

الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى المواطنين وانعكاساتها على مشاركتهم في العملية الانتخابية

د. محمود يوسف محمد السماسيري*

مقدمة:

لم يكن يدر بخلد الصحفي الأمريكي الشهير "والتر ليبمان" Walter Lippmann،⁽¹⁾ أن يثير مصطلح "الصورة الذهنية" الذي نحت على يديه لأول مرة في كتابه "الرأي العام"، الصادر في (1922) أن ينال كل هذا الاهتمام على صعيد الدراسات الإعلامية منذ ذلك الحين وحتى الآن.

غير أن ثمة مرحلة هامة- أيضا -في تطور مصطلح الصورة الذهنية شهدتها بداية فترة الستينيات من القرن الماضي، عندما قام الكاتب الأمريكي (Lee Bristol) بنشر كتابه " تطوير صورة المنظمة"⁽²⁾ وأوضح خلاله الأثر الكبير الذي يُمكن أن تحققه الصورة الذهنية الايجابية للمنظمات في إحراز العديد من المزايا لها، على المديين الطويل والقصير.

وقد أصبح تكوين الصورة الإيجابية هدفاً رئيساً تسعى لتحقيقه كل المؤسسات على أي مستوى، وفي أي مجال، وذلك عبر السعي لتقديم أداء متميزا يستجيب لاحتياجات عملائها، ويضعها في مكانة بارزة بين منافسيها .

وإذا كانت الصورة الذهنية: هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب، أو جنس بعينه، أو منشأة، أو مؤسسة، أو منظمة محلية، أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان⁽³⁾ فإن تشكيل الأفراد أو الجماعات لهذه الانطباعات لن يكون ذا دلالة حقيقية إلا عندما يكون هذا الشيء الذي يشكل الفرد أو الجماعات انطبعا نحوه يحمل أهمية ما لديهم؛ وكلما كان هذا الشيء يحمل أهمية أكبر كلما كان تأثير هذه الانطباعات على الاتجاهات والسلوك أكبر ، وكلما كان -أيضا- ثمة اهتمام أكبر بأن تنبني هذه الانطباعات على معارف سليمة ومتكاملة، حتى يُمكن ضمان سلامة أي سلوك يتم تقريره نحو الشيء الذي تتشكل هذه الانطباعات حوله.

ولا مرأ أن واحدة من أكثر المؤسسات التي تحمل أهمية كبرى للأفراد والجماعات لما تمثله من تأثير ضخم على أي مجتمع من المجتمعات؛ هي المؤسسات التي تشكل سلطات الحكم في هذا المجتمع، والتي تتمثل في المجتمعات الحديثة في

* استاذ مساعد بكلية الآداب- جامعة سوهاج

سلطات ثلاث هي: السلطة التشريعية، والسلطة التنفيذية، والسلطة القضائية. وإذا كانت هذه السلطات الثلاث تؤثر بدرجات متفاوتة على كل أفراد المجتمع وجماعته، فإن السلطة التشريعية تظل هي السلطة التي يستطيع أن يكون للمواطنين، كأفراد أو جماعات (لأسيما الجماعات الطبيعية الماثلة في الأسرة والعشيرة والقبلية) سلوك فاعل بشأنها، لكونه يُعد صاحب القرار في اختيار من ينوب عنه في تشكيلها، وهؤلاء النواب هم الذين يمنحون الثقة للحكومة التي تمثل السلطة التنفيذية، ويملكون سلطة مراقبتها ومحاسبتها، هذا من ناحية، كما أنهم هم الذين يشرعون القوانين التي تلتزم بها السلطة القضائية في كل أحكامها من ناحية ثانية.. وهو ما يعني أن الدور الذي يضطلع به الفرد كمواطن - سواء عبر اختياره الفردي الحر، أو اختياره الذي يساير فيه ما تذهب إليه الجماعة التي ينتمي إليها - في انتخاب من يمثله في السلطة التشريعية يعد الدور الرئيس الذي يقوم به في حكم نفسه بنفسه. وهو ما يعني أن متابعة الفرد لكل ما يتعلق بأداء هذه السلطة المهمة، أو أداء أعضائها من أخبار ومعلومات - على نحو يُمكنه من المشاركة السليمة في اختيار ممثليه فيها- تعد أمرا يحمل أهمية كبيرة لا تخطنها عين.

وبالطبع كلما كانت المعارف التي يتلقاها الفرد -كمواطن- حول الدور الذي تضطلع به في المجتمع في التشريع والرقابة على الحكومة؛ معارف إيجابية، كلما تشكلت لديه صورة ذهنية إيجابية عنها؛ على نحو يجعله أكثر اهتماما بنشاطاتها، ونشاطات أعضائها، وعلى نحو يجعله أكثر إصرارا على المشاركة في اختيار أعضائها الأقدر على تمثيله فيها.

وطبيعيا أن يكون العكس صحيحا؛ فكلما كانت المعارف التي يتلقاها المواطن حول أداء هذه المؤسسة التشريعية أو أعضائها معارف سلبية؛ كلما كانت الصورة الذهنية التي تتبني عليها عن أداء هذه المؤسسة الهامة صورة سلبية، وكلما كان اهتمامه بمتابعة نشاطها التشريعي أو الرقابي فاترا، وحرصه على المشاركة في اختيار أعضاء هذه السلطة ضعيفا، إن لم يكن معدوما.. لكونه يرى أن ثمة غيابا لأية فاعلية حقيقية لهذه السلطة التشريعية أو لأعضائها. وهو ما قد يؤدي إلى تكوين قناعة لديه أنه ليست ثمة جدوى حقيقية للإدلاء بصوته في الانتخابات لمرشح ما دون غيره.

ولا مراء أن سيادة مثل هذه الصورة الذهنية السلبية سوف تفقد عملية المشاركة في انتخاب أعضاء هذه السلطة من قبل المواطنين أهميتها، وهو ما يعني- من ثم- ضعف، إن لم يكن غياب، المنافسة الحقيقية في العملية الانتخابية، وهو ما يؤدي - بالتبعية- إلى ضعف ممثلي الأمة في هذه السلطة، ومن ثم ضعف قدرتهم على تحقيق أداءا تشريعا ورقابيا مميزا. وهو ما سينعكس بالسلب -حتما- على أداء السلطتين الأخريين؛ التنفيذية والقضائية.. وهكذا سنجد أنفسنا أمام سلسلة من التداعيات السلبية التي تؤثر في النهاية على مسيرة الوطن برمته.

وفي هذا السياق تأتي هذه الدراسة لتلمس ملامح الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى المواطنين الذين لهم حق الانتخاب، وهي الصورة التي تشكلت ملاحظها الأولى منذ ما يربو على ثمانين عاماً مع بدء انتخاب أول مجلس نيابي أردني في 1947/10/20، وذلك لوضع اليد على الملامح العامة لهذه الصورة، ولمصادر تكوينها، ولمدى انعكاساتها في أرض الواقع على مشاركة المواطنين في العملية الانتخابية.

مشكلة الدراسة :

تتبع مشكلة هذه الدراسة من الطبيعة الخاصة التي تُشكل التركيبة الديموغرافية للمجتمع الأردني التي تنبني على أساس عشائري وقبائلي، والتي تجعل -وعلى نحو مغاير لوضعية كثير من المجتمعات العربية التي بها مؤسسات تشريعية منتخبة- جزءاً أصيلاً من قرار اختيار المواطنين الذين لهم حق الانتخاب للنواب لا ينبني فقط على الصورة الذهنية للدور الفعلي الذي تقوم به السلطة التشريعية في الدولة الأردنية، سواء أكانت إيجابية أم سلبية، أو حتى للصورة الذهنية التي يحملها المواطنون عن نواب هذا المجلس، وإنما ينبني في جزء أصيل منه - حتى لو ناقض هذه الصورة الذهنية - على ولاء الناخب لعشيرته أو قبيلته، وهو الأمر الذي انتهت إليه نتائج دراسات علمية عديدة (4)، وهو الأمر الذي رصدته - أيضاً - الباحثة بنفسه من انتقاد شبه دائم لدور البرلمان، ولأداء نوابه في الصحف وفي المواقع الإخبارية، وفي وسائل التواصل الاجتماعي، وفي عمليات الاتصال الجمعي والشخصي التي تعرض لها، وذلك خلال إقامته في المملكة التي ناهزت سنوات عشر؛ عاصر خلالها مجالس ثلاثة هي: المجلس السادس عشر؛ الذي تم انتخابه في (25-10-2010)، والمجلس السابع عشر الذي تم انتخابه في (23-1-2013)، والمجلس الثامن عشر والذي تم انتخابه في (20-9-2016)، وهو مازال المجلس النيابي القائم أثناء إجراء الدراسة (5). ورغم أن هذه الانتقادات التي تعد مؤشراً واضحاً على وجود صورة ذهنية تحمل قدراً من السلبية عن أداء المجلس (6) أو أداء نوابه؛ إلا أن هذه الانتخابات شهدت تنافسية شديدة بين المرشحين، وشغلت مساحة ضخمة من وسائل الإعلام والاتصال المختلفة بطول المملكة وعرضها. وانتهت بنسبة مشاركة لا بأس بها من قبل الناخبين في عملية الاقتراع ذاتها (7)

