوجد	٢٣٤٣ مفردة في عام ٢٠١٣م ١٠٣٣ مفردة في عام ٢٠١٥م	مسح، استقصاء	تهدف الدراسة إلى تحليل البيانات المجمع من موجتين من مسح المشاركة السياسية للشباب، وهي عينة تمثل الشباب على المستوى الوطني في الولايات المتحدة.	الولايات المتحدة الأمريكية	Kahne, J., & Bowyer, B. 2018	٢٦
نظرية الاعتماد	١٢٣ مفردة	مسح، استقصاء	تأثيرات مدونات اليوتيوب على المشاركة السياسية للطلاب الجامعي.	الجزائر	صاولي، عدنان ٢٠١٨م	٢٧
نظرية المشاركة الإعلامية الديمقراطية	٤٠٠ مفردة من محافظتي القاهرة والشرقية	مسح، استقصاء	دراسة العلاقة بين تعرض الشباب للحملات الإعلامية (حملات التسويق والتوعية) للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨ بوسائل الإعلام في تشكيل معارف وسلوكيات الشباب نحو المشاركة السياسية في الانتخابات.	مصر	عبد الحليم، محمود محمد ٢٠١٨م	٢٨
نموذج التأثيرات والاستخدامات	٤٠٠ شاب مصري في نطاق القاهرة	مسح، استقصاء	هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب المصري من خلال الاستفتاء على دستور (٢٠١٤م).	مصر	عثمان، صفا محمود ٢٠١٨م	٢٩
لا يوجد	٢٣ مرافقاً تتراوح أعمارهم بين ١٣ و ١٧	مسح، جماعات نقاش مركزية	تبحث هذه الدراسة المعلومات والممارسات السياسية التشاركية للشباب المُمهّسين من خلال أربع مجموعات مركزية تضم ٢٣ مرافقاً (تتراوح أعمارهم بين ١٣ و ١٧ عاماً).	الولايات المتحدة الأمريكية	Kasai, A., & Kitzie, V. ٢٠١٧م	٣١

لا يوجد	٤٠ طالبًا من المدارس والجامعات	مقابلات متعمقة	تهدف الدراسة إلى معرفة دور الدعم المؤسسي والعلاقات الشبكية في إطار شبكات التواصل الرقمي في التعبئة.	الولايات المتحدة الأمريكية	Thomas V. Maher 2017	٣٢
لا يوجد	٤٥ شابًا مصريًا من مستخدمي مواقع التواصل	مسح، استقصاء	هدفت الدراسة إلى رصد معدل تعرض الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى المشاركة السياسية.	مصر	المهدي، أماني 2017	٣٣
لا يوجد	اختيار عينة عمدية من جميع الشباب أعضاء برلمان الشباب، والذين بلغ عددهم ١٤٤ عضوًا من الذكور والإناث، بمحافظة الإسكندرية	مسح، استقصاء	معرفة دور المجتمع الافتراضي في الحراك السياسي للشباب من خلال الأبعاد المرتبطة بتنمية الوعي السياسي للشباب وتفعيل المشاركة السياسية لهم وتنمية قيم المواطنة لديهم.	مصر	حلاوة، م.، & محمد. ٢٠١٧م	٣٤
نظرية الاستخدامات والإشباع	عينة عشوائية غير منتظمة مكونة من ٤٠٠ شاب مغربي	مسح، استقصاء	هدفت الدراسة إلى معرفة استخدامات الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الجماعية والجهوية التي شهدتها المغرب في سبتمبر ٢٠١٥م.	المغرب	رضوان قطبي، ٢٠١٧م	٣٥
لا يوجد	١٩٤ طالبًا وطالبة	مسح، استقصاء	تهدف الدراسة إلى معرفة كيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وشبكة الفيس بوك بصفة خاصة على المشاركة الانتخابية، ومعرفة آراء طلاب جامعة قاصدي حول المشاركة الانتخابية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	الجزائر	عرفة، & مسعودة، ٢٠١٧م	٣٦
نظرية الاعتماد	٣٩٠ طالبًا جامعيًا من جامعات سيناء، الأزهر، القاهرة،	مسح، استقصاء	يسعى هذا البحث إلى دراسة الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية لطلاب الجامعات	مصر	عامر، علا عبد القوي ٢٠١٦م	٣٧

	أكاديمية الفنون		المصرية؛ بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥م.			
لا يوجد	عينتان قوامهما ٥٠٠ و ٦٠٠	مسح، استقصاء	هدفت هذه الدراسة إلى بحث العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية بانتخابات رئاسة الجمهورية لعام ٢٠١٢م في مصر، وذلك بالتركيز على فئة الشباب (من سن ١٨ إلى ٣٥ عامًا).	الأردن	عبد العزيز، علي حسن ٢٠١٦م	٣٨
لا يوجد	عينة عشوائية من ٨٠٠ امرأة كويتية	مسح، استقصاء	تبحث الدراسة سلوك استخدام وسائل الإعلام الرقمية للنساء وعلاقته بكل من مشاركتهن السياسية عبر الإنترنت وخارجها ومستوى تعرّضهن للمعلومات السياسية عبر الإنترنت.	الكويت	AlSalem.F 2015	٣٩

من حيث الموضوعات وما توصلت إليه من نتائج:

وفقاً لمعطيات الجدول الحالي؛ فقد ركزت الدراسات على عدة موضوعات رئيسة أبرزها دور المنصات الرقمية كأدوات لتعبئة المشاركة السياسية خاصة بين فئات الشباب كما جاء في دراسات (Maher, 2019)، و(ناغار-أورتيجا، ٢٠٢١م) و(Kahne, J., & Bowyer, B2018) أن وسائل التواصل الاجتماعي والرقمية كانت أساسية لمشاركة الشباب في النشاط السياسي؛ إذ أسهمت في تسهيل المسارات التقليدية للنشاط السياسي... لكن، يظل الأمر مرتبطاً بالاهتمام والتوجه السياسي وعدد الساعات التي يستغرقها الفرد يومياً على المنصات الرقمية، فيما تكشف دراسات مثل دراسة (تشانغ وآخرين، ٢٠١٩م) أن تأثير المنصات الإلكترونية على المشاركة السياسية للمهاجرين تتأثر إيجاباً بالانفتاح والاندماج والانفصال عن الوطن الأم، (Caesar, J. C, 2022) عن العلاقة بين التعرض لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي وتطور الوعي السياسي والثقة والمشاركة.

تؤكد عدة دراسات سلوكيات الشباب السياسية، مثل دراسة (حلاوة، محمد، ٢٠١٧م) التي أشارت إلى أن المجتمع الافتراضي يسهم في تحديد صور المشاركة السياسية لدى الشباب، وأنه كان منبراً للحوار السياسي وعاملاً أساسياً في قيام ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو.. وكذلك الحال في دراسة (تومي وآخرين، ٢٠٢٠م)؛ حيث أكدت أن الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي تعدّ استراتيجية مقصودة من طرف الأحزاب السياسية للتأثير على السلوك الانتخابي، وفي النطاق نفسه أكدت دراسات مثل وجيل-لوبيز (٢٠٢٢م) و(توفيق أحمد، ٢٠١٩م) و(Abdulrasheed, 2022) أن الاهتمام السياسي

لدى الشباب يعدُّ متغيراً رئيساً للمشاركة السياسية عبر المنصات الإلكترونية. في حين كشفت دراسة (Saumer, 2024) أن الخطاب المتعصب قد أثار مشاعر سلبية لدى المتلقين من الشباب، مما زاد من انعدام الثقة السياسية ونوايا المشاركة السياسية. ومن ناحية أخرى توصلت دراسة (Tan, J. J., 2024) إلى أن الاستخدام المعلوماتي السياسي لوسائل التواصل الاجتماعي لديه لتأثير إيجابي قوي على الفعالية السياسية عبر الإنترنت وخارجه لدى جيل الإنترنت.

وفيما يتعلق بالنوع كأحد أهم المتغيرات الديموغرافية قدم (السالم، م ٢٠١٧) دراسة عن دور الوسائل الرقمية في تعزيز مشاركة النساء السياسية -بدولة الكويت- عبر الإنترنت وخارجها، وخلصت الدراسة إلى أن مستويات المشاركة عبر الإنترنت وخارجها منخفضة جداً بسبب التنشئة الاجتماعية والثقافية، في حين ركزت دراسة (Alodat, A 2024) على تأثير النوع الاجتماعي على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، وينبغي لصانعي السياسات والأحزاب السياسية إدراك هذا التأثير للنوع الاجتماعي واتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان أن تكون جهودهم وحملاتهم التوعوية لافتة لكلا الجنسين.

من حيث الأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات:

تبنّت الدراسات أطراً نظرية متعددة لفهم الظواهر المتصلة بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي، ومن أهمها نظرية الاستخدامات والإشباع التي تركز على دوافع تفاعل المستخدمين مع المحتوى السياسي والفوائد المتحققة كما ظهر في دراسة (رضوان، قطبي، ٢٠١٧م) ودراسة (تومي، فضيلة بن مالك، ٢٠٢٠م)، وتم الاعتماد على نظرية المجال العام في عدد من الدراسات مثل (da, R., Saud, M., & Mashud, M. I., 2020) و(توفيق، & كريمة كمال عبداللطيف، ٢٠٢٢م) ودراسة (صالح، هبة الله، ٢٠٢٠م)؛ حيث تستكشف كيفية توفير وسائل التواصل الاجتماعي منصات للنقاش العام والديمقراطية المجتمعية، كما استخدمت دراسة (عبدالحميد، ٢٠١٨م) نظرية المشاركة الديمقراطية في الإعلام، والتي تركز على دور الحملات الإعلامية في تعزيز المشاركة الديمقراطية... أما دراسة (الصاولي، ٢٠١٨م) فقد طبقت نظرية الاعتماد التي تكشف عن اعتماد الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية... في السياق ذاته، استخدمت دراسة (Alodat, A. M., Al-Qora'n, L. F., & Hamoud, M., 2023) نظرية التعبئة بهدف الكشف عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتعبئة السياسية.

من حيث العينات وأحجامها:

تفاوتت أحجام العينات في الدراسات، فبعضها اعتمدت على عينات صغيرة الحجم مثل دراسة (Maher, T. V., & Earl, 2019) التي أجراها على ٤٠ طالبا، ودراسة (تومي، ٢٠١٧م) ٤٢ مشاركا، والتي اعتمدت على مجموعات نوعية محددة، ودراسات أخرى اعتمدت على العينات متوسطة الحجم مثل دراسة (الصاولي، م ٢٠١٨) التي طبقت على ١٢٣ مواطنا جزائرياً، ودراسة (Zhang, Y., Tian, Z., Zhou, 2023, Huang, J., & Zhu, A. Y. F) التي تضمنت ٢١٦ فرداً، وظهرت

دراسات تجمع بين النهجين النوعي والكمي كدراسة (حلاوة ومجد، ٢٠١٧م) التي طبقت على الجمهور المصري، ودراسة (Zyad, H, 2023) بالمغرب، كما استخدمت بعض الدراسات عينات واسعة النطاق كدراسة Ahmed, S., & Gil-Lopez, T التي شارك فيها ١٢٥٢ مشاركاً من سنغافورة، ودراسة (Kahne, J, 2018) التي اشتملت على أكثر من ٣٣٧٦ مواطناً أمريكياً عبر جولتين.

