

## وسائل الإعلام وتشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الانتخابات النيابية مع التطبيق على الانتخابات الأردنية

د / محمود شلبية (\*)

د / محمود يوسف محمد السماسيري (\*\*)

د / عزام العنانزة (\*\*\*)

### مقدمة

لا ينكر أحد أن الحكم الديمقراطي السليم شرط رئيس من شروط التقدم لأي بلد من البلدان، لا لكون هذا الحكم يأتي فقط عبر اختيار حر للحكام من قبل المحكومين، وإنما لكون هذا الاختيار يفترض أن يفرز أقدر المرشحين على القيام بأعباء الحكم والقيادة في هذا البلد.

وتعد عملية المشاركة السياسية للمحكومين في اختيار حكاهم عبر العملية الانتخابية أبهى صور المشاركة السياسية من قبل هؤلاء المحكومين<sup>(١)</sup> لكونها تمثل تجسيدا لحق هؤلاء المواطنين في لعب دور واضح في صنع القرارات السياسية التي تتعلق بحاضر بلدانهم ومستقبلها.. ناهيك عما نتيجته المشاركة السياسية لهم من إمكانية مراقبة هذه القرارات بالضبط و التقييم.<sup>(٢)</sup>

كما تمثل العملية الانتخابية أفضل آلية يمكن خلالها تحقيق التحول السياسي وإنجاز التغيير وضمان تداول السلطة سلميا في المجتمع، وهو ما يجعلها أفضل صور المشاركة السياسية وأكثرها فعالية وقدرة على التعبير عن مدى التطور الديمقراطي وصيانته<sup>(٣)</sup>، شريطة أن تتم هذه العملية الانتخابية في مناخ من الثقة والمصادقية المتبادلة بين النظام السياسي والجماهير<sup>(٤)</sup>، وهو ما يتطلب توافر البيئة المناسبة التي تعمل على إرساء دعائم هذه المشاركة باعتبارها إحدى الحقوق الرئيسية لكافة المواطنين<sup>(٥)</sup>، ذلك لأن حق المواطنين في الاختيار الحر لمن يديرون شؤون بلدانهم يفقد كثيرا من قيمته الفعلية إن لم تتوافر هذه البيئة التي يمكن أن تفرز اختيارا سليما لهم من بين المرشحين المتنافسين. ولا مرأ أن سلامة

(\*) أستاذ مشارك / كلية الإعلام، جامعة سوهاج

(\*\*) مدرس بقسم الإعلام - كلية الآداب، جامعة اليرموك

(\*\*\*) أستاذ مساعد كلية الإعلام، جامعة اليرموك

الاختيار تتطلب أن توفر هذه البيئة للناخبين إمكانية التعرف على هؤلاء المرشحين وبرامجهم على نحو متكامل وسليم، ذلك لأن سلامة اختيار المحكومين لهؤلاء المرشحين تظل رهنا بما يتوافر لديهم من معلومات عن هؤلاء المرشحين، وبالطبع كلما كانت هذه المعلومات سليمة ومتكاملة كانت ثمة إمكانية للاختيار السليم لهم.

وهنا يبرز دور وسائل الإعلام كمصدر رئيس يستقي منه الناخب معارفه السياسية عن كل ما يتعلق بالعملية الانتخابية وبالمرشحين، ناهيك عن المهام التي يفترض أن تمارسها هذه الوسائل بشكل دائم، والمائلة فيما تقدمه في مجال التنشئة السياسية من مواد تصف وتفسر شؤون المجتمع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وما تسهم به هذه المواد في تكوين اتجاهات الجمهور أو تعديلها نحو النظام السياسي القائم برمته.. هذا إلى جانب ما تقوم به كقنوات اتصال بين النخبة والجمهور، وما يعنيه ذلك من دعم المشاركة السياسية للمواطنين وتوسيع آفاق تطلعاتهم، وزيادة طموحاتهم الشخصية، فضلا عما تقوم به من دور بارز في تكوين الرأي العام في شتى القضايا السياسية التي تدور في المجتمع، وذلك من خلال تزويد الجمهور بالأخبار التي تتعلق بهذه القضايا، والمساهمة في توجيه مواقفهم حيال هذه القضايا، وهكذا فوسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من الحياة السياسية في أي بلد من بلدان العالم<sup>(١)</sup>.

وإذا ما نظرنا إلى طبيعة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحياة السياسية في الأردن - سيما في فترة الانتخابات التي تعد المظهر الأبرز من مظاهر هذا الدور - نجد أن هذه الوسائل تضطلع بدور يتسم بخصائص مغايرة لطبيعة الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام في كثير من البلدان الأخرى، هذه الخصائص مردها إلى طبيعة تركيبة المجتمع الأردني، والتي تلعب فيها العشائرية والقبائلية دورا بارزا في حسم خيارات الناخبين لممثليهم تحت قبة البرلمان. والواقع إن هذا المناخ يفرض عبئا مضاعفا على وسائل الإعلام حتى يتسنى لها أن تكون عوناً للناخب في الاختيار السليم لمن ينوب عنه في البرلمان، هذا العبء لا يقف فقط عند ما ينبغي أن تقوم به هذه الوسائل من تقديم المعارف والآراء التي يمكن خلالها إقناع الناخب بالتصويت لحزب أو مرشح بعينه، وإنما يمتد أيضا إلى تقديم الحجج المقنعة التي تجعل الناخب يختار هذا المرشح أو ذاك لكونه الأصلاح والأقدر على الإسهام في تحقيق الدور المنوط بالبرلمان في خدمة المجتمع، وليس لأنه الأقدر

على خدمة مصالح ذلك الناخب ومصالح عشيرته، وبالطبع فإن أي إخفاق أو قصور في اضطلاع وسائل الإعلام الأردنية بهذا الدور الملقى على عاتقها يعني إخفاقاً ما في إنجاز عملية انتخابية سليمة، وهو ما يعني درجة من الإخفاق في بناء نظام حكم رشيد، ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتلمس طبيعة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الأردنية، وأيضاً وسائل الاتصال الجمعي، في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو العملية الانتخابية سعياً لتلمس طبيعة هذا الدور وحدود تأثيراته.

### مشكلة الدراسة:

لما كانت التركيبة المجتمعية للأردن -كما أشرنا سلفاً- تحمل خصوصية للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو العملية الانتخابية، فإن هذا يجعل ذلك الدور جديراً بالدراسة العلمية لوضع اليد على ملامحه وحدوده، لاسيما في ظل الزخم الذي تشهده الساحة الإعلامية، ليس في الأردن وحدها، وإنما في العالم أجمع، والذي خلفه الانفجار الإعلامي الذي أفرزه عصر الفضائيات والإنترنت والموبايل، مما أتاح أمام وسائل الإعلام الأردنية إمكانية غير مسبوقة للعب دور بارز في تنمية الوعي الجمعي على حساب الوعي القبلي للناخب الأردني، وإن كان يصعب الادعاء أن هذا الزخم الإعلامي يمكن أن يلغي تماماً الدور الذي يلعبه الانتماء القبلي أو العشائري في حسم نتائج العملية الانتخابية.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في صيغة تساؤل رئيس هو: "ما طبيعة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام -بشتى أطيافها- في تشكيل معارف واتجاهات الناخبين الأردنيين نحو الانتخابات النيابية في ظل التركيبة القبلية والعشائرية للمجتمع الأردني؟"

### أهمية الدراسة:

ترجع أهمية دراستنا هذه إلى عوامل ثلاثة هي:

١- أهمية الموضوع الذي تسعى لمعالجته، ورغم أنه توجد دراسات عديدة لدور وسائل الإعلام في الدعاية والتوعية للانتخابات بشقيها الرئاسية والنيابية، إلا أن ضخامة هذا الدور وأثره في حكم الشعوب يجعل من الضروري دراسة التطورات التي تشهدها المعالجة الإعلامية للعملية الانتخابية على ضوء تطور

وسائل الإعلام يوماً بعد يوم، وهو ما يتجلى بصفة خاصة في طبيعة الدور الذي أضحت الإنترنت تلعبه عبر ما تنتجه من مواقع إخبارية، ومدونات تزداد يوماً بعد يوم، وشبكات اجتماعية تشكل ما أصبح يعرف بالعالم الافتراضي الذي يكاد يوازي في بنيته عالم الواقع، يضاف إلى ذلك استخدام الموبايل وربطه بشبكة الإنترنت والفضائيات، فضلاً عما يمكن أن ينتجه بث الرسائل عبر الموبايل من وسيلة دعائية لا يستهان بأهميتها.

٢- خصوصية المجتمع الأردني المتمثلة في سطوة الدور الذي تلعبه العشيرة أو القبيلة التي ينتمي إليها الناخب على نحو يجعل اختياره للمرشح يكاد يكون محسوماً سلفاً، وهو ما يجعل ثمة أهمية واضحة لفهم طبيعة وملامح الدور الذي أصبحت تلعبه وسائل الإعلام الأردنية- لاسيما الحديثة منها- في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور على نحو يؤثر في قرارهم الانتخابي بصورة تقلل من سطوة الانتماء العشائري أو القبلي وتجعل اختيار المرشح يتم على أساس موضوعي.

٣- أهمية توقيت إجراء الدراسة حيث تم إجراؤها قبل بداية التصويت بيوم واحد فقط من خلال الباحثين الثلاثة يعاونهم فريق بحثي مدرب، وهو ما جعل الإجابات التي تم الحصول عليها من عينة الدراسة بمثابة محصلة نهائية لمجمل التغطية التي قامت بها وسائل الإعلام للعملية الانتخابية والمرشحين طوال فترة الدعاية الانتخابية، وهو ما يعطي الإجابات التي طرحها الناخبون أكبر قدر من الثبات والمصداقية.

### أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في الإجابة على التساؤل الذي يمثل جوهر المشكلة التي تسعى هذه الدراسة للتصدي لها والذي يتمحور حول التعرف على طبيعة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الناخبين الأردنيين نحو الانتخابات النيابية (٢٠١٠م)، وذلك في ظل وضعية المجتمع الأردني القبلي والعشائرية، وفي سبيل تحقيق هذا الهدف والمائل في الإجابة على ذلك التساؤل، قسم الباحثون هذا الهدف إلى عدة أهداف فرعية يمكن تلخيص أهمها في:

- الكشف عن الوسائل الأكثر استخداما من قبل الناخبين في التعرف على مجريات العملية الانتخابية والمرشحين.
- التعرف على الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في التعريف بالعملية الانتخابية عامة و بالمرشحين خاصة.
- تحديد طبيعة الاتجاهات التي كونها الناخبون نحو العملية الانتخابية سلبا وإيجابا ومدى علاقة ذلك بزيادة تعرضهم لوسائل الإعلام.
- تحديد طبيعة الاتجاهات التي كونها الناخبون نحو المرشحين سلبا وإيجابا ومدى ارتباط ذلك بتعرضهم لوسائل الإعلام.
- الكشف عن مدى حرص الناخبين على المشاركة في العملية الانتخابية، وعلاقة تعرضهم لوسائل الإعلام بقرار المشاركة في العملية الانتخابية من عدمه.
- التعرف على الدور الذي تلعبه المتغيرات الديموغرافية للناخبين في التأثير سلبا أو إيجابا في الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين.

### الإطار النظري للدراسة:

تعتمد دراستنا هذه في بنائها النظري وتطوير فروضها على نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج فجوة المعرفة، وتعتمد جل فروض دراستنا على النموذج الأول (نموذج الاعتماد) في ظل الدور الذي يمكن أن يلعبه استقاء الجمهور معلوماته ومعارفه عن الانتخابات من وسائل الإعلام في تشكيل هذه المعارف، بل وتشكيل اتجاهاتهم والتأثير في سلوكهم الانتخابي وتقرير مدى مشاركتهم في عملية الاقتراع من عدمها.. أما فروض فجوة المعرفة فإن اعتماد دراستنا هذه عليها فيعود إلى توقع الباحثين وجود فجوات معرفية حول الانتخابات النيابية بين المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي والتعليمي المرتفع، وذوي المستوى الاقتصادي والتعليمي المنخفض.

### مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

تعود بدايات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الورقة البحثية التي قدمتها "ساندرا بال روكتش" بعنوان "منظور المعلومات" The Information Perspective) في سنة (١٩٧٤م) والتي دعت خلالها إلى التحول من المفاهيم التي تركز على دور وسائل الإعلام في عملية الإقناع إلى النظر إلى وسائل

الإعلام كنظام للمعلومات، وأن قوة النظام الإعلامي مستمدة من اعتماد الأنظمة الأخرى والأفراد عليه و على مصادر المعلومات التي تتحكم فيها. وذلك بدلا من النظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها أنظمة غير مرتبطة بباقي الأنظمة الاجتماعية أو معزولة عنها<sup>(٧)</sup>.

وقد تطورت هذه النظرة لتصبح نظرية متكاملة أوضحت تعرف باسم "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، وذلك عبر الجهود المشتركة التي قام بها لاحقا "ميلفن دفليير" مع "ساندرا بال روكتش" صاحبة الورقة الأصلية، حيث صاغا معا فروض النظرية و طورها مداخلها، وذلك بداية من سنة (١٩٧٦م) وحتى نهاية الثمانينات<sup>(٨)</sup>.

وتهدف هذه النظرية في الأساس إلى الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أثارا قوية ومباشرة في بعض الأحيان، بينما تكون آثارها غير مباشرة وضعيفة في أحيان أخرى<sup>(٩)</sup>.

وفي سبيل سعيها لفهم هذه الأسباب تطرح النظرية افتراضات ثلاثة رئيسية<sup>(١٠)</sup>:

**الفرض الأول:** يوجد اختلاف في احتياج مجتمع ما للنظام الإعلامي تبعا لدرجة استقرار هذا المجتمع، حيث أن زيادة معدل الاستقرار تجعل هناك زيادة للاعتماد على هذا النظام، والعكس صحيح.

وإذا ما طبقت تلك الفرضية على دراستنا هذه، فإن هذا يعني وجود اعتماد متزايد للجمهور على وسائل الإعلام في فترة الانتخابات.

**الفرض الثاني:** يعد النظام الإعلامي نظاما هاما إذا ما كان أكثر قدرة على الاستجابة لاحتياجات المجتمع والعكس صحيح. وبالطبع فإن إخفاق النظام الإعلامي في مجتمع ما في الاستجابة لاحتياجات المجتمع يدفع بالجمهور إلى اللجوء إلى مصادر إعلامية بديلة يمكن أن تجيب عن التساؤلات التي يطرحها، وفيما يتعلق بالانتخابات الأردنية، فإن أي ضعف أو تحيز في تغطية وسائل الإعلام الحكومية أو المستقلة نتيجة لخضوعها لضغوط قانونية أو اقتصادية على نحو يجعلها لا تلبى تطلعات المتلقي لمعارف متكاملة وموضوعية عن العملية الانتخابية، قد يجعل المتلقي يلجأ إلى وسائل إعلام بديلة لهذه الوسائل، لاسيما الإنترنت، والتي تتخطى حدود الزمان والمكان، ويصعب أن يفرض أي طرف رقابة عليها، ولذلك فإن

القائم بالاتصال - بل والمواطن نفسه والذي أصبح يطلق عليه المواطن الصحفي - يجد خلالها البديل الذي يطرح عبره معارفه وآرائه حول العملية الانتخابية وحول المرشحين، دونما أي ضغط من أية جهة كانت، كما يجد فيها المواطن العادي البديل الذي منه يستقي هذه المعارف والآراء الحرة.

**الفرض الثالث:** ثمة تباين في اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام حسب تقديره لأهمية هذه الوسائل، وحسب خصائصه الديموغرافية، وحسب انتمائه للجمهور العام أو لجمهور الصفوة .

وتعزز نظرية الفجوة المعرفية سلامة هذا الفرض إلى حد كبير، ومن ثم تعتمد عليها دراستنا في تفسير الفروق التي قد توجد في كثافة وأسباب تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام نتيجة لمتغيراتهم الديموغرافية التي تتعلق بالمستوى الاقتصادي أو الاجتماعي.

وإذا ما نظرنا إلى ما طرحته نظرية الاعتماد حول الأهداف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال التعرض لوسائل الإعلام، سوف نجد أن هذه الأهداف تنحصر في الحاجة إلى فهم البيئة الاجتماعية، والحاجة إلى التوجيه، والحاجة إلى اللعب. ويتم النظر إلى هذه الأهداف باعتبارها الأنماط الرئيسية من الدوافع التي تكمن خلف علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام.

وهذه الأنماط لها مفاهيم ذات أبعاد فردية وأخرى ذات أبعاد اجتماعية. فإذا نظرنا إلى بعدها الاجتماعي - وهو ما يهتما في هذه الدراسة - فسند المقصود بما يتعلق بهدف المتلقي من فهم البيئة الاجتماعية، هو معرفة الفرد لكيفية سير المجتمع ومؤسساته المختلفة، وإدراكه لدوره ولدور هذه المؤسسات في هذا المجتمع.

أما فيما يتعلق بالتوجيه فتقسم نظرية الاعتماد أهدافه إلى هدفين اثنين هما:

**أولاً:** توجيه الحركة أو السلوك، وهو الهدف الخاص بالتصرف بطريقة تتسق مع توقعات ومعايير المجتمع في موقف ما.

**ثانياً:** توجيه التفاعل؛ و يقصد به اكتساب وتطوير مهارات ملائمة وفعالة للحديث و المناقشة و غيرها من المهارات الاجتماعية ومهارات الاتصال الشخصي. (١١)

وترصد نظرية الاعتماد مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وتقسّمها إلى ثلاث فئات رئيسة هي: الآثار المعرفية؛ وتتمثل في كشف الغموض وتكوين الاتجاهات و ترتيب الأولويات واتساع المعتقدات والقيم

والآثار الوجدانية؛ والتي تتجلى في العمليات الوجدانية التي ترتبط ببعض المصطلحات مثل المشاعر أو العواطف، ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار، والتي يحددها النموذج في الفطور العاطفي أو اللامبالاة والخوف والقلق والدعم المعنوي والاعتراب، ثم تحصر النظرية الآثار السلوكية التي تحدث كنتيجة للآثار المعرفية و الوجدانية في سلوكيين أساسيين هما التنشيط والخمول.<sup>(١٢)</sup>

والواقع أن دراستنا هنا لا تقيس فقط الآثار المعرفية التي تخلفها عمليات تعرض الناخبين لوسائل الإعلام، وإنما تسعى أيضا إلى قياس انعكاس ذلك على اتجاهات جمهور الناخبين نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين، وانعكاس كل ذلك على مدى حرصهم على المشاركة الفعلية في العملية الانتخابية عبر الذهاب إلى صناديق الاقتراع، وهو ما يعني أن دراستنا تسعى إلى رصد آثار عملية اعتماد جمهور الناخبين على وسائل الإعلام في صورتها المعرفية والسلوكية.