وبالطبع لا يمكن إنكار أن ثمة نسبة واضحة من الناخبين يحملون صورة إيجابية عن أداء المجلس أو عن نوابه، غير أنه لا يمكن إرجاع كل هذا الصخب المصاحب لعملية انتخاب أعضاء مجلس النواب إلى الصورة الإيجابية لأداء المجلس وأداء أعضائه للمهام الدستورية المنوطة بهم لدى هذه النسبة، بقدر ما يمكن إرجاعه لسيادة البعد العشائري الذي يجعل فوز مرشح العشيرة أمراً يرتبط بمكانتها بين العشائر؛ قبل ارتباطه بالمكاسب التي يحققها لها فوز أحد أبنائها بمقعد تحت قبة البرلمان، وقبل

ارتباطه بمدى جدارة هذا المرشح بالفوز بهذا المقعد، وتمثيل ناخبيه بقوة داخل المجلس من عدمه.

ومن هنا تتجلى مشكلة الدراسة في السعي لوضع اليد على ملامح الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى المواطنين ممن لهم حق التصويت، والمصادر التي شكلت هذه الصورة، وأثر هذه الصورة في قرارهم الانتخابي، وما إذا كان ثمة تناقض من عدمه- بين البعدين المعرفي والوجداني للصورة الذهنية التي يحملها الناخب الأردني عن البرلمان، وبين البعد السلوكي (القرار الانتخابي) الذي يخضع في شق منه للضغط الذي يمثله الانتماء العشائري للناخب؛ على النحو الذي يدفعه للتصويت بصورة تغاير ذانك البعدين. ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في صورة تساؤل رئيس هو: ما ملامح الصورة الذهنية للبرلمان الأردني لدى المواطنين، وما مدى تأثيرها في قرارهم الانتخابي في ضوء البنية العشائرية للمجتمع الأردني؟

أهمية الدراسة:

رغم وجود أكثر من دراسة عن الصورة الذهنية للمجالس التشريعية في الوطن العربي عامة والأردن خاصة؛ إلا أن ما يميز هذه الدراسة عن تلك الدراسات هو كونها تهدف إلى اختبار قوة تأثير الصورة الذهنية على السلوك في ظل متغيرات خارجية تخلق تناقضاً بين البعدين المعرفي والوجداني وبين البعد السلوكي الذي تشكله الصورة الذهنية- لاسيما في جانبه السلبي منها- على نحو يجعل هذه الصورة السلبية لا تملك القدرة على خلق سلوك سلبي كاف نحو الشيء أو الشخص موضع الصورة، كما هو الطبيعي في الحالات التي يعد المكون المعرفي والوجداني للصورة الذهنية هو مصدر الحكم الرئيس على البعد السلوكي حيالها، اللهم إلا في حالات استثنائية.

كما أنها تستمد أهميتها من - ناحية أخرى- من كونها تضع اليد على ملامح الصورة الذهنية التي تراكمت لمجلس النواب الأردني منذ إنشائه وإلى الآن وتناقضها أكثر من جيل؛ إلى أن وصل إلى الجيل الذي نال حق التصويت حديثاً في الانتخابات الأخيرة (انتخابات المجلس السابع عشر)، مما يعني أن هذه الدراسة لا تتلمس ملامح صورة المجلس خلال دورة برلمانية ما من الدورات التي تستغرق سنوات أربع، أو لدى جمهور معين، وإنما تتلمس ملامح الصورة العامة لدى الجمهور العام لمجلس النواب الأردني؛ التي ربما أصبحت اقرب للصورة النمطية منها إلى الصورة الذهنية، وهو ما يجعل النتائج التي تنتهي إليها تُلقى الضوء -أمام القائمين على بناء صورة المجلس وأمام نوابه- على الجوانب السلبية في هذه الصورة لتلافيها، والجوانب الايجابية لتعظيمها.

أهداف الدراسة:

- يتطلب التصدي لإشكالية الدراسة تحقيق عددا من الأهداف تتمثل في التعرف على:
 - مدى كثافة متابعة المبحوثين للأخبار والموضوعات المتعلقة بمجلس النواب في وسائل الإعلام.
 - المصادر التي يعتمدون عليها في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب
 - مدى استمرارهم في التعرض لوسيلة اتصاليه ما تقدم مادة إعلامية تتعلق بأخبار أو موضوعات تخص مجلس النواب.
 - اتجاهاتهم نحو مجلس النواب في ضوء المعلومات التي تكونت لديهم عنه.
 - ملامح الصورة الذهنية العامة التي تكونت لديهم- في ضوء هذه المعلومات - عن مجلس النواب .
 - أثر هذه الصورة المتكونة لديهم على قرارهم في التصويت في الانتخابات.
 - درجة إدلائهم بأصواتهم في الانتخابات النيابية السابقة في ظل هذه الصورة.
 - أسباب إدلائهم - أو عدم إدلائهم- بأصواتهم في تلك الانتخابات وموقع الصورة الذهنية منها .

تساؤلات الدراسة:

- تهدف الدراسة- في إطار سعيها للإجابة على تساؤل الدراسة الرئيس - للإجابة على عدد من التساؤلات الفرعية ، ألا وهي:
 - ما درجة متابعة المبحوثين للأخبار والموضوعات المتعلقة بمجلس النواب في وسائل الإعلام المختلفة؟
 - ما الوسائل الاتصالية التي يلجأ المبحوثون إليها لمتابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب؟
 - ما الأوقات التي يزداد فيها اهتمامهم بمتابعة أخبار وأنشطة المجلس النيابي؟
 - ما درجة استمرارهم في متابعة هذه المواد التي تتضمن أخبارا أو موضوعات تخص بمجلس النواب؟
 - ما مدى سعيهم للتعرض لمزيد من هذه المواد الإعلامية؟
 - ما ملامح اتجاهاتهم التي تشكلت عن مجلس النواب في ضوء المعارف التي تكونت لديهم عنه؟
 - ما الملامح العامة للصورة الذهنية التي تكونت لديهم عن المجلس في ضوء هذه المعلومات؟
 - ما أثر هذه الصورة المتكونة لديهم على قرارهم في التصويت في الانتخابات؟
 - ما درجة إدلائهم بأصواتهم في الانتخابات السابقة للمجلس في ظل هذه الصورة؟
 - ما أسباب إدلائهم -أو عدم إدلائهم- بأصواتهم في الانتخابات السابقة للمجلس ؟

فروض الدراسة:

ثمة فروض ثمانية تسعى الدراسة إلى التحقق منها ألا وهي:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة متابعة المبحوثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوسائل الاتصالية التي يستخدمها المبحوثون في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استمرار المبحوثين في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب وبين اتجاهاتهم نحو أداء المجلس.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى سعي المبحوثين للحصول على مزيد من المعلومات عن مجلس النواب في وسائل الإعلام الأخرى وبين اتجاهاتهم نحو أدائه.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى المبحوثين وبين قرارهم بالتصويت في الانتخابات.
الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى المبحوثين وبين كثافة تصويتهم في الانتخابات.
الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت المبحوثين في الانتخابات تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

الدراسات السابقة:

ثمة دراسات عديدة أجريت حول الصورة الذهنية لموضوعات متعددة، سعياً لوضع اليد على مصادر تشكيل الصورة الذهنية، وأبرز ملامحها، وللوقوف على الآثار المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، التي تنبني عليها. ونظراً لتعدد الدراسات التي أجريت بهذا الخصوص، على نحو يصعب حصره في دراستنا الحالية، فسيتم التركيز هنا على الدراسات التي تناولت الصورة الذهنية للبرلمان والأحزاب السياسية أو السياسيين. أو تلك التي تتعلق بدور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أي منهم.