المحور الثالث: الاتجاهات الحديثة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وفقاً للبعد الاجتماعي:

جدول (٧)

م	المؤلف	البلد	هدف الدراسة	المنهج والأداة	العينة	الإطار النظري
١	Wang, Y., Kim, Y., & Lin, H. (2024)	كوريا الجنوبية	تبحث الدراسة فيما إذا كان اكتساب المعلومات والتعبير عن الذات الناتج عن المشاهدة الاجتماعية للأخبار يعزز الهوية الحزبية، مما يعزز بدوره المشاركة السياسية	مسح، استقصاء	الموجة الأولى ١١٧٥ الموجة الثانية ٩٤٨	لا يوجد
٢	Cao, J., Lee, C., Sun, W., & De Gagne, J. C. 2022	الولايات المتحدة الأمريكية	فحص محتويات تغريدات الحركة الاجتماعية التي تحمل الوسم #StopAsianHate.	مسح، تحليل مضمون	٣١٦٦٥ تغريدة	لا يوجد
٣	Smith, J. 2022	الولايات المتحدة الأمريكية	دراسة العلاقة بين الهوية العرقية والإثنية، والتعبير السياسي عبر الإنترنت، والمشاركة السياسية بين أكبر ثلاث مجموعات عرقية وإثنية بالولايات المتحدة.	مسح، استقصاء	٣٠٠٠ من المواطنين الأمريكيين	لا يوجد
٤	Wong, S. H. W., & Wong, M. Y. 2022	هونج كونج	تستكشف هذه الدراسة مفهوم "المشاركة عن بُعد"، (مثل تلقي المعلومات من وسائل الإعلام عبر الإنترنت) أثناء التواجد في الخارج. تبحث الدراسة في تأثير وسائل الإعلام عبر الإنترنت على المواقف السياسية وكيف يتأثر استخدام الأفراد لهذه الوسائل بمواقفهم السياسية المسبقة.	شبه تجريبي	طلاب الجامعة	لا يوجد
٥	Chan, M., Chen, H.	هونج كونج	تبحث الدراسة فيما إذا كانت النقاشات عبر الإنترنت تؤدي إلى	مسح، استقصاء	طلاب الجامعة	لا يوجد

			المشاركة السياسية أو إلى تثبيطها أم لا.	الصين، تايوان	T., & Lee, F. L 2021	
لا يوجد	٥٠٠ عينة متعددة المراحل	مسح، استقصاء	فحصت هذه الدراسة التصور العام لإسهامات وسائل التواصل الاجتماعي في عمليات المشاركة السياسية بولاية دلتا، نيجيريا.	نيجيريا	Erubami, A. J 2020	٦
لا يوجد	مواقع التواصل الاجتماعي	مسح، تحليل المضمون	دراسة أعمال التطرف والإرهاب باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لنشر الأيديولوجية والدعاية والتجنيد والتنسيق.	إندونيسيا	Aisyah, R. A. P. U. 2019	٧
لا يوجد	دراسات علمية	تحليل من المستوى الثاني	تحلل هذه الدراسة عددًا من الدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي كجزء لا يتجزأ من الحياة السياسية للمواطنين.	النمسا	Gil de Zúñiga, H., & Chen, H. T. 2019	٨
لا يوجد	٤٠ طالبًا جامعيًا	مقابلات متعمقة	تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل التالي: هل الدعم المؤسسي (مثل المدارس) والعلاقات الشبكية (مثل الأصدقاء والعائلة) التي كانت تاريخيًا محركًا للتعنية الصغيرة لا يزالان مهمين في عالم الاستخدام الشامل لوسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية؟	الولايات المتحدة الأمريكية	Maher, T. V., & Earl, J 2019	٩
لا يوجد	دراسات علمية	تحليل من المستوى الثاني	تسعى الدراسة إلى مراجعة ودمج النتائج التي توصلت إليها من عدد من برامج الأبحاث المتقاربة والمتباعدة المصممة لإلقاء الضوء على الطرائق التي يسهل بها استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية الاحتجاج السياسي.	الولايات المتحدة الأمريكية	Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M 2018	١٠
لا يوجد	عينة متنوعة من مستخدمي الإنترنت البالغين الأمريكيين	مسح، استقصاء	تبحث هذه الدراسة ما إذا كان التعبير الاجتماعي والترفيهي على الموقع مرتبطًا بالمشاركة السياسية بين عينة متنوعة من البالغين الأمريكيين على الإنترنت وكيف يحدث ذلك.	الولايات المتحدة الأمريكية	Yu, R. P., & Oh, Y. W. 2018	١١
لا يوجد	دراسات علمية	تحليل من	تهدف الدراسة إلى تحليل	الولايات	Ponder, J.	١٢

		المستوى الثاني	الأبحاث التي تتناول تأثير استخدام الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي على عمل الحملات السياسية والحركات الاجتماعية في القرن الواحد والعشرين.	المتحدة الأمريكية	D., & Haruaki's, P. M. 2018	
لا يوجد	دراسات علمية	تحليل من المستوى الثاني	دراسة الحركات الاحتجاجية في الولايات المتحدة وإسبانيا وتركيا وأوكرانيا.	الولايات المتحدة الأمريكية	Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., 2018	١٣
المجال العام	٣٠٠ مفردة بين ١٨ و ٣٥ عامًا من محافظات القاهرة وأسيوط والشرقية	مسح، استقصاء	تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن ظاهرة الاستقطاب السياسي لدى الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي، والبحث عن العوامل المؤثرة في تشكيل هذه الظاهرة، والمتغيرات التي تحكمها، وقد تم اختيار الشباب من بين الفئات العمرية الأخرى.	مصر	عواد، وليد محمد الهادي، عبدالحافظ، & أحمد كمال أحمد. ٢٠١٨م	١٤
لا يوجد	٦٢٦ من المشاركين في مسيرة	مسح، استقصاء	تجيب الدراسة عن كيفية إسهام الوسائط الرقمية في التعبئة الاجتماعية؛ من أجل الإجراءات الجماعية وتشكيل مواطنين أكثر نشاطاً.	هونج كونج	Lee, F. L., & Chan, J. M. 2015	١٥

من حيث الموضوعات وما توصلت إليه من نتائج:

تنوعت الموضوعات التي ركزت على العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والأبعاد الاجتماعية للمشاركة السياسية، ومن أبرز الموضوعات: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الحملات والحركات الاجتماعية مثل دراستي كل من (Ponder, J. D., 2018) و (Lee & Chan, 2021) عن كيفية تأثير وسائل الإعلام الرقمية على التعبئة الاجتماعية والجماعية لتعزيز النشاط السياسي، وتبين وجود علاقة إيجابية بين المناقشات العامة على المنصات الرقمية والمشاركة السياسية... التعبير السياسي والاجتماعي عبر الإنترنت، ناقشت دراسات مثل (Yu & Oh, 2018) و (Smith, J, 2022) العلاقة بين التعبير عن الآراء السياسية والهوية العرقية عبر الفضاء الرقمي ومستوى الانخراط السياسي؛ حيث تبين وجود علاقة قوية مباشرة بين الهوية والمشاركة السياسية وهو ما يعكس الأهمية المتزايدة للهوية في تحفيز الحراك السياسي... دور وسائل الإعلام في تشكيل السلوك الاجتماعي والسياسي؛ حيث تناولت

دراسة (Wong, S. H. W.,2022) مفهوم "المشاركة عن بعد"، والطريقة التي تؤثر بها تلقي المعلومات عبر المنصات الرقمية -خارج الوطن- على تشكيل الآراء والمواقف السياسية. العلاقات الاجتماعية والشبكية وتأثيرها على التعبئة السياسية، أظهرت دراسة (Maher & Earl,2019) أهمية الروابط الاجتماعية -مثل دعم الأسرة والأقران والمؤسسات المجتمعية- في تعزيز المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي... وسائل التواصل كأداة لنشر الأفكار المتطرفة؛ حيث تطرقت دراسة Aisyah, R. A. P. U.,2019 للطريقة التي تستخدم بها وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتطرف والإرهاب ونشر الأيديولوجيات المتطرفة. وفي المقابل أظهرت دراسة Wang, Y., Kim, Y., & Lin, H (2024) أن إلى وجود علاقة إيجابية بين المشاهدة الاجتماعية للأخبار وكل من اكتساب المعلومات والتعبير عن الذات. بالإضافة إلى ذلك، تنشط ديناميكيات المشاهدة الاجتماعية للأخبار الهوية الحزبية للأفراد، مما يؤثر بشكل إيجابي على مشاركتهم السياسية.

من حيث الأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات:

لم تعتمد الغالبية العظمى من الدراسات على أطر نظرية محددة؛ حيث استند بعضها إلى مفاهيم نظرية وتوجهات تحليلية معينة لفهم الإشكاليات والقضايا المطروحة... في حين اعتمدت دراسة (عواد، وليد، ٢٠١٨م) على نظرية المجال العام لتحليل ظاهرة الاستقطاب السياسي بين الشباب في مصر.

من حيث العينات وأحجامها:

تتوعدت أحجام العينات في الدراسات بين عينات كبيرة الحجم مثل دراسة (Smith, J,2022) التي تضمنت ٣٠٠٠ مشارك أمريكي، ودراسة (Lee, F. L., & Chan, J. M.,2015) التي طبقت على ٦٢٦ متظاهرا في هونج كونج، ودراسة (٢٠٢٢م)، (Erubami, A) التي تضمنت ٥٠٠ مشارك في نيجيريا، كما برزت عينات متوسطة الحجم كما هو الحال في دراسة (عواد، وليد، ٢٠١٨م) التي اعتمدت على ٣٠٠ مشارك من الشباب المصري، وفي المقابل اعتمدت دراسات أخرى على عينات صغيرة الحجم أو مجموعات مركزة مثل دراسة (Chan, L. S,2021) التي شملت ٢٠ فردا، و (Maher & Earl,2019) التي اعتمدت على ٤٠ طالبا، في حين حلت دراسات أخرى محتوى واسع النطاق كتحليل التغريدات في دراسة Cao, . التي تضمنت ٣١٦٦٥ تغريدة.

المحور الرابع: الاتجاهات الحديثة للأساليب التكنولوجية لمواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في المشاركة السياسية

جدول (٨)

م	المؤلف	البلد	هدف الدراسة	المنهج والأداة	العينة	الإطار النظري
١	Kim, S. J 2022	كوريا الجنوبية	تبحث هذه الدراسة في كيفية ارتباط أنواع استخدام الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي عبر منصات مختلفة بالمشاركة المدنية والسياسية عبر الإنترنت وخارجها.	مسح، استقصاء	عينة تمثيلية من كوريا الجنوبية بلغت ٥٠١٠	لا يوجد
٢	Deseriis, M 2021	إيطاليا	تقدم الدراسة مقارنة بين تطبيقات الديمقراطية الرقمية (DDAS) التقليدية وتطبيقات الديمقراطية الرقمية الناشئة، مع التركيز على كيفية تكاملها وتأثيرها على أنظمة الحكم.	منهج مقارنة	بدون عينة	لا يوجد
٣	Geise, S., Heck, A., & Panke, D 2021	ألمانيا	تبحث الدراسة في سؤالين بحثيين: كيف وتحت أي ظروف تعمل صور وسائل الإعلام الإخبارية الرقمية على تحفيز المشاركة السياسية عبر الإنترنت؟ ما الأدوار التي تؤديها ميزات الصورة المحددة) مثل السلبية والعاطفية والجاذبية البصرية أو الأهمية) في هذا الصدد؟ استنادًا إلى دراسة تجريبية تدمج قياس تتبع العين.	تجريبي، ملاحظة	١٤٣ طالبًا جامعيًا	لا يوجد
٤	Kim, C., & Lee, S 2021	الولايات المتحدة الأمريكية	تبحث هذه الدراسة في العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمشاركة السياسية مع نوع وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط لتسليط الضوء على التحيزات الخاصة بالمنصة والمتعلقة بالمشاركة السياسية.	مسح، استقصاء	١٠٣٢ من البالغين	لا يوجد
٥	Liu, Y. 2021	الولايات المتحدة الأمريكية	تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف ما إذا كانت السمات التكنولوجية الإعلامية تعمل على التأثير على شعور الشباب بالفاعلية السياسية في أثناء أنشطة الفحص الثاني أم لا، وما هذه السمات.	مسح، مقابلات متعمقة	١٣ مفردة	لا يوجد
٦	Al-Hasan, A., Khalil, O., & Yim,	الولايات المتحدة	تستكشف هذه الدراسة تأثير خصائص مواقع الأخبار على	مسح، استبيان	تقييم مجموعة من ٣٠	لا يوجد

	شخصاً لـ ٢٠٠ موقع إخباري		سلوك تصفح الأخبار لدى المستخدمين، وبالتالي على المشاركة في التصويت.	الأمريكية	2020	
٧	لا يوجد	ستة أشخاص تزيد أعمارهم على ٤٠ عامًا	تجريبي، ملاحظة	الولايات المتحدة الأمريكية	Caetano, B., Paula, M., & De Souza, J 2020	هدف هذا البحث اقتراح أداة تسهل مناقشة المشكلات المجتمعية من قِبل المواطنين.
٨	لا يوجد	١٥٤٦٠ تغريدة	مسح، تحليل المحتوى	الهند	Pandey, V., Gupta, S., & Chattopadhyay, M. 2020	الغرض من هذه الدراسة هو استكشاف كيف أثر استخدام المواطنين لوسائل التواصل الاجتماعي على المفاهيم التقليدية وتفعيل المشاركة السياسية في المجتمع.
٩	لا يوجد	عينة من التغريدات	مسح، تحليل المضمون	تشيلي	Santander, P., Alfaro, R., Allende- Cid, H. ٢٠٢٠	استكشاف تصميم منهجي يسمح بالتنبؤ بنتيجة الانتخابات السياسية من خلال استخدام خوارزميات استقرائية والمعالجة الآلية للرسائل ذات الرأي السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي.
١٠	لا يوجد	بدون عينة	منهج وصفي	اليونان	Androutsopoulou, A. S., Karacapilidis, N. I., Loukis, E. N., & 2018	تصف تطوير منصة مبتكرة للمشاركة الإلكترونية، والتي تدعم من ناحية التشاور المنظم والجدال بين الخبراء/التقنوقراط بشأن المشكلات الاجتماعية المهمة والسياسات العامة لمعالجتها.