### الدراسات السابقة:

يقتصر هدفنا هنا على استعراض الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في تنشيط المشاركة السياسية عموما أو تنشيط المشاركة في العملية الانتخابية خصوصا، لاسيما تلك التي استندت في وضع فروضها أو طرح تساؤلاتها وتفسير نتائجها على نظرية الاعتماد<sup>(١٣)</sup> أو نظرية الفجوة المعرفية. وفيما يلي نستعرض وبشكل موجز لأهم هذه الدراسات، سواء العربية أو الأجنبية، مرتبة من الأحدث إلى الأقدم.

- دراسة "أندرانك توماسجن" وآخرون (٢٠١١م)، التنبؤ بالانتخابات عن طريق موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"<sup>(١٤)</sup>. تناولت هذه الدراسة تجربة الانتخابات الفدرالية الألمانية للتعرف عما إذا كان "تويتر"<sup>(١٥)</sup> قد استعمل كمنتدى للآراء السياسية، ودور الرسائل القصيرة في طرح الآراء والمعلومات السياسية. وقد قامت الدراسة بتحليل المحتوى لمائة ألف رسالة، وهي تلك التي كانت تتضمن أي إشارة إلى حزب أو شخصية سياسية، وذلك عن طريق استخدام برنامج تحليل النص (LIWC)، وقد أظهرت نتائج هذا التحليل أن تويتر قد استخدم على نطاق واسع كمنتدى للآراء والحوارات السياسية، وقد انتهى التحليل الأولي لهذه الرسائل إلى وجود ترابط قوي بين هذه الرسائل والواقع السياسي لممارسات الأحزاب المتنافسة و المرشحين.



- دراسة أمجد القاضي (٢٠٠٨م) "تغطية الصحف الأردنية للموضوعات الانتخابية، انتخابات" (٢٠٠٨م)<sup>(١٦)</sup> سعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التغطية الإعلامية للعملية الانتخابية بكافة جوانبها من قبل الصحف اليومية والأسبوعية الأردنية ونوعية هذه التغطية وشموليتها، وقد طبقت هذه الدراسة على الانتخابات النيابية السابقة للانتخابات التي أجرينا دراستنا هذه عليها، وهو ما يمنح هذه الدراسة أهمية خاصة لكونها تشير إلى مدى كثافة التغطية التي تقوم بها واحدة من أهم وسائل الإعلام للانتخابات وهي الصحافة، وهو ما يعد مؤشراً على طبيعة الدور الذي تلعبه في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الانتخابات النيابية. وتمثلت أهم النتائج التي انتهت إليها هذه الدراسة في أن جل الموضوعات الانتخابية المنشورة في الصحف الأردنية لم تغط محافظة بعينها وصنفت تحت فئة "عامة" بنسبة (٦١,٢%) من الموضوعات الانتخابية في الصحف اليومية، وبنسبة (٥٤,٧%) في الصحف الأسبوعية، يليها في ذلك موضوعات محافظة العاصمة، وقد أثبتت أن الصحف الأردنية لم تخرج عن إطارها الخبري في تغطية العملية الانتخابية، إذ احتلت الأخبار المرتبة الأولى من بين الأنماط المستخدمة في التغطية، وذلك بنسبة (٥٨,٣%) في الصحف اليومية، وبنسبة (٦٨,٣%) في الصحف الأسبوعية. وكذلك برزت المقالات كمنط مستخدم في التغطية وذلك في (١٧,٦%) من الموضوعات الانتخابية، وهو ما يعد تحولاً جيداً يتجه بالصحافة الأردنية نحو تحليل الخبر بدلاً من تناوله كما هو. وقد برز اهتمام الصحف بالتغطية الانتخابية في الصحف اليومية إلى درجة جعلت صحيفتي "الدستور" و"الرأي" تخصصان ملحقا لها، في حين لم تستخدم بقية الصحف اليومية هذا الأسلوب في التغطية واكتفت بتغطية الانتخابات عبر صفحاتها العادية. ولا شك أن ذلك يشير إلى طبيعة الدور الذي تسعى أكبر صحيفتين يوميتين في الأردن إلى الاضطلاع به في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو العملية الانتخابية.

- دراسة أشرف جلال حسن (٢٠٠٨م) "المعالجة الإعلامية لقضايا التعديلات الدستورية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة وأثرها على طبيعة ومستوى المشاركة السياسية للجمهور المصري"<sup>(١٧)</sup>، وقد تمثلت أبرز نتائج هذه الدراسة- في شقها التحليلي- في وجود فروق جوهرية بين قنوات التلفزيون المصري الحكومية، سواء الأرضية أو الفضائية العامة والمتخصصة، والقنوات الخاصة فيما يتعلق بتناول قضية التعديلات الدستورية من حيث طريقة عرض القضية

سواء بالأسلوب الدعائي أو الحفائقي، العرض الموضوعي أو المتحيز، أو العرض بأسلوب المعرفة العامة أو المتعمق، أو عرض وجهة نظر واحدة أو وجهتين، وهو ما يعكس اختلافاً في المعالجة الإعلامية تزداد أهميته بامتداد أثر هذه المعالجة إلى التأثير على معارف واتجاهات وسلوك الجمهور. أما ما يتعلق بالشق الميداني من الدراسة فقد تحقق فرض فجوة المعرفة ليس فقط في تأثيره على حجم وطبيعة المعلومات المستمدة من القنوات، بل أيضاً في تحديد اتجاه الجمهور من هذه القضايا من جانب، والتأثير على سلوكه من جانب آخر، كما ثبت أيضاً تأثير الاتجاه على طبيعة المشاركة السياسية لدى الجمهور والتي تمثلت في التصويت على التعديلات الدستورية.

- دراسة خالد شعبان (٢٠٠٨م) "دور الصحف الفلسطينية في انتخابات المجلس التشريعي الفلسطيني الثاني"<sup>(١٨)</sup>. سعت الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور السياسي الذي لعبته الصحف الفلسطينية اليومية الرئيسية خلال الحملة الانتخابية للمجلس التشريعي الفلسطيني سنة (٢٠٠٦م)، وقد توصلت إلى أن الصحف اليومية قامت بتقديم نماذج متعددة للاتصال بين المرشحين وجمهور الناخبين، كما ناقشت الأخبار المتعلقة بآلية الانتخابات من عملية تشكيل ونشر مراكز الاقتراع والنظام الانتخابي والبرامج السياسية، وهو ما يشكل في حد ذاته جزءاً من مشاركة الأفراد في صياغة السياسة العامة في الدولة.

- دراسة "دان درو" و"ديفيد ويفر" (٢٠٠٦م) حول "تعلم الناخبين ومدركاتهم حول انتخابات الرئاسة الأمريكية لسنة (٢٠٠٤م)".<sup>(١٩)</sup> تناولت الدراسة علاقات التعرض والاهتمام بالوسائل الإعلامية الإخبارية المختلفة بما فيها الإنترنت، وذلك فيما يتعلق بالمعارف التي أدركها الجمهور، والتي تتعلق بموقف مرشحي الرئاسة "بوش" و"جون كيري" وذلك في الحملة الانتخابية لسنة (٢٠٠٤م). واختبرت الدراسة مدى انعكاس ذلك على نية التصويت لدى عينة عشوائية من الناخبين في ولاية أنداينا، وذلك عبر الاستفتاء التليفوني أثناء الانتخابات.

وقد تمت مقارنة هذه النتائج بدراسات سابقة لنفس الباحثين لسنوات (١٩٨٨م)، (١٩٩٢م)، (١٩٩٦م)، (٢٠٠٠م) للانتخابات الرئاسية، وبشكل عام أثبتت الدراسة أن الاهتمام بالأخبار التليفزيونية، والبرامج الحوارية - والإنترنت في دراستهم الأخيرة- له علاقة مباشرة بإدراك الناخبين للقضايا التي طرحها

المرشحان الرأسيان، وأنها تشير إلى مدى اهتمام الناخبين بمتابعة الحملات الانتخابية للمرشحين.

- دراسة غادة موسى صقر (٢٠٠٦م) "العلاقة بين التعرض للصحافة المطبوعة ومشاركة المرأة السياسية في الانتخابات البرلمانية المصرية لسنة ٢٠٠٥م" (٢٠). سعت الدراسة إلى التعرف على أهم الملامح التي تشكل واقع المشاركة السياسية للمرأة المصرية في الانتخابات البرلمانية المصرية لسنة (٢٠٠٥م)، وقد تمثلت أبرز نتائج الدراسة في أن مشاركة المبحوثات في المناقشات السياسية مع الآخرين كانت تتم بشكل غير منتظم وذلك بنسبة (٤٥%)، ونسبة (٣٥%) منهن حرصن على الانتظام في تلك المناقشات السياسية مع المحيطين بهن، بينما انخفضت آراء المبحوثات في عدم مشاركتهن في مناقشة الموضوعات السياسية مع الآخرين، وعللن ذلك بأنهن ليس لديهن وقت فراغ، وبأن النظام السياسي لا يشجع على ذلك، وأخريات أضفن عدم اهتمامهن بالسياسة على الإطلاق، وأنها تخصص الرجال أكثر. كما انتهت الدراسة إلى أن ثمة عزوفاً من معظم المبحوثات عن المشاركة في عضوية الأحزاب السياسية كأحد مظاهر المشاركة السياسية، وذلك بنسبة (٦٢,٥%)، وعللن ذلك لأسباب تتعلق بأنهن ليس لديهن وقت فراغ، وبعدم معرفتهن بهذه الأحزاب وبرامجها وأهدافها، وعدم معرفة كيفية الوصول إليها، كما أن الأحزاب ذاتها لا تشجع على المشاركة.

- دراسة نائلة إبراهيم عمارة "دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر (سبتمبر ٢٠٠٥م)" (٢١). سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات على معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو المرشحين في هذه الانتخابات من ناحية، ونحو العملية الانتخابية من ناحية أخرى، ورصد العوامل والمتغيرات التي يمكن أن تؤثر على هذه المعارف وتلك الاتجاهات، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج تمثل أهمها في اختلاف مستويات تلقى واكتساب المعرفة أثناء الحملات الإعلامية بسبب الفروق الاقتصادية بين الأفراد، حيث كان الأفراد الأعلى في المستوى الاقتصادي والأكثر تعليماً أكثر معرفة بالانتخابات الرئاسية في مصر من الأفراد الأقل في المستوى الاقتصادي والأقل تعليماً، كما خلصت الدراسة إلى عدم وجود تأثير لمتغير النوع على مستوى المعرفة

بالانتخابات أو شدة الاتجاه نحوها. وهو ما يمكن تفسيره في ضوء تلاشى معظم الاختلافات التي كانت تفرق بين الذكور والإناث في مستوى الاهتمام بالشئون العامة، فخروج النساء إلى العمل ، وارتفاع نسبة التعليم بينهن، إضافة إلى كثافة التغطية الإعلامية للأخبار المتصلة بالعملية الانتخابية، كلها عوامل قللت من وجود فروق بين الذكور والإناث في المعرفة بمستوياتها المختلفة. كما خلصت الدراسة إلى عدم وجود تأثير لنوع الوسيلة التي يعتمد عليها الأفراد في اكتسابهم للمعلومات العامة عن الانتخابات الرئاسية.

- دراسة حنان سليم (٢٠٠٦م) "علاقة الفضائيات الإخبارية والصحف والجماعات المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي لدى الرأي العام المصري"<sup>(٢٢)</sup>. وتمثلت أهم نتائج الدراسة في وجود اهتمامات بارزة لقضايا الإصلاح السياسي في كل من الفضائيات الإخبارية والصحف خلال فترة الدراسة، مما يشير إلى وجود ارتباط مباشر بين التوجهات السياسية وتحديد الاهتمامات البارزة لقضايا الإصلاح السياسي بوسائل الإعلام محل الدراسة، كما أثبتت عدم وجود فروق بين المبحوثين الذين يتعرضون بكثافة للمضمون الإخباري بالصحف القومية، وبين الآخرين الذين يتعرضون له بشكل غير منتظم، وهذا يعني أن التعرض للمضمون الإخباري بالصحف القومية لم يكن له تأثيرات ذات دلالة في إحداث توافق بين اهتمامات الفضائيات الإخبارية والصحف من ناحية، واهتمامات الرأي العام من ناحية أخرى، كما أثبتت الدراسة وجود تأثير لمستوى النقاش حول قضايا الإصلاح السياسي في قوة العلاقة الارتباطية بين الأجندة التوافقية للقنوات الإخبارية والصحف من ناحية، والأجندة التوافقية للمبحوثين بالجماعات المرجعية محل الدراسة.

- دراسة عبد العزيز السيد (٢٠٠٦م) "دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في الانتخابات الرئاسية سبتمبر ٢٠٠٦م"<sup>(٢٣)</sup>. تناولت الدراسة دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في الانتخابات الرئاسية في ظل الإصلاح السياسي، وذلك للتعرف على أثر المعالجات الصحفية المثارة في بناء وتشكيل النوايا السلوكية للجمهور قبل المشاركة في الانتخابات الرئاسية كمتغيرات تابعة، وربطها بالمتغيرات الديموغرافية كمتغيرات مستقلة. وتمثلت أبرز النتائج في مجيء مصادر الاتصال الشخصي والجمعي في الترتيب الأول بين مصادر المعلومات السياسية

لدى الجمهور المصري، وتأثير الصورة الذهنية السلبية لشوائب العملية الانتخابية على متابعة الحملة الانتخابية الرئاسية للمرشحين، كما أشارت الدراسة إلى انخفاض مستوى الثقة في وسائل الإعلام أو تدنيها لدى الجمهور المصري، وأنه كلما ازدادت درجة إدراك الجمهور للاتجاهات السائدة نحو قضية الانتخابات الرئاسية ازداد حجم مشاركتهم وانخراطهم في التعبير الجماعي عن آرائهم بحرية.

- دراسة "كليكس فريسا" و"آخرون" (٢٠٠٥م) "التغطية الإخبارية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية في الاتحاد الأوروبي الموسع لسنة (٢٠٠٤م)<sup>(٢٤)</sup>. تناولت الدراسة التنافس الإخباري التلفزيوني في الاتحاد الأوروبي الموسع سعياً للتعرف على مدى استمرارية أهمية الإعلام التقليدي، وبشكل خاص التلفزيون، وذلك في ظل الانفجار الإخباري لاسيما الذي أتاحتها الإنترنت، وذلك عبر تحليل محتوى البرامج المسائية التلفزيونية الأكثر مشاهدة في دول الاتحاد الأوروبي الموسع. وقد انتهت الدراسة إلى أن أخبار الاتحاد الأوروبي في انتخابات (٢٠٠٤م) كانت أكثر بروزاً في الدول الأحدث عضوية في الاتحاد مقارنة مع الدول المؤسسة للاتحاد، وأن مستوى التغطية في الدول المؤسسة للاتحاد كان أعلى إلى حد ما عنه في انتخابات (٢٠٠١م) مقارنة بالانتخابات السابقة في (١٩٩٩م). وانتهت الدراسة إلى أن ثمة اختلافات واضحة في تغطية الأخبار الانتخابية بين الدول الأوروبية مثل اليونان والدنمارك وسلوفاكيا والنمسا، حيث خصصت القنوات التلفزيونية في هذه الدول (٢٠%) من الأخبار للانتخابات، فيما خصصت دول مثل ألمانيا وبلجيكا والتشيك ما نسبته (٥%) فقط لتغطية الانتخابات.

- دراسة إيمان جمعة (٢٠٠٥م) "اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف واتجاهات الناخبين"<sup>(٢٥)</sup>. سعت هذه الدراسة إلى التعرف على حدود الدور الذي لعبته الصحافة المصرية في مستوى معارف الجمهور المرتبطة بالشخصيات المرشحة في الانتخابات الرئاسية، وأثر ذلك على تكوين الاتجاهات نحو تلك الشخصيات واختلاف هذه المتغيرات التابعة باختلاف المعالجات التي تعاملت بها الصحف المصرية مع هذا الحدث غير المسبوق. وجاءت النتائج لتؤكد اختلاف الاتجاهات الرئيسية للمعالجة الصحفية للحملة الرئاسية باختلاف نوع الجريدة في مجموعة من الأبعاد مع التفاوت النسبي في

حجم، وليس طبيعة هذا الاختلاف، وكانت مصادر ملكية الصحيفة واتجاهها الفكري أهم هذه العوامل وقد عكست نتائج الدراسة الميدانية اهتماماً ملحوظاً من قبل الصحف والمواطن المصري بمتابعة أخبار الانتخابات الرئاسية المصرية، إلا أنه في الوقت نفسه ثبت أن الحملات الصحفية لم تكن هي العامل الوحيد المؤثر في تشكيل اتجاهات وسلوك الناخبين.

- دراسة "سوزان باندوس" و"جيفري كاب" (٢٠٠٣م)<sup>(٢٦)</sup> "وسائل الإعلام والحشد الإعلامي في الانتخابات الأوروبية". وقد اهتمت هذه الدراسة بشكل رئيس بوصف النظم الإعلامية في الاتحاد الأوروبي والتغيرات البنوية في هذه الأنظمة، والتي حدثت منذ الانتخابات الأولى للبرلمان الأوروبي سنة (١٩٧٩م)، وقد وجدت الدراسة أن الجمهور أصبح يتمتع بخيارات أكثر فيما يتعلق بكم المعلومات التي تتعلق بالأمور السياسية عامة، وما يتعلق بانتخابات البرلمان الأوروبي خاصة، وقد أثبتت الدراسة أن الجمهور أصبح أقل تعرضاً لبرامج التليفزيون في القنوات العامة، كذلك أقل تعرضاً للمواد الصحفية، وهو ما أدى إلى ضعف معلوماتهم السياسية، حيث كان ما هو متاح أمامهم في الانتخابات البرلمانية الأوروبية الأولى من مواد حول العملية الانتخابية هو ما طرحه قناة أو أكثر من القنوات العامة، ولكن تعدد القنوات الخاصة الذي تزامن مع الانتخابات الحديثة أدى إلى تنشيط الجمهور وتشتته بين هذه القنوات، وهو ما أدى بالتبعية إلى ضعف معارف الجمهور السياسية.