أولا : الدراسات العربية :

- دراسة عبد القادر الحديثي ومحمد المشهداني (2016) (8) " اتجاهات برامج الفضائيات العراقية ودورها في بناء الصورة الذهنية لأداء السياسيين العراقيين: دراسة مسحية لعينة من جمهور النخبة" استخدمت المنهج المسحي لعينة عمدية قوامها (120) مفردة من الأكاديميين العراقيين من الجامعة العراقية. وتمثلت أهم نتائج الدراسة في اتفاق معظم المبحوثين بأن السياسيين العراقيين هم علة المشاكل التي يعاني العراق منها؛ لأنهم يعملون لمصالحهم الشخصية، ويفضلون مصالحهم الحزبية والطائفية على مصالح الشعب العراقي بشكل عام، مما يؤدي باستمرار إلى تدهور الوضع السياسي في العراق. كما أشارت النتائج إلى أن العديد من المبحوثين لديهم شعور بضرورة المشاركة بالانتخابات القادمة لتغيير السياسيين الفاسدين. فضلاً عن كشفه زيف الإدعاءات التي أطلقها السياسيون في الانتخابات السابقة .
- دراسة راشد فريحات (2015) (9) " دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي " استخدم الباحث منهج المسح لعينة حصصية مكونة من (400) مفردة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن من يتابع أخبار المجلس غالباً هم فقط 30.8% من المبحوثين، بينما يتابع 35% من المبحوثين أحياناً، و 33.8% لا يتابعون مطلقاً، وحظيت القنوات الفضائية بالمرتبة الأولى في المتابعة بنسبة 24,5%، بينما حظيت الصحف والمجلات بنسبة 10,5% . كما أشارت النتائج إلى أن المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار المجلس ساهمت في رسم صورة ذهنية مقبولة عن المجلس بنسبة 50,5%، بينما أشار 23,3% أنها لم تسهم في بناء صورة مقبولة لديهم . وبينت النتائج أن 30% فقط من المبحوثين يرون أن ثمة استقلالية للمجلس في قراراته وتشريعاته. بينما يرى 38.6% من المبحوثين أن المجلس السابع عشر مجلساً ضعيفاً، في حين بلغت نسبة من يرونه ممتازاً 5.8% فقط. وتراوحت باقي النسب بين مقبول ومتوسط وجيد وجداً، كما أشارت النتائج إلى أن 57.6% من المبحوثين يختارون المرشح تبعاً لانتمائه للعشيرة،
- دراسة دعاء الشكري (2014) (10) " الصورة الذهنية للمجالس النيابية لدى قادة الرأي العام الأردني : دراسة على مجلس النواب الأردني السابع عشر " هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني السابع عشر لدى قادة الرأي العام" واعتمدت على منهج المسح لعينة من (232) مفردة من قادة الرأي العام في شمال الأردن. وتمثلت أبرز النتائج في أن 22% من المبحوثين يعزفون عزوفاً تاماً عن متابعة أخبار المجلس في وسائل الإعلام، بينما يتابع 23.7% هذه الأخبار نادراً، و 37.9% منهم يتابعونها

أحياناً , بينما من يتابع دائماً 16.4%. فقط . وأن صورة مجلس النواب الأردني السابع عشر في أذهان قادة الرأي العام شديدة السلبية, وتجلت في عدة جوانب من أبرزها: عدم ثقة المبحوثين في أداء المجلس الرقابي والتشريعي, وأن 52.6% من المبحوثين لا يتقنون بأعضاء المجلس السابع عشر , بينما يثق 19.8% فيهم بدرجة منخفضة , ويثق 25.9% فيهم بدرجة منخفضة جداً. بينما من يثق فيهم بصورة عالية جداً هم فقط (1.7%). كما بينت النتائج أن 71.2% من المبحوثين لا يتقنون في قدرة المجلس في مناقشة وطرحه للقضايا. كما أشارت النتائج إلى أن ما يقارب من نصف العينة (45.3%) لا ينوون المشاركة في الانتخابات القادمة، وأن خمس المبحوثين تقريباً (19.8%) لم يقرروا في الوقت الحالي المشاركة في الانتخابات القادمة، بينما نسبة 34.9% هي فقط من حسمت أمرها بالمشاركة في الانتخابات القادمة.

دراسة صفاء نعمة الشويحات، ومحمد محمود الخوالدة (2013) (11). اتجاهات طلبية الجامعات نحو المشاركة السياسية في الأردن: دراسة وصفية تحليلية " سعت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبية الجامعات الأردنية نحو المشاركة السياسية في الأردن، واستخدمت منهج المسح لعينة عشوائية من (515) طالباً وطالبة من (8) جامعات، وتمثلت أهم نتائجها في أن أبرز أسباب امتناع المبحوثين عن المشاركة في التصويت للانتخابات العامة هي بالترتيب تبعاً لمتوسطاتها الحسابية " تدني وعي الشباب بأهمية المشاركة في التصويت" ثم "عدم امتلاك الشباب المعلومات الكافية عن المرشحين". ثم "تدني معرفة الشباب بأدوار النائب في البرلمان" ثم "بعد أولويات الشباب عن الاهتمام بالتصويت"، ثم "عدم وجود نتائج ملموسة لمجلس النواب في دوراته المتعاقبة". ثم "عدم تعرف النائب بعد فوزه على من انتخبه". أما الفقرة التي احتلت المرتبة الأخيرة فهي "عدم الثقة في نتائج الانتخابات"

دراسة أحمد خليف عفيف (2013) "12" المجلس النيابي الأردني الرابع عشر عام 2003 : واقع الانتخابات ومستوى المشاركة والتمثيل" استخدمت الدراسة المنهج التحليلي التاريخي للقوانين والتشريعات الناظمة للعملية الانتخابية وللصحف الأردنية الرئيسية، وذلك بهدف تحليل طبيعة الظروف والأوضاع الدولية والمحلية السياسية والاقتصادية التي تشكل في إطارها المجلس النيابي الأردني الرابع عشر المنتخب عام 2003 . وتمثلت أبرز النتائج في وجود نظرة سلبية للانتخابات التشريعية لدى شرائح واسعة من الناخبين بسبب خبرتها السلبية عن المجالس النيابية السابقة لعام 2003 . وأن تأثير القوى العشائرية جاء أكبر بكثير من تأثير القوى الحزبية. وهذا ما يتضح من معدل الاقتراع الذي لم يصل

في بعض المدن إلا إلى 44%، كما هو الحال في عمان. بينما حظي التصويت باهتمام كبير في الأوساط العشائرية حيث بلغ (80%) وذلك بسبب المنافسة الشديدة بين القوى العشائرية، لإيصال نائب يمثلها إلى مواقع صنع القرار.

– دراسة محمود شلبية، محمود السماسيري، عزام العنانزة (2013) (13) "وسائل الإعلام وتشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الانتخابات النيابية مع التطبيق على الانتخابات الأردنية" واستخدمت منهج المسح لعينة عمدية مكونة من (400) مفردة؛ وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في مجيء الفضائيات الأردنية في مقدمة وسائل الاتصال الجماهيري التي يستقي منها المبحوثون معارفهم عن الانتخابات تليها الصحف، ثم الانترنت. وفيما يتعلق بمدى حرص أفراد العينة على المشاركة في الانتخابات كان مجمل الحريصين (84.9%) وذلك ما بين حريصين جدا أو بدرجة متوسطة أو ضعيفة، بينما لم تزد نسبة "غير الحريصين مطلقا" عن (15.1%). وفيما يتعلق باتجاهات المبحوثين - الحريصين على المشاركة في الانتخابات- نحو العملية الانتخابية؛ جاء في مقدمة الإجابات "أرى أن المشاركة فيها واجب وطني. وفيما يتعلق باتجاهاتهم نحو المرشحين فقد جاء في مقدمة الإجابات "اعتقد أنه شخصية تستحق الموازنة" بينما جاءت إجابة "اعتقد أنه خير من يمثل عشيرتي في البرلمان" في ذيل الإجابات. وفيما يتعلق باتجاهات المبحوثين- غير الحريصين على المشاركة في الانتخابات- نحو العملية الانتخابية؛ فقد جاء في مقدمة الإجابات "البرلمان منتخب على أساس عشائري والمصلحة الوطنية" وفيما يتعلق باتجاهاتهم نحو المرشحين فقد جاء في مقدمة الإجابات "الأغنياء منهم يفوزون بشراء الأصوات"

– دراسة عادل مصطفى (2012) (14) "دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو المشاركة" سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية، وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو المشاركة، عبر استخدام منهج المسح لعينة (432) من الجمهور في محافظات القاهرة والمنيا والغربية. وتمثلت أهم نتائج الدراسة في أن الاتصال كان له دور بارز في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى المبحوثين. وأن إيجابية صورة الأحزاب السياسية لدى أفراد العينة ارتبطت بمعدل الاعتماد على أشكال الاتصال الشخصي التي تقدم معارف ومعلومات عن تلك الأحزاب. وإن كان لكل من وسائل وأشكال الاتصال الشخصي والحديثة تأثير على مدى إيجابية اتجاهات المبحوثين نحو الحزب السياسي والمشاركة الحزبية. وأن الأحزاب السياسية في مصر لازالت تعاني من القصور وتشوش الرؤية وإهمال العديد من الجوانب الاتصالية التي يُمكن أن تسهم في رفع درجة الوعي السياسي المجتمعي وتحسين الصورة الذهنية لها لدى المواطنين.