من حيث الموضوعات والقضايا التي تناولتها الدراسات:

تولي الدراسات الواردة بهذا المحور اهتماما كبيرا بالاتجاهات الحديثة للتقنيات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لتحفيز المشاركة السياسية، ومن أهم الموضوعات: توظيف الخوارزميات وتقنيات التنبؤ كما في دراسة (Santander, 2020) التي تناولت استخدام خوارزميات الاستقراء والتحليل الآلي للتنبؤ بنتائج الانتخابات السياسية... تأثير المنصات الرقمية المختلفة على المشاركة السياسية، استكشفت دراسات مثل (Kim, C. & Lee, 2022) و (Kim, S. J, 2021) كيفية تأثير أنواع المنصات الرقمية وعرض الأخبار من خلالها على أنماط المشاركة المدنية والسياسية... الصور والخصائص البصرية، تناولت دراسة (Geise, S., Heck, A, 2021) تأثير الصور الإعلامية الرقمية من حيث السلبية والعاطفة والجاذبية البصرية على تحفيز المشاركة السياسية عبر الإنترنت... التطبيقات الجديدة للديمقراطية الرقمية، تطرقت دراسة (Deseriis, M, 2021) إلى مقارنة بين تطبيقات الديمقراطية الرقمية التقليدية والناشئة وتحليل كيفية تأثيرها على أنظمة الحكم... تصميم أدوات المشاركة

الإلكترونية، ناقشت دراسة (Androutsopoulou, A. S, 2018) تطوير منصة مبتكرة لدعم المناقشات الإلكترونية المنظمة حول السياسات العامة والمشكلات الاجتماعية... سمات الأخبار وتأثيرها على السلوك السياسي، ناقشت دراسة (Al-Hasan, A., Khalil, O., 2020) تأثير تصميم مواقع الأخبار على سلوك المستخدمين والمشاركة في الانتخابات.

من حيث الأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات:

رغم أن معظم الدراسات لم تستند -بشكل مباشر- إلى نظريات محددة؛ فإنها اعتمدت على مفاهيم تكنولوجية وسلوكية لتحليل الظواهر، فعلى سبيل المثال: استخدمت دراسة (Geise, S., 2021) نظرية التحفيز البصري في فهم تأثير الصور البصرية والعواطف في تحفيز المشاركة السياسية.

من حيث العينات وأحجامها:

توعدت أحجام العينات المستخدمة وفقاً لطبيعة الدراسات وأهدافها، فظهرت عينات كبيرة الحجم وفرت بيانات شاملة حول استخدامات المنصات الرقمية في التفاعل السياسي كما هو الحال في دراسة (Kim, S. J, 2022) التي طبقت في كوريا الجنوبية وشملت عينة تمثيلية مكونة من ٥٠١٠ مفردات، ودراسة (Kim, C. & Lee, S, 2021) التي تضمنت ١٠٣٢ مشاركاً بالغاً، وفي المقابل اعتمدت دراسات أخرى على عينات متوسطة الحجم مثل دراسة (Geise, S., 2021) التي شملت ١٤٣ طالباً، في حين اعتمدت دراسات أخرى على عينات صغيرة ومركزة حيث تضمنت دراسة (Caetano, B., 2020) ٦ مشاركين تتجاوز أعمارهم الـ ٤٠ عاماً، فيما استندت دراسة (Liu, Y., 2021) إلى مقابلات معمقة مع ١٣ فرداً.. أما دراسات مثل "Santander, P." و "Pandey, V." فقد اعتمدت على تحليل عينات كبيرة من البيانات الرقمية (مثل التغريدات)؛ حيث تم تحليل ١٥٤٦٠ تغريدة في دراسة (Santander, P., 2020).

المحور الخامس: الاتجاهات الحديثة في استخدام الجهات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية:

جدول (٩)

م	المؤلف	البلد	هدف الدراسة	المنهج والأداة	العينة	الإطار النظري
١	Homburg, V., & Moody, R 2022	الصين	تبحث الدراسة العلاقة بين المواطنين وحكومة الصين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	مسح، استقصاء	٣٠٧ من مواطني جمهورية الصين الشعبية	لا يوجد

نظرية المشاركة السياسية	٢٣٤٢	مقارنة بين ثلاث مدن (شنغهاي وسنغافورة وتايبيه)	تجيب الدراسة عن السؤال التالي: كيف تؤثر الموارد السياسية والمشاركة النفسية واستخدام الحكومة الإلكترونية في المدن الثلاث؟	ألمانيا	Chen, Y 2021	٢
نظرية المشاركة العامة	١٠٠ مفردة	مسح، المقابلات المتعمقة	تفحص الدراسة تأثيرات تقنيات الوسائط الجديدة على حملات الأحزاب السياسية وأنشطة الحكومة من خلال انتخابات البلاد، باكستان عام ٢٠١٨.	باكستان	Jamil, S 2021	٣
لا يوجد	١٠٣٢ مواطنًا أمريكيًا	مسح، استقصاء	تبحث هذه الدراسة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والمشاركة السياسية مع نوع وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط؛ لإلقاء الضوء على التحيزات الخاصة بالمنصة فيما يتعلق بالمشاركة السياسية.	الولايات المتحدة الأمريكية	Kim, C., & Lee, S 2021	٤
لا يوجد	٣٨٨ مُتابعًا لمنصات التواصل الاجتماعي لهيئة الغذاء	مسح، استقصاء	تهدف هذه الدراسة إلى زيادة الوعي والإسهام في مجموعة المعارف حول الاستخدام الحكومي لوسائل التواصل الاجتماعي والفوائد المترتبة عليها.	باكستان	Arshad, S., & Khurram, S 2020	٥
نظرية انتشار المبتكرات، نظرية أصحاب المصلحة، نظرية الأجيال	جمهور عام، عينة غير احتمالية	دراسة حالة لولاية سان برناردينو	تفحص الدراسة ما إذا كانت الحكومات المحلية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الشفافية والمشاركة والتعاون بين الفئات العمرية المختلفة من المستخدمين.	الولايات المتحدة الأمريكية	Ortiz, T 2020	٦
نظرية الاعتماد	٣٢ صفحة رسمية للمؤسسات الحكومية على الفيس بوك	مسح، تحليل محتوى	دراسة استطلاعية على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية المصرية؛ لمعرفة مدى اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين على موقع الفيس بوك.	مصر	محمد، & سماح محمد 2020	٧

من حيث الموضوعات وما توصلت إليه من نتائج:

تركز الدراسات الواردة في هذا المحور على تحليل دور الجهات الرسمية في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز المشاركة السياسية، ومن أبرز الموضوعات:

تعزيز الشفافية والتعاون بين الجهات الرسمية والجمهور؛ ناقشت دراسة (Ortiz, T.,2020) توظيف الحكومات المحلية لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الشفافية وبناء جسر من التعاون بين الجهات الرسمية ومختلف فئات المستخدمين... العلاقة بين المواطنين والحكومة عبر التواصل الاجتماعي؛ تناولت دراسة (Homburg, V., & Moody, R,2022) العلاقة بين المواطنين والحكومة الصينية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتفاعل... استخدام المنصات الحكومية في توعية الجمهور؛ أكدت دراسة (Arshad, S., & Khurram, S.,2020) أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الهيئات الحكومية في تعزيز وعي المواطنين بالقضايا العامة... الموارد السياسية والتفاعل الحكومي؛ استكشفت دراسة (Chen, Y.,2021) العلاقة بين الموارد السياسية والمشاركة السياسية على استخدام الحكومة لوسائل التواصل الاجتماعي... دور وسائل التواصل في الحملات الحكومية؛ عالجت دراسة (Jamil, S.) تأثير الوسائط الرقمية على حملات الأحزاب السياسية والحكومة في الانتخابات الباكستانية ٢٠١٨... اعتماد الشباب على الصفحات الرسمية الحكومية؛ تناولت دراسة (محمدي & سماح محمد) مدى اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين على "فيس بوك" للحصول على المعلومات السياسية.

من حيث الأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات:

استندت الدراسات إلى مجموعة من النظريات لفهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في أداء الجهات الرسمية، ومن أبرز هذه الأطر: نظرية انتشار المبتكرات التي استخدمت في دراسة (Ortiz, T.,2020) لفهم كيفية تبني الحكومات للتقنيات الرقمية الجديدة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي... نظرية أصحاب المصلحة التي وظفت في الدراسة نفسها لتحليل التفاعل بين الأطراف الفاعلة في تدعيم المشاركة السياسية عبر المنصات الرقمية... نظرية الأجيال؛ طبقت أيضا في دراسة (Ortiz, T.,2020) لفهم التباين في استجابة الفئات العمرية المختلفة تجاه وسائل التواصل الاجتماعي الرسمية... نظرية الاعتماد؛ استخدمت في دراسة (محمدي & سماح محمد) لتفسير اعتماد الشباب المصري على الصفحات الرسمية الحكومية كمصدر للمعلومات... نظرية المشاركة السياسية التي طبقت في دراسة (Chen, Y.,2020) لتحليل العلاقة بين الموارد السياسية والمشاركة السياسية ودورها في تعزيز التفاعل الرقمي بين الحكومة والجمهور... نظرية المشاركة العامة؛ استخدمت في دراسة "Jamil, S." لتحليل تأثير الوسائط الجديدة على تفاعل الجمهور مع الحملات السياسية.

من حيث العينات وأحجامها:

تنوعت العينات البحثية وفقاً لطبيعة الدراسة، وشملت: عينات كبيرة الحجم؛ دراسة (Chen, 2020) التي شملت ٢٣٤٢ مشاركاً لتحليل استخدام الحكومة الإلكترونية في ثلاث مدن (شنغهاي وسنغافورة وتايبيه)... عينات متوسطة الحجم، مثل دراسة (Homburg, V., 2022) التي تضمنت ٣٠٧ مواطنين صينيين، ودراسة (Arshad, S., 2020) التي شملت ٣٨٨ متابعاً لصفحات هيئة الغذاء على وسائل التواصل... عينات صغيرة الحجم كما هو الحال في دراسة "Jamil, S." التي اعتمدت على ١٠٠ مشارك لتحليل تأثير وسائل الإعلام الرقمية في الحملات السياسية... تحليل المحتوى الرقمي؛ دراسة (محمدي & سماح محمد) التي تضمنت تحليل ٣٢ صفحة رسمية للحكومة المصرية على "فيس بوك".

المحور السادس: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وفقاً للبعد النفسي

جدول (١٠)

م	المؤلف	البلد	هدف الدراسة	المنهج والأداة	العينة	الإطار النظري
١	Waeterloos, C., Walrave, M., & Ponnet, K. 2021	بلجيكا	سعت الدراسة إلى تطوير أداة جديدة تسمى مقياس المشاركة السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي واختبارها نفسياً.	مسح، استبانة	٥٩٥ مُراهقاً	لا يوجد
٢	Knoll, J., Matthes, J., & Heiss, R ٢٠٢٠	النمسا	يقدم البحث إطاراً شاملاً لفهم العمليات النفسية التي تربط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية.	اقترح نموذج	بدون عينة	نظرية الاستخدامات والإشباعات نظرية التقييم نظرية أنظمة الأهداف
٣	Hoffmann, C. P., & Lutz, C 2015	ألمانيا	تحاول الدراسة فهم التفاوت في المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجها من خلال المسارات المعرفية.	مسح، استبانة	١٤٨٨ مستخدماً للإنترنت	النظرية المعرفية الاجتماعية

من حيث الموضوعات والقضايا التي تناولتها الدراسات:

تركز الدراسات في هذا المحور على الأبعاد النفسية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية، مع التركيز على الجوانب المعرفية والعاطفية والسلوكية وتشمل الموضوعات الآتية: المسارات المعرفية نحو المشاركة السياسية؛ تناولت دراسة (Hoffmann, C. P., & Lutz, C., 2015) الفروق بين المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجها، مع تحليل العمليات المعرفية التي تحفز تلك السلوكيات... تطوير أدوات نفسية لقياس المشاركة السياسية؛ طورت دراسة (Waeterloos, C., Walrave, M., & Ponnet, K., 2021) مقياساً نفسياً جديداً لقياس المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يوفر أداة كمية للبحوث المستقبلية... النماذج النفسية التي تربط وسائل التواصل بالسلوك

السياسي؛ قدمت دراسة (Knoll, J., Matthes, J., & Heiss, R.,2020) إطاراً شاملاً لفهم كيفية تأثير العمليات النفسية على العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية.