- دراسة حنان جنيد (٢٠٠٣م) "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الخاصة المصرية"<sup>(٢٧)</sup>. سعت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد طلاب الجامعة على الاتصال التفاعلي من خلال شبكات الإنترنت كمصادر أولية للمعلومات عن القضايا السياسية العالمية والمحلية، وأثر ذلك على مدى وعيهم السياسي ومشاركتهم السياسية من خلال التعرف على المتغيرات التي تتحكم في عملية التعرض للأخبار والمعلومات الإليكترونية، ودوافع استخدام الاتصال التفاعلي، وأنماط الاستخدام. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها وجود تأثير واضح للإنترنت على أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعات، وكان من أهم أسباب الاعتماد على الإنترنت كمصدر رئيس للمعلومات السياسية المحلية والعالمية، هو إمكانية استدعاء المعلومات في أي

وقت. كما انتهت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية تحتل المرتبة الأولى بين المواقع الإلكترونية التي تفضل عينة الدراسة التعرض لها، كما أكدت الدراسة على تزايد أهمية الإنترنت كمصدر رئيس من مصادر المعلومات السياسية لعينة الدراسة.

- دراسة "أمجد القاضي" (٢٠٠٢م) "أساليب الدعاية الانتخابية وتأثيرها على السلوك الانتخابي في المملكة الأردنية الهاشمية: دراسة حالة لانتخابات نوفمبر (١٩٩٧)"<sup>(٢٨)</sup>. وقد أجرى الباحث دراستين؛ إحداهما تحليلية والأخرى ميدانية، وتمثلت أبرز النتائج التي خلصت إليها الدراسة الميدانية في ارتفاع نسبة الأفراد الذين لم يسبق لهم التصويت في الانتخابات النيابية السابقة، وطالبت نسبة كبيرة من عينة البحث بإعادة توزيع المقاعد النيابية على الدوائر الانتخابية لتحقيق العدالة بين المواطنين. وفيما يتعلق بالدراسة التحليلية فقد جاءت صحيفة الرأي كأكثر الصحف نشرًا للمواد التي تتعلق بالعملية الانتخابية، تليها صحيفة العرب اليوم، وجاءت العاصمة (عمان) الأكثر استخدامًا للإعلان الانتخابي في الصحف اليومية، ولجأت معظم الإعلانات التليفزيونية لأسلوب الاستمالات العاطفية. كذلك ثبت ارتفاع نسبة اللافتات الانتخابية التي استخدمت الشعارات مقارنة بعدد اللافتات التي استخدمت الرموز. كما ثبت انخفاض نسبة المرشحات الإناث اللواتي استخدمن الإعلان التليفزيوني للاسترشاد في عملية إعطاء الأصوات.

- دراسة "أميرة العباسي" (٢٠٠١م) "المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة (دراسة ميدانية)"<sup>(٢٩)</sup>. سعت الدراسة إلى رصد وتحليل مؤشرات واقع المشاركة السياسية للمرأة المصرية بأنماطها المباشرة أو التقليدية، ورأيها بوصفها مستقبلًا للرسائل الإعلامية في مدى فاعلية وسائل الإعلام في دعم مشاركتها السياسية، والمعوقات التي تحد من درجة هذه الفاعلية، وقد انتهت الدراسة إلى عدد من النتائج تمثل أبرزها في وجود عزوف واضح من المرأة المصرية عن المشاركة في السياسة وممارسة حقوقها الانتخابية، خاصة امتلاك البطاقة الانتخابية، والاقتراع، والتصويت، وعضوية التنظيمات والأحزاب السياسية، وكيفية تفعيل التمثيل السياسي للمرأة في البرلمان، كذلك وجود فجوة بين اتجاهات المرأة نحو المشاركة السياسية، وممارستها الفعلية لهذه المشاركة.

- دراسة "إيناس أبو يوسف" (٢٠٠١م) "الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة"<sup>(٣٠)</sup>. سعت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام في تشكيل وعي الطلاب تجاه العمل العام والحياة السياسية وتصوراتهم تجاه الأداء السياسي الحزبي في مصر، والأسباب التي تكمن وراء إسهامهم في المشاركة العامة أو إجماعهم عنها. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها إجماع الطلاب عن المشاركة في عضوية الأحزاب السياسية لأنها "مجرد هياكل وأنها لا تقدم رؤى بديلة لمواجهة المشاكل المختلفة، وكذلك إجماعهم عن المشاركة في العملية الانتخابية لشعورهم بعدم جدواها، وعدم ثقتهم فيها.

- دراسة "جمال عبد العظيم" (٢٠٠١م) "دور الصحف المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي - دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠م: في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام"<sup>(٣١)</sup> حاولت هذه الدراسة التعرف على مدى حرص قادة الرأي على المشاركة في الانتخابات الأخيرة لمجلس الشعب، وتحديد دوافع المشاركة ومعوقاتها، كما سعت الدراسة أيضاً إلى التعرف على مدى اعتماد قادة الرأي على وسائل الإعلام عامة، والصحافة خاصة كمصدر لمعلوماتهم السياسية بشأن الانتخابات. وكشفت نتائج الدراسة أن قادة الرأي اعتمدوا على وسائل الإعلام في الحصول على معلوماتهم السياسية بنسبة (٣٧,٣%)، كما شاركت نسبة (١٩%) من مفردات العينة في الاتصال بوسائل الإعلام. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين الاعتماد على وسائل الإعلام، وبين المعرفة الخاصة بعدد أعضاء مجلس الشعب وعدد الدوائر الانتخابية.

- دراسة إيمان نعمان جمعة (٢٠٠١م) "تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية (٢٠٠٠م)"<sup>(٣٢)</sup>. سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التغطية الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام المصرية حول مجلس الشعب في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس الشعب وأعضائه لدى الرأي العام، ودراسة حدود التأثير الإعلامي والصورة الذهنية للمجلس لدى الأفراد في بناء وتشكيل نواياهم السلوكية نحو الانتخابات البرلمانية سنة (٢٠٠٠م). وقد تمثلت أبرز نتائج هذه الدراسة في وجود انخفاض ملحوظ في معدلات تعرض المبحوثين للمضمون



الإعلامي الذي يتناول مجلس الشعب، ووجود اتجاهات وصور ذهنية سلبية، لدى الرأي العام عن المجلس والأداء البرلماني للأعضاء، وأن هذه الاتجاهات السلبية والصور الذهنية القائمة لا تبني سلوكاً مواتياً للمشاركة السياسية في الانتخابات القادمة، حتى أن نسبة (٧٥%) من العينة أجابوا بأنهم غير حريصين على المشاركة في الانتخابات المختلفة. كما انتهت الدراسة إلى أن التواضع الفني في مستوى التغطية الإعلامية لقضايا السياسة الداخلية يعد سبباً رئيساً لعدم نجاح الإعلام في تصحيح صورة البيئة السياسية، وتحفيز الناخبين على المشاركة وممارسة حقوقهم الانتخابية.

- دراسة هويدا مصطفى (٢٠٠١م) "استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية الإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب عام (٢٠٠٠)"<sup>(٣٣)</sup>. سعت الدراسة للوقوف على آراء هذه النخبة تجاه ما قدمته تلك التغطية التي شهدت تكثيفاً إعلامياً وتطوراً في الأشكال والأساليب البرمجية، بالإضافة إلى تخصيص القنوات المحلية لعرض برامج المرشحين وإجراء الحوار والمناقشات والمناظرات مع ممثلي الأحزاب المختلفة.

وكانت من أبرز الجوانب الإيجابية من وجهة نظر الباحثين لهذه التغطية ما قدمته هذه التغطية من الوجوه الحزبية المتنوعة في اتجاهاتها وانتماءاتها، وإساحتها المجال أمام المرشحين المستقلين للظهور عبر شاشات القنوات المحلية. والخروج إلى الأقاليم والمحافظات المصرية لتغطية الأحداث الانتخابية.

أما عن أبرز الجوانب السلبية التي شابت - من وجهة نظر الباحثين - هذه التغطية، فقد كانت عدم الاهتمام الكافي بتبسيط المفاهيم السياسية، وعدم الرصد الكافي لآراء الجمهور تجاه العملية الانتخابية، وعدم ملائمة الفترة الزمنية التي قدمت فيها البرامج الحزبية، بالإضافة إلى قلة الوقت الذي خصص لمناقشة قضايا سياسية مهمة.

- دراسة سلام أحمد عبده (٢٠٠١م) "الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب المعارضة: دراسة تحليلية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب (٢٠٠١م)"<sup>(٣٤)</sup>. توصلت الدراسة - في سعيها إلى التعرف على الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب المعارضة تطبيقاً على انتخابات مجلس الشعب لعام (٢٠٠٠م) - إلى عدد من النتائج تتجلى أبرزها في سيطرة الخطاب الصحفي الإيجابي ذو الاتجاه

المؤيد على المضمون الانتخابي في جريدتي الأهالي والوفد، وذلك في إطار الدعاية لمرشحي حزبي التجمع والوفد، كذلك فشل الخطاب الصحفي الانتخابي للأحزاب المعارضة في حشد وتعبئة جماهير الناخبين خلف مرشحي الأحزاب التي يعبر عنها، ويؤكد هذا إخفاق أحزاب المعارضة (الوفد والتجمع) في تحقيق نجاحات ملموسة في الانتخابات التشريعية لسنة (٢٠٠٠م)، كما أشارت الدراسة إلى انحدار مستوى الخطاب الصحفي الانتخابي في الجريدتين، وانسحاق كل منهما إلى مناقشة قضايا حياتية يومية هي من صميم أعمال المجالس المحلية، ولا علاقة لها بمجلس الشعب، وذلك سعياً لتعبئة الجماهير خلف الحزبين.

- دراسة فاجن ودوجلاس (٢٠٠٠م)<sup>(٣٥)</sup>. تمثلت مشكلة هذه الدراسة في التعرف على اتجاهات الصحف الأمريكية في تغطيتها لانتخابات الرئاسة الأمريكية سنة (١٩٩٦م) من خلال دراسة تحليلية على عينة من صحف نيويورك تايمز، وواشنطن بوست، ولوس انجلوس تايمز، ومدى اهتمام الصحف محل الدراسة بالمرشحين في انتخابات الرئاسة "كلينتون" و"دول". وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن القاصص الإخبارية عن "دول" كانت أكثر منها عن "كلينتون" في الصحف الثلاث، وأن الصحف الثلاث لم تتبع الإرشادات البنائية للقاصص الإخبارية، وأن الصحف الثلاث اهتمت بالمجموعة الانتخابية المؤيدة للمرشحين أكثر من اهتمامها بالمرشحين، كما أنها لم تهتم وتستنشهد بشكل واضح بما طرحه خصوم المرشحين.

- دراسة جونسون و زملائه (١٩٩٩م)<sup>(٣٦)</sup> حول المقارنة بين وسائل الاتصال التقليدية، وغير التقليدية في تأثيرها على الناخبين الأمريكيين خلال الحملة الانتخابية الرئاسية (١٩٩٦م) والتي أجريت على عينة عشوائية من (٣٢٠) مفردة، وأثبتت وجود تأثير محدود للوسائل غير التقليدية "البرامج الحوارية التلفزيونية والمواقع السياسية على شبكة الإنترنت والقنوات الموسيقية MTV" على معرفة و اتجاهات و سلوكيات الناخبين السياسية، بينما كان لهذه الوسائل تأثير أكبر على الصورة الذهنية للمرشحين مقارنة بالوسائل التقليدية التي جاءت الأخبار التلفزيونية على رأسها، وفي المقابل ظهرت علاقات ارتباط إيجابية بين الوسائل التقليدية والمعلومات السياسية، كما ارتبط تعرض أفراد العينة للأخبار التلفزيونية إيجابياً بالصورة الذهنية لديهم عن المرشحين.

- دراسة "مايكل يفاو" و"وليام إيفلاند" (١٩٩٦م) حول تأثير وسائل الإعلام التقليدية، وغير التقليدية في الحملة الانتخابية لسنة (١٩٩٢م)<sup>(٣٧)</sup>، وهدفت إلى المقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية (الصحف - الراديو - التلفزيون) ووسائل الإعلام غير التقليدية الحديثة مثل الإنترنت، وتم تطبيق الدراسة على عينة من (١٥١) طالبا بإحدى الجامعات الأمريكية أثناء الانتخابات الرئاسية الأميركية بين "جورج بوش" الأب و"بيل كلنتون"، وقد خلصت الدراسة إلى أن هذه الحملة كانت الحملة الأولى التي وظفت وسائل الإعلام خلالها أنماطا غير تقليدية مثل البرامج الحوارية والإنترنت، وقد أثبتت هذه الوسائل الجديدة فعالية وتأثيرا كبيرا خلال هذه الحملة.

- دراسة بسيونى إبراهيم حمادة (١٩٩٥م) "استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية"<sup>(٣٨)</sup>، وقد أكدت الدراسة على أن وسائل الإعلام تلعب دورا غير مباشر في تنشيط المشاركة السياسية عموما، والمشاركة الانتخابية خصوصا، وأن الاعتماد على وسائل الاتصال الشخصي من قبل المرشحين مع الناخبين مثل متغيرا اتصاليا أكثر فاعلية في بناء الاتجاهات الإيجابية نحو الإدلاء بالصوت الانتخابي.

- دراسة "شافيه" و"زاو" و"ليشنيير" (١٩٩٤م) حول تأثير الحملة الانتخابية الرئاسية لعام (١٩٩٢م) في المعلومات السياسية للناخبين<sup>(٣٩)</sup>، وقد أجريت الدراسة على عينة من (٨٤١) ناخبا أمريكيا، وأثبتت أن المضامين التي طرحتها وسائل الإعلام المختلفة كان لها تأثيرات واضحة في معلومات المبحوثين بشأن المرشحين، و خاصة المضامين التي قدمها التلفزيون عبر قالب البرامج الحوارية، كما أثبتت أنه بينما كانت الأخبار التلفزيونية أكثر تأثيرا في معرفة الناخبين بمواقف المرشحين من القضايا المطروحة، فقد كانت الصحف أكثر ارتباطا بمعرفتهم حول الاختلافات السياسية بين الأحزاب، كما طرح التلفزيون نفسه كند للصحف في تقديم الأخبار عن الحملة الانتخابية للمرشحين.

#### مدى استفادة الباحثين من الدراسات السابقة:

في ضوء استعراض الدراسات السابقة يمكن استخلاص ما يلي:

- أبرزت الدراسات الحديثة التي تناولت معالجة وسائل الإعلام الأردنية للانتخابات البرلمانية اهتماما واضحا من قبل هذه الوسائل بالانتخابات، وهو ما تجلّى في النتائج التي توصلت إليها مثلا دراسة أمجد القاضي (٢٠٠٨م) من أن

بعض الصحف الكبرى لم تكتف فقط بالتناول المكثف لأخبار الانتخابات، وإنما أفردت ملاحق خاصة لها. وهو ما يشير إلى طبيعة الدور الفاعل الذي تسعى المؤسسات الإعلامية الأردنية، لاسيما الرسمية منها، للاضطلاع به في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو العملية الانتخابية . وهو ما يجعل دراستنا تأتي استكمالاً لهذه الجهود العلمية، وذلك من خلال سعيها للتعرف على طبيعة الأثر الفعلي الذي حققته وسائل الإعلام في سعيها لتشكيل معارف واتجاهات الجمهور الأردني التي تتعلق بهذه الانتخابات.

- استفاد الباحثون من بعض الدراسات السابقة في تتبع العوامل التي تجعل المواطنين يميلون إلى عدم المشاركة في العملية الانتخابية، وهو ما تجلّى بصورة واضحة في النتائج التي انتهت إليها دراسات كل من إيناس أبو يوسف (٢٠٠١م) ودراسة أميرة العباسي (٢٠٠١م) ودراسة أمجد القاضي (٢٠٠٢م) ودراسة غادة موسى صقر (٢٠٠٦م).

- أشارت دراسات مبكرة إلى قدرة وسائل الإعلام غير التقليدية " البرامج الحوارية التليفزيونية"، و"المواقع السياسية على شبكة الإنترنت" على تحقيق تأثير أكبر في المتلقين مقارنة بالوسائل التقليدية، وهو ما تجلّى في دراسة مايكل بفاو ووليام ايفلاند (١٩٩٦م) وجونسون و زملائه (١٩٩٩م)، كذلك دراسة كليكس فريسا وآخرون و دراسة حنان جنيد (٢٠٠٣م) ودراسة دان درو و ديفيد ويفر (٢٠٠٦م)، وثمة دراسات حديثة أشارت إلى استخدامات أحدث إبداعات الإنترنت - وربما أكثرها فاعليه في التوعية السياسية - وهي مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك مثل دراسة أندرانك توماسجن وآخرون (٢٠١١م) والتي أظهرت أن موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" قد استخدم على نطاق واسع كمنبذ للآراء والحوارات السياسية، وهو ما يشير إلى أهمية تناول هذه الوسائل الحديثة، لاسيما في ظل التطورات التي لحقت بها كما ونوعا والتي جعلت فاعليتها تفوق بكثير وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية.

- ومع انتشار وسائل الاتصال بشتى صورها بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي أشارت عدة دراسات إلى أهمية الدور الذي يقوم به الاتصال الشخصي والجمعي في عمليات الإقناع، حيث مثلاً متغيرين أكثر فاعلية في بناء الاتجاهات الايجابية نحو الإدلاء بالصوت الانتخابي، وهو ما يبرر عدم إغفال وسائل الاتصال الشخصية في تشكيل اتجاهات الجمهور ومعلوماته بخصوص

الانتخابات، والتي تمثلت في الأهل والأصدقاء وحضور المهرجانات الخاصة بترويج المرشحين لبرامجهم<sup>(٤٠)</sup>، وذلك مثل دراسة بسيوني إبراهيم حماده (١٩٩٥م) و دراسة عبد العزيز السيد (٢٠٠٦م).

- وبالرغم من أن تعدد وسائل الإعلام يشكل بعدا ايجابيا في تحقيق التوعية السياسية، وهو الأمر الذي جعل الدراسة تضع كل وسائل الإعلام التقليدية وغير التقليدية في حساباتها سعيا لإدراك تأثيراتها على معلومات الجمهور واتجاهاته نحو الانتخابات، إلا أن تعدد هذه الوسائل حمل أيضا بعدا سلبيًا تجلّى في إغراق الجمهور في اهتمامات عديدة لا تعد المشاركة السياسية واحدة منها، وهو ما انتهت إليه دراسة سوزان باندوس (٢٠٠٣م) من أن تعدد القنوات الخاصة في معظم الانتخابات الحديثة أدى إلى تشتت الجمهور وتشتته بين هذه القنوات، وهو ما أدى بالتبعية إلى ضعف معلومات الجمهور السياسية.