- دراسة: محمد عوض الهزايمة، وسعد فيصل السعد(2011)(15) "مدى إدراك ناخبي منطقة غرب إربد لوصول أحد مرشحي المنطقة إلى قبة البرلمان: التحديات الداخلية والحلول". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إدراك ناخبي منطقة غربي إربد للتحديات الداخلية التي تحول دون إيصال أحد مرشحي المنطقة إلى البرلمان كنائب عنها، والحلول المقترحة لهذه التحديات، وقد قامت فرضية الدراسة الرئيسية على أساس أن ثمة علاقة بين المتغيرات الشخصية والتحديات الداخلية التي تواجه ناخبي المنطقة، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وذلك عبر مسح لعينة من (1300) وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في أن أكبر التحديات الداخلية لناخبي منطقة غرب إربد هو عدم وجود عشيرة كبيرة تحسم الأمر لصالح مرشحها، ليكون مرشحاً عن المنطقة، وذلك بسبب توزيع العشائر الكبيرة من حيث عدد السكان في أكثر من منطقة في محافظة إربد، وأن ثمة تحدياً قريباً من هذا التحدي هو النخوة العشائرية التي تجعل الناخبين يصوتون لأحد أفراد العشيرة ممن يقطنون خارج المنطقة، في حين أن أبرز الحلول هو جعل منطقة غرب إربد لواءً مستقلاً.
- دراسة حسين محمد الحسيني (2009)(16) «دور الصحافة المحلية في دعم الصورة الذهنية للمؤسسات التشريعية لدى الجمهور : دراسة تطبيقية على مجلسي الشورى والنواب بمملكة البحرين " واستخدمت منهج المسح لعينة من المواطنين ممن تزيد أعمارهم عن 20 عاماً. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها أن 80.5% من المبحوثين يتابعون أخبار مجلس النواب، أما من يتابعون أخبار مجلس الشورى فكانوا 87% من المبحوثين، وبينت النتائج أن معرفة الجمهور بصلاحيات مجلس النواب ضعيفة جداً حيث بلغت (8%)، بينما معرفتهم بصلاحيات مجلس الشورى أكبر (54%). وأن الصورة الذهنية للمبحوثين عن نواب دوائرهم إيجابية بنسبة (62%) ومتوسطة بنسبة (21%) وضعيفة بنسبة (16%).
- دراسة على جبار الشمري (2007) (17) , وعنوانها : الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي " هدفت الدراسة إلى معرفة الصورة الذهنية لمجلس النواب، لدى الجمهور العراقي. واستخدمت منهج المسح لعينة عشوائية من 200 مفردة، من محافظة بغداد. وتمثلت أهم نتائج الدراسة في أن 58.9% من أفراد العينة يتابعون أخبار المجلس عبر التلفاز. وأن 30.1% من المبحوثين تسهم متابعتهم لأخبار المجلس في تشكيل تصورهم عنه. وأن 80.5% من أفراد العينة يرون أن المجلس غير قادر على القيام بمهامه الوطنية. وأن 58.5% من أفراد العينة يرون أن المجلس غير قادر على اتخاذ قرارات كفيلاً بجعله ممثلاً حقيقياً للشعب العراقي. وأن 65.5% من المبحوثين غير مقتنعين بأداء المجلس.

- دراسة هزاع مرشد شرف(2008)"(18)العوامل المؤثرة في بناء صورة المجالس التشريعية لدى الجمهور اليمني" هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الصورة الذهنية لمجلسي النواب والشورى لدى الجمهور اليمني، ودراسة العوامل المؤثرة في بناء هذه الصورة، على عينة من(400) مفردة تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية الطبقية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن صورة مجلسي النواب والشورى جاءت محايدة في المقام الأول، بينما أتت الصورة السلبية في المرتبة الثانية متفوقة على الصورة الإيجابية، مما يعني أن صورة المجلسين سلبية أكثر منها إيجابية، وبالنسبة لصورة أعضاء المجلسين، فقد خلصت الدراسة إلى أن صورة عضو مجلس النواب وكذلك صورة عضو مجلس الشورى جاءت محايدة بالدرجة الأولى، وأن الصورة السلبية تغطي على الصورة الإيجابية لكل منهما.
- دراسة عبد المجيد علي العزام ومحمد عوض الهزايمة (2007) (19) " اتجاهات الحزبيين وغير الحزبيين نحو الأداء البرلماني والإعلامي في الأردن: دراسة استطلاعية مقارنة" اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي المقارن , واستخدمت الدراسة عينة منتظمة من (1800) مفردة على المستوى الوطني، وعينة عرضية لقادة الرأي وصناع القرار مكونة من(166) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان من أهمها أن اتجاهات الحزبيين وغير الحزبيين نحو الأداء الحكومي كانت إيجابية مقارنة بالأداء البرلماني، والأكثر إيجابية من الاثنين كانت اتجاهاتهم نحو الأداء الإعلامي. ومع ذلك كانت اتجاهات الحزبيين وغير الحزبيين سلبية نحو أداء الحكومة والبرلمان بخصوص عدد من الموضوعات كان من أهمها: تخفيف الضرائب، وتكافؤ الفرص في التعيينات، والحد من ارتفاع الأسعار، ومشكلة الفقر والبطالة، وإن كانت درجة سلبية اتجاهات الحزبيين أقل بعض الشيء من درجة سلبية اتجاهات غير الحزبيين.
- عبد المجيد العزام, محمد كنوش الشرعة.(2006)(20) " اتجاهات عينة من منتسبي مؤسسات المجتمع المدني نحو المشاركة السياسية في الأردن " واستخدمت منهج المسح على عينة عشوائية طبقية من (15000) مفردة من جميع محافظات المملكة. وتمثلت أبرز نتائجها في تصدر الهاجس الأمني قائمة أسباب عدم المشاركة السياسية ب 61.0 % يليه تركيز النشاط السياسي في العاصمة بنسبة 51.3 % , ثم سبب "عدم الاكتراث واللامبالاة" ب 44.5 . وتليها التوجهات الحزبية غير الممثلة لتطلعات المواطنين ب 41.6 %، ثم جاء "عدم القناعة بالعمل السياسي" بنسبة 40.7%
- دراسة محمد عوض الهزايمة (2005)(21) "إدراك الناخبين الأردنيين للعوامل التي تحدد تصويتهم" أفرد الباحث دور المدرك الحزبي كعامل من العوامل التي تحدد تصويت الناخب الأردني، وقد سجل هذا المدرك أعلى نسبة له في دائرة

عمان الأولى حيث بلغت (4%) وأدنى نسبة في دائرة الطفيلة الأولى حيث بلغت (0.2%)، وكانت نسبة هذا المدرك أقل من المدركات الأخرى التي تناولتها الدراسة، كالمدرک العشائري، والمدرك الديني والمدرك الأبوي. وقد وصلت الدراسة إلى عدد من الأسباب التي وقفت وراء تدني هذه النسبة الخاصة بالمدرك الحزبي منها: هيمنة المتنفيين والأثرياء على الأحزاب السياسية، مما أدى إلى ضعف الثقة بها، واتساع الهوة بين القيادة السياسية الحزبية وبين قواعدها الشعبية الضعيفة أصلاً، وعدم قدرة الأحزاب على تعزيز الثقافة الحزبية بين المواطنين، وعدم القدرة في خلق التأييد الشعبي لأفكار الأحزاب ومبادئها وبرامجها، وعجزها عن القيام بدور فاعل في التنمية السياسية.