من حيث الأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات:

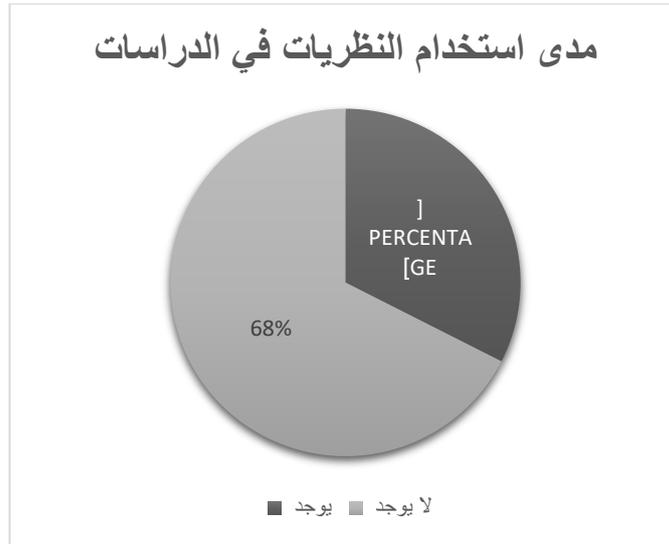
اعتمدت الدراسات على مجموعة من النظريات والنماذج النفسية لتفسير العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك السياسي على النحو التالي: النظرية المعرفية الاجتماعية؛ استخدمها (Hoffmann, C. P., & Lutz, C.,2015) في تحليل كيفية اكتساب الأفراد المعرفة والانخراط في المشاركة السياسية من خلال آليات معرفية كالملاحظة والمحاكاة... نظرية الاستخدامات والإشباع التي طبقت في دراسة (Knoll, J., Matthes, J., & Heiss, R.,2020) لاستكشاف دوافع الأفراد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في أغراض سياسية، مع التركيز على البحث عن المعلومات والترفيه والتفاعل الاجتماعي... نظرية أنظمة الأهداف؛ قدمت في دراسة "Knoll et al." لتحليل كيفية تأثير الأهداف الشخصية والاجتماعية على المشاركة السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي... نظرية التقييم؛ استخدمت في تحليل كيفية تقييم الأفراد للمحتوى السياسي على وسائل التواصل الاجتماعي وكيف تؤدي هذه التقييمات إلى تحفيز المشاركة.

من حيث العينات وأحجامها:

استخدمت الدراسات منهجيات وأحجام عينات متنوعة لتحليل الأبعاد النفسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل المسوحات كبيرة النطاق كدراسة (Hoffmann, C. P., & Lutz, C.,2015) التي أجرت مسحا شمل ١٤٨٨ مستخدماً للإنترنت في ألمانيا لتحليل المسارات المعرفية التي تؤدي إلى المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجها... اختبارات نفسية متوسطة النطاق؛ طورت دراسة (Waeterloos et al.,2021) مقياساً جديداً على عينة من ٥٩٥ مراهقاً بلجيكياً لتوفير أداة قياس نفسي للمشاركة السياسية... نماذج نظرية بدون بيانات تجريبية؛ قدمت دراسة Knoll et al. إطاراً نظرياً شاملاً دون الاعتماد على عينة محددة، وهو ما يوفر رؤية مفاهيمية حول العمليات النفسية التي تربط بين وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية.

ثانياً: أهم المداخل الفكرية والأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات:

١- النظريات المستخدمة في الدراسات: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الدراسات الأكاديمية على أطر نظرية ومداخل نظرية في تحليل ظواهرها، بما يتوافق مع أهدافها البحثية ومجالاتها التطبيقية كما يتضح من الشكل البياني التالي:



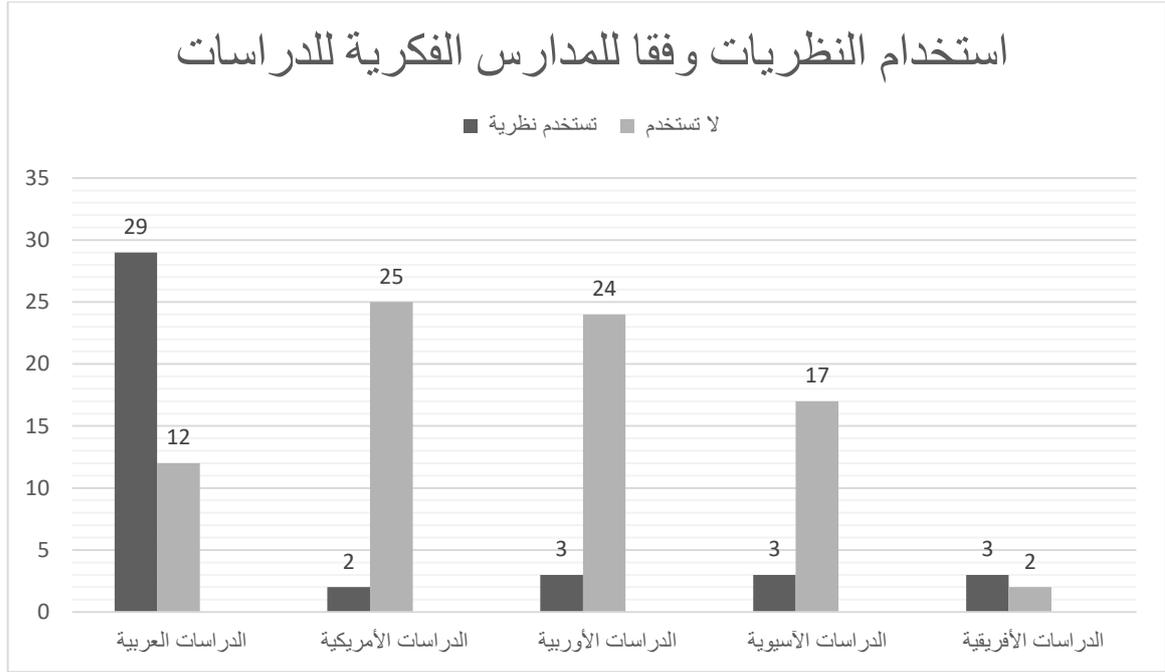
شكل (٢)

يوضح الشكل السابق توزيع استخدام النظريات في الدراسات محل التحليل؛ حيث تظهر النتائج أن نسبة ٣٢% من الدراسات اعتمدت على أطر نظرية لفهم المتغيرات محل الدراسة، مثل: نظريات المجال العام والاستخدامات والإشباع والاعتماد على نظريات الإعلام، فيما اعتمد ما يقرب من ثلثي الدراسات الأخرى على منهجيات وصفية أو تحليلية دون ربطها بإطار نظري محدد، وهو ما يمكن إرجاعه إلى عدد من التفسيرات التالية:

- التركيز على التطبيق العملي بدلاً من الاعتماد على نظريات تقليدية لا تواكب التلاحق السريع لتطور صناعة الإعلام في ضوء التطور التقني وظهور الذكاء الاصطناعي.
- اتجاه بعض الباحثين إلى تطوير نماذج جديدة تتلاءم مع بيئة الإعلام الرقمي الحديثة بدلاً من الاعتماد على نظريات كلاسيكية غير كافية لفهم المتغيرات الحديثة.
- بعض الدراسات تنطوي على تخصصات مختلفة، وهو ما يدفعها إلى استخدام أطر مفاهيمية أو نماذج بدلاً من النظريات التي تخص مجالاً محدداً.
- بعض الدراسات صارت تعتمد على المداخل التجريبية المستخلصة مباشرة من البيانات في ظل تطور تقنيات البيانات الضخمة.

٢- النظريات المستخدمة في الدراسات وفقاً للمدارس الفكرية المختلفة:

يوضح الشكل البياني التالي مدى توظيف المدارس الفكرية محل الدراسة للنظريات والأطر النظرية:

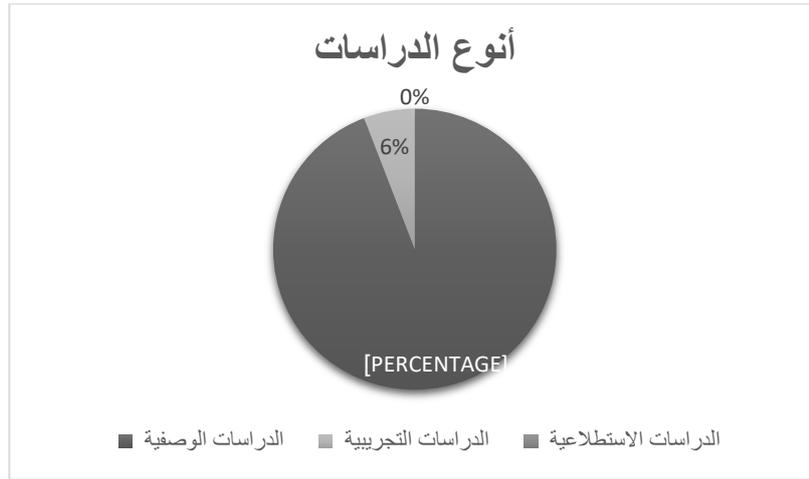


شكل (٣)

- تظهر بيانات الرسم البياني الموضح أن الدراسات العربية كانت الأكثر اعتماداً على الأطر النظرية؛ حيث استخدمت ٢٩ دراسة من أصل ٤١ دراسة وهو ما يشكل نسبة ٧٠.٧% نظريات في منهجها العلمي.
- في حين سجلت الدراسات الأمريكية والأوروبية انخفاضاً في استخدام الأطر النظرية؛ حيث استعانت دراستان فقط من أصل ٢٧ دراسة أمريكية (حوالي ٧.٤%) بأطر نظرية، و ٣ دراسات من أصل ٢٧ دراسة أوروبية (حوالي ١١.١%).
- أظهرت الدراسات في المدرسة الآسيوية اعتماداً محدوداً أيضاً على النظريات العلمية؛ حيث استندت ثلاث دراسات فقط من مجموع ٢٠ إلى أطر نظرية، ولم يختلف الأمر كثيراً بالنسبة للمدرسة الإفريقية. ورغم أن هناك اتجاهاً عالمياً نحو التخلي عن التقييد بنظريات تقليدية في ظل التغيرات السريعة في صناعة الإعلام؛ فإن المدرسة العربية لا تزال متمسكةً بالنظريات الكلاسيكية التي تنقصها القدرة على مواجهة التطورات المتلاحقة في المشهد الإعلامي؛ بفضل البيانات الضخمة والتكنولوجيا الحديثة وآليات الذكاء الاصطناعي المتنامية.

ثالثاً: أهم المناهج البحثية والأساليب المستخدمة في الدراسات:

١- أنواع الدراسات:



شكل (٤)
أنواع الدراسات

تشير بيانات الرسم البياني إلى الظهور القوي للدراسات الوصفية بنسبة ٩٤%، وفي المقابل لم تتجاوز نسبة الدراسات التجريبية الـ ٦% من إجمالي الدراسات التي تم رصدها وتحليلها، وهو ما يعكس اتجاه الباحثين نحو تحليل الظواهر كما هي بالاعتماد على أدوات المسح والملاحظة، مع وجود قصور في استخدام النماذج التجريبية التي تحتاج إلى تصميم بحثي أكثر تعقيداً وتحكماً في المتغيرات.

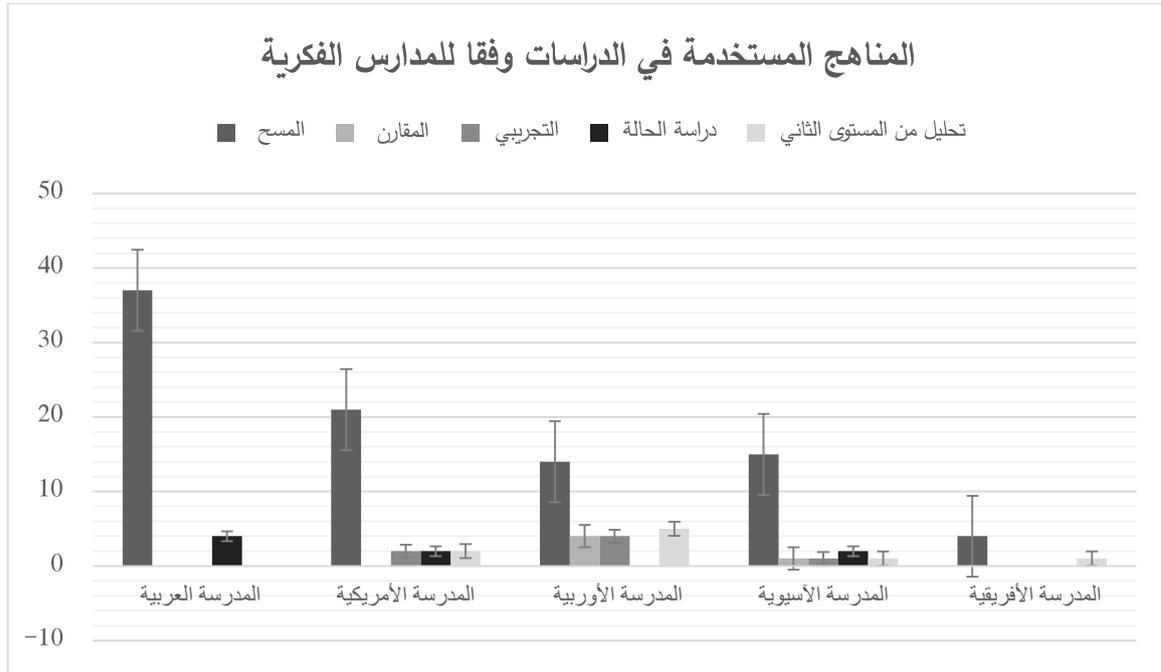
٢- المناهج العلمية المستخدمة في الدراسات:

جدول (١١)
المناهج المستخدمة في الدراسة

النسب	التكرار	المنهج المستخدم
٧٦%	٩١	المسح
٤.١%	٥	المقارن
٥.٨%	٧	التجريبي
٦.٦%	٨	دراسة الحالة
٧.٥%	٩	تحليل من المستوى الثاني
١٠٠.٠%	١٢٠	الإجمالي

تشير قراءات الجدول إلى هيمنة المنهج المسحي بنسبة ٧٦% مقارنةً بالمناهج الأخرى التي جاءت بنسب منخفضة نسبياً، وهو ما يعكس ميلاً وتفضيلاً واضحاً من جانب الباحثين نحو استخدام النهج الكمي الذي يركز على جمع بيانات واسعة من شرائح عديدة على حساب المناهج التحليلية والتجريبية التي تتطلب بنية بحثية معقدة نسبياً.