- أما بالنسبة للدراسات التي عملت على اختبار تأثير وسائل الإعلام في معلومات الجمهور و اتجاهاته نحو الانتخابات فإنها لم تسع لاختبار تأثير وسيلة إعلامية واحدة، وإنما سعى أكثرها إلى اختبار تأثير أكثر من وسيلة إعلامية، والمقارنة بين تأثيراتها، سواء أكان ذلك من منظور متسع (الوسائل التقليدية مقارنة بغير التقليدية) أو منظور أقل اتساعا مثل (الصحف مقابل التلفزيون) أو منظور ضيق يقتصر على بعض المضامين الإعلامية، وبالطبع فإن هذه المقارنات أسهمت في تعميق النتائج التي انتهت إليها هذه الدراسات حول طبيعة الدور الذي تقوم به هذه الوسائل في تشكيل معلومات الجمهور واتجاهاته نحو الانتخابات.

وبشكل عام، فإن مجمل الدراسات التي عرضنا لها سلفا مثلث رصيذا معرفيا لنا مما أفادنا في بناء الإطار النظري، وتحديد المداخل التي تساعد على التوظيف السليم للمشكلة البحثية، كما أفادنا في تحديد المناهج والأدوات المناسبة التي استخدمناها في الدراسة.

ولما كانت مجمل هذه الدراسات قد تناولت جوانب بحثية يكمل بعضها البعض، وذلك في إطار تكاملية البحث العلمي، فإن ذلك دفعنا إلى الإسهام في استكمال هذه الدراسات بدراسة تتعلق بما تضطلع به وسائل الإعلام الأردنية في دعم المشاركة السياسية في المجتمع الأردني، عبر الدور الذي قامت به هذه

الوسائل في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو الانتخابات النيابية سنة (٢٠١٠م).

### تساؤلات الدراسة وفروضها:

يسعى الباحثون في سبيل تحقيق أهداف الدراسة إلى الإجابة على عدد من التساؤلات، وإلى التحقق من صحة عدد من الفروض هي:

#### أولاً: تساؤلات الدراسة:

- ما مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة مجريات العملية الانتخابية؟
- ما المصادر التي يحصل خلالها الناخبون على المعلومات التي تتعلق بالعملية الانتخابية؟
- ما مستوى معلومات الناخبين عن العملية الانتخابية؟
- ما مستوى معلومات الناخبين عن المرشحين؟
- ما مدى حرص الناخبين على المشاركة في العملية الانتخابية؟
- ما الأسباب التي تدفع الناخبين إلى الحرص أو عدم الحرص على المشاركة في العملية الانتخابية والتي تتعلق بمعلوماتهم عن العملية الانتخابية؟
- ما الأسباب التي تدفع الناخبين إلى الحرص أو عدم الحرص على المشاركة في العملية الانتخابية والتي تتعلق بمعلوماتهم عن المرشحين؟

#### ثانياً: فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** كلما زادت مصادر معلومات المبحوث عن الانتخابات زادت معرفته بالعملية الانتخابية وبالمرشحين.

**الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بالانتخابات لدى المبحوثين الحريصين على المشاركة فيها تعزى إلى زيادة مصادر معلوماتهم عن هذه الانتخابات.

**الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بالانتخابات لدى المبحوثين غير الحريصين على المشاركة فيها تعزى إلى زيادة مصادر معلوماتهم عن هذه الانتخابات.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة المبحوثين بالعملية الانتخابية تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية.

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة المبحوثين بالمرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية..

**الفرض السادس:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات سواء نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين، تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية.

**الفرض السابع:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات سواء نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين، تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية.

**الفرض الثامن:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين.

**الفرض التاسع:** لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين، وبين سلبية اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين.

### **نوع الدراسة ومنهجها:**

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف خصائص مجتمع معين من خلال جمع البيانات و المعلومات عنه، وتحليلها وتفسيرها. وفي هذا الصدد لا يقف هدف دارستنا هنا عند حد توصيف طبيعة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل معلومات الناخبين الأردنيين واتجاهاتهم نحو الانتخابات النيابية سنة (٢٠١٠م)، وما إذا كانت توجد علاقة بين التعرض لأكثر عدد من هذه الوسائل، وبين زيادة الوعي بالعملية الانتخابية عامة وبالمرشحين خاصة، وإنما تمتد إلى التعرف على مدى تأثير ذلك على قرارات الناخبين في المشاركة في العملية الانتخابية من عدمه.

وتعتمد الدراسة هذه على منهج المسح، والذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، لكونه يتيح للباحث إخضاع البيانات التي يحصل عليها للتحليل عبر معاملات إحصائية مختلفة، مما يمكن من التحقق من الفروض التي يطرحها، والإجابة على الأسئلة التي يقدمها. كما يعد هذا المنهج

من أنسب المناهج التي تنتمي إلى الدراسات الوصفية عامة، والتي تسعى لوصف سمات جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه، كما يمكن هذا المنهج من دراسة العلاقات المتبادلة عبر دراسة العلاقات القائمة بين المتغيرات من حيث نوع ودرجة الارتباط فيما بينها، هذا بالإضافة إلى ما يتيح من استخدام المنهج الإحصائي الذي يمكن من اختبار الفروض الإحصائية<sup>(٤١)</sup>.

### مجتمع الدراسة وعينتها:

من الجدول التالي تتضح سمات عينة الدراسة التي تكونت من (٤٠٠) مفردة تم اختيارها بشكل عمدي من المهتمين فقط بمتابعة مجريات العملية الانتخابية من سكان محافظة إربد، وهي ثاني أكبر مدينة في الأردن، و بها تشكيلة سكانية من شتي مناطق المملكة بحكم ما بها من جامعات (جامعة اليرموك، جامعة إربد الأهلية، جامعة جدارا) وما بها من مدينة صناعية كبرى، كما أنها تعد المركز التجاري الرئيس في شمال الأردن، وتم اختيار العينة منها من المبحوثين الذين لا تقل أعمارهم عن (١٨) عاماً، وهو السن القانوني لحصول صاحبه على حق التصويت في الانتخابات، وقد تم استبعاد (١٥) استمارة أثناء المراجعة المكتبية لعدم سلامة البيانات التي أدلى المبحوثون بها، أو لعدم اكتمال ملء هذه البيانات، وهو ما جعل مجموع الاستمارات الصالحة للتحليل (٣٨٥) استمارة.



(جدول ١) يوضح سمات عينة الدراسة (ن = ٣٨٥)

المتغير	ك	%	
الجنس	ذكر	١٩٩	٥١,٧
	أنثى	١٨٦	٤٨,٣
	المجموع	٣٨٥	١٠٠
العمر	من ١٨ إلى ٢٨	٢٦٣	٦٨,٣
	٢٩ إلى ٣٨	٥٤	١٤,٠
	٣٩ إلى ٤٨	٣٩	١٠,١
	٤٨ فأكثر	٢٩	٧,٥
المجموع	٣٨٥	١٠٠	
الانتماء الحزبي	ينتمي	٣٧	٩,٦
	لا ينتمي	٣٤٨	٩٠,٤
المستوى التعليمي	منخفض	١٦	٤,٢
	متوسط	٧٢	١٨,٧
	عالي	٢٩٧	٧٧,١
	المجموع	٣٨٥	١٠٠
المهنة	طالب	١٨١	٤٧,٠
	موظف	١١٢	٢٩,١
	أعمال حرة	٣٨	٩,٩
	لا يعمل	٥٤	١٤,٠
	المجموع	٣٨٥	١٠٠
المستوى الاقتصادي (٤٢)	منخفض	١٤١	٣٦,٦
	متوسط	١٨٤	٤٧,٨
	مرتفع	٦٠	١٥,٦
	المجموع	٣٨٥	١٠٠

### أداة جمع البيانات:

تم استخدام صحيفة الاستقصاء في جمع البيانات من عينة الدراسة، وقد اشتملت على عدد من المحاور هي: السمات الديموغرافية للمبحوثين - درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة مجريات الانتخابات - مصادر حصول المبحوثين على المعلومات المتعلقة بالانتخابات - مستوى المعرفة لدى المبحوثين بالعملية الانتخابية ومستوى معرفتهم بالمرشحين - درجة حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات - أسباب حرص وأسباب عدم حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات و التي تتعلق بالعملية الانتخابية - أسباب حرص وأسباب عدم حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات و التي تتعلق بالمرشحين.

### إجراءات الثبات والصدق:

تم استخدام إعادة الاختبار (Test & Re-test) على عينة تمثل (١٠%) ممن أجريت عليهم الدراسة واتضح أن نسبة الثبات (٨٨%) وهي نسبة عالية، كما طبقت إجراءات الصدق الظاهري للاستمرارية عبر عرضها على عدد من المحكمين في مجال الإعلام والعلوم السياسية وعلم الاجتماع<sup>(٤٣)</sup>. وبناء على ما أبداه المحكمون من آراء، تم إجراء التعديلات المطلوبة فيما يتعلق بحذف بعض الأسئلة، وإضافة بعض البدائل، ودمج بعضها الآخر لإعداد صحيفة الاستقصاء في شكلها النهائي لتكون أداة صالحة لجميع البيانات في الدراسة الحالية.

### التحليل الإحصائي للبيانات:

تم تفرغ البيانات وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS) وقد تم الاستفادة من البرنامج على مستويين هما:  
أ - المستوى الوصفي، وتمثل في الجداول التكرارية البسيطة- حساب التكرارات والنسب المئوية- حساب المتوسطات- حساب الانحراف المعياري للمتوسطات.  
ب- المستوى التحليلي، وتمثل في تكوين الجداول المزدوجة - اختبار برسون لإيجاد قوة العلاقة بين متغيرين - تحليل التباين الأحادي (T) و (F) للتأكد من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات - اختبار مصدر التباين بين المجموعات LSD.

### نتائج الدراسة:

#### أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

١- مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة مجريات العملية الانتخابية.  
يوضح لنا الجدول التالي أن خمسي أفراد العينة مهتمون جداً (٤٠%) بمتابعة مجريات العملية الانتخابية، بينما ثلاثة أخصاسها مهتمون إلى حد ما (٦٠%). وهو ما قد يشير إلى عدم الثقة الكافية في أهمية العملية الانتخابية برمتها، على النحو الذي يقلل من اهتمام جل الناخبين بها.

(جدول ٢) يوضح معرفة مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة مجريات العملية الانتخابية

مستوى الاهتمام	ك	%
مهتم جداً	١٥٤	٤٠
مهتم إلى حد ما	٢٦٣	٦٠
المجموع	٣٨٥	١٠٠

## ٢- مصادر حصول المبحوثين على المعلومات المتعلقة بالانتخابات:

يتضح من الجدول التالي أن الأصدقاء يأتون في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات عن الانتخابات وذلك بنسبة (٤٩,٦%) يليهم بفرق ضئيلة؛ الأهل (٤٨,٦%)، وهذه نتيجة طبيعة في ظل الحديث الدائم بين الشخص وأصدقائه وأهله عن الانتخابات. ثم تأتي بعد ذلك الفضائيات الأردنية (٤٤,٢%)، ثم الصحف (٤١%)، ثم الانترنت (٣٥,٨%) ثم الإذاعات المحلية (٣٥,١%). بينما احتلت مهرجانات المرشحين نسبة (٢٧%) حيث أن المهرجانات لا يحضرها إلا نسبة معينة من الناخبين، يليها زملاء العمل (٢٤,٧%). أما أقل هذه المصادر فقد كانت رسائل الموبايل (١٠,٩%) لأنها وسيلة حديثة نسبياً في استخدامها في الدعاية الانتخابية، كما أنها مكلفة إلى حد ما بينما لا نجد في المصادر الأخرى أي تكلفة عدا الصحف الورقية.

(جدول ٣) يوضح مصادر حصول المبحوثين على المعلومات التي تتعلق بالانتخابات (مرتبة تنازلياً) (\*)

مصدر الحصول على المعلومات	ك	% (**)
الأصدقاء	١٩١	٤٩,٦
الأهل	١٨٧	٤٨,٦
الفضائيات الأردنية	١٧٠	٤٤,٢
الصحف	١٥٨	٤١
الانترنت	١٣٨	٣٥,٨
الإذاعات	١٣٥	٣٥,١
مهرجانات (مؤتمرات) المرشحين	١٠٤	٢٧
زملاء العمل	٩٥	٢٤,٧
رسائل الموبايل إلى	٤٢	١٠,٩

(\*) للمبحوث الحق في اختيار أكثر من إجابة

(\*\*) تم حساب النسبة المئوية من خلال قسمة تكرار البديل على مجمل عينة الدراسة (٣٨٥)

## ٣- مستوى معرفة المبحوثين بالعملية الانتخابية:

من الجدول التالي يتضح أن إجابة "الذي معرفة بطبيعة الدور الذي يلعبه مجلس النواب في الحياة السياسية الأردنية" تأتي على رأس الإجابات التي تتعلق

بمستوى معرفة المبحوثين بالعملية الانتخابية، وذلك بمتوسط حسابي (٢,٢٦) وهي نتيجة طبيعية لأهمية الدور الذي يلعبه المجلس النيابي في أي بلد من البلدان التي تسعى لبناء نظام ديمقراطي، وتلي هذه النتيجة إجابة "لدي معرفة بأسباب حل المجلس السابق" بمتوسط حسابي (٢,١٠) وذلك لأن أسباب حل المجلس كانت مجالاً لاهتمام الرأي العام الأردني، وحديث وسائل الإعلام لفترة طويلة. تلى ذلك إجابة "لدي معرفة بسير العملية الانتخابية في كافة أرجاء المملكة" بمتوسط حسابي (٢,٠٤) ولعل ذلك نتيجة لطبيعة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام بمختلف أطرافها في الحديث عن كل ما يدور حول هذه الانتخابات في كافة أرجاء المملكة. أما أقل الإجابات حظاً فكانت إجابة "لدي معرفة بالقوانين المنتظر للمجلس القادم أن يسنها" بمتوسط حسابي (١,٧٤) وهي نتيجة طبيعية، حيث أن الحديث عن القوانين التي سوف يسنها المجلس القادم ليس من الأحاديث التي تأخذ مساحة كبيرة و دائمة في وسائل الإعلام كما هو حال الإجابات الأخرى.

(جدول ٤) يوضح مستوى المعرفة التي تشكلت لدى المبحوثين عن العملية الانتخابية (مرتبة تنازلياً)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مستوى المعرفة						
		لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦٣٤	٢,٢٦	١٠,٤	٤٠	٥٣,٠	٢٠٤	٣٦,٦	١٤١	لدي معرفة بطبيعة الدور الذي يلعبه مجلس النواب في الحياة السياسية الأردنية
٠,٧٣١	٢,١٠	٢٢,٣	٨٦	٤٥,٧	١٧٦	٣١,٩	١٢٣	لدي معرفة بأسباب حل المجلس السابق
٠,٦٩٣	٢,٠٤	٢٢,١	٨٥	٥١,٩	٢٠٠	٢٦,٠	١٠٠	لدي معرفة بسير العملية الانتخابية في كافة أرجاء المملكة
٠,٧١٥	١,٧٤	٤٢,١	١٦٢	٤٢,١	١٦٢	١٥,٨	٦١	لدي معرفة بالقوانين المنتظر للمجلس القادم أن يسنها

٤- مستوى معرفة المبحوثين بالمرشحين :

من الجدول التالي يتضح أن إجابة "لدي معرفة بأسماء المرشحين" تأتي على رأس الإجابات التي تتعلق بمستوى معرفة المبحوثين بالمرشحين، وذلك بـ

(متوسط حسابي ٢,٤٣) وذلك لأنه من الطبيعي أن يعرف الناخب أسماء المرشحين من الدعاية التي يقومون بها لأنفسهم، والتي تشمل -علي الأقل- اسم المرشح أو اسمه وصورته، ثم تليها إجابة "لدي معرفة بدورهم في خدمة المجتمع المحلي" -ب (بمتوسط حسابي ٢,٠٨) حيث أن كل مرشح يُسوق نفسه من خلال الدور الذي يقوم به في خدمة المجتمع المحلي، والذي يري أنه يؤهله لأن يمثل أبناء دائرته تحت قبة البرلمان حتى يمكن أن يكون أكثر قدرة على خدمتهم. وقد تلي ذلك إجابة "لدي خلفية عن انجازات المرشحين الذين سبق لهم الفوز في انتخابات سابقة" -ب (متوسط حسابي ٢,٠٤) حيث يُسوق كل من سبق له الفوز من المرشحين نفسه من خلال هذه الإنجازات. ثم "لدي معرفة ببرامجهم" -ب (متوسط حسابي ١,٨٨) وهي نسبة منطقية لأن معرفة البرنامج الكامل لكل مرشح يصعب أن تتاح لكل الناخبين، لاسيما في ظل كثرة المرشحين وربما تشابه هذه البرامج. ثم تأتي في زيل القائمة الإيجابية بـ "لدي خلفية عن انتماءاتهم الحزبية" -ب (متوسط حسابي ١,٧٢) واحتلال هذه الإجابة موقع المؤخرة في معارف الناخبين بالمرشحين ربما يعزى إلى ضعف الأحزاب في المجتمع الأردني، وعدم اهتمام الناخبين بطبيعة الانتماء الحزبي للمرشحين، يؤكد على ذلك أن (٩٠,٤%) من جملة المبحوثين ليس لديهم أي انتماء حزبي.

(جدول ٥) مستوى المعرفة التي تشكلت لدي المبحوثين عن المرشحين  
(مرتبة تنازليا)

الاحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	مستوى المعرفة						مجال المعرفة
		لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٥٤١	٢,٤٣	٢,٣	٩	٥٢,٥	٢٠٢	٤٥,٢	١٧٤	لدي معرفة بأسمائهم
٠,٦٧٦	٢,٠٨	١٩,٠	٧٣	٥٣,٨	٢٠٧	٢٧,٣	١٠٥	لدي معرفة بدورهم في خدمة المجتمع المحلي
٠,٧٤٣	٢,٠٤	٢٥,٥	٩٨	٤٤,٧	١٧٢	٢٩,٩	١١٥	لدي خلفية عن انجازات المرشحين الذين سبق لهم الفوز في انتخابات سابقة
٠,٦٦٦	١,٨٨	٢٨,٨	١١١	٥٤,٣	٢٠٩	١٦,٩	٦٥	لدي معرفة ببرامجهم
٠,٧٦٣	١,٧٢	٤٦,٨	١٨٠	٣٤,٣	١٣٢	١٩,٠	٧٣	لدي خلفية عن انتماءاتهم الحزبية

#### ٥- درجة حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات:

من الجدول التالي يتبين أن (٣٥,١%) من المبحوثين حريصون بدرجة كبيرة جدا على المشاركة في العملية الانتخابية، وأن نسبة قريبة منهم (٣٤,٠%) حريصون بدرجة متوسطة، بينما كانت نسبة الحريصين بدرجة ضعيفة (١٥,١%) وهو ما يعني أن الغالبية العظمى من المبحوثين حريصون بدرجة أو بأخرى على المشاركة في الانتخابات، وإن لم تزد نسبة "غير الحريصين مطلقا" عن (١٥,٨%). ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن الدراسة تهتم فقط بأولئك الذين لديهم اهتمام بدرجة أو بأخرى بالعملية الانتخابية.