– دراسة إيمان نعمان جمعة (2001م) (22) "تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية (2000م)" . 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 (2000م). 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 والصورة الذهنية القائمة لا تبني سلوكاً مواتياً للمشاركة السياسية في الانتخابات القادمة، حتى أن نسبة (75%) من العينة غير حريصين على المشاركة في الانتخابات المختلفة.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

– دراسة (Yang & Dehart, 2016) (23) "استخدام مواقع التواصل ووسائل الإعلام الاجتماعي في المشاركة السياسية الإلكترونية لدى طلبة الجامعات خلال الانتخابات الأمريكية 2012". استخدمت الدراسة منهج المسح لعينة قوامها (4556) مفردة من الطلبة المشاركين في الانتخابات الأمريكية (2012) وذلك فور انتهائها. وذلك لمعرفة كيفية استخدام طلبة الجامعات الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر) أثناء فترة الانتخابات الرئاسية، وتحديد الأثر الذي تتركه تلك الوسائل على القرار الانتخابي لديهم، وتوصلت النتائج إلى أن أغلب المبحوثين يقضون أوقاتاً أكبر في استخدام الفيسبوك مقارنة بتويتر، وأن (66%) منهم يستخدمون هاتين الشبكتين لممارسة نشاطهم السياسي أثناء فترة الانتخابات، ولتقرير المرشح الذي سيقومون بالتصويت لصالحه، وكذلك لمناقشة الموضوعات السياسية من خلال تلك المواقع، وأن استخدام المبحوثين لهاتين الشبكتين أسهم في

انخرطهم في الحياة السياسية على الإنترنت، كما أوضحت النتائج أن الخدمات التي وفرتها الشبكتان أسهمت في الترويج للقضايا المرتبطة بالسياسة، وشجعت المبحوثين على التصويت، بالإضافة إلى فتحها المجال أمامهم لمشاركة أفكارهم وتعليقاتهم حول القضايا السياسية مع الآخرين. وان نتائج الاستخدام السياسي من قبل المبحوثين للشبكتين يشير بقوة إلى رغبة المبحوثين في المشاركة السياسية بغض النظر عن الوقت الذين يقضونه على هاتين الشبكتين.

– دراسة (Powers et al, 2016) (24) "التفاعلية السياسية خلال عام الانتخابات الرئاسية: دراسة حالة لطلاب الإعلام". هدفت الدراسة إلى معرفة إلى أي مدى تشارك وسائل الإعلام في الحياة السياسية خلال فترة الانتخابات، وكيف يستخدم طلاب الجامعات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لتتبع وتبادل الأخبار السياسية من خلال استخدام منهج المسح لعينة قوامها (284) من طلبة الجامعات الأمريكية. وتمثلت أهم النتائج في أن ثلاثة أرباع العينة تقريبا (74%) مهتمون بالانتخابات الرئاسية، وان حوالي (70%) منهم ينوون التصويت في الانتخابات " وأن (95%) منهم يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات السياسية، وأن أكثر من ثلثهم (69%) يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لنشر أخبارا تتعلق بالانتخابات، وأن (78%) منها يستخدمون الفيسبوك لتتبع أخبار الانتخابات الرئاسية بينما يستخدمون تويتر بنسبة (61%)، وأن من يستخدمون التليفزيون في تتبع أخبار الانتخابات هم (30%). وأن 41% من المبحوثين يسعون لإقناع الآخرين بالتصويت في الانتخابات لمرشح ما. وان 60% منهم يزداد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بشدة في اليوم السابق للانتخابات و اليوم اللاحق لها.

– دراسة (Shiratuddin et al, 2016) (25) "المشاركة السياسية للأجيال الشابة ووسائل التواصل الاجتماعي في ماليزيا". هدفت الدراسة إلى معرفة دور الأجيال الشابة في التعبير عن آرائهم في المشكلات التي لها علاقة بالحكومة عبر "الميديا" خصوصا وسائل التواصل الاجتماعي، وأثر التعرض لتلك الوسائل على قراراتهم الانتخابية في الانتخابات التي جرت في الفترة ما بين عامي (2008 و2013)، وذلك من خلال استخدام منهج المسح لعينة قوامها (1029) مفردة من الشباب الماليزي الذين تتراوح أعمارهم بين (15-25) سنة. وتمثلت أهم نتائج الدراسة في كون أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها عينة الدراسة هي "الواتساب" و"الفيسبوك" و"جوجل بلص"، وأن أفراد العينة يعتقدون أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أفضل وسيلة للشباب للتواصل أكثر مع الحكومة، ووسيلة رئيسية في مشاركة الأخبار والمعلومات مع الأصدقاء حول

الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية"، و في الحصول على المعلومات حول القضايا السياسية،

دراسة (Karamat & Farooq, 2016) (26) "الدور البارز لوسائل التواصل الاجتماعي في النشاط السياسي: التصورات والممارسات" سعت الدراسة لمعرفة أثر موقعي فيسبوك وتويتر على النشاط السياسي لطلاب الجامعات الباكستانية، من خلال استخدام المنهج المسحي على عينة قوامها (120) مفردة من طلبة الجامعات في الباكستانية . وتمثلت أبرز النتائج في أن (84%) من المبحوثين يستخدمون موقع فيسبوك فقط، في حين يستخدم (16%) منهم فيسبوك وتويتر معاً، وأن الفيسبوك هو الموقع الأكثر استخداماً من قبلهم مقارنة بباقي مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ثلاثة أرباع المبحوثين يعبرون عن آرائهم السياسية من مرتين إلى ثلاثة مرات في الأسبوع، وأن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تحفيز (74.2%) منهم على المشاركة السياسية، في حين لم تؤثر هذه المواقع على (25.8%) منهم، وأن (70%) من المبحوثين لم يشاركوا في الحياة السياسية قبل استخدامهم لموقع فيسبوك، بينما كان (30%) مشاركون في الحياة السياسية قبل استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وأن (36.7%) يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في التأثير على الناخبين لاختيار مرشح ما، بينما يرى (35%) أنها لا تؤدي أي دور مؤثر في العملية الانتخابية.

دراسة (Sovannara, 2015) (27) "وسائل الإعلام الجديدة والمشاركة السياسية: استخدام المواطنين الكمبوديين للإنترنت في المشاركة السياسية". سعت الدراسة إلى معرفة دوافع استخدام المواطنين الكمبوديين لوسائل الإعلام الجديد للمشاركة السياسية، وأنماط هذه المشاركة عبر تلك الوسائل والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، واستخدمت منهج المسح لعينة قوامها (401) مفردة من الناخبين عبر الإنترنت، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في أن الوسائل الأكثر استخداماً في المشاركة السياسية بين المبحوثين هي وسائل الإعلام الجديد، فهي البوابة التي يتم من خلالها استغلال حجم حرية التعبير المسموح بها، وأن أكثر هذه الوسائل استخداماً هو الفيسبوك، تليه الصحف الإلكترونية، ثم مواقع المنظمات الدولية غير الربحية، ثم اليوتيوب، ثم المدونات والموسوعات، ثم البريد الإلكتروني، وأن كل من الفيسبوك ومواقع المنظمات الدولية غير الربحية يحتلون مقدمة وسائل الإعلام الجديد لأنهم الوسيطان الأكثر ثقة لدى الجمهور، وأن وسائل الإعلام الجديد تعد وسيلة فعالة في تعبير المواطنين عن آرائهم السياسية، وإنها تتيح لكل منهم الفرصة أن يشارك في محتواها كمواطن صحفي، وأن أبرز دوافعهم لاستخدام وسائل الإعلام الجديد تتمثل في البحث عن المعلومات والتفاعل الاجتماعي.