٣- أنواع المناهج المستخدمة في الدراسات وفقاً للمدارس الفكرية كما يوضحها الشكل التالي:

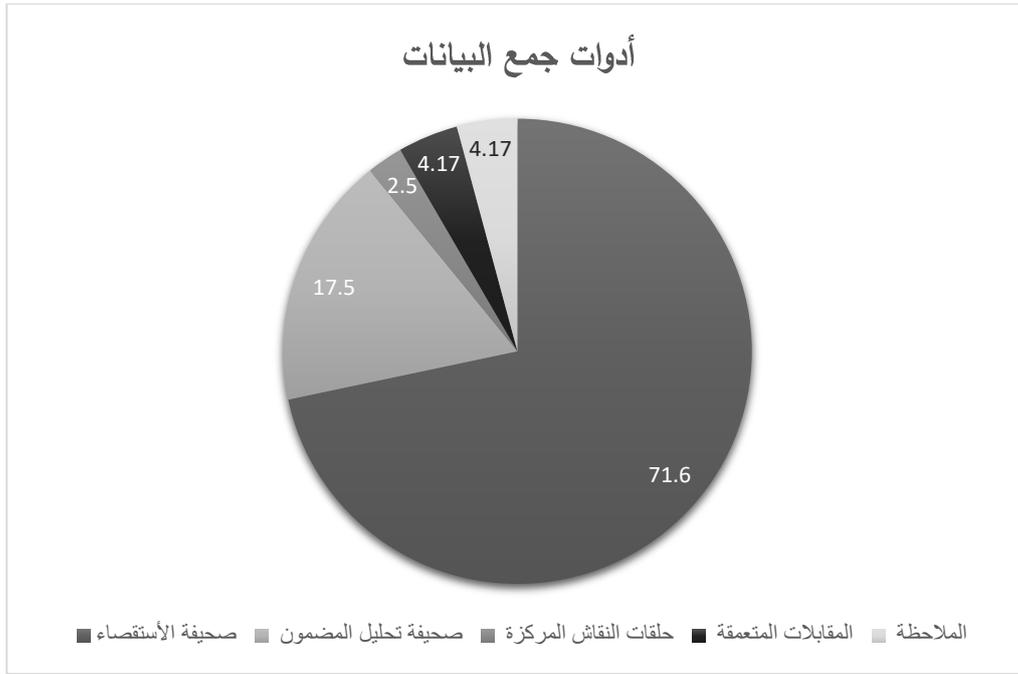


شكل (٥)

تشير بيانات الرسم البياني إلى وجود تفاوت بين المدارس الفكرية في استخدام المناهج البحثية المختلفة، اعتمدت المدرسة العربية -بشكل أساسي- على المسح (٣٧ دراسة) مقابل استخدام ضئيل للمناهج الأخرى، مثل تحليل المستوى الثاني (٤ دراسات).. أما المدرسة الأمريكية فقد أظهرت توزيعاً أكثر توازناً للمناهج؛ حيث استخدمت المسح في ٢١ دراسة إلى جانب المنهج المقارن (٢)، والتجريبي (٢) ودراسة الحالة (٢) فيما أظهرت المدرسة الأوروبية اهتماماً ملموساً بدراسة الحالة (٥ دراسات) والمنهج التجريبي (٤) إلى جانب المنهج المسحي (١٤) وهو ما يشير إلى ظهور توجه أكثر نحو مناهج أكثر تجريبية.. أما المدرسة الآسيوية فقد ركزت على منهج المسح (١٥) بجانب إسهامات ضئيلة من المناهج الأخرى، وفي المقابل ورغم محدودية الدراسات الإفريقية فإنها اعتمدت -بشكل أساسي- على منهج المسح (٤) ودراسة واحدة تحليل من المستوى الثاني.. يعكس هذا التفاوت بين المدارس الفكرية المختلفة اختلاف الأولويات البحثية ومدى توافر الموارد والإمكانات واختلاف البنى الأكاديمية، وهو ما يتطلب تدعيم التنوع المنهجي خاصة في المدارس التي يغلب عليها الطابع الوصفي.

٤- أدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسات:

يوضح الرسم البياني التالي أدوات جمع البيانات المختلفة (الملاحظة، المقابلات المتعمقة، مجموعات التركيز، تحليل المحتوى، الاستطلاعات):



شكل (٦)

تشير قراءات الرسم البياني إلى ما يلي:

- تصدرت صحيفة الاستقصاء القائمة؛ حيث كانت الأداة السائدة في غالبية الدراسات بنسبة ٧١.٦%، تلتها في الترتيب صحيفة تحليل المحتوى بعدد تكرارات ٢١ ونسبة ١٧.٥%، وهو ما يظهر اعتماداً ملحوظاً على تحليل المضامين الإعلامية المتعلقة بمجال المشاركة السياسية.
 - عكست النتائج توزيعاً محدوداً لأدوات الملاحظة ومجموعات التركيز كأدوات لجمع البيانات؛ حيث سجلنا (٥ حالات) لكل منهما، وربما يعود ذلك إلى صعوبة استخدامها مع البيانات الرقمية أو لاعتبارات تنظيمية ومنهجية.
 - من ناحية أخرى، كانت المقابلات المتعمقة هي الأقل استخداماً بواقع ٣ حالات، وهو ما يعكس محدودية الأساليب النوعية المستخدمة في هذه الدراسات.
- بشكل عام، يظهر هذا التوزيع كثافة التركيز على الأساليب الكمية حيث الاعتماد المكثف للاستطلاعات وتحليل المحتوى عبر معظم المدارس الفكرية.
- ٥- توزيع أدوات جمع البيانات وفقاً للمدارس الفكرية المختلفة
- يوضح الجدول التالي توزيع استخدام أدوات جمع البيانات المختلفة (الملاحظة، المقابلات المتعمقة، مجموعات التركيز، تحليل المحتوى، الاستطلاعات) عبر المدارس الفكرية المختلفة (العربية، الأمريكية، الأوروبية، الآسيوية، الإفريقية):

جدول (١١)
توزيع أدوات جمع البيانات وفقاً للمدارس الفكرية

الإجمالي	الملاحظة	المقابلات المتعمقة	جماعات النقاش المركزة	صحيفة تحليل المضمون	صحيفة الاستقصاء	المدارس الفكرية/أدوات جمع البيانات
٤١ %١٠٠	-	-	٢ %٤.٨	٤ %٩.٧	٣٥ %٧.٥	المدرسة العربية
٢٧ %١٠٠	٢ %٧.٤	٤ %١٤.٨	١ %٣.٧	٥ %١٨.٥	١٥ %٥٥.٥	المدرسة الأمريكية
٢٧ %١٠٠	-	-	-	٧ %٢٥.٩	١٧ %٦٢.٩	المدرسة الأوروبية
٢٠ %١٠٠	-	١ %٥	-	٣ %١٥	١٦ %٨٠	المدرسة الآسيوية
٥ %١٠٠	-	-	-	٢ %٤٠	٣ %٦٠	المدرسة الإفريقية
١٢٠ %١٠٠	٥ %٤.١٧	٥ %٤.١٧	٣ %٢.٥	٢١ %١٧.٥	٨٦ %٧١.٦	الإجمالي

جاءت الغالبية العظمى من البحوث وصفية، بالاعتماد على منهج المسح واستخدام صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، كما جاء في بيانات الجدول الموضح.. ولتوضيح الفروق بين المدارس الفكرية تم الكشف عما يلي:

المدرسة الفكرية العربية: أظهرت اعتماداً واضحاً على صحيفة الاستقصاء بنسبة ٨٧.٥%، مع استخدام محدود لأدوات صحيفة تحليل المحتوى ٧.٩%، و٤.٨% لجماعات النقاش المركزة، وهو ما يعكس تفضيلاً واسعاً للدراسات الكمية في هذا الحقل من الدراسات.

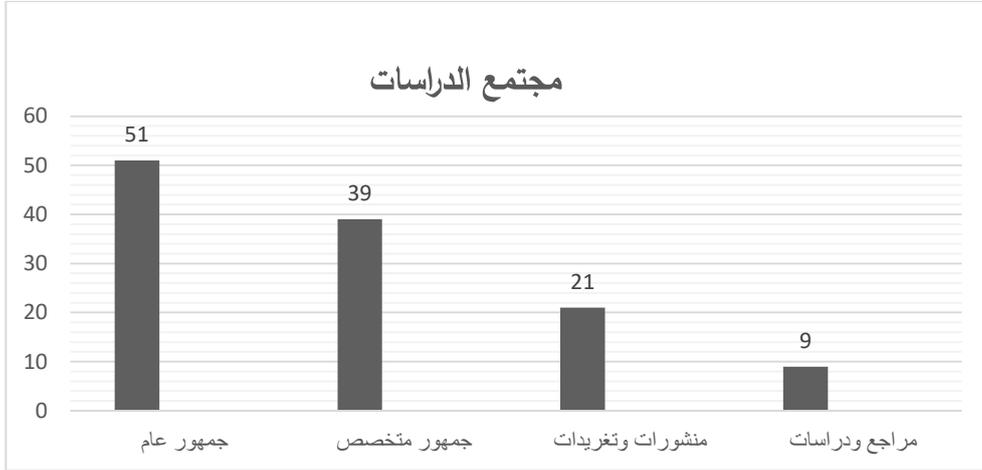
المدرسة الفكرية الأمريكية: تظهر المدرسة الأمريكية تنوعاً أكبر نسبياً في الأدوات مع هيمنة صحيفة الاستقصاء بنسبة ٥٥.٥%، وتحليل المحتوى بنسبة ١٨.٥%، فضلاً عن استخدام المقابلات المتعمقة بنسبة ١٤.٨%، فالملاحظة بنسبة ٧.٤%، وأخيراً المقابلات المتعمقة بنسبة ٣.٧%.

المدرسة الفكرية الأوروبية: سجلت أيضاً استناداً كبيراً إلى الاستقصاء بنسبة ٦٢.٩%، فضلاً عن تحليل المضمون بنسبة ٢٥.٩%، مع غياب واضح للأدوات الأخرى؛ نتيجة للاعتماد المحتمل على البيانات الثانوية وأدوات جمع البيانات الأولية المنظمة.

المدرسة الفكرية الآسيوية: سادت الاستطلاعات قائمة الأدوات المستخدمة؛ حيث اعتمدت المدرسة الآسيوية على صحيفة الاستقصاء بنسبة ٨٠%، تلتها صحيفة تحليل المضمون بنسبة ١٥%، واستخدام ضيق النطاق للمقابلات المتعمقة بنسبة ٥%.

المدرسة الفكرية الإفريقية: أظهرت النتائج إسهاما محدودا في هذا الحقل، واقتصرت الدراسات الإفريقية على حالتين فقط لتحليل المحتوى وثلاث دراسات استطلاع.

٦-مجتمع الدراسة وأنواع العينات:



شكل (٧)
مجتمع عينة الدراسات

يسجل الرسم البياني أربعة أشكال من المجتمعات التي اعتمدت عليها الدراسات، تصدّر فيها الجانب الإنساني من الجمهور -سواء العام أو المتخصص- القائمة بمجموع تكرارات ٩٠ موزعة بنسب ٤٢.٥%، ٣٢.٥% على التوالي، مع التركيز المفرط على الشباب لاسيما طلاب الجامعات مقارنة ببقية الفئات الأخرى؛ إذ بلغت نسبته ٩٨% من إجمالي الجمهور المتخصص، وتشير القراءات إلى الاعتماد على تحليل المحتوى الرقمي كالتغريدات وتفاعلات المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يعكس اهتمام الدراسات بقياس الرأي العام الرقمي ومدى تفاعله السياسي عبر المنصات، كما اعتمد عدد من الدراسات التحليلية من المستوى الثاني على الأدبيات العلمية، والتي بلغت نسبة ٧.٥%، وهي دراسات لها أهميتها في التنظير الأكاديمي ذي الرؤى النقدية الشاملة.