#### (جدول ٦) مدى حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات.

درجة الحرص	ك	%
حريص بدرجة كبيرة جدا	١٣٥	٣٥,١
حريص بدرجة متوسطة	١٣١	٣٤,٠
حريص بدرجة ضعيفة	٥٨	١٥,١
غير حريص مطلقا	٦١	١٥,٨
المجموع	٣٨٥	١٠٠

#### ٦- أسباب حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات والتي تتعلق باتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية عامة:

يتضح من الجدول التالي أن إجابة "المشاركة فيها واجب وطني" جاءت في مقدمة أسباب التي تتعلق باتجاهات المبحوثين حول العملية الانتخابية عامة، والتي تدفعهم إلى الحرص على المشاركة في الانتخابات، وذلك بـ(متوسط حسابي ٣,٦٢) ثلثها إجابة "تمكن الفرد من التمتع بحقه في ممارسة الديمقراطية" بـ(متوسط حسابي ٣,٤٧) ثم إجابة "تشجع على المشاركة في رسم مستقبل الوطن" بـ(متوسط حسابي ٣,٣٢) ثم ثلثها إجابة "تمكن جميع المواطنين من الإسهام في صنع مستقبل وطنهم" بـ(متوسط حسابي ٣,١٠) ثم في النهاية "تفرز الأصلح لتمثيل الشعب" بـ(متوسط حسابي ٢,٩٧) وهو ترتيب منطقي لهذه الإجابات حيث أن رؤية المشاركة في الانتخابات كواجب وطني أمر طبيعي، وهو ما ينطبق على كون ممارستها "تعد حقا ديمقراطيا"، وكونها "تمكن من المساهمة في رسم مستقبل الوطن". أما كون "الانتخابات تفرز الأصلح لتمثيل الشعب" فقد احتلت المرتبة

الأخيرة لما يشوب الانتخابات في البلدان العربية من مخالفات واضحة تجعل القول بأن هذه الانتخابات تفرز الأصلح أمرا يصعب الاتفاق عليه.

(جدول ٧) أسباب حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات و التي تتعلق بالعملية الانتخابية عامة (مرتبة تنازليا) (\*)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة								سبب الحرص على المشاركة
		موافق بشدة		غير موافق		موافق		موافق بشدة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٥٦٥	٣,٦٢	٠,٥	٢	١,٨	٧	٢٦,٨	١٠٣	٥٤,٠	٢٠٨	المشاركة فيها واجب وطني
٠,٦٥٧	٣,٤٧	١,٠	٤	٤,٤	١٧	٣٢,٥	١٢٥	٤٥,٢	١٧٤	تمكن الفرد من التمتع بحقه في ممارسة الديمقراطية
٠,٧٣٧	٣,٣٢	١,٨	٧	٨,١	٣١	٣٥,٣	١٣٦	٣٧,٩	١٤٦	تشجع على المشاركة في رسم مستقبل الوطن
٠,٨١٧	٣,١٠	٣,٦	١٤	١٣,٠	٥٠	٣٧,٩	١٤٦	٢٨,٦	١١٠	تمكن جميع المواطنين من الإسهام في صنع مستقبل وطنهم
٠,٨٧٩	٢,٩٧	٤,٧	١٨	١٩,٢	٧٤	٣٣,٠	١٢٧	٢٦,٢	١٠١	تفرز الأصلح لتمثيل الشعب

(\*) تم حساب النتائج هنا على ٣٢٤ مفردة، وهم الذين أبدوا حرصهم بدرجة أو بأخرى على المشاركة في العملية الانتخابية

#### ٧- أسباب حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات و التي تتعلق باتجاهاتهم نحو المرشحين.

يتضح من الجدول التالي أن إجابة "الاعتقاد بأن المرشح شخصية تستحق المؤازرة" جاءت في مقدمة الأسباب التي تتعلق باتجاهات المبحوثين حول المرشحين، والتي تدفعهم إلى الحرص على المشاركة في الانتخابات وذلك بـ (متوسط حسابي ٣,٣١) تلي ذلك إجابة "المرشح شخصية وطنية وهو خير من يدافع عن قضايا الوطن" بـ (متوسط حسابي ٣,١٧) وهي أسباب تتعلق بصلاحيته هذا المرشح بصفة عامة بغض النظر عن الاعتبارات التي تتعلق بالدائرة أو بالعشيرة وهي الاعتبارات التي احتلت مكانة تالية لهذه الاعتبارات، وذلك في

الإجابات "المرشح خير من يعبر عن مطالب الدائرة في البرلمان" بـ(متوسط حسابي ٣,١٥) وإجابة "المشاركة واجب يفرضه على ولائي للعشيرة" بـ(متوسط حسابي ٢,٩٦) ثم إجابة "المرشح خير من يمثل عشيرتي في البرلمان" بـ(متوسط حسابي ٢,٩٤). والواقع أن تقديم المبحوثين للأسباب التي تتعلق بصلاحيه المرشح عامة للفوز بمقعد في البرلمان عن تلك التي تتعلق بالدور الذي يمكن أن يقوم به للدائرة أو العشيرة ربما يكون سببه التوعية التي تقوم بها وسائل الإعلام بضرورة أن يتم اختيار المرشح على أساس الدور الذي يقوم به في خدمة الوطن عامة، وليست فقط في خدمة العشيرة أو الدائرة.

(جدول ٨) أسباب حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات و التي تتعلق بالمرشحين (مرتبة تنازليا) (\*)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة								أسباب الحرص على المشاركة
		غير موافق بشدة		غير موافق		موافق		موافق بشدة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٧٠٠	٣,٣١	١,٨	٧	٦,٠	٢٣	٤٠,٠	١٥٤	٣٥,٣	١٣٦	الاعتقاد بأن المرشح شخصية تستحق الموازنة
٠,٨٠٨	٣,١٧	٤,٢	١٦	٨,٨	٣٤	٣٩,٢	١٥١	٣٠,٩	١١٩	المرشح شخصية وطنية وهو خير من يدافع عن قضايا الوطن
٠,٨١٩	٣,١٥	٤,٧	١٨	٨,٦	٣٣	٣٩,٧	١٥٣	٣٠,١	١١٦	المرشح خير من يعبر عن مطالب الدائرة في البرلمان
٠,٩٩٠	٢,٩٦	٨,٣	٣٢	١٧,٤	٦٧	٢٦,٨	١٠٣	٣٠,٦	١١٨	المشاركة واجب يفرضه على ولائي للعشيرة
٠,٩٤٥	٢,٩٤	٦,٢	٢٤	٢٠,٨	٨٠	٢٧,٥	١٠٦	٢٨,٦	١١٠	المرشح خير من يمثل عشيرتي في البرلمان

(\*) تم حساب النتائج هنا على (٣٢٤) مفردة وهم الذين أبدوا حرصهم بدرجة أو بأخرى على المشاركة في العملية الانتخابية



## ٨- أسباب عدم حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات والتي تتعلق باتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية.

يتضح من الجدول التالي أن إجابة "البرلمان منتخبا على أساس عشائري والمصلحة الوطنية" جاءت في مقدمة الأسباب التي تتعلق باتجاهات المبحوثين حول العملية الانتخابية عامة، والتي تدفعهم إلى عدم الحرص على المشاركة في الانتخابات، وذلك بـ(متوسط حسابي ٣,٣٣) تلتها عبارة "تجربة البرلمان السابق تجعل الفرد لا يتفاعل بالبرلمان القادم" بـ(متوسط حسابي ٣,٢١) ثم عبارة "العملية الانتخابية لا تفرز برلمانا قويا" بـ(متوسط حسابي ٣,١٦). ثم عبارة "اعتقد أن النتيجة محسومة مسبقا وصوتي لا قيمة له" بـ(متوسط حسابي ٢,٩٦) ثم "الأحزاب التي تشارك في هذه الانتخابات أحزاب ضعيفة" بـ(متوسط حسابي ٢,٨١) ثم عبارة "مجرد تمثيلية هزلية ليس لها فائدة" بـ(متوسط حسابي ٢,٧٧). ومن الواضح من هذه الإجابات عدم وجود فروق كبيرة بين المتوسط الحسابي لأعلي إجابة وأقل إجابة، وهو ما يعني أن ثمة نوعا من الاتفاق بين المبحوثين على أن كل هذه الأسباب مجتمعة - والتي تتعلق بالعملية الانتخابية عامة - تدفعهم إلى عدم الحرص على المشاركة في هذه الانتخابات.

(جدول ٩) أسباب عدم حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات والتي تتعلق بالعملية الانتخابية عامة. (مرتبة تنازليا) (\*)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة								أسباب عدم حرص على المشاركة
		غير موافق بشدة		غير موافق		موافق		موافق بشدة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١,٠١٨	٣,٣٣	١,٨	٧	١,٨	٧	٣,١	١٢	١١,٤	٤٤	البرلمان منتخب على أساس عشائري و المصلحة الوطنية مغيبة
٠,٩٦١	٣,٢١	١,٣	٥	٢,٩	١١	٤,٧	١٨	٩,٤	٣٦	تجربة البرلمان السابق تجعل الفرد لا يتفاعل بالبرلمان القادم
١,٠٤٤	٣,١٦	١,٨	٧	٣,١	١٢	٣,٦	١٤	٩,٦	٣٧	العملية الانتخابية لا تفرز برلمانا قويا
١,٠٥٥	٢,٩٦	٢,٣	٩	٣,٤	١٣	٥,٢	٢٠	٧,٣	٢٨	اعتقد أن النتيجة محسومة مسبقا وصوتي لا قيمة له
١,٠٨١	٢,٨١	٢,٦	١٠	٤,٧	١٨	٤,٤	١٧	٦,٥	٢٥	الأحزاب التي تشارك في هذه الانتخابات أحزاب ضعيفة
١,١١٩	٢,٧٧	٣,٤	١٣	٣,٦	١٤	٤,٩	١٩	٦,٢	٢٤	مجرد تمثيلية هزلية ليس لها فائدة

(\*) تم حساب النتائج هنا على (٦١) مفردة وهم الذين أبدوا عدم حرصهم مطلقا على المشاركة في العملية الانتخابية

٩- أسباب عدم حرص المبحوثين على المشاركة في الانتخابات والتي تتعلق باتجاهاتهم نحو المرشحين:

من الجدول التالي يتضح أن إجابة "الأغنياء منهم يفوزون بشراء الأصوات" جاءت في مقدمة الأسباب التي تتعلق باتجاهات المبحوثين حول المرشحين، والتي تدفعهم إلى عدم الحرص على المشاركة في الانتخابات" وذلك بـ (متوسط حسابي ٣,٣٦)، تلي ذلك إجابة "أرى أن كل مرشح لا يسعى إلا لتحقيق مصالحه الخاصة ومصالح عشيرته" بـ (متوسط حسابي ٣,٢٩) ثم إجابة "أعتقد أن أقوال المرشحين عكس أفعالهم بـ (متوسط حسابي ٣,١٩)، ثم تلتها "ما قيل عن النواب السابقين يجعل الفرد لا يثق في أي مرشح بـ (متوسط حسابي ٣,١١)، ثم إجابة "لا يوجد لأي من المرشحين برنامج انتخابي واضح" بـ (متوسط حسابي ٣,٠١)، بينما جاءت إجابة "لا يوجد من بين المرشحين من يستحق أن أصوت له" في مؤخرة هذه الإجابات بـ (متوسط حسابي ٢,٨٤). ومن الواضح من هذه الإجابات عدم وجود فروق كبيرة بين المتوسط الحسابي لأعلى إجابة وأقل إجابة، وهو ما يعني - أيضا- أن هناك ما يقارب الاتفاق بين المبحوثين، على أن كل هذه الأسباب مجتمعة - والتي تتعلق بالمرشحين- تدفعهم إلى عدم الحرص على المشاركة في هذه الانتخابات.

(جدول ١٠) أسباب عدم حرص المبحوثين على المشاركة في العملية الانتخابية المتعلقة بالمرشحين (مرتبة تنازليا) (\*)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة								أسباب عدم حرص على المشاركة
		غير موافق بشدة		غير موافق		موافق		موافق بشدة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٨٥٢	٣,٣٦	١,٠	٤	١,٣	٥	٦,٠	٢٣	٩,٩	٣٨	الأغنياء من المرشحين يفوزون بشراء الأصوات
٠,٨٨٧	٣,٢٩	١,٠	٤	٢,١	٨	٥,٧	٢٢	٩,٤	٣٦	كل مرشح لا يسعى إلا لتحقيق مصالحه الخاصة ومصالح عشيرته
٠,٨٨٩	٣,١٩	١,٠	٤	٢,٦	١٠	٦,٥	٢٥	٨,١	٣١	أعتقد أن أقوال المرشحين عكس أفعالهم
١,٠٠١	٣,١١	١,٣	٥	٤,٢	١٦	٣,٩	١٥	٨,٨	٣٤	ما قيل عن النواب السابقين يجعل الفرد لا يثق في أي مرشح
٠,٨٦٠	٣,٠١	١,٠	٤	٣,٤	١٣	٨,١	٣١	٥,٧	٢٢	لا يوجد لأي من المرشحين برنامج انتخابي واضح
١,٠٧٢	٢,٨٤	٢,٦	١٠	٤,٢	١٦	٤,٩	١٩	٦,٥	٢٥	لا يوجد من بين المرشحين من يستحق أن أصوت له

(\*) تم حساب النتائج هنا علي (٦١) مفردة وهم الذين أبدوا عدم حرصهم مطلقا على المشاركة في العملية الانتخابية

## ثانياً: التحقق من فروض الدراسة:

- اختبار الفرض الأول: كلما زادت مصادر معلومات المبحوث عن الانتخابات زادت معرفته بالعملية الانتخابية وبالمرشحين.

يتضح من الجدول التالي صحة هذا الفرض حيث كانت قيمة (ف) مع متغير " المعرفة بالعملية الانتخابية (١٧,٨٣٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠). أما فيما يرتبط بالعلاقة بين زيادة مصادر معلومات المبحوث عن الانتخابات، وزيادة معرفته بالمرشحين فقد كانت قيمة (ف) (٧,٦٧١) عند مستوى معنوية (٠,٠٠١) وهو ما يعني أيضاً صحة هذا الفرض وهو ما يشير إلى طبيعة الدور الذي تلعبه زيادة مصادر المعلومات في زيادة معرفة الناخبين بالعملية الانتخابية والمرشحين.

(جدول ١١) العلاقة بين مصادر معلومات المبحوث عن الانتخابات ومعرفته بالعملية الانتخابية و بالمرشحين

المتغير	مستوى المعرفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعامل الإحصائي	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى الدلالة (*)
المعرفة بالعملية الانتخابية	١ - ٣	١,٩٣	٠,٤٧٣	One way ANOVA	١٧,٨٣٣	بين المجموعات	٠,٠٠٠ دال
	٤ - ٦	٢,١٦	٠,٤٤٣			٢ داخل المجموعات	
	أكثر من ٦	٢,٣٥	٠,٥٠٥			٣٨٢	
المعرفة بالمرشحين	١ - ٣	١,٩٧	٠,٤٦٨	One way ANOVA	٧,٦٧١	بين المجموعات	٠,٠٠١ دال
	٤ - ٦	٢,١٠	٠,٤٦٧			٢ داخل المجموعات	
	أكثر من ٦	٢,٢٥	٠,٥٥٨			٣٨٢	

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

- اختبار الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بالانتخابات لدي المبحوثين الحريصين على المشاركة فيها تعزى إلى زيادة مصادر معلوماتهم عن هذه الانتخابات.

من الملاحظ من الجدول التالي صحة هذا الفرض فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات في مستوى معارفهم سواء بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين، يعود إلى زيادة مصادر معلوماتهم عن الانتخابات حيث بلغت (ف) (٥,٨٠٨) فيما يتعلق بمعلومات الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية عند مستوى دلالة (٠,٠٠٣)، كما بلغت قيمة (ف) فيما يتعلق بمعلومات الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين (٤,٨٩٦) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٨).

(جدول ١٢) الفروق في مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة بالانتخابات تبعاً لمصادر معلوماتهم عن هذه الانتخابات

المتغير	مصادر المعلومات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعامل الإحصائي	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى الدلالة (*)
المعلومات المتعلقة بالعملية الانتخابية	٣ - ١	٣,٢٣٠	٣,٢٣٠	One way ANOVA	٥,٨٠٨	بين المجموعات ٢ داخل المجموعات ٣١٢	٠,٠٠٣
	٦ - ٤	٣,٣٤٨	٣,٣٤٨				
	أكثر من ٦	٣,٥٨١	٣,٥٨١				
المعلومات المتعلقة بالمرشحين	٣ - ١	٣,٠٦	٣,٠٦	One way ANOVA	٤,٨٩٦	بين المجموعات ٢ داخل المجموعات ٣١٢	٠,٠٠٨
	٦ - ٤	٣,٠٨	٣,٠٨				
	أكثر من ٦	٣,٤٢	٣,٤٢				

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

تشير البيانات في الجدول التالي، وباستخدام الاختبارات البعيدة بطريقة (LSD) إلى وجود فروق في مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة فيها سواء بالمرشحين أو بالعملية الانتخابية، هذه الفروق تعزى إلى زيادة مصادر

معلوماتهم عن هذه الانتخابات، حيث ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية لصالح معارف الذين استخدموا ست مصادر فأكثر للتعرف على الانتخابات، فيما يتعلق بمعرفتهم بالعملية الانتخابية عامة مقارنة مع الذين يستخدمون أقل من أربعة مصادر حيث بلغ مستوى المعنوية (0,001) ومقارنة مع الذين يستخدمون من أربعة إلى أقل من ست مصادر، حيث بلغ مستوى المعنوية (0,044) وهو ذات الأمر فيما يتعلق بمعارفهم حول المرشحين حيث وُجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذين يستخدمون أكثر من ستة مصادر مقارنة بالذين يستخدمون أقل من أربعة مصادر، حيث بلغ مستوى المعنوية (0,002) وهو نفس الأمر مع الذين يستخدمون ما بين أربعة إلى ستة مصادر حيث بلغ مستوى المعنوية (0,007)

جدول (١٣) مصادر التباين (باستخدام الاختبارات البعدية بطريقة LSD) بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة بالانتخابات حول العملية الانتخابية أو المرشحين تبعا لمصادر معلوماتهم<sup>(\*)</sup>

المتغير	المصادر	المصادر المقارنة	الفروق في المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة <sup>(*)</sup>
المعلومات المتعلقة بالعملية الانتخابية	٣ - ١	٦ - ٤	٠,١١٧-	٠,٠٧١٣	٠,١٠١
		أكثر من ٦	٠,٣٥١-	٠,١٠٧٣	٠,٠٠١
	٦ - ٤	٣ - ١	٠,١١٧	٠,٠٧١٣	٠,١٠١
		أكثر من ٦	٠,٢٣٣-	٠,١١٥٣	٠,٠٤٤
	أكثر من ٦	٣ - ١	٠,٣٥١	٠,١٠٧٣	٠,٠٠١
		٦ - ٤	٠,٢٣٣	٠,١١٥٣	٠,٠٤٤
مصادر المعلومات المتعلقة بالمرشحين	٣ - ١	٦ - ٤	٠,٠٢-	٠,٠٧٨	٠,٧٩١
		أكثر من ٦	٠,٣٦-	٠,١١٧	٠,٠٠٢
	٦ - ٤	٣ - ١	٠,٠٢	٠,٠٧٨	٠,٧٩١
		أكثر من ٦	٠,٣٤-	٠,١٢٦	٠,٠٠٧
	أكثر من ٦	٣ - ١	٠,٣٦	٠,١١٧	٠,٠٠٢
		٦ - ٤	٠,٣٤	٠,١٢٦	٠,٠٠٧

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (0,05)

- اختبار الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بالانتخابات لدى المبحوثين غير الحريصين على المشاركة فيها تعزى إلى زيادة مصادر معلوماتهم عن هذه الانتخابات.