- دراسة (Garzia 2013) (28) "تغير الفاعلين وتغير الموالين: إضفاء الطابع الشخصي على الولاءات الحزبية في أوروبا الغربية" سعت الدراسة لمعرفة تأثير مواقف الناخبين تجاه قادة الأحزاب - في تحديد الارتباطات النفسية مع الأحزاب. بالتطبيق على الحزبين الرئيسيين في كل من بريطانيا وألمانيا وإيطاليا وهولندا. وأظهرت النتائج وجود تراجع لقدرة الهويات الاجتماعية (الطبقية والدينية) على التنبؤ بالشعور الفردي بالارتباط الحزبي، وكذلك التأثير المتنامي لموقف الناخبين تجاه قادة الحزب على هذا الارتباط. وأنه بمجرد أن يتم أخذ دور قادة الأحزاب كمعيار لتحديد هوية الأحزاب - ونمذجتها بشكل مناسب ضمن معادلة التصويت - فإن تأثيرها الانتخابي يظهر بشكل واضح؛ فقادة الحزب يمكنهم كسب أو خسارة الأصوات في الانتخابات البرلمانية بسبب الطريقة التي ينظر بها الناخبون إلى شخصياتهم- وذلك بشكل مستقل عن التأثير الانتخابي الذي تمارسه الانتماءات الإيديولوجية أو الاجتماعية للناخبين، وهو ما يعني أن تقييم الناخبين لقادة الأحزاب يمتلك تأثيراً واضحاً على نتائج الانتخابات.
- دراسة (Raof et al, 2013) (29) بعنوان "استخدام أنظمة الشبكات الاجتماعية كوسيلة للتغيير السياسي". هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية استخدام مرشحي الانتخابات الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي في الترويج لبرامجهم الانتخابية والتواصل مع المرشحين المتوقعين وكسب تأييدهم من خلال تحليل محتوى صفحتي "أوباما" و"رومني" مرشحي الانتخابات الأمريكية (2012). وتوصلت الدراسة إلى أن "أوباما" استخدمها كوسيلة أساسية خلال الانتخابات على عكس منافسه "رومني"، حيث بلغ عدد متابعي "أوباما" على الفيسبوك (32 مليون، مقابل (12 مليون ل"رومني"، أما متابعو "أوباما" على "تويتر" فقد بلغوا (21 مليون مقابل (1.7 مليون ل"رومني"، و فيما يتعلق باليوتيوب فقد بلغ متابعو قناة "أوباما" (295 ألف متابع، مقابل (29 ألف ل"رومني". وأشارت النتائج إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كقناة اتصال في توسع مستمر بين المرشحين والناخبين، حيث كان ثمة فارق واضح بين استخدام هذه الشبكات في الانتخابات السابقة بين "أوباما" و "ماكين" (2008) عما هي عليه بين "أوباما" و"رومني"، وقد أدى نجاح "أوباما" في الانتخابات الرئاسية مرة أخرى إلى توظيف هذه الشبكات بشكل كثيف في الحملات الانتخابية الأخرى من أجل التأثير على الناخبين المحتملين وكسب تأييدهم.
- دراسة (Norris, D., & (1998) (30) هل الأخبار السلبية مهمة؟ تأثير الأخبار التلفزيونية على صور الحزب في الانتخابات العامة البريطانية عام (1997) " سعت الدراسة لمعرفة التأثيرات التي تتركها الصور السلبية أو

الإيجابية التي يقدمها التلفزيون عن الأحزاب على الصورة الذهنية لهذه الأحزاب، وذلك عبر تصميمٍ بحثيٍّ تجريبيٍّ لعينة من (1125) ناخبًا بريطانيًا تم اختبارها خلال حملة الانتخابات العامة عام 1997، وتمثلت أبرز النتائج في أن الصورة "الإيجابية" التي تقدمها الأخبار والتقارير التلفزيونية عن حزب ما تمارس تأثيرًا أقوى بكثير على تصورات الناخبين من الأخبار "السلبية" وأن احتمالية تغيير المبحوثين لصورة الحزب لديهم ترتبط بقوة الحزب الذي يناصرونه، فالأحزاب الأقوى أقل احتمالًا لتغيير صورتها لدى أنصارها مقارنة بالأحزاب الأضعف، وإن كان ذلك لا ينسحب على المعرفة أو الاهتمام السياسي للمبحوثين، كما أثبتت النتائج أنه لم يكن ثمة أي فروق تعزى للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على تصوراتهم الذهنية عن الأحزاب.

التعليق على الدراسات السابقة و حدود استفادة الدراسة منها:

- المتأمل في الدراسات التي عرضنا لها سلفًا يجد أنه:
- ثمة تباين في كثافة استخدام المبحوثين في الدراسات المختلفة لوسائل الإعلام كمصادر للمعرفة السياسية، هذا التباين يحمل ارتفاعًا متسارعًا في نسبة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي كمصدر معرفي عن الانتخابات والناخبين والأحزاب، وكل ما يتعلق بالشأن السياسي، وذلك على حساب استخدام وسائل الإعلام التقليدية.
 - احتلت الفضائيات الإخبارية مكانة متقدمة كمصدر للمعرفة السياسية على حساب التلفزيونات المحلية.
 - ثمة شبه توافق بين الدراسات العربية على وجود صورة أقرب للسلبية للمجالس التشريعية، وإن كان هناك تباين ليس كبيرًا بين هذه الصورة من مجتمع لآخر.
 - إذا كانت صورة الأحزاب أو قادة الأحزاب تعد العامل الحاسم في عملية التصويت في الانتخابات البرلمانية في الدراسات الغربية، فإن ضعف الأحزاب في المجتمعات العربية جعلت العشوائية تمثل عاملاً حاسماً في عملية التصويت كما أشارت لذلك كثير من الدراسات العربية لاسيما التي أجريت في الأردن.
 - ثمة ضعف عام في حجم تعرض المبحوثين للمواد الإعلامية التي تتعلق بالمشاركة السياسية في كثير من البلدان العربية - كما أشارت الدراسات العربية - مقارنة مع حجم التعرض للمواد الإعلامية التي تتعلق بالمشاركة السياسية التي تتم في الدول ذات الأنظمة الديمقراطية - كما أشارت الدراسات الأجنبية - وذلك على اختلاف السمات الديموغرافية للعينات للدراسة.
 - سعت الدراسات التي أجريت حول الصورة الذهنية للمجالس النيابية - لاسيما الأردنية منها - لمعرفة ملامح الصورة الذهنية للمجلس خلال دورة انتخابية ما (4 سنوات) أو سعت لمعرفة ملامح هذه الصورة لدى عينة معينة مثل قدرة الرأي أو طلاب الجامعات. وهو ما يعني أنه لم تتناول أي من هذه الدراسات ملامح

الصورة الذهنية العامة لدى الجماهير المتنوعة، والتي تشكلت للمجلس منذ تأسيسه وإلى الدورة الانتخابية السابعة عشر (المجلس السابع عشر)

- تباينت أدوات جمع البيانات في هذه الدراسات من التجريب (، Norris & Lusoli, 1998) إلى تحليل المضمون (دراسة (Raof et al, 2013) و (Lusoli, J. Ward, & W., "2005") إلى التحليل التاريخي (أحمد خليف عفيف (2013) بينما استخدمت باقي الدراسات المسح الميداني كأداة وحيدة لجمع البيانات.

حدود استفادة الدراسة من الدراسات السابقة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح الميداني مثلما استخدمته جل تلك الدراسات السابقة، كما استفاد من بناء مقاييس الصورة الذهنية - التي طرحتها الدراسات السابقة- في بناء المقياس الذي اعتمد عليه في هذه الدراسة، وإن كانت هذه الدراسة غايرت في هدفها الرئيس الدراسات الأردنية السابقة التي تناولت الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني، وهو الهدف الذي يتمثل في تلمس الصورة الذهنية العامة للمجلس، وأثرها على المشاركة الانتخابية، وذلك لدى المواطنين ممن لهم حق الاقتراع بصفة عامة، وليس لدى فئة ما منهم وهي الصورة التي تشكلت لدى الوعي الأردني الجمعي منذ تأسيس المجلس في (1947) وإلى وقت إجراء الدراسة، وهي فترة تربو على ثمانين عاماً، وهو ما يعطي دراستنا أهمية واضحة لكونها تمنح القائمين على شأن المجلس، وكل من يهتم، به مؤشراً للملامح العامة لهذه الصورة شبه الراسخة عن المجلس لدى المواطنين، لتلافي ما هو سلبي منها، وتدعيم ما هو إيجابي.