٧-أنواع العينات وفقاً لبيئة الدراسة:

جدول (١٢)
أنواع العينات المستخدمة وفقاً لبيئة الدراسة

بيئة الدراسة/أنواع العينة		عينة احتمالية		عينة غير احتمالية		الإجمالي
الدراسات العربية	٧	١٧.١%	٣٤	٨٢.٩%	٤١	٣٤.١%
الدراسات الأجنبية	٣٠	٣٨.٠%	٤٩	٦٢.٢%	٧٩	٦٥.٩%
الإجمالي	٣٧	٣٠.٨%	٨٣	٦٩.٢%	١٢٠	١٠٠%

تظهر البيانات أن الغالبية العظمى من الدراسات (٦٩.٢%) استخدمت عينات غير احتمالية، وهو ما يدل على اعتماد الباحثين على أساليب مثل: العينة القصدية، العينة المتاحة، العينة الحصصية. لم تستخدم سوى ٣٠.٨% من الدراسات عينات احتمالية، وهي العينات التي تمكن من تعميم النتائج بطريقة إحصائية سليمة، مثل: العينة العشوائية البسيطة، العينة العنقودية، العينة الطبقيّة. تظهر فجوة واضحة بين الدراسات العربية والأجنبية؛ فقد استخدمت الدراسات العربية العينات الاحتمالية بنسبة ١٧.١%، في حين بلغت نسبتها في الدراسات الأجنبية حوالي ٣٨% وهو ما يعكس تفوق الدراسات الأجنبية من حيث الدقة المنهجية، واهتمامها بالتصميم الإحصائي السليم للعينات، فالاعتماد الكبير على العينات غير الاحتمالية في الدراسات العربية قد يضعف القدرة على تعميم النتائج على المجتمع الأوسع، فمن الضروري تعزيز مهارات تصميم العينات الاحتمالية في الأوساط الأكاديمية العربية من خلال ورش تدريبية ومقررات متخصصة.

ثالثاً: خلاصة الرؤى النقدية:

قدم البحث التحليلي رسداً للاتجاهات البحثية الراهنة في بحوث تأثير وسائل الإعلام الرقمي على المشاركة السياسية بالاعتماد على تحليل المستوى الثاني analysis level-Second؛ إذ تم تحليل جميع البحوث التي تم التوصل إليها في فترة الدراسة الممتدة من ٢٠١٥ - ٢٠٢٤م، والتي بلغ إجماليها ١٢٠ دراسة منها: ٤١ دراسة عربية و ٧٩ دراسة أجنبية موزعة على المدارس الفكرية المختلفة (الأوروبية، الأمريكية، الآسيوية، الإفريقية).

وقد توصلت الباحثة إلى ما يلي:

١- خلاصة الرؤية النقدية على مستوى الموضوعات البحثية:

- رغم الأهمية البالغة لفهم العوامل السياسية المباشرة والديموغرافية في تفسير أنماط التفاعل السياسي؛ فإن التركيز الزائد عليها في عدد من الدراسات قد يؤدي إلى تقييد الفهم الشامل للطبيعة المعقدة ومتعددة الأوجه للمشاركة السياسية في العصر الرقمي.
- يعكس الاهتمام المحدود بالجوانب النفسية (٢.٥% من الدراسات) فجوة واضحة في غياب استكشاف كيفية تأثير المعتقدات الفردية والدوافع النفسية والتحييزات المعرفية في تشكيل سلوك الأفراد السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتعدّ معالجة هذه الفجوة أمراً ضرورياً حيث تؤثر العوامل النفسية - بشكل كبير - على سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم واتخاذ قراراتهم المتعلقة بالانخراط السياسي عبر الإنترنت وخارجها.
- تظهر نسبة محدودة من الدراسات (٨.٣%) تركيزاً على الأبعاد التكنولوجية؛ لذا يوصى بتبني مقاربات أكثر تكاملاً للسياقات الاجتماعية والثقافية التي تستخدم من خلالها هذه التقنيات لتوجيه نتائجها في تفعيل المشاركات السياسية للمستخدمين.

- ركزت الدراسات العربية على الانتخابات والتفاعل السياسي للشباب، مع غياب نسبي للموضوعات الحديثة كالتزيف الرقمي وتضليل المعلومات والذكاء الاصطناعي والمشاركة السياسية والاقتصاد السياسي للمنصات الرقمية.

٢- الرؤى النقدية على مستوى الأطر النظرية:

- أظهرت المدرسة العربية اعتماداً ملحوظاً على النظريات الكلاسيكية في مجال الاتصال، مثل: نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد، ونظرية المجال العام، وهي نظريات قد لا تتناسب مع التطور المتلاحق لتكنولوجيا المنصات الرقمية، هذا فضلاً عن غياب الاعتماد على النظريات الحديثة التي تواكب مجال الدراسة كنظرية الهوية الرقمية ونظرية التشارك السياسي الرقمي ونظرية الفعل الجمعي الرقمي (Digital Collective Action) .. أمّا الدراسات الأجنبية فقد اتجهت -في مجملها- إلى استخدام نماذج تحليلية إجرائية بدون أطر نظرية محددة.

٣- الرؤى النقدية على مستوى المناهج المستخدمة وأدوات جمع البيانات:

- لم تتميز الدراسات العربية أو الأجنبية بتنوع ملحوظ على مستوى الإجراءات المنهجية؛ حيث هيمن المنهج الكمي في أغلبية الدراسات بنسبة ٨٠% بالاعتماد على الاستبيانات وتحليل المحتوى، مع ظهور ضعيف للدراسات التجريبية من خلال المقابلات والنقاشات المركزة.

- في المقابل؛ كان هناك غياب واضح للدراسات الطويلة التي تساعد على تقديم تفسير متعمق من خلال تتبع سلوك الأفراد السياسي على مر الزمن، ويلاحظ أيضاً قلة استخدام المنهج التداخل المنهجي رغم أهميته في تقديم رؤى علمية متكاملة.

- شملت الاستبيانات الإلكترونية الأداة الأكثر استخداماً، ثم تحليل المحتوى الرقمي من تغريدات وتعليقات.. ومن ناحية أخرى، ظهر اهتمام ضئيل بالمقابلات المتعمقة في عدد محدود من الدراسات ولم يختلف الوضع بين الدراسات العربية والأجنبية في هذا الجانب، كما يلاحظ أيضاً ندرة استخدام أدوات التحليل الذكية كبرامج تحليل الشبكات الاجتماعية NodeXL و NVivo.

٤- الرؤى النقدية على مستوى العينات (أحجامها - أنواعها):

- لاحظت الباحثة وجود تنوع في أحجام العينات المستخدمة من صغيرة الحجم ٣٠ مشاركاً إلى كبيرة النطاق تصل إلى ٨٠٠٠ مفردة، واعتمدت بعض الدراسات على عينات تمثيلية من مجتمعات متعددة كما هو الحال في (ألمانيا، سنغافورة، كوريا).

- تعاني الدراسات العربية ضعفاً في تمثيل المجتمع البحثي؛ نتيجة الاعتماد على العينات غير الاحتمالية بنسبة بلغت ٨٢.٩%، الأمر الذي يؤثر على تعميم نتائجها، بالإضافة إلى التركيز البالغ على دراسة فئة الشباب دون النظر في الفئات الديموغرافية والشرائح الأخرى.

٥- خلاصة الرؤى النقدية من حيث النتائج العلمية التي تم التوصل إليها:

- يعد مجال استخدام المنصات الرقمية في المشاركة السياسية من أهم المجالات البحثية وأسرعها نموًا وتنوعًا؛ حيث شهدت الفترة الزمنية المحددة التي تغطيها هذه الدراسة اهتمامًا بحثيًا مكثفًا بهذه القضية كمحور رئيس، إلى جانب تنوع القضايا الفرعية التي ناقشتها الدراسات المعنية بهذا المجال.
- أكدت الدراسات العربية والأجنبية الطريقة التي غيرت بها وسائل التواصل الاجتماعي أسلوب إدارة الحملات السياسية ووصول كل من الجمهور والسياسيين إلى المعلومات السياسية ومشاركتها، وتشكيل المواقف والآراء السياسية والانخراط -في نهاية المطاف- في العملية السياسية، إلا أنه لا توجد رؤية واحدة متجانسة لمثل هذه التأثيرات، فبعض الدراسات ترى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تأثيرات إيجابية، فيما أثبتت أخرى محدودية ذلك التأثير.
- ظهر اختلاف بين الدول فيما يتعلق بتأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية نتيجة لاختلاف النظم السياسية ومدى ديمقراطيتها، بالإضافة إلى الفجوة الرقمية في استخدام هذه الوسائل بفاعلية والوصول إليها.
- ضعف التمثيل البحثي لبعض المدارس الفكرية، فجاءت المدرسة الإفريقية بنسبة ٤.٢% مقابل الدراسات الأوروبية والأمريكية التي جاءت بنسبة ٢٢.٥%، وهو ما يشير إلى عدم التوازن الجغرافي في هذا الحقل.
- وجدت الدراسات أن فاعلية وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في المجال السياسي تعتمد على عوامل عديدة، منها: نوع المنصات الرقمية التي يتم استخدامها، خصائص وميول المستخدمين واهتماماتهم السياسية، دوافعهم لاستخدام هذه الوسائل، الحفاظ على العلاقات الاجتماعية مقابل المشاركة السياسية.

رابعاً: التوجهات المستقبلية:

- يجب على الأبحاث المستقبلية تبني منهجيات متعددة التخصصات -تجمع بين رؤى من علم النفس وعلم الاجتماع والعلوم السياسية وتكنولوجيا المعلومات- لالتقاط التفاعل المعقد للعوامل المؤثرة على المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ينبغي على الأبحاث المستقبلية أن تتحقق من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأخبار السياسية بالشكل الذي يتوافق مع دورها الفعلي في الأنظمة السياسية القائمة مقارنة بتقنيات الاتصال القديمة مثل التلفزيون والراديو.
- يجب على الدراسات المستقبلية أن تركز على كيفية إعادة تشكيل التقنيات الحديثة؛ كالذكاء الاصطناعي والواقع المعزز للمشاركة السياسية وكيفية تحسين استخدام هذه التقنيات في تحليل بيانات الشبكات الاجتماعية لفهم دقيق وعميق لاتجاهات الرأي العام وإمكانية التنبؤ بها بدقة عالية.

- تقترح الباحثة تنوع المناهج البحثية التي يتم توظيفها في مجال دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية.
- التوصل إلى أطر نظرية جديدة أكثر شمولية وقدرة على تفسير تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية، من خلال نتائج البحوث البيئية المتراكمة التي تجمع تخصصات مختلفة.
- توصي الباحثة بضرورة التنوع في الأدوات البحثية عند إعداد البحوث العربية، من خلال الاهتمام باستخدام أدوات الملاحظة والمقابلات المتعمقة ومجموعات النقاش المركزة باعتبارها أدوات عامة في التحليل الكيفي.
- دعم الباحثين العرب بأدوات وتقنيات وتدريبات منهجية تمكنهم من تصميم وتنفيذ عينات عشوائية واحتمالية.
- يجب معالجة القضايا الأخلاقية المتعلقة بخصوصية البيانات والمعلومات المضللة والتحيزات الخوارزمية، واستكشاف أطر عمل تضمن المعايير الأخلاقية في المشاركة السياسية الرقمية.
- توسيع نطاق الأبحاث لتشمل سياقات جيوسياسية متنوعة، مع التركيز على الجنوب العالمي؛ لفهم أكثر شمولاً لكيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية عبر ثقافات وأنظمة سياسية مختلفة.
- إجراء دراسات طويلة المدى في فهم الطبيعة المتطورة لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية، وهو ما يلتقط الاتجاهات والتغيرات بمرور الوقت.
- تحفيز إجراء مراجعة نقدية للمقاربات المعيارية المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي في الخطابين الأكاديمي والعام؛ وهذا يتطلب نهجاً أكثر شمولية ومتعدد التخصصات ومبني على الأخلاقيات في الدراسات المستقبلية لفهم كامل لإمكانات المنصات الرقمية في العمليات الديمقراطية، والتنبؤ بما يمكن أن تولد إليه هذه المنصات خلال العقود القادمة من حيث الأدوار السياسية التي قد تطلع بها في المستقبل.

المراجع:

- الشريف، & سلوى أحمد محمد أبو العلا. (٢٠٢٣ م). فاعلية المنصات الإلكترونية في تسويق الأحداث الخاصة لمؤسسة الرئاسة المصرية وعلاقتها بتوجهات الشباب نحوها. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٣ (٨٢)، ٩٣-٤١.
- القضاة، & محمد علي محمد. (٢٠٢٤ م). الاتجاهات البحثية المستقبلية لاستخدام الشبكات الاجتماعية قضايا المجتمع وتشكيل الرأي العام. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (٢٩)، ٣١٨-٢٨١.
- المهدي، أماني (٢٠١٧ م)، تعرض الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى المشاركة السياسية، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج.
- بن مالك، عبد الرزاق، بقي، & جمال. توظيف الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية للتأثير على السلوك الانتخابي للشباب دراسة ميدانية على طلبة قسم الحقوق والعلوم السياسية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة (Doctoral dissertation, univ-ouargla)
- بوعسيلة، بلجودي، وردة، خيرى، & نبيل (مشرفاً). (٢٠٢٠ م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الطالب الجامعي على المشاركة السياسية (Doctoral dissertation)

- تنيو، فاطمة الزهراء (٢٠٢٠م)، الإعلام الجديد وأفق المشاركة السياسية في عالم متغير، مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي، المجلد ٧، العدد ٣.
- حلاوة، م.، & محمد (٢٠١٧م). (المجتمع الافتراضي ودوره في الحراك السياسي للشباب) دراسة سوسولوجيا مطبقة على برلمان الشباب بمحافظة الإسكندرية. مجلة كلية الآداب. جامعة الإسكندرية\٦٧، (٨٧)، ٧٨-١.
- خنوس، & خولة. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري. (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة). (Doctoral dissertation, univ-Ouargla.)
- عبد الجيد درويش، فرج (٢٠١٨م)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الأكاديميين في الحراك الجماهيري المصري، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، المقال ٧، العدد ١٣.
- رفاعي، ع. م. ع.، & عبير محمد عباس. (٢٠١٨م). وسائل الإعلام الاجتماعي وتنمية المشاركة السياسية الرقمية. مجلة كلية الآداب. جامعة بنها، ٤٩ (الجزء الثالث (الفلسفة وعلم النفس والاجتماع)، ١٠٦-١٦٦.
- زين، شبيبة، سهيلة، حمال، & صابرينة (مشرفا). (٢٠١٨م). اتجاهات الأفراد نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية الوعي السياسي. (Doctoral dissertation)
- سعو، محمد (٢٠٢٢م)، استخدام الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي فيسيوك والمشاركة السياسية بين الأشكال والبدائل: دراسة ميدانية لعينة من شباب مدينة أم البواقي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات.
- صالح السيد، هبة الله (٢٠٢٠م)، التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاعتراب السياسي وانعكاسه على المشاركة السياسية لدى الشباب المصري، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٤.
- صاولي، عدنان. كاهنة، زعيم، & نجود. (٢٠١٨م). تأثير مدونات اليوتيوب على المشاركة السياسية للطلاب الجامعي.
- طايبي، روفيدة، دربال، شاهيناز، بوعزيز، & زوهير زوهير. (٢٠٢٠م). واقع الحراك السياسي الجزائري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا.
- طرافي اقويدر، لسلت رابحدور (٢٠٢٢م) مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بالمشاركة السياسية الانتخابية المحلية نوفمبر ٢٠٢١ م نموذجا، مجلة علوم الاتصال والاتصال، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
- عبد الجيد درويش، فرج (٢٠١٨م)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الأكاديميين في الحراك الجماهيري المصري، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، المقال ٧، العدد ١٣
- عبد الحليم، & محمود محمد. (٢٠١٨م). علاقة تعرض الشباب للحملات الإعلامية حول الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨ والمشاركة السياسية لديهم. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٠١٨م (٦٥)، ٤٦٩-٥٥٤
- عبد القوي عامر محمد، ع. (٢٠١٥م). دور وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي: دراسة ميدانية لمشاركة طلاب الجامعة في الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ٢٠١٥م (١١)، ٨٨-١٠٧.
- عبد الله، جمعة محمد (٢٠١٩م)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة العراقية في المشهد السياسي العراقي مجلة آداب الفراهيدي، جامعة تكريت: كلية الآداب
- عرفة، & مسعودة (٢٠١٧م) تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية ٢٠١٧ م دراسة حالة طلبة قسم العلوم السياسية بجامعة ورقلة (Doctoral dissertation)
- عطية، حدة (٢٠١٩م)، المشاركة السياسية للشباب الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة: جامعة الجزائر.
- علي حسن، عبد العزيز، (٢٠١٦م)، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب "دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأردن، المجلد ٣٤، العدد ١".
- عواد، وليد محمد الهادي، عبد الحافظ، & أحمد كمال أحمد. (٢٠١٨م). العوامل المؤثرة في الاستقطاب السياسي لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٠١٨م (٦٤)، ٢٢٣-٢٨١.
- عيسى مراح. (٢٠١٩م). التنديد والاحتجاج عبر شبكات التواصل الاجتماعي: نحو تجديد أشكال المشاركة السياسية في الجزائر. دورية عمران للدراسات الاجتماعية (٢٧)، ٥٣-٧٠.
- غزاي، جمال ابراهيم، (٢٠٢٠م)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنظيم المشاركة السياسية: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الانبار، أطروحات جامعية، جامعة الأنبار: كلية الآداب -قسم الإعلام.

- قطبي، ر. (٢٠١٧م). شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة ٢٠١٥-دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي.
- محمد شفيق. (٢٠٢٣م). تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي الرقمي وعلاقته ببناء تصوراتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي. مجلة البحوث الإعلامية، ٦٤(٢)، ٧٧٧-٨٩٤.
- مجدي، & سماح محمد. (٢٠١٩م). اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ١٨، (٢)، ١-٧٩.
- محمود عثمان، صفا (٢٠١٨م)، تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب المصري، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، المقال ٢، العدد ١٥
- مشهور، & لينا عصام. (٢٠٢٢م). تسويق الشخصية السياسية في مصر عبر شبكات التواصل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٢م (٨٠)، ٦٩٧-٧١١.
- م. م. علاء ازوير ضميم السراي. (٢٠٢٤م). دور الصحافة الالكترونية في توعية الجمهور العراقي ازاء المشاركة السياسية في انتخابات مجالس المحافظات لعام ٢٠٢٣م. Journal of Education College Wasit University, 57(1), 535-552.
- نصر. (٢٠١٨م). علاقة التعرض للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي باتجاهات الجمهور المصري نحو المشاركة بالتصويت. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ١٧(٤)، ١-٧.
- نور الدين، دحمان. (٢٠٢٠م). توظيف الأحزاب السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر: دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من صفحات الأحزاب السياسية الجزائرية، حزب جبهة التحرير الوطني، حركة مجتمع السلم، التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة القوى الاشتراكية خلال تشريعات ومحليات ٢٠١٧م.
- هشام رائق. (٢٠٢٢م). الفجوة الرقمية والعزوف عن المشاركة السياسية تحليل انحدار لوجستي ثنائي الاستجابة لعينة من بيانات المؤشر العربي. سياسات عربية، ١٠(٥٦)، ١٣٩-١٥٥.
- يحيى، ولاء (٢٠١٦م)، وسائل الاتصال الحديثة والمشاركة السياسية للشباب المصري، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب.
- Abdulyakeen, A., & Yusuf, Y. A. (2022). Social Media and Political Participation among Youth in South-Eastern Nigeria: A Case Study of 2015 and 2019 General Elections. *Acta Politica Polonica*, 54, 147-173.
- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. (2019). The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan. *Sage Open*, 9(3), 2158244019864484.
- Ahmed, S., & Gil-Lopez, T. (2022). Incidental news exposure on social media and political participation gaps: Unravelling the role of education and social networks. *Telematics and Informatics*, 68, 101764.
- Aisyah, R. A. P. U. (2018). Social Media, Radicalism, Terrorism and Threats for Democracy Process in Public Space.
- Al-Hasan, A., Khalil, O., & Yim, D. (2020). Digital information diversity and political engagement: The impact of website characteristics on browsing behavior and voting participation. *Information Polity*, 26(1), 21-37.
- Alessandro Delfanti, Adam Arvidsson,(2018), The Public Sphere and Power,
- Alharbi, Ahmed. "The Role of Social Media in Arab Spring." *Multi-Knowledge Electronic Comprehensive Journal for Education And Science Publications (MECSJ)* 14 (2018).
- Alodat, A. M., Al-Qora'n, L. F., & Abu Hamoud, M. (2023). Social media platforms and political participation: A study of Jordani

- AlSalem, F. (2016). Digital media and women's political participation in Kuwait (Doctoral dissertation, Indiana University).
- an youth engagement. *Social Sciences*, 12(7), 402.
- Androutsopoulou, A. S., Karacapilidis, N. I., Loukis, E. N., & Charalabidis, Y. K. (2018). Combining technocrats' expertise with public opinion through an innovative e-participation platform. *IEEE transactions on emerging topics in computing*, 9(1), 174-187.
- Arshad, S., & Khurram, S. (2020). Can government's presence on social media stimulate citizens' online political participation? Investigating the influence of transparency, trust, and responsiveness. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101486.
- Ayres, C. (2020, April). POLITICAL PARTICIPATION, DIGITAL MEDIA AND COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT AND SOCIAL CHANGE: THE PERSPECTIVE OF THE YOUTH CITIZENS. In *Economic and Social Development (Book of Proceedings)*, 52nd International Scientific Conference on Economic and Social Development (p. 53).
- Barberá, P., Casas, A., Nagler, J., Egan, P. J., Bonneau, R., Jost, J. T., & Tucker, J. A. (2019). Who leads? Who follows? Measuring issue attention and agenda setting by legislators and the mass public using social media data. *American Political Science Review*, 113(4), 883-901.
- Boulianne, S. (2020). Twenty years of digital media effects on civic and political participation. *Communication research*, 47(7), 947-966.
- 55-Boulianne, S., Copeland, L., & Koc-Michalska, K. (2024). Digital media and political consumerism in the United States, United Kingdom, and France. *new media & society*, 26(4), 2110-2130.
- Caetano, B., Paula, M., & De Souza, J. (2020). SoPa: A social media for a participatory society. *IEEE Access*, 8, 70627-70639.
- 7Cao, J., Lee, C., Sun, W., & De Gagne, J. C. (2022). The# StopAsianHate movement on Twitter: A qualitative descriptive study. *International journal of environmental research and public health*, 19(7), 3757.
- Chan, L. S. (2021). Looking for politically like-minded partners: Self-presentation and partner-vetting strategies on dating apps. *Personal Relationships*, 28(3), 703-720.
- Chan, M., Chen, H. T., & Lee, F. L. (2021). Cross-cutting discussion on social media and online political participation: A cross-national examination of information seeking and social accountability explanations. *Social Media+ Society*, 7(3), 20563051211035697.
- Chen, Y. (2021). E-government Use and Use Mechanism: A Comparison Study Among Shanghai, Singapore and Taipei. *Freie Universiteit Berlin (Germany)*.
- Deseriis, M. (2021). Rethinking the digital democratic affordance and its impact on political representation: Toward a new framework. *New media & society*, 23(8), 2452-2473.
- Deseriis, M. (2021). Rethinking the digital democratic affordance and its impact on political representation: Toward a new framework. *New media & society*, 23(8), 2452-2473.

- 5Digital Divides in Political Participation: The Mediating Role of Social Media Self-Efficacy and Privacy Concerns
- Dimitrova, D. V., & Matthes, J. (2018). Social media in political campaigning around the world: Theoretical and methodological challenges. *Journalism & mass communication quarterly*, 95(2), 333-342.
- Erubami, A. J. (2020). Public perception of social media contributions to political participation processes in Delta State, Nigeria. *Acta Universitatis Danubius. Communicatio*, 14(1), 108-124.
- Ferrucci, P., Hopp, T., & Vargo, C. J. (2020). Civic engagement, social capital, and ideological extremity: Exploring online political engagement and political expression on Facebook. *New Media & Society*, 22(6), 1095-1115.
- Franzese, R., & Curini, L. (2020). *The SAGE Handbook of Research Methods in Political Science and International Relations*.
- Geise, S., Heck, A., & Panke, D. (2021). The effects of digital media images on political participation online: Results of an eye-tracking experiment integrating individual perceptions of "photo news factors". *Policy & Internet*, 13(1), 54-85.
- Geise, S., Heck, A., & Panke, D. (2021). The effects of digital media images on political participation online: Results of an eye-tracking experiment integrating individual perceptions of "photo news factors". *Policy & Internet*, 13(1), 54-85.
- Geise, S., Heck, A., & Panke, D. (2021). The effects of digital media images on political participation online: Results of an eye-tracking experiment integrating individual perceptions of "photo news factors". *Policy & Internet*, 13(1), 54-85.
- Gil de Zuniga, H., Barnidge, M., & Diehl, T. (2018). Political persuasion on social media: A moderated moderation model of political discussion disagreement and civil reasoning. *The Information Society*, 34(5), 302-315.
- Gil de Zúñiga, H., & Chen, H. T. (2019). Digital media and politics: Effects of the great information and communication divides. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 365-373.
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2022). Social media and political agenda setting. *Political communication*, 39(1), 39-60.
- Homburg, V., & Moody, R. (2022). Weibo to Rescue? A study of social media use in citizen–government relations in China. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 16(1), 128-139.
- J. C. (2022). *A Study of the Relationship Between Internet Use and Political Engagement of South Asian Indians in the United States*. Dallas Baptist University.
- Johann, M. (2022). Political participation in transition: Internet memes as a form of political expression in social media. *Studies in Communication Sciences*, 22(1), 149-164.
- Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., ... & Tucker, J. A. (2018). How social media facilitates political protest: Information, motivation, and social networks. *Political psychology*, 39, 85-118.

- Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., ... & Tucker, J. A. (2018). How social media facilitates political protest: Information, motivation, and social networks. *Political psychology*, 39, 85-118.
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The political significance of social media activity and social networks. *Political communication*, 35(3), 470-493.
- Kasadha, J. (2020). Does social media matter in developing democracies? Examining its impact on citizen political participation and expression in Uganda. *Journal of public affairs*, 20(1), e1981.
- Kaskazi, A., & Kitzie, V. (2023). Engagement at the margins: Investigating how marginalized teens use digital media for political participation. *New Media & Society*, 25(1), 72-94.
- Khan, M. Y., Javeed, A., Khan, M. J., Din, S. U., Khurshid, A., & Noor, U. (2019). Political participation through social media: Comparison of Pakistani and Malaysian youth. *IEEE Access*, 7, 35532-35543.
- Kim, B., Barnidge, M., & Kim, Y. (2020). The communicative processes of attempted political persuasion in social media environments: The mediating roles of cognitive elaboration and political orientations. *Information Technology & People*, 33(2), 813-828.
- Kim, C., & Lee, S. (2021). Does social media type matter to politics? Investigating the difference in political participation depending on preferred social media sites. *Social Science Quarterly*, 102(6), 2942-2954.
- Kim, C., & Lee, S. (2021). Does social media type matter to politics? Investigating the difference in political participation depending on preferred social media sites. *Social Science Quarterly*, 102(6), 2942-2954.
- Kim, J., & Kim, Y. (2022). What publics do online matters: Internet use and political information behaviors. *Online Information Review*, 46(5), 867-885.
- Kim, S. J. (2023). The role of social media news usage and platforms in civic and political engagement: Focusing on types of usage and platforms. *Computers in Human Behavior*, 138, 107475.
- Kipkoech, G. (2023). Connections between internet, social media news use, and political participation in Kenya. *Social Science Computer Review*, 41(3), 871-885.
- Kizgin, H., Jamal, A., Rana, N., Dwivedi, Y., & Weerakkody, V. (2019). The impact of social networking sites on socialization and political engagement: Role of acculturation. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 503-512.
- Knoll, J., Matthes, J., & Heiss, R. (2020). The social media political participation model: A goal systems theory perspective. *Convergence*, 26(1), 135-156.
- Koiranen, I., Koivula, A., Saarinen, A., & Keipi, T. (2020). Ideological motives, digital divides, and political polarization: How do political party preferences and values correspond with the political use of social media? *Telematics and Informatics*, 46, 101322.

- Kurniawan, W., Arham, M., & Muluk, H. (2024). Social Media's Influence on Political Participation: Insights from a Systematic Review and Meta-Analysis in Indonesian Psychology. *Jurnal Psikologi*, 51(3).
- Lane, D. S., Overbye-Thompson, H., & Gagrčin, E. (2024). The story of social media: evolving news coverage of social media in American politics, 2006–2021. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(1), zmad039.
- Lee, F. L., & Chan, J. M. (2015). Digital media use and participation leadership in social protests: The case of Tiananmen commemoration in Hong Kong. *Telematics and Informatics*, 32(4), 879-889.
- Lianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111-127.
- Lilleker, D. G. (2015). Re-imagining the meaning of participation for a digital age. In *Citizen participation and political communication in a digital world* (pp. 109-124). Routledge.
- Lilleker, D. G., & Koc-Michalska, K. (2018). What drives political participation? Motivations and mobilization in a digital age. In *Digital Politics: Mobilization, Engagement and Participation* (pp. 21-43). Routledge.
- Liu, Y. (2021). *Engaging Youth in the Hybrid Media Environment: Media Technological Attributes' Effects on Young People's Internet Political Efficacy during Second Screening*. The University of Alabama.
- Lonkila, M., & Jokivuori, P. (2023). Sharing and liking as youth nano-level participation. Finnish students' civic and political engagement in social media. *Journal of Youth Studies*, 26(6), 803-820.
- Maher, T. V., & Earl, J. (2019). Barrier or booster? Digital media, social networks, and youth micro mobilization. *Sociological Perspectives*, 62(6), 865-883.
- Mansouri, F. (2022). Youth and political engagement in post-revolution Tunisia. *British journal of Middle Eastern studies*, 49(1), 104-120.
- Matthes, J. (2022). Social Media and the Political Engagement of Young Adults: Between Mobilization and Distraction. *Online Media and Global Communication*, 1 (1), 6–22.
- Matthes, J., Heiss, R., & van Scharrel, H. (2023). The distraction effect. Political and entertainment-oriented content on social media, political participation, interest, and knowledge. *Computers in Human Behaviour*, 142, 107644.
- Minaeva, L. (2020, April). The Use of Social Networking Platform Twitter by Russian and British Politicians: Comparative Analysis. In *2020 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS)* (pp. 162-165). IEEE.
- Montiel, I. (2019) *Social Media Kaleidoscope: Social Media as Influential to Transnationality at UMBC*.
- Nájar-Ortega, R., Quiroz-Velasco, M. T., & Cano-Correa, A. M. (2021, June). Analysis of social media use and political interest among Peruvian university students: The case of Arequipa and

- IQUITOS. In 2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI) (pp. 1-7). IEEE.
- Oh, H. J., Lor, Z., & Choi, J. (2021). News repertoires and political information efficacy: Focusing on the mediating role of perceived news overload. *SAGE Open*, 11(1), 2158244020988685.
 - Ohme, J. (2019). Updating citizenship? The effects of digital media use on citizenship understanding and political participation. *Information, Communication & Society*, 22(13), 1903-1928.
 - Ohme, J. (2019). Updating citizenship? The effects of digital media use on citizenship understanding and political participation. *Information, Communication & Society*, 22(13), 1903-1928.
 - Ortiz, T. (2020). Social media in e-government: Social media utilization by municipal governments to enhance transparency, participation and collaboration among all generations of users (Doctoral dissertation, University of La Verne).
 - Pandey, V., Gupta, S., & Chattopadhyay, M. (2020). A framework for understanding citizens' political participation in social media. *Information Technology & People*, 33(4), 1053-1075.
 - Ponder, J. D., & Haridakis, P. M. (2018). Social Media and Social Networking in Political Campaigns/Movements.
 - Saumer, M., Maikovska, K., Neureiter, A., Čepelova, A., van Scharrel, H., & Matthes, J. (2024). Angry tweets. How uncivil and intolerant elite communication affects political distrust and political participation intentions. *Journal of Information Technology & Politics*, 1-17.
 - Santander, P., Alfaro, R., Allende-Cid, H., Elórtegui, C., & González, C. (2020). Analysing social media, analysing the social? A methodological discussion about the demoscopic and predictive potential of social media. *Quality & Quantity*, 54, 903-923.
 - Smith, J. (2022). The Effect of Racial and Ethnic Identity Salience on Online Political Expression and Political Participation in the United States. University of South Florida.
 - Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2020). Election campaigning on social media: Politicians, audiences, and the mediation of political communication on Facebook and Twitter. In *Studying politics across media* (pp. 50-74). Routledge.
 - Tahat, D. N., Elareshi, M., Tahat, K., Al Jwaniat, M. A., Habes, M., & Ziani, A. (2022, November). News media and political participation in the middle east: Jordan as an example. In 2022 International Arab Conference on Information Technology (ACIT) (pp. 1-8). IEEE.
 - Tan, J. J. (2024). Social Media Political Information Use and Political Participation of the Net Generation. *e-BANGI Journal*, 21(1).
 - Theocharis, Y., de Moor, J., & Van Deth, J. W. (2021). Digitally networked participation and lifestyle politics as new modes of political participation. *Policy & internet*, 13(1), 30-53.
 - Vandivier, L. (2020). Expressing a Political Agenda Through Social Media: A Content Analysis of Representative Pete Aguilar's# DearPete Social Media Campaign. California Baptist University.

- Waeterloos, C., Walrave, M., & Ponnet, K. (2021). Designing and validating the social media Political Participation Scale: An instrument to measure political participation on social media. *Technology in Society*, 64, 101493.
- Waeterloos, C., Walrave, M., & Ponnet, K. (2021). Designing and validating the social media Political Participation Scale: An instrument to measure political participation on social media. *Technology in Society*, 64, 101493.
- Wang, Y., Kim, Y., & Lin, H. (2024). Social viewing of news and political participation: The mediating roles of information acquisition, self-expression, and partisan identity. *Computers in Human Behavior*, 154, 108158.
- Wong, S. H. W., & Wong, M. Y. (2020). "Distant participation" and youth political attitudes: Evidence from a natural experiment. *Social Science Quarterly*, 101(4), 1489-1512.
- Wu, C., & Gerber, M. S. (2017). Forecasting civil unrest using social media and protest participation theory. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 5(1), 82-94.
- Yu, R. P., & Oh, Y. W. (2018). Social media and expressive citizenship: Understanding the relationships between social and entertainment expression on Facebook and political participation. *Telematics and Informatics*, 35(8), 2299-2311.
- Zhang, X., & Lin, W. Y. (2018). Stoking the fires of participation: extending the Gamson hypothesis on social media use and elite-challenging political engagement. *Computers in Human Behavior*, 79, 217-226.
- Zhang, Y., Tian, Z., Zhou, Z., Huang, J., & Zhu, A. Y. F. (2023). Intention to consume news via personal social media network and political trust among young people: The evidence from Hong Kong. *Frontiers in Psychology*, 13, 1065059.
- Zyad, H. (2023). An exploration of the effects of social media on youth online and offline sociopolitical engagement. *Education, Citizenship and Social Justice*, 18(1), 71-84.

Social Media and Digital Political Empowerment: A Critical Analysis of Modern Trends (*)

Associate Prof. Dr. Hebatalla Saleh Elsayed Saleh

drheba72@hotmail.com

Associate Professor of Public Relations & Advertising,

Public Relations & Advertising Department,

Faculty of Arts,

Helwan University

Abstract

The aim of this study is to review, analyze, and critically evaluate academic works related to the use of social media in political participation. The researcher employed a second-level or secondary data analysis approach to examine these studies in terms of their methodological frameworks, theoretical approaches, and findings. The analysis covered all research conducted during the period from 2015 to 2024, amounting to a total of 120 studies, 41 Arab studies and 79 foreign studies, distributed across various intellectual schools (European, American, Asian, and African).

The results revealed a predominance of politically and demographically oriented topics, while there was limited attention to psychological and technological dimensions, particularly in Arab studies. The study also highlighted a clear methodological shortcoming in the use of probabilistic sampling, with 69.2% of the studies relying on non-probability samples.

Moreover, most Arab studies focused on university students, without adequate representation of other social groups. The Arab research tradition continues to rely on classical theoretical frameworks that do not align with the evolving technological nature of social media, in contrast to foreign studies, which are largely interdisciplinary and grounded in theoretical concepts.

The study concluded with several recommendations, including the need to balance quantitative and qualitative methods, to promote longitudinal research for a deeper understanding of the impact of digital platforms on political participation, to expand the geographical and social scope of research samples, and to develop measurement tools suitable for the digital environment.

Keywords: Social Media, New Media, Digital Platforms,
Political Participation, Political Interaction, Political Engagement.

(*)The Paper was received on June 24, 2025, and accepted for publication on September 23, 2025.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epa.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jpr.epa.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibeen El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epa.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication (after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Media at the University of Baghdad and currently Head of the Digital Media Department
at Al-Noor University in Nineveh, Iraq

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations, Department of Journalism, Media, and Digital
Communication, Jordan University.

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

Prof. Dr. Kholoud Abdullah Mohammed Miliiani (KSA)

Professor, Faculty of Communication & Media, King Abdulaziz University, KSA.

Prof. Dr. Tariq Mohamed Al-Saidi (Egypt)

Professor, Faculty of Specific Education, Menofia University, Egypt.

Journal



of
P **R** **esearch**

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Thirteenth Year - Fifty-eighth Issue - July/September 2025

IF of the Supreme Council of Universities 2025 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2024 = 1.75

English Researches:

▪ **Prof. Dr. Tahseen Mansour** - *Jordan University*

Dr. Husam Mansour - *University of Technology Malaysia*

**Digital Advertisements and the Brand Image of Construction Companies in Jordan:
A Cultural Analysis** 7

Abstracts of Arabic Researches:

▪ **Associate Prof. Dr. Mohammud Basyouny Gebril** - *Jazan University*

**The Al-Aqsa Flood in Emirati Press Discourse: An Analytical Study of Opinion
Articles in Al-Arab Newspaper** 32

▪ **Associate Prof. Dr. Hebatalla Saleh Elsayed Saleh** - *Helwan University*

**Social Media and Digital Political Empowerment:
A Critical Analysis of Modern Trends** 34

▪ **Associate Prof. Dr. Aram Ibrahim Abuabat** - *Imam Muhammad Bin Saud Islamic University*

**Attitudes of Public Relations Practitioners at Saudi Universities toward the
Challenges of Employing Artificial Intelligence Applications in their Work** 35

▪ **Dr. Amal Al-Saeed Mohamed Okdah** - *Tanta University*

**Address of TV Dramas Shown on Digital Drama Platforms for Social Issues and its
Impact on Adolescent Behavior: An Analytical Field Study** 37

(ISSN 2314-8721)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2025@APRA 

www.jprr.epra.org.eg