من الملاحظ من الجدول التالي عدم صحة هذا الفرض فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات في مستوى معارفهم سواء بالعملية الانتخابية، أو بالمرشحين يعود إلى زيادة مصادر معلوماتهم عن الانتخابات حيث بلغت (ف) (٠,٦٩٨) فيما يتعلق بمعلومات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية عند مستوى دلالة (٠,٥٠١) كما بلغت قيمة (ف) فيما يتعلق بمعلومات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين (١,٣٤٨) وذلك عند مستوى دلالة (٠,٢٦٧).

والواقع أن هذه النتيجة تثبت أن عدم الحرص على المشاركة في العملية الانتخابية لا يرتبط بالضرورة بزيادة مصادر معارف الناخبين عنها أو نقصها. وهو ما قد يفسر في ضوء عدم الثقة التي قد تكونت لدى البعض نتيجة لخبراتهم السابقة بأنجازات البرلمان أو حتى المرشحين و التي لا ترتقي إلى طموحاتهم، ناهيك عما يشوب هذه الانتخابات من تهم بالتزوير لصالح مرشحين بأعينهم، وهو ما يعني أن النتيجة قد تكون محسومة من قبل الحكومة سلفاً لمرشحين بأعينهم، سواء أصوت الناخبون لهؤلاء المرشحين أو لم يصوتوا لهم.

جدول (١٤) الفروق في مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة بالانتخابات تبعا لمصادر معلوماتهم عن هذه الانتخابات

المتغير	مصادر المعلومات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعامل الإحصائي	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى (الدلالة) (*)
المعلومات المتعلقة بالعملية الانتخابية	٣-١	٣,١٠	٠,٦٨١	One way ANOVA	٠,٦٩٨	بين المجموعات ٢، داخل المجموعات ٦٧	٠,٥٠١ غير دال
	٤ - ٦	٣,١١	٠,٦٩٢				
	أكثر من ٦	٣,٤٣	٠,٨٣٣				
المعلومات المتعلقة بالمرشحين	٣-١	٣,٠٤	٠,٧٤٧	One way ANOVA	١,٣٤٨	بين المجموعات ٢، داخل المجموعات ٦٧	٠,٢٦٧ غير دال
	٤ - ٦	٢,٧٩	١,١٦٠				
	أكثر من ٦	٣,٤٥	٠,٩٢٢				

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)



- اختبار الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة المبحوثين بالعملية الانتخابية تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية.

تتبين لنا من الجدول التالي صحة هذا الفرض فيما يتعلق بمتغيرات النوع و المهنة و المستوى الاقتصادي وعدم ثبوت صحتها فيما يتعلق بمتغيرات العمر و المستوى التعليمي و الانتماء الحزبي.

فقد ثبتت صحة هذا الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعرفة بالعملية الانتخابية تعزى إلى متغيرات النوع، حيث كانت قيمة ت (٤,٧٢١) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وذلك لصالح الذكور بمتوسط حسابي (٢,١٤) بينما كان المتوسط الحسابي للإناث (١,٩٢). وكانت قيمة (ف) فيما يتعلق بمتغير المهنة (٦,٥٢٨) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) كما كانت قيمة (ف) (١١,٧٨٤) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

ويمكن تفسير عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير العمر إلى ضخامة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الترويج للمعلومات التي تتعلق بالعملية الانتخابية بين مختلف الفئات العمرية، هذا بالإضافة إلى خصوصية المعلومات التي تتعلق بكل عملية انتخابية عما سبقتها من عمليات انتخابية على نحو قد يجعل فارق الخبرة بالعمليات الانتخابية السابقة يكاد لا يضيف كثيرا إلى صاحبة في المعرفة المتعلقة بالعملية الانتخابية الأحدث. كما يمكن تفسير عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الانتماء الحزبي إلى وجود ضعف واضح في طبيعة الدور الذي تلعبه الأحزاب في الحياة السياسية الأردنية، حتى أننا نرى أن المنتمين للأحزاب السياسية في عينة الدراسة لا يمثلون إلا نسبة (٩,٦%)، وهو ما يدل على ضعف الدور الذي تقوم به هذه الأحزاب في الحياة السياسية. أما فيما يتعلق بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى المستوى التعليمي (وهي نتيجة مغايرة لفرضية نظرية فجوة المعرفة) فيمكن تفسيرها في ضوء ضخامة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في الترويج للعملية الانتخابية برمتها وهو ما يجعل التعرض لعمليات الترويج هذه ليست حكرا على المتعلمين دون سواهم.

(جدول ١٥) الفروق بين المبحوثين في مستوى المعرفة بالعملية الانتخابية تبعاً

لمتغيراتهم الديموغرافية

مستوى الدلالة(*)	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	المعامل الإحصائي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير الديموغرافي	
٠,٠٠٠ دال	٣٨٣	٤,٧٢١	T .test	٠,٤٨٦	٢,١٤	ذكر	النوع
				٠,٤٦٥	١,٩٢	أنثى	
٠,١٤٦ غير دال	بين المجموعات ٣، داخل المجموعات ٣٨١	١,٨٠٦	One way ANOVA	٠,٤٦٧	٢,٠١	٢٧-١٨	العمر
				٠,٤٩١	٢,٠٣	٣٧-٢٨	
				٠,٦٠٦	٢,٠٩	٤٧-٣٨	
				٠,٤٩٠	٢,٢٢	٤٨ فأكثر	
٠,١٥٧ غير دال	٣٨٣	١,٤١٧	T .test	٠,٥٣٥	٢,١٤	ينتمي	الانتماء الحزبي
				٠,٤٨٣	٢,٠٢	لا ينتمي	
٠,٠٠٠ دال	بين المجموعات ٣، داخل المجموعات ٣٨١	٦,٥٢٨	One way ANOVA	٠,٤٣٨	١,٩٢	طالب	المهنة
				٠,٥٥٦	٢,١٥	موظف	
				٠,٤٥٣	٢,١٤	أعمال حرة	
				٠,٤٥٢	٢,١١	بلا عمل	
٠,٥٥٨ غير دال	بين المجموعات ٢، داخل المجموعات ٣٨٢	٠,٥٨٥	One way ANOVA	٠,٥٢٠	٢,٠١	منخفض	المستوى التعليمي
				٠,٤٧٣	٢,٠٥	متوسط	
				٠,٤٨٩	٢,٠٣	عالي	
٠,٠٠٠ دال	بين المجموعات ٢، داخل المجموعات ٣٨٢	١١,٧٨٤	One way ANOVA	٠,٤٩٧	٢,٢٨	منخفض	المستوى الاقتصادي
				٠,٤٦٧	٢,٠٣	متوسط	
				٠,٤٧٨	١,٩٣	مرتفع	

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

وحتى يمكن وضع اليد على مصدر التباين فيما يتعلق بالمهنة، و بالمستوى الاقتصادي و باستخدام الاختبارات البعيدة بطريقة (LSD) نجد - وكما يشير الجدول التالي - أن ثمة فروقا في مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية، تبعاً للمهنة وللمستوى الاقتصادي. حيث ظهرت - فيما يتعلق بالمهنة فروق ذات دلالة لصالح فئة (موظف، أعمال حرة، بدون عمل) مقارنة مع فئة (طالب) حيث بلغ مستوى المعنوية على التوالي (٠,٠٠٠ و ٠,٠٠٩ و ٠,٠١٢) وهو ما يمكن تفسيره في ضوء انشغال الطلاب بدراساتهم، وحادثة سنهم مما يجعل انغماسهم في الحياة السياسية أقل ممن يكبرونهم سناً.

أما فيما يتعلق بالفروق التي تعزى للمستوى الاقتصادي فقد كانت لصالح ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض مقارنة بالمتوسط و العالي حيث بلغت المعنوية على التوالي (٠,٠٤٦ و ٠,٠٠٠) وكانت أيضا لصالح ذوي الدخل المتوسط مقارنة بالعالي حيث بلغت المعنوية (٠,٠٠٠).

والواقع أن هذه النتيجة تكاد تكون معاكسة تماما لفرضية نظرية الفجوة المعرفية التي ترى أن ثمة فجوة في المعارف بين الفئات ذات المستوى الاجتماعي و الاقتصادي الأعلى، والتي تميل إلى اكتساب معلومات أكثر وبين الفئات ذات المستوى الأقل. وهي نتيجة يصعب تفسيرها فحتى لو قلنا إن الانفجار المعرفي الذي أتاحت وسائل الإعلام الحديثة من فضائيات و انترنت - وبتكلفة مالية زهيدة- يمكن أن يسهم في إلغاء الفجوة المعرفية بين المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع، والمنخفض سواء بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين، فإن ذلك لا يعني بالضرورة أن يكون ذلك مدعاة لان يضحى المبحوثون من أصحاب المستوى الاقتصادي المنخفض أكثر معرفة بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين مقارنة بأصحاب المستوى الاقتصادي المتوسط أو المرتفع.

جدول (١٦) مصادر التباين بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة بالانتخابات حول العملية الانتخابية تبعا لمتغيري المهنة والمستوى الاقتصادي باستخدام الاختبارات البعدية بطريقة (LSD) (\*)

المتغير	المتغير الرئيسي	المتغيرات المقارنة	الفروق في المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة (*)
المهنة	طالب	موظف	-٠,٢٣	٠,٠٥٨	٠,٠٠٠
		أعمال حرة	-٠,٢٢	٠,٠٨٥	٠,٠٠٩
		بدون عمل	-٠,١٩	٠,٠٧٤	٠,٠١٢
	موظف	طالب	٠,٢٣	٠,٠٥٨	٠,٠٠٠
		أعمال حرة	٠,٠٠	٠,٠٩٠	٠,٩٩٧
		بدون عمل	٠,٠٤	٠,٠٧٩	٠,٦٢٧
	أعمال حرة	طالب	٠,٢٢	٠,٠٨٥	٠,٠٠٩
		موظف	٠,٠٠	٠,٠٩٠	٠,٩٩٧
		بدون عمل	٠,٠٤	٠,١٠١	٠,٧٠٦
	بدون عمل	طالب	٠,١٩	٠,٠٧٤	٠,٠١٢
		موظف	-٠,٠٤	٠,٠٧٩	٠,٦٢٧
		أعمال حرة	-٠,٠٤	٠,١٠١	٠,٧٠٦
المستوى الاقتصادي	مرتفع	متوسط	٠,٢٥	٠,٠٧١	٠,٠٠٠
		منخفض	٠,٣٦	٠,٠٧٣	٠,٠٠٠
	متوسط	مرتفع	-٠,٢٥	٠,٠٧١	٠,٠٠٠
		منخفض	٠,١١	٠,٠٥٣	٠,٠٤٦
	منخفض	مرتفع	-٠,٣٦	٠,٠٧٣	٠,٠٠٠
		متوسط	-٠,١١	٠,٠٥٣	٠,٠٤٦

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

- اختبار الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة المبحوثين بالمرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية:

من الجدول التالي تتضح صحة هذا الفرض فقط فيما يتعلق بمتغيري النوع والمستوى الاقتصادي. حيث كانت قيمة (ت) (٣,٤٧٠) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠١) فيما يتعلق بمتغير النوع، وقد كانت الفروق لصالح الذكور حيث كان المتوسط الحسابي للذكور (٢,١١) بينما كان (١,٩٤) للإناث، وهي فروق طبيعية بحكم اهتمام الذكور في المجتمعات العربية بكل ما يتعلق بالانتخابات بصورة أكبر من الإناث، وخير دليل على ذلك أن عدد المرشحين والنواب يفوق، وعلي نحو

ضخم، عدد المرشحات والنائبات في كل البرلمانات العربية تقريبا. أما فيما يتعلق بمتغير المستوى الاقتصادي فقد كانت قيمة (ف) (٧,٩٢٥) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

(جدول ١٧) الفروق بين المبحوثين في مستوى معارفهم بالمرشحين تبعا لمتغيراتهم الديموغرافية

المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعامل الإحصائي	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى الدلالة (*)	
النوع	ذكر	٢,١١	T .test	٣,٤٧٠	٣٨٣	٠,٠٠١ دال	
	أنثى	١,٩٤					٠,٤٦٥
العمر	٢٧-١٨	٢,٠٣	One way ANOVA	٠,١٣٨	بين المجموعات ٣، داخل المجموعات ٣٨١	٩٣٧,٠ غير دال	
	٣٧-٢٨	٢,٠٣					٠,٤٩٨
	٤٧-٣٨	١,٩٩					٠,٥٧٧
	٤٨ فأكثر	٢,٠٦					٠,٤٩٣
الانتماء الحزبي	ينتمي	٢,١٦	T .test	١,٧٢٣	٣٨٣	٠,٠٨٦ غير دال	
	لا ينتمي	٢,٠٢					٠,٤٨٩
المهنة	طالب	١,٩٩	One way ANOVA	١,٤٧٥	بين المجموعات ٣، داخل المجموعات ٣٨١	٠,٢٢١ غير دال	
	موظف	٢,٠٤					٠,٥٢٨
	أعمال حرة	٢,٠٥					٠,٤٣٥
	بلا عمل	٢,١٤					٠,٤٩٢
المستوى التعليمي	منخفض	١,٧٥	One way ANOVA	٢,٨٦٠	بين المجموعات ٢، داخل المجموعات ٣٨٢	٠,٠٥٩ غير دال	
	متوسط	٢,٠٦					٠,٤٨٠
	عالي	٢,٠٤					٠,٤٨٢
المستوى الاقتصادي	منخفض	٢,٢٠	One way ANOVA	٧,٩٢٥	بين المجموعات ٢، داخل المجموعات ٣٨٢	٠,٠٠٠ دال	
	متوسط	٢,٠٦					٠,٤٦٢
	عالي	١,٩٢					٠,٤٩٠

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

ويوضح لنا الجدول التالي - وباستخدام الاختبارات البعيدة بطريقة LSD - مصدر التباين في مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالمرشحين تبعاً لمستواهم الاقتصادي، حيث كانت الفروق لصالح ذوي الدخل المنخفض مقارنة بذوي الدخل المتوسط و المرتفع حيث بلغت المعنوية على التوالي (٠,٠١٠) و(٠,٠٠٠) وكذلك وجود فروق لصالح ذوي الدخل المتوسط مقارنة بالدخل المرتفع حيث بلغت المعنوية (٠,٠٤٤) وهو ما يتسق مع النتيجة التي انتهى إليها الفرض السابق، وإن كان يشير إلى نتيجة عكسية للفرضية الرئيسية لنظرية فجوة المعرفة، وهو ما يمكن تفسيره بالانفجار المعرفي الذي طال جميع فئات المجتمع ولم يعد حكراً على فئة دون أخرى، كما يمكن أن يكون نشاط المرشحين في التعريف بأنفسهم ودعايتهم المكثفة عبر وسائل الاتصال الشخصي والجمعي فد أسهم في ذلك، لاسيما وأن تركيز المرشحين يكون في فترة الدعاية الانتخابية منصبا على ذوي الدخل المنخفض لكثافة أعدادهم، ومن ثم دورهم المؤثر في حسم نتيجة الانتخابات

(جدول ١٨) مصادر التباين بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالمرشحين تبعاً للمستوى الاقتصادي باستخدام الاختبارات البعيدة بطريقة LSD (\*)

المتغير الرئيسي	المتغيرات المقارنة	الفروق في المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة (*)
المستوى الاقتصادي المرتفع	المتوسط	٠,١٤	٠,٠٧١	٠,٠٤٤
	المنخفض	٠,٢٨	٠,٠٧٤	٠,٠٠٠
المستوى الاقتصادي المتوسط	المرتفع	٠,١٤-	٠,٠٧١	٠,٠٤٤
	المنخفض	٠,١٤	٠,٠٥٣	٠,٠١٠
المستوى الاقتصادي المنخفض	المرتفع	٠,٢٨-	٠,٠٧٤	٠,٠٠٠
	المتوسط	٠,١٤-	٠,٠٥٣	٠,٠١٠

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

- اختبار الفرض السادس: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات سواء نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية. أولاً: اختبار الفروق في الاتجاهات التي تتعلق بالعملية الانتخابية:

من خلال بيانات الجدول التالي نتضح لنا صحة الشق الأول من الفرض السابق وهو "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية" إلا فيما يتعلق بالعمر حيث كانت قيمة (ف ٣,٠٤٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٢٩)، وذلك لصالح الفئة العمرية (من ٣٧ - ٤٨) كما هو مبين في الجدول (٢٣).

أما باقي المتغيرات فقد كانت مستويات الدلالة معها أكبر من (٠,٠٥) ،ويمكن تفسير صحة هذا الفرض فيما يتعلق بهذه المتغيرات في ضوء تشكل اتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية في ظل عوامل لا ترتبط ارتباطاً مباشراً بهذه المتغيرات الديموغرافية، وهي إما عوامل تعود إلى موقف عشائري أو قبلي للمبحوث قد تجعل اتجاهه نحو العملية الانتخابية اتجاهها إيجابياً، أو تعود إلى الدور الذي تقوم به بعض وسائل الإعلام للترويج للعملية الانتخابية على نحو يخلق عنها صورة إيجابية لدى المبحوثين.