الإطار النظري للدراسة:

يشير مصطلح الصورة الذهنية إلى تصور الشيء في هيئته وحقيقته وصفته من خلال الفطنة والحفظ في العقل، وكذلك إدراك الأشياء والتفكير بها لإصدار الأحكام والاستدلالات، وقد حظي هذا المصطلح باهتمام متزايد في مختلف العلوم الاجتماعية، مما أضفى عليه اتساعاً معرفياً أدى إلى صعوبة تقديم تعريف دقيق له، وإن كان هذا لا يمنع من محاولة تلمس ملامح هذه الصورة الذهنية التي هي أقرب ما تكون إلى حدود المعرفة والإدراك التي تكونت في عقل الإنسان عند شروعه بعملية التفكير إزاء ما يحيط به، لاسيما وأن التفكير عملية عقلية تشمل كل أوجه النشاط العقلي، وبذا فإن الصورة الذهنية تسهم في اتخاذ الفرد لقراراته واتجاهاته سواء كان ذلك سلباً أم إيجاباً، وهي بهذا تعد إحدى القوى النفسية التي تحدد اتجاهات الفرد وأنماط سلوكه (31) وثمة تعريفات عديدة للصورة الذهنية لعل من أشملها ما طرحه الدكتور على عوجة لها على أنها "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو

دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم. وبغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها" (32)

كما يمكن تعريفها من زاوية أخرى بأنها "مجموعة المعارف والتجارب والخبرات المترابطة التي تتشكل في ذهن الجمهور، وترسم انطبعا معينا من خلال وسائل اتصال ما تتشكل هذا الانطباعات وتؤثر في سلوك الأفراد تجاه مجتمع أو مؤسسة أو شركة ما وترتبط هذه المعارف بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم" (33) وهو ما يعني أن الصورة الذهنية تعد إحدى القوى النفسية التي تحدد اتجاهات الفرد وأنماط سلوكه (34)

وبالطبع ثمة اختلاف في الكيفية التي تؤثر بها الصورة الذهنية على المؤسسات الربحية التنافسية عن تلك التي تؤثر بها على المؤسسات العامة التي تكون بنية الدولة، فتأثير الصورة الذهنية على المؤسسات الربحية يتصل بشكل كبير ببقائها في حلبة المنافسة ويتطورها، مما يجعل "السبب الرئيس للاستثمار من قبل هذه المؤسسات في إدارة الصورة الذهنية هو الحصول على الميزة التنافسية، حيث أن الصورة الذهنية الجيدة تجذب الاستثمارات والمستهلكين وتستقطب نوعية جيدة من الموظفين (35). بينما يتمثل تأثير الصورة الذهنية على مؤسسات الدولة في تحديد كيفية تفاعل المواطنين معها على النحو الذي يخدم الصالح العام من عدمه،

والواقع أن ثمة تراثا معرفيا يصعب حصره عن الصورة الذهنية يتعلق بتعريفاتها وأنواعها وسماتها وأبعادها وسبل تشكيلها، وغير ذلك من الجوانب التي ترتبط بها، وحتى لا يكون حديثنا عن هذه الأشياء من قبيل التكرار غير المجدي، فإن الباحث يكتفي هنا بالحديث عما يرتبط بهدف دراسته والمائل في انعكاس الصورة الذهنية على السلوك الانتخابي، وهو ما يتصل بصفة أساسية بوظائف الصورة الذهنية من ناحية، وبمكوناتها أو أبعادها الثلاثة وهي: البعد المعرفي، والبعد الوجداني والبعد السلوكي. من ناحية أخرى.

ففيما يتعلق بوظائف الصورة الذهنية فللصورة الذهنية ووظائف عدة من أهمها أنها تحقق للفرد أكبر قدر ممكن من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في اختصار جهد الفرد بما تقدمه له من أطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر، بل والتنبؤ بسلوكه من دون إمعان النظر في خصائصه الفردية. كما أن عملية تكوين الصورة الذهنية تؤدي إلى تحويل العالم إلى عالم أسهل وأكثر تنظيما؛ من خلال استخدام الجوانب السيكلوجية التي تنطوي عليها عمليات التعلم داخل الإنسان. كما تسهم الصورة الذهنية في تفسير مواقف الفرد وأرائه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية، وتفسر فلسفته في الحياة، وذلك لارتباطها بقيمه ومعتقداته وثقافته. هذا بالإضافة

لدورها الواضح في تكوين الرأي العام , لأنها اللبنة الأولى التي يتكون منها الرأي باعتبار تأثيرها في آراء الناس ومواقفهم. (36)

وفيما يتعلق بأبعاد الصورة الذهنية فثمة أبعاد ثلاثة رئيسة للصورة الذهنية ألا وهي البعد المعرفي والبعد الوجداني و البعد السلوكي ، ويقصد بالبعد أو المكون المعرفي تلك المعلومات التي يدرك الفرد من خلالها موضوعاً أو قضية أو شخصاً أو جماعة أو مؤسسة أو مجتمع، وتعتبر هذه المعلومات الأساس الذي تنبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الأشخاص، أو المؤسسات، أو عن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناءً على دقة المعلومات والمعارف التي يحصل عليها عن الشيء محور الصورة الذهنية، تكون دقة الصور الذهنية التي يكونها، (37) أما البعد أو المكون الوجداني فيقصد به الميول النفسية لدى الفرد بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها نحو أي طرف من هذه الأطراف، ويتشكل الجانب الوجداني وينمو جنباً إلى جنب مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت قد تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الفرد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهاته نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة، أما البعد أو المكون السلوكي: فيتمثل في الفعل الذي يقوم به الفرد نحو شيء ما كنتيجة لانعكاس الاتجاه الذي حمله نحوه سلباً أو إيجاباً، ويمكن القول أن سلوك الفرد يعكس طبيعة الصورة الذهنية المشكّلة لديه في مختلف شؤون الحياة، وهو ما يعني أن الصورة الذهنية التي يحملها الفرد نحو شيء ما تُمكن من التنبؤ بسلوكه نحو هذا الشيء ، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة، والتي هي بدورها انعكاس لمعارفهم (38)

ورغم أنه لا خلاف على أن البعد السلوكي للصورة الذهنية هو التعبير الأبرز عن ملامح هذه الصورة لدى الفرد، وهو الهدف النهائي الذي يتم السعي إليه من قبل أي طرف يسعى لبناء صورة ايجابية له(أشخاص، مؤسسات، دول) عبر الحرص على بناء صورة ذهنية إيجابية تضمن سلوكاً إيجابياً نحو كل طرف منهم . إلا أن كثيراً من الدراسات السابقة التي تتعلق بالصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني – محور دراستنا هنا- تشير إلى وجود قدر من التناقض يصعب إنكاره بين ما ينبغي أن تحققه هذه الصورة من أثر سلوكي يتجلى في الحرص أو عدم الحرص على التصويت في الانتخابات النيابية من عدمه، وبين وجود عوامل تتنافر مع هذه الصورة الذهنية، وتجعل أثرها السلوكي-سواء سلباً أو إيجاباً- على عملية التصويت أثراً ضعيفاً، والتي يتمثل أبرزها في الانتماء العشائري. ولعل نظرية التناظر المعرفي التي وضع "فستنجر" ملامحها هي النظرية التي يمكن أن تفسر لنا الكيفية التي يتجاوز خلالها الشخص هذا التناظر بين معارفه واتجاهاته وبين السلوك الانتخابي الذي يقوم به خضوعاً – بدرجة أو بأخرى- لاعتبارات لا ترتبط بهذه المعارف وبما يبنّي عليها من صورة ذهنية ما سلباً أو إيجاباً.

نظرية التنافر المعرفي:

يفترض فستنجر -صاحب هذه النظرية- أن الإنسان يعمل على جعل اتجاهاته تتفق مع بعضها البعض ومع سلوكه؛ فالعلاقة بين ما يعرفه الفرد والطريقة التي يتصرف بها ليست علاقة بسيطة، فالناس تتصرف بصفة عامة بالطرق التي تتفق مع ما تعرفه، فإذا ما أدرك الفرد أن ثمة خطراً يهدده إذا ما أقدم على فعل ما فمن الطبيعي هنا أن يكون حذراً. لكن كثيراً ما يحدث تعارض أو تنافر بين سلوك المرء منا وبين ما يعرفه⁽³⁹⁾

ومثل هذا التنافر سيخلق ضغوطاً لدى المرء لتقليل هذا التنافر بين العناصر المعرفية، أو على الأقل تجنب زيادة هذا التنافر؛ غير تجنب التعرض للمعلومات والآراء الجديدة التي تزيد منه. وثمة سبيلان رئيسان لتقليل هذا التنافر أحدهما يتمثل في تغيير السلوك الذي يتنافر مع هذه المعارف، والآخر يتمثل في عدم تبني هذه المعارف التي تتنافى مع هذا السلوك⁽⁴⁰⁾. وتفسر هذه العملية السيكلوجية التي يُطلق عليها "تقليل التعارض أو التنافر" ما نلاحظه باستمرار من إقدام الناس على تبرير أفعالهم.

وينبني على افتراض فستنجر ثلاثة من الاستنتاجات الهامة هي: (41)

- أ- أنه بإمكاننا التنبؤ بأن أي عملية تنطوي على اتخاذ قرار أو أي اختيار بين بدائل سوف يتخللها حدوث حالة من التنافر؛ خاصة إذا ما تضمن البديل الذي لم يتم اختياره خصائص إيجابية تجعله هو الآخر مرغوباً، أو إذا ما تضمن البديل الذي تم اختياره سمات سلبية من المحتمل أن تجعل الفرد يرفضه. وحتى يتم تقليل هذا التنافر يبحث الناس عادة بعد اختيارهم لأي شيء عن أدلة تدعم القرار الذي اتخذوه، وذلك لكي يقللوا من حالة التنافر أو التعارض بين معارفهم وسلوكهم.
- ب- أن وضعية التنافر التي تنشأ بعد اتخاذ القرار تجعل مزايا البديل الذي تم اختياره تزيد ومزايا البديل الذي لم يتم اختياره تقل.
- ت- أن الصلة بين التعارض أو التنافر بعد اتخاذ القرار والعمليات الاتصالية التي تلي اتخاذ ذلك القرار تعد أمراً أساسياً في تقرير الرسائل التي يتعرض المرء لها، حيث يتجنب المرء الرسائل التي تتنافر مع القرار الذي اتخذه، و يبحث عن الرسائل التي تتوافق مع هذا القرار.

ووفقاً لفستنجر، ثمة أنواع ثلاثة من العلاقات بين عناصر معرفتنا (42)

- أ- قد لا يكون ثمة علاقة بين عناصر معرفتنا.
- ب- قد يكون ثمة علاقة اتفاق قوية بين عناصر معرفتنا.

ت- قد يكون ثمة علاقة تعارض أو تنافر بين الأمور التي نعرفها.
ث- إذا ما وجد تنافر بين هذه المعارف، فإن مثل هذا التنافر ينشأ نتيجة لعدة أسباب منها إما لوجود تعارض أو عدم اتفاق منطقي بين المعارف السابقة لدى الشخص، وبين معرفة جديدة يحصل عليها. أو بسبب الأنماط الشعبية الثقافية التي يقبلها الناس دون نقاش، فقط لأنها تعكس وجهات نظر الجماعة الأخلاقية الأساسية التي ينتمي الشخص لها. أو بسبب عمومية الرأي، والذي يحدث حينما يحدث اختلاف بين معرفة محددة لدينا وبين معرفة أكثر عمومية. أو بسبب تناقض المعلومات الجديدة مع تجاربنا السابقة(43).

أساليب تقليل التنافر:

ثمة أساليب عدة لتقليل حالة التنافر عند حدوثها وتتمثل في التخلص من التنافر من خلال تغيير السلوك، إذا كان السلوك يتعارض مع المعتقدات، أو في اختيار المعلومات التي تتفق مع معتقدات الفرد، وتجنب المعلومات التي تناقضها. أو في إضافة عناصر معرفية جديدة، فثمة حالات لا يستطيع فيها الفرد أن يغير عنصر معرفة موجودة في الظروف المحيطة، وحينها سيضطر إلى إضافة عناصر جديدة ليتخلص من التنافر الذي خلقه التضارب بين ما يعرفه.(44)

وثمة تساؤل يطرح نفسه هنا: إذا ما افترضنا أننا سنحاول أن نقلل التنافر فما الذي سيحدد السبل التي نتبعها في ذلك؟

الإجابة هي: إن القاعدة الأساسية هنا أننا سنختار الأسهل، ونحاول أن نغير الأمور الضعيفة المقاومة للتغيير؛ في هذه الحالة سنفرض حدوث التعارض أو التنافر في المعرفة في أربعة ظروف اتصالية هي: ظرف اتخاذ القرار، و ظرف فرض الخضوع، و ظرف التعرض للمعلومات، والظرف الذي ينطوي على تأييد اجتماعي(45) وفيما يلي نستعرض ملامح هذه الظروف الاتصالية على النحو التالي:

- ففيما يتعلق بظرف اتخاذ القرار - والذي يزداد فيه التنافر بقدر أهمية القرار و بزيادة جاذبية البديل المختار - نحن سنعمل على تقليل التنافر عبر زيادة جاذبية البديل الذي نختاره بأن نعطيه صفات ايجابية أو نشير إلى مميزات معينه فيه، وقد نعمل على التقليل من مزايا البديل الذي لم يقع عليه اختيارنا، كما نبحث بهمة عن المعلومات التي تؤيد قرارنا، ونستبعد تلك التي لا تؤيده. فالأبحاث تشير إلى أن الناخبين يميلون إلى الاستماع فقط إلى المعلومات التي تدعم اتجاهاتهم وآرائهم، علاوة على هذا كلما ازداد اهتمامنا بالحملة أو المرشح، كلما ازداد ميلنا لتنظيم تعرضنا لوسائل الإعلام بشكل انتقائي؛ فالفرد الملتزم بشدة بتأييد مرشح ما يقاوم الاستماع إلى أي شيء مناهض له أو أي شيء إيجابي عن خصمه، وبهذا لن يكون للرسالة الإعلامية تأثير كبير على الذين لديهم التزام سابق تجاه مرشح ما(46)

وهو الأمر الذي يكاد ينطبق على الالتزام العشائري في بحثنا هذا، وكيف أنه يؤثر بشكل واضح على القرار الانتخابي للناخب، مهما حملت الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها من معارف أو معلومات تناقض هذا القرار الذي يخضع للالتزام العشائري.

- وفيما يتعلق بفرض الخضوع: فإنه يشير عادة إلى اضطراب الفرد للقيام بسلوك ما قد لا يفعله بإرادته الحرة واختياره، ولضمان قيام الفرد بهذا السلوك يتعرض عادة للضغط الذي يكون في شكل عقاب معين على عدم الخضوع، هذا من ناحية، ويكون في صورة مكافأة في حال الخضوع. وبالطبع، كلما قل الضغط الذي يُفرض علينا للقيام بالسلوك الذي لا نريد، كلما ازدادت حالة التنافر والتعارض. وإذا لم ننجح في تقليل التعارض بتحريف أو إنكار حقيقة أن سلوكنا يتسم بعدم الاتساق مع معارفنا، فإن ضعف الضغوط الخارجية سيمكننا من تغيير سلوكنا بحيث تتفق مع معارفنا واتجاهاتنا.⁽⁴⁷⁾ وفي حالتنا الدراسية هنا فمن الطبيعي أن يكون للضغوط العشائرية؛ وما يحمله الخضوع لها من مكافأة، و ما يجلبه عدم الخضوع من عقاب، دور كبير في دفع الناخب لاتخاذ قرار التصويت بمعزل عن الصورة الذهنية التي يحملها للمرشح أو لمجلس النواب عامة.

- وفيما يتعلق بالتعرض للمعلومات، كواحدة من الطرق التي يلجأ إليها الفرد لتغيير عنصر المعرفة المتصل بالظروف المحيطة، فإن ما يحدث هنا هو التعرض الانتقائي للمعلومات. فالفرد الذي يبحث عن المعلومات لتقليل حالة التنافر بين معارفه وأرائه، سيبحث عن المعلومات التي تتفق مع أرائه وبيتعد عن تلك التي تتنافر معها.⁽⁴⁸⁾

- وفيما يتعلق بالتأييد الاجتماعي أو عدم الاتفاق: حينما يتفق الآخرون معنا نشعر بالراحة داخليا، وحينما يختلفون معنا فنحن لا نشعر بالراحة أو الاطمئنان. فالإتفاق مع الآخرين يقلل حالة التنافر وعدم الاتفاق معهم يزيد حالة التنافر، وكلما ازداد عدد المناصرين لنا في الرأي، كلما قل التنافر وكلما قل عدد الذين يتفقون معنا كلما ازداد التنافر الذي نشعر به، وثمة عوامل لا يمكن إنكارها في درجة هذا التنافر من عدمه، منها بالطبع أهمية الموضوع الذي نكون حوله أرائنا، كذلك مكانة الأفراد أو الجماعة التي نخالف معها بالنسبة لنا.. فالاختