

- 40% من القوائم الانتخابية تمتلك صفحات على "فيسبوك".
- 29% من القوائم يستخدمون ترويجاً مدفوعاً للأجر لصفحاتهم ومنشوراتهم على "فيسبوك".
- 32% من القوائم التي تمتلك صفحات على "فيسبوك" تنشر برنامجها الانتخابي.
- 65% من المرشحين يملكون صفحات وحسابات على "فيسبوك".

في إطار متابعة وتقييم مجريات العملية الانتخابية، عمل فريق راصد على إجراء مسح تقييمي لنشاط القوائم الانتخابية على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" شائع الاستخدام في الأردن، لغايات الترويج الانتخابي، حيث هدفت هذه الدراسة المسحية إلى قياس مؤشرات النشاط الافتراضي لتلك القوائم كمياً ونوعاً، وذلك من خلال تتبع مستوى تواجد القوائم الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة تفاعلها مع الجمهور ونوعية المنشورات التي يتم نشرها وآليات النشر والترويج التي تعتمد عليها القوائم في حملاتهم على الشبكة العنكبوتية.

وقد تم تبني منهجية بحثية خليطة لقياس المؤشرات الكمية والنوعية، لتشمل الدراسة كافة القوائم التي تم العثور على صفحاتها من خلال البحث بإحدى اللغتين العربية والانجليزية. كما وقد تم التواصل المباشر مع عينة من القوائم التي لم يتم العثور على صفحاتها لغايات التحقق من دقة البحث، حيث أشارت مخرجات تقييم المنهجية البحثية إلى نسبة خطأ أقل من 3%، ويذكر ان الأرقام الواردة في الدراسة المسحية لغاية يوم أمس الموافق 2016/9/5.

وانقسمت آلية المسح إلى شقين، أولهما تتبع صفحات القوائم المترشحة، وثانئهما تتبع صفحات و حسابات المترشحين ضمن تلك القوائم، حيث بينت نتائج تتبع صفحات القوائم أن نسبة القوائم التي تمتلك صفحات على "فيسبوك" قد وصلت إلى (40%) من مجموع القوائم المترشحة تركزت معظمها في محافظات العاصمة والزرقاء و اربد، فيما وصلت نسبة القوائم التي لا تمتلك صفحات إلى (60%) من مجموع القوائم المترشحة.

وفيما يخص الترويج مدفوع الأجر لصفحات ومنشورات القوائم، فقد تبين أن (29%) من القوائم التي تمتلك صفحات على "فيسبوك" تعتمد آلية الترويج المدفوع لزيادة فرص الوصول إلى الجمهور، بينما وصلت نسبة القوائم التي تمتلك صفحات على "فيسبوك" ولا تستخدم الترويج المدفوع (71%) من مجموع القوائم.

وفيما يخص تفصيل المحتوى الذي يتم نشره من قبل القوائم التي تمتلك صفحات على "فيسبوك"، فقد بينت النتائج أن (81%) من تلك القوائم التي تنشر محتويات الوسائط المتعددة (الصور والفيديوهات)، إلا أن عدد القوائم التي تبين إنتاجها لمقاطع فيديو خاصة بها قد بلغ 22 قائمة فقط، وبينت الدراسة أن 32% من القوائم التي تمتلك صفحات على "فيسبوك" تقوم بنشر برنامجها الانتخابي.

## دراسة مسحية حول استخدام "فيسبوك" في الترويج الانتخابي



وبالنسبة لصور الحسابات الخاصة بصفحات القوائم فقد قام فريق راصد بتتبع تصنيف تلك الصور، وتبين أن (48.4%) من القوائم تضع صور لجميع مرشحي القائمة، فيما وصلت نسبة القوائم التي تعتمد رمز القائمة كصورة لحسابها إلى (37.5) من مجموع القوائم التي تمتلك صفحات، ووصلت نسبة القوائم التي تعتمد صورة مرشح واحد إلى (14.1%).

أما فيما يخص تتبع صفحات وحسابات المرشحين فقد تبين أن نسبة المرشحين الفاعلين على موقع "فيسبوك" قد وصلت إلى (65%) بينما لم يتم إيجاد أي صفحات أو حسابات لما نسبته (35%) من المرشحين، وبخصوص تحليل المحتوى فقد تبين أن (95%) من المرشحين الذين يملكون حسابات وصفحات على "فيسبوك" ينشرون محتوى الوسائط المتعددة لاستقطاب الجمهور، كما بينت الدراسة أن 19% من المرشحين الذين يملكون صفحات أو حسابات خاصة على "فيسبوك" ينشرون برنامجهم الانتخابي.

وبالنظر إلى مجموع المتابعين في صفحات القوائم المترشحة فقد وصل مجموع أعداد المتابعين إلى 115 ألف متابع فقط لجميع القوائم التي تملك حسابات وصفحات على موقع "فيسبوك". فيما وصل مجموع أعداد المتابعين على صفحات وحسابات المترشحين الشخصية إلى 2.93 مليون معجب، ومن الجدير ذكره أن أحد المرشحين وصل عدد المعجبين على صفحته 1.17 مليون معجب فيما تلاه مرشح وصل عدد المعجبين على صفحته 800 ألف معجب.

## دراسة مسحية حول استخدام "فيسبوك" في الترويج الانتخابي

### المرشحين (1264)



### القوائم الانتخابية (227) قائمة