جدول (١٩) الفروق بين اتجاهات الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية تبعا لمتغيراتهم الديموغرافية

المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعامل الإحصائي	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى الدلالة (*)	
النوع	ذكر	٣,٣٢٢	T .test	٠,٧٠١	٣١٣	٠,٤٨٤ غير دال	
	أنثى	٣,٢٧٧					٠,٥٧٢٢
العمر	٢٧-١٨	٣,٢٨٩	way One ANOVA	٣,٠٤٣	بين المجموعات ٣، داخل المجموعات ٣١١	٠,٠٢٩ دال	
	٣٧-٢٨	٣,٢٧٤					٠,٥٧٩٠
	٤٧-٣٨	٣,٥٤١					٠,٤٦٥٩
	٤٨ فأكثر	٣,١١٢					٠,٨٥٠٦
الانتماء الحزبي	ينتمي	٣,٢٠٠	T .test	٠,٩٩٤-	٣١٣	٠,٣٢١ غير دال	
	لا ينتمي	٣,٣١٠					٠,٥٦٣٠
المهنة	طالب	٣,٢٥٤	way One ANOVA	٠,٧٦٣	بين المجموعات ٣، داخل المجموعات ٣١١	٠,٥١٥ غير دال	
	موظف	٣,٣١٤					٠,٦٣٠٤
	أعمال حرة	٣,٣٦٦					٠,٥٤٧٩
	بلا عمل	٣,٣٧٩					٠,٤٧٧٧
المستوى التعليمي	منخفض	٠,٢٤٨-	One way ANOVA	١,٢١١	بين المجموعات ٢، داخل المجموعات ٣١٢	٠,٢٩٩ غير دال	
	متوسط	٠,٢٤٨					٠,١٨٠٠
	عالي	٠,٢٦٢					٠,١٦٨٦
المستوى الاقتصادي	منخفض	٣,٤١٦	One way ANOVA	١,٢١٠	بين المجموعات ٢، داخل المجموعات ٣١٢	٠,٣٠٠ غير دال	
	متوسط	٣,٢٧٥					٠,٥٧٢١
	عالي	٣,٢٨٤					٠,٥٩٧٣

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

يشير الجدول التالي (٢٣) إلي وجود فروق بين اتجاهات الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية تبعا لمتغير العمر لصالح الفئة



العمرية (٤٧-٣٨) مقارنة بالفئات الأخرى الأصغر منها والأكبر، حيث كانت مستويات دلالة مقارنة المتوسطات الحسابية لهذه الفئة مع باقي الفئات أقل من (٠,٥). والواقع أن هذه النتيجة يصعب طرح تفسير مقنع لها في ضوء عدم وجود سمة تميز الفئة العمرية من (٤٧-٣٨) تجعل اتجاهاتها الايجابية نحو العملية الانتخابية أعلى مما هو عليه حال الفئات التي تقل عنها أو تعلوها.

جدول (٢٠) مصادر التباين بين اتجاهات الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية

الانتخابية تبعا لمتغير العمر باستخدام الاختبارات البعدية بطريقة (LSD) (\*)

المتغير الرئيس	المتغيرات المقارنة	الفروق في المتوسط الحسابي	الاحراف المعياري	مستوى الدلالة (*)
٢٧-١٨	٣٧-٢٨	٠,٠١٥	٠,٠٩٤٥	٠,٨٧٦
	٤٧-٣٨	٠,٢٥٢ (*)	٠,١٠٤٣	٠,٠١٦
	٤٨ فأكثر	٠,١٧٧	٠,١١٩٤	٠,١٣٩
٣٧-٢٨	٢٧-١٨	٠,٠١٥-	٠,٠٩٤٥	٠,٨٧٦
	٤٧-٣٨	٠,٢٦٧ (*)	٠,١٢٩٧	٠,٠٤٠
	٤٨ فأكثر	٠,١٦٢	٠,١٤٢١	٠,٢٥٤
٤٧-٣٨	٢٧-١٨	٠,٢٥٢ (*)	٠,١٠٤٣	٠,٠١٦
	٣٧-٢٨	٠,٢٦٧ (*)	٠,١٢٩٧	٠,٠٤٠
	٤٨ فأكثر	٠,٤٢٩ (*)	٠,١٤٨٩	٠,٠٠٤
٤٨ فأكثر	٢٧-١٨	٠,١٧٧-	٠,١١٩٤	٠,١٣٩
	٣٧-٢٨	٠,١٦٢-	٠,١٤٢١	٠,٢٥٤
	٤٧-٣٨	٠,٤٢٩ (*)	٠,١٤٨٩	٠,٠٠٤

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

ثانياً: اختبار الفروق في الاتجاهات التي تتعلق بالمرشحين:

من خلال بيانات الجدول التالي نتضح لنا صحة الشق الثاني من الفرض السادس وهو "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية". حيث أن مستويات الدلالة كانت أكبر من (٠,٥) ويمكن تفسير صحة هذا الشق من الفرض- وبنفس العلل السابقة التي فسرنا فيها الشق الأول منه- في ضوء تشكل اتجاهات الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين في ظل عوامل لا ترتبط ارتباطاً مباشراً بهذه المتغيرات الديموغرافية، وهي إما عوامل تعود إلى موقف عشائري أو قبلي قد تجعل اتجاه المبحوث نحو

المرشح اتجاها إيجابيا، أو تعود إلى الدور الذي تقوم به بعض وسائل الإعلام في الترويج لمرشح ما على نحو يعطيه صورة إيجابية، وتأثر المبحوثون بهذه الصورة.

جدول (٢١) الفروق بين اتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين تبعا لمتغيراتهم الديموغرافية

مستوى الدلالة (*)	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	المعامل الإحصائي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير الديموغرافي	
٠,٨٠٨ غير دال	٣١٣	٠,٢٤٤-	T .test	٠,٥٩٢	٣,١١	ذكر	النوع
				٠,٦٥٢	٣,١٤	أنثى	
٠,٠٦٢ غير دال	بين المجموعات المجموعات داخل، ٣ المجموعات ٣١١	٢,٤٦٨	One way ANOVA	٠,٥٧٧	٣,٠٨	٢٧-١٨	العمر
				٠,٦٦٨	٣,٠٦	٣٧-٢٨	
				٠,٦٤٩	٢,٧٩	٤٧-٣٨	
				٠,٧٨٨	٣,٢٢	٤٨ فأكثر	
٠,٢٦٦ غير دال	٣١٣	١,١١٤	T .test	٠,٦٦٠	٣,٠٩	ينتمي	الانتماء الحزبي
				٠,٦١٧	٣,٠٩	لا ينتمي	
٠,٣٩١ غير دال	بين المجموعات المجموعات داخل، ٣ المجموعات ٣١١	١,٠٠٥	One way ANOVA	٠,٥٨٢	٣,٠٤	طالب	المهنة
				٠,٧١٠	٣,٠٧	موظف	
				٠,٥٧٤	٣,٢٣	أعمال حرة	
				٠,٥٧٨	٠,٣٣-	بلا عمل	
٠,١٨٧ غير دال	بين المجموعات المجموعات داخل، ٢ المجموعات ٣١٢	١,٦٨٨	One way ANOVA	٠,١٩٦	٠,١١	منخفض	المستوى التعليمي
				٠,٠٨٩	٠,٢٢	متوسط	
				٠,١٨٣	٣,١٨	عالي	
٠,٥٥٢ غير دال	بين المجموعات المجموعات داخل، ٢ المجموعات ٣١٢	٠,٥٩٥	One Way ANOVA	٠,٥٤٣	٣,٠٧	منخفض	المستوى الاقتصادي
				٠,٥٩١	٣,١٠	متوسط	
				٠,٦٨٩	٣,١١	عالي	

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

- اختبار الفرض السابع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات سواء نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية.

أولاً: اختبار الفروق في الاتجاهات التي تتعلق بالعملية الانتخابية.

من خلال بيانات الجدول التالي يتضح لنا صحة هذا الشق من الفرض السابق وهو "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية" حيث أن مستويات الدلالة كانت جميعاً ومع كل المتغيرات الديموغرافية أكبر من (٠,٥)

جدول (٢٢) الفروق بين اتجاهات المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية تبعا لمتغيراتهم الديموغرافية

المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعامل الإحصائي	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية	مستوى الدلالة (*)
النوع	ذكر	٣,١٥	T .test	٠,٧٧٣	٦٨	٠,٨٤٧ غير دال
	أنثى	٣,١٢		٠,٦٠٦		
العمر	٢٧-١٨	٣,٠٥	One way ANOVA	٠,٧٠٦	١,٣٦١	٠,٢٦٢ غير دال
	٣٧-٢٨	٣,٤٥		٠,٤٦٠		
	٤٧-٣٨	٣,٤٠		٠,٣٨٤		
	٤٨ فأكثر	٣,٠٠		١,١٨٦		
الانتماء الحزبي	ينتمي	٣,٣١	T .test	٠,٤٦٧	٦٨	٠,٤٤٢ غير دال
	لا ينتمي	٣,١١		٠,٧١٨		
المهنة	طالب	٣,٢٥	One way ANOVA	٠,٥٤٥	٠,٩٧٦	٠,٤٠٩ غير دال
	موظف	٣,٠٦		٠,٨٣١		
	أعمال حرة	٣,١٧		٠,٦٣٥		
	بلا عمل	٢,٧٩		٠,٩٤١		
المستوى التعليمي	منخفض	٠,٣٢-	One way ANOVA	٠,٤٠٢	١,٦٣٩	٠,٢٠٢ غير دال
	متوسط	٠,٣٢		٠,٤٠٢		
	عالي	٠,٥٦		٠,٣٥٦		
المستوى الاقتصادي	منخفض	٢,٩٤	One way ANOVA	٠,٨٣٨	١,٧٣٠	٠,١٨٥ غير دال
	متوسط	٣,٠٤		٠,٧٢٢		
	عالي	٣,٣٢		٠,٥٧٠		

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

### ثانيا: اختبار الفروق في الاتجاهات التي تتعلق بالمرشحين:

من الجدول التالي نتضح لنا صحة الشق الثاني من الفرض السابع وهو "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية المرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية" حيث أن مستويات الدلالة كانت أكبر من (٠,٥) في جميع المتغيرات الديموغرافية.

ويمكن تفسير صحة هذا الفرض بشقيه في ضوء تشكل اتجاهات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية في ظل عوامل لا ترتبط ارتباطا مباشرا بهذه المتغيرات الديموغرافية، وهي إما عوامل تعود إلى موقف عشائري أو قبلي (وذلك عندما يكون الناخب من الذين ينتمون إلى عشائر صغيرة الحجم وليس لها حظ في الفوز بمقعد برلماني، أو لوجود اعتقاد راسخ بين هؤلاء بوجود تزوير لإرادة الناخبين، أو وجود أشخاص معينين أصحاب نفوذ ولا يمكن أن يرسب أحدهم في الانتخابات لنفوذهم أو لقدرته المادية على شراء الأصوات أو غيرها من الأسباب، وهي الأمور التي تجعل اتجاه الناخب هنا سلبيا نحو العملية الانتخابية. كما يمكن تفسير ذلك في ضوء الدور السلبي الذي تقوم به بعض وسائل الإعلام في الهجوم على العملية الانتخابية عامة ووصفها بأنها اقرب إلى التمثيلية الهزلية وأن نتائجها محسومة سلفا.

جدول (٢٣) الفروق بين اتجاهات المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين تبعاً لمتغيراتهم الديموغرافية.

مستوى الدلالة (*)	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	المعامل الإحصائي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير الديموغرافي	
٠,٤٨٠ غير دال	٦٨	٠,٧٠٩	T .test	٠,٩١٣	٣,١١	ذكر	النوع
				٠,٧٦٠	٢,٩٦	أنثى	
٠,٧٧٩ غير دال	بين المجموعات ٣ داخل المجموعات ٦٦	٠,٣٦٥	One way ANOVA	٠,٨٤٥	٢,٩٩	٢٧-١٨	العمر
				٠,٨٦١	٣,٢٤	٣٧-٢٨	
				٠,٣٤٢	٣,٢٠	٤٧-٣٨	
				١,٣١٥	٢,٨٨	٤٨ فأكثر	
٠,٣٧٣ غير دال	٦٨	٠,٨٩٦	T .test	٠,٥٦٩	٣,٢٩	ينتمي	الانتماء الحزبي
				٠,٨٦٩	٣,٠١	لا ينتمي	
٠,٧٧٧ غير دال	بين المجموعات ٣ داخل المجموعات ٦٦	٠,٣٦٧	One way ANOVA	٠,٧٧٠	٣,١٥	طالب	المهنة
				٠,٩٠٢	٢,٩١	موظف	
				١,٠٢٠	٣,٠٤	أعمال حرة	
				٠,٨٦٥	٢,٩٣	بلا عمل	
٠,٥٦١ غير دال	بين المجموعات ٢ داخل المجموعات ٦٧	٠,٥٨٤	One way ANOVA	٠,٤٩٤	٠,٢٧-	منخفض	المستوى التعليمي
				٠,٤٩٤	٠,٢٧	متوسط	
				٠,٤٣٨	٠,٤٣	عالي	
٠,٨١٨ غير دال	بين المجموعات ٢ داخل المجموعات ٦٧	٠,٢٠١	One way ANOVA	١,٠٠٣	٢,٩٥	منخفض	المستوى الاقتصادي
				٠,٨٣٢	٣,١١	متوسط	
				٠,٨٠٩	٢,٩٩	عالي	

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من (٠,٠٥)

- اختبار الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين. أولاً: العلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين بالعملية الانتخابية وبين اتجاهاتهم نحوها:

من الجدول التالي يتضح صحة الفرضية فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً- وإن كانت ضعيفة- بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية ونحو المرشحين، حيث كانت قيمة "بيرسون" فيما يتعلق بالاتجاهات نحو العملية الانتخابية (٠,١٨٥) وذلك عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) بينما كانت قيمة "بيرسون" فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو المرشحين (٠,١٣٢) عند مستوى دلالة (٠,٠١٩).

(جدول ٢٤) العلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في

الانتخابات بالعملية الانتخابية وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية ونحو المرشحين

المتغيرات		اتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية	اتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين
مستوى المعرفة	قيمة بيرسون	٠,١٨٥ (**)	٠,١٣٢ (*)
بالعملية الانتخابية	مستوى الدلالة	٠,٠٠١ دال	٠,٠١٩ دال

(\*\*) تعني أن مستوى الدلالة عند أقل من ٠,٠١

(\*) تعني أن مستوى الدلالة عند أقل من ٠,٠٥

ثانياً: العلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو هؤلاء المرشحين. ونحو العملية الانتخابية:

من الجدول التالي يتضح صحة الفرضية فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً - وإن كانت ضعيفة أيضاً- بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في العملية الانتخابية بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية حيث كانت قيمة "بيرسون" (٠,٢٥٥) عند مستوى دلالة (٠,٠٠٠) وكانت قيمة "بيرسون" فيما يتصل بالعلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحوهم (٠,١٨٩) عند مستوى دلالة (٠,٠٠١).

وهكذا تشير صحة هذا الفرض إلى وجود علاقة متبادلة بين زيادة معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية وبين ايجابية اتجاهاتهم نحوها ونحو المرشحين في نفس الوقت، وهو الأمر نفسه الذي يتعلق بزيادة معرفتهم بالمرشحين وايجابية اتجاهاتهم نحو هؤلاء المرشحين ونحو العملية الانتخابية. والواقع أن هذه نتيجة منطقية في ظل ارتباط المعارف التي تتعلق بالمرشحين أو بالعملية الانتخابية معا وتأثير كل منهما في الآخر سلبا أو إيجابا.

(جدول ٢٥) العلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في

الانتخابات بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية ونحو المرشحين

المتغيرات		اتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين	اتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية
مستوى المعرفة بالمرشحين	قيمة بيرسون	٠,٢٥٥	٠,١٨٩
	مستوى الدلالة (*)	٠,٠٠٠	٠,٠٠١
		دال	دال

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من ٠,٠١

- اختبار الفرض التاسع: لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين وبين سلبية اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين .

أولا: العلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين بالعملية الانتخابية وبين اتجاهاتهم نحوها أو نحو المرشحين.

من الجدول التالي يتضح صحة الفرض السابق فيما يتعلق بعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية وبين اتجاهاتهم نحوها قيمة "بيرسون" (-٠,١٤٨) عند مستوى دلالة (٠,٢٢٠)، بينما كانت قيمة "بيرسون" فيما يتصل بالعلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية وبين اتجاهاتهم نحو المرشحين (٠,٠٨٢) عند مستوى دلالة (٠,٥٠٠).

(جدول ٢٦) العلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية ونحو المرشحين

المتغيرات	اتجاهات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية	اتجاهات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين
مستوى المعرفة بالعملية الانتخابية	٠,١٤٨-	٠,٠٨٢-
قيمة بيرسون	٠,٢٢٠	٠,٥٠٠
مستوى الدلالة (*)	غير دال	غير دال

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من ٠,٠٥

ثانيا: العلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو هؤلاء المرشحين ونحو العملية الانتخابية:

من الجدول التالي يتضح عدم صحة الشق الثاني من الفرض التاسع والذي يتعلق بعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالمرشحين، وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية حيث كانت قيمة "بيرسون" (٠,٢٣٨-) وهي علاقة ارتباطية سلبية وذلك عند مستوى دلالة (٠,٠٤٧)، وهو ما يعني أنه كلما زادت معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالمرشحين، كلما زاد اتجاههم السلبي نحو العملية الانتخابية.

وإن كان قد ثبتت صحة هذا الفرض فيما يتصل بالعلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية وبين اتجاهاتهم نحو المرشحين حيث كانت قيمة "بيرسون" (٠,١٦٤-) عند مستوى دلالة (٠,١٧٤).

وهكذا فنتائج "بيرسون" تشير عامة إلى صحة الفرضية القائلة بعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين، وبين سلبية اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين. وهو ما يعني أن سلبية الاتجاهات هي أقرب إلى القناعات الثابتة التي لا تغيرها الدعاية الإيجابية للانتخابات برمتها، و تكاد لا تدعمها الدعاية السلبية عنها.



(جدول ٢٧) العلاقة بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية ونحو المرشحين

المتغيرات	اتجاهات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية	اتجاهات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين
مستوى المعرفة بالمرشحين	٠,٢٣٨-	٠,١٦٤-
قيمة بيرسون	٠,٠٤٧	٠,١٧٤
مستوى الدلالة (*)	غير دال	غير دال

(\*) مستوى الدلالة هنا عند أقل من ٠,٠٥

### خلاصة نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة في سعيها إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور الأردني نحو الانتخابات النيابية إلى عدد من النتائج تتمثل أهمها في:

- تأتي الفضائيات الأردنية في مقدمة وسائل الاتصال الجماهيري التي يستقي منها المبحوثون معارفهم عن الانتخابات، تليها الصحف، ثم الانترنت.
- تمثلت أكثر المعارف (المعلومات) التي حصل عليها الناخبون حول العملية الانتخابية في تلك التي تتعلق بطبيعة الدور الذي يلعبه مجلس النواب في الحياة السياسية الأردنية، تليها التي تتعلق بأسباب حل المجلس السابق، ثم سير العملية الانتخابية في كافة أرجاء المملكة، ثم القوانين المنتظر للمجلس القادم أن يسنها.
- فيما يتعلق بمعارف الناخبين المرتبطة بالمرشحين فقد أتت معرفة "أسماء المرشحين" على رأس الإجابات، ثم معرفة دورهم في خدمة المجتمع المحلي، ثم معرفة إنجازات المرشحين الذين سبق لهم الفوز في انتخابات سابقة، ثم معرفة برامجهم، ثم انتماءاتهم الحزبية.
- فيما يتعلق بمدى حرص أفراد العينة على المشاركة في الانتخابات كان مجمل الحريصين على المشاركة (٨٤,٩%) وذلك ما بين حريصين جداً، أو بدرجة متوسطة، أو ضعيفي الحرص على المشاركة. بينما لم تزد نسبة "غير الحريصين مطلقاً" عن (١٥,١%).

- فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية، جاء في مقدمة الإجابات "المشاركة فيها واجب وطني" تلتها "تمكن من التمتع بالحق في ممارسة الديمقراطية" ثم "تشجع على المشاركة في رسم مستقبل الوطن" ثم "تمكن جميع المواطنين من الإسهام في صنع مستقبل وطنهم" ثم في النهاية "تفرز الأصلح لتمثيل الشعب".
  - فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو المرشحين جاء في مقدمة الإجابات "الاعتقاد بأن المرشح شخصية تستحق المؤازرة" ثم "المرشح شخصية وطنية وهو خير من يدافع عن قضايا الوطن" ثم "المرشح خير من يعبر عن مطالب الدائرة في البرلمان" ثم "المشاركة واجب يفرضه على ولائي للعشيرة وفي النهاية إجابة "المرشح خير من يمثل عشيرتي في البرلمان".
  - فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين - غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات - نحو العملية الانتخابية فقد جاء في مقدمة الإجابات "البرلمان منتخب على أساس عشائري و المصلحة الوطنية" تلاها "تجربة البرلمان السابق تجعل الفرد لا يتفاعل بالبرلمان القادم" ثم "العملية الانتخابية لا تفرز برلمانا قويا" ثم "الأحزاب التي تشارك في هذه الانتخابات أحزاب ضعيفة" ثم في النهاية "مجرد تمثيلية هزلية ليس لها فائدة".
  - فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين - غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات - نحو المرشحين فقد جاء في مقدمة الإجابات "الأغنياء منهم يفوزون بشراء الأصوات" ثم "كل مرشح لا يسعى إلا لتحقيق مصالحه الخاصة ومصالح عشيرته" ثم "أعتقد أن أقوال المرشحين عكس أفعالهم" ثم تلتها "ما قيل عن النواب السابقين يجعل الفرد لا يثق في أي مرشح" ثم "لا يوجد لأي من المرشحين برنامجا انتخابيا" بينما جاءت إجابة "لا يوجد من بين المرشحين من يستحق أن أصوت له" في مؤخرة هذه الإجابات.
- ولم تكن ثمة فروق كبيره بين المتوسط الحسابي لأعلي إجابة وأقل إجابة من تلك الإجابات، وهو ما يعني أن ثمة ما يقارب الاتفاق بين المبحوثين على أن كل هذه الأسباب مجتمعه - والتي تتعلق بالانتخابات عامة - تدفعهم إلى عدم الحرص على المشاركة في هذه الانتخابات.

### وفيما يتعلق بفروض الدراسة:

- ثبتت صحة الفرض الأول "كلما زادت مصادر معلومات المبحوث عن الانتخابات زادت معرفته بالعملية الانتخابية و بالمرشحين".
- ثبتت صحة الفرض الثاني "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بالانتخابات لدى المبحوثين الحريصين على المشاركة فيها تعزى إلى زيادة مصادر معلوماتهم عن هذه الانتخابات.
- لم تثبت صحة الفرض الثالث "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بالانتخابات لدى المبحوثين غير الحريصين على المشاركة فيها تعزى إلى زيادة مصادر معلوماتهم عن هذه الانتخابات"
- ثبتت صحة الفرض الرابع "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعرفة بالعملية الانتخابية تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية" فيما يتعلق بمتغيرات النوع والمهنة والمستوى الاقتصادي، ولم تثبت فيما يتعلق بمتغيرات العمر والمستوى التعليمي و الانتماء الحزبي.
- ثبتت صحة الفرض الخامس "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعرفة بالمرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية " فقط فيما يتعلق بمتغير النوع و متغير المستوى الاقتصادي.
- ثبتت صحة الفرض السادس "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الحريصين على المشاركة في الانتخابات سواء نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية"، باستثناء متغير العمر فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية.
- ثبتت صحة الفرض السابع: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات سواء نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية".
- ثبتت صحة الفرض الثامن "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى معرفة المبحوثين الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين".

- ثبتت صحة الفرض التاسع "لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى معرفة المبحوثين غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين وبين اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية أو نحو المرشحين" فيما يتعلق بعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى المعرفة بالعملية الانتخابية وبين اتجاهات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو هذه العملية الانتخابية، و لم تثبت صحته فيما يتعلق بعدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى المعرفة بالمرشحين وبين اتجاهات غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات نحو العملية الانتخابية.

## هوامش الدراسة ومراجعتها

- (١) اختلف باحثو الدراسات السياسية على موقع العملية الانتخابية من المشاركة السياسية، فمنهم من يرى أن هذه العملية تأتي في موقع القلب من المشاركة السياسية - فهي أعلى صورها- بينما يرفض آخرون ذلك مؤكدين أن المشاركة الانتخابية لم تعد الأكثر فعالية في التأثير على القرار السياسي نظرا لأن هذه الفاعلية ترتبط باستخدام أكثر من قناة للمشاركة في الوقت نفسه، وكلما تعددت القنوات زادت فرص التأثير على السياسة العامة.
- أمل السيد أحمد متولي، "صورة المرشحين للانتخابات الرئاسية المصرية في الصحافة المصرية " المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام " الإعلام و تحديث المجتمعات العربية " ٢-٤ مايو ٢٠٠٦م، الجزء الثالث، ص ١٣٦٥.
- (٢) صلاح سالم زرنوقة، "المشاركة السياسية و العملية الانتخابية" مجلة الديمقراطية ، عدد فبراير ٢٠٠١ م ، مركز الدراسات السياسية و الإستراتيجية بالأهرام، ص ١٨.
- (٣) للمزيد حول دور الانتخابات في النظم الديمقراطية في المشاركة السياسية أنظر:  
- حسن الظاهر، بحوث في النظرية السياسية: الديمقراطية، المشاركة السياسية، الالتزام السياسي (القاهرة، معهد البحوث و الدراسات العربية، ١٩٩٦). ص ٢٥.
- (٤) أمل السيد احمد متولي، مرجع سابق. ص ١٣٦٥
- (٥) أميرة سمير طه، "دور القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية و الخاصة في إدراك أفراد المجتمع المصري لمناخ حرية الرأي و تأثير ذلك على مشاركتهم السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة و التلفزيون، ٢٠٠٥) ص ١، ٢.
- (٦) انظر محمود منصور هيبه، "دور الصحافة المصرية في دعم المشاركة السياسية دراسة تحليلية وميدانية للانتخابات البرلمانية ٢٠٠٥"، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام بعنوان الإعلام و تحديث المجتمعات العربية ٢-٤ مايو ٢٠٠٦، الجزء الثالث، ص ١٤٩٣.
- (7) Ball-Rokeach, S. J. **The Information Perspective. Paper presented at the American Sociological Association, Montreal, Canada, August, 1974**
- (٨) انظر الطرح المتكامل لهذه النظرية في الطبعة الخامسة من كتاب ميلفن دفلير وساندرا بول روكتش
- DeFleur, ML, & Ball-Rokeach, S. **Theories of Mass Communication** (5th ed.),. New York: Longman,1989.
- (٩) حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، الإعلام و نظرياته المعاصرة، ط ٣ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢) ص ٣١٤.

(10) Ball-Rokeach, S.J., & DeFleur, M.L (1976). A dependency Model or Mass-media Effects, **Communication Research**, January 1976, vol. 3, pp 3-21.

(١١) صفاء فوزي، "دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف و اتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد التاسع العدد الثاني يوليو- ديسمبر ٢٠٠٨ ص ص ٨٣، ٨٤

(١٢) عماد حسن مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص ص ٢٢٥، ٢٢٩

(١٣) ثمة دراسات كثيرة اختبرت نظرية الاعتماد سواء عربية أو أجنبية على نحو يصعب حصره في هذا البحث، انظر على سبيل المثال:

- إبراهيم محمد أبو المجد فرج، "اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: أزمة تفجيرات دهب نموذجاً" **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الأول، المجلد السابع، يناير- يونيو ٢٠٠٦، ص ص ٦٠، ١٢٣ - هبة أمين شاهين، "اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية" **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الأول المجلد السابع، يناير- يونيو ٢٠٠٦ ص ص ٤٩، ٨٥ - وفاء عيد الخالق ثروت، "اعتماد الجمهور على التلفزيون المصري أثناء الأزمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ" **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد السادس والعشرون، يناير - مارس ٢٠٠٦، ص ص ١٢٧، ١٦١ - وليد فتح الله بركات، "اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الثامن عشر (يناير - مارس ٢٠٠٣)، ص ص ١٥٨، ٢٣٦ - حسن محمد على خليل و دينا محمد عبد الشافي "اعتماد الفتاة الريفية على التلفزيون في تنمية مهاراتها الحياتية" **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٢٩ يناير- مارس ٢٠٠٨، ص ص ٤٥٣، ٥٢٧.

(14) Andranik Tumasjan, Timm O. Sprenger, Philipp G. Sandner & Isabell M. Welp (2011), "Election Forecasts With Twitter: How 140 Characters Reflect the Political Landscape", **Social Science Computer Review**, November 2011; vol. 29, pp. 402-418

(١٥) يعتبر تويتر موقعا للدونات الصغيرة والذي يحتوي على عدد كبير من المستخدمين والذين يكتبون ويقرعون ملايين الرسائل القصيرة في جميع المواضيع كل يوم.

(١٦) أمجد القاضي، **تغطية الصحف الأردنية للموضوعات الانتخابية انتخابات** (وزارة الإعلام الأردنية: المجلس الأعلى للإعلام، ٢٠٠٨) ص ص ١، ٤٠

(١٧) أشرف جلال حسن "المعالجة الإعلامية لقضايا التعديلات الدستورية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة وأثرها على طبيعة ومستوى المشاركة السياسية للجمهور المصري" دراسة مقدمة لأعمال المؤتمر العلمي الثالث عشر للرابطة العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، ريتشموند، فيرجينيا، الولايات المتحدة الأمريكية من ١٤ إلى ١٧ نوفمبر 2008 م

(١٨) خالد شعبان، "دور الصحف الفلسطينية في انتخابات المجلس التشريعي الفلسطيني الثاني"، **مجلة جامعة الأقصى**، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، يونيو 2008، ص ص ١، ٢٢.

(19) Dan Drew and David Weaver 2006، "Voter Learning in the 2004 Presidential Election: Did the Media Matter"، **J & MC Quarterly** Vol. 83, No. 1, Spring 2006, pp 25-42

(٢٠) غادة موسى صقر، "العلاقة بين التعرض للصحافة المطبوعة ومشاركة المرأة السياسية في الانتخابات البرلمانية المصرية لعام ٢٠٠٥" المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام بعنوان **الإعلام وتحديث المجتمعات العربية** ٢-٤ مايو ٢٠٠٦، الجزء الثاني، ص ص ٨٤١، ٩١٨

(٢١) نائلة إبراهيم عمارة، "دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر (سبتمبر ٢٠٠٥ م)، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام بعنوان **الإعلام وتحديث المجتمعات العربية** ٢-٤ مايو ٢٠٠٦، الجزء الأول، ص ص ٢٥٧، ٣٠٢.

(٢٢) حنان سليم "علاقة الفضائيات الإخبارية و الصحف والجماعات المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي" المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام بعنوان **الإعلام وتحديث المجتمعات العربية**، ٢-٤ مايو ٢٠٠٦، الجزء الأول، ص ص ١٦٧، ٢٥٦.

(٢٣) عبد العزيز السيد عبد العزيز " دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في الانتخابات الرئاسية سبتمبر 2006"، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام بعنوان **الإعلام وتحديث المجتمعات العربية**، ٢-٤ مايو ٢٠٠٦، الجزء الأول، ص ص ٣٠٥، ٣٦٤.

(24) Claes H. de Vreesea, Susan Banduccib, C, Holli A. Semetkod and Hajo G. Boomgaardena, "Off-line: The 2004 European Parliamentary Elections on Television News in the Enlarged Europe", **Journal Information Polity** 10 (2005) 177-188.

(٢٥) إيمان جمعة، اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف واتجاهات الناخبين، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الخامس والعشرون يوليو - ديسمبر ٢٠٠٥، ص ص ١٤٧، ٢٠٦.

(26) Susan A. Banducci and Jeffrey A. Karp, How Elections Change the Way Citizens View the Political System: Campaigns, "Media Effects and Electoral Outcomes in Comparative Perspective"، **British Journal of Political Science**, Volume: 33, Issue: 3, Publisher: Cambridge Univ. Press, 2003 ,pp: 443-467.

(٢٧) حنان جنيد ٢٠٠٣ "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الخاصة المصرية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الثامن عشر (يناير - مارس ٢٠٠٣) ص ١، ٧٢.

(٢٨) أمجد بدر منصور القاضي، "أساليب الدعاية الانتخابية وتأثيرها على السلوك الانتخابي في المملكة الأردنية الهاشمية: دراسة حالة لانتخابات نوفمبر ١٩٩٧" *رسالة دكتوراه غير منشورة*، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، ٢٠٠٢)

(٢٩) أميرة العباسي، "المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة: دراسة ميدانية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثاني - العدد الأول، يناير - مارس ٢٠٠١، ص ١، ٦٥.

(٣٠) إيناس أبو يوسف، "الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة" *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثاني - العدد الأول، يناير - مارس ٢٠٠١، ص ٧١، ١٢١.

(٣١) جمال عبد العظيم، "دور الصحف المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي: دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠ في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام" *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثاني - العدد الأول (يناير - مارس ٢٠٠١) ص ١٢٧، ١٦١.

(٣٢) إيمان نعمان جمعة، "تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٠" *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثاني، العدد الأول (يناير، مارس ٢٠٠١) ص ٢٢٩، ٢٥٦.

(٣٣) هويدا مصطفى، "استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية الإعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب عام 2000 م" *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثاني، العدد الأول يناير - مارس 2001، ص 123، 159.

(٣٤) سلام أحمد عبده، "الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب المعارضة: دراسة تحليلية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب ٢٠٠٠" *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثاني - العدد الرابع أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١، ص ٧٧، ١٤١.

(35) Faigin Douglas "Influencing the Media: Statistical Relationships Between Presidential Campaign Press Releases and News Starrier , **An Unpublished, PH.D Thesis** , The Claremont Graduate university, 2002

(36) Thomas J Johnson, Mahmoud A M Braima, Jayanthi Sothirajah, Doing the Traditional Media Sidestep: Comparing the Effects of the Internet and other Nontraditional Media with Traditional Media in the 1996



**Presidential Campaign, Journalism and Mass Communication Quarterly**, V: 76 N.1 spring 1999 pp 99-123

(37) Michael Pfau & William P. Eveland Jr, "Influence of Traditional and Non-traditional News Media in the Election Campaign", **Western Journal of Communication**, Volume, Issue 3, 1996 pp. 214-232

(٣٨) بسيوني إبراهيم حمادة، "استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية"، سلسلة البحوث السياسية (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ١٩٩٥)

(39) Chaffee, Steven H., Zhao, Xinshu, and Leshner, Glenn. Political Knowledge and the Campaign Media of 1992, **Communication Research**, V. 21. N. 3. June 1994 . pp. 305-324

(٤٠) يطلق على المؤتمرات الجماهيرية التي يعقدها المرشحون في الأردن مسمي "المهرجانات".

(٤١) انظر: محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ( القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص ١٢٢.

(٤٢) تم تقسيم المستوى الاقتصادي للمبحوثين إلى منخفض ومتوسط ومرتفع استنادا إلى مقياس تجميحي للدخل (أقل من ٥٠٠ دينار من ٥٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠ أكثر من ١٠٠٠ دينار) وللممتلكات، (شقة تمليك، محل تجاري، قطعة أرض، جهاز كومبيوتر شخصي، جهاز كومبيوتر محمول، سيارة واحدة، أكثر من سيارة، بيت مستقل، حمام سباحة بالمنزل) ولعدد أفراد الأسرة (ثلاثة أفراد، أربعة أفراد، خمسة أفراد، ستة أفراد فأكثر).

(٤٣) المحكمون هم :

أد/ محمد هاشم السلعوس، كلية الإعلام- جامعة اليرموك

أد/ عادل زيادات، كلية الإعلام- جامعة اليرموك

أد/ عزت حجاب، كلية الإعلام- جامعة اليرموك

أد/ عبد العزيز خزاعلة، قسم الاجتماع – كلية الآداب – جامعة اليرموك

د/ محمد القضاة ، أستاذ مشارك كلية الإعلام – جامعة اليرموك

د / علي نجادات، أستاذ مشارك كلية الإعلام – جامعة اليرموك

د/ محمد الحوراني، أستاذ مساعد قسم الاجتماع – كلية الآداب – جامعة اليرموك

د/ محمد بني سلامة ، أستاذ مساعد قسم العلوم السياسية – كلية الآداب – جامعة اليرموك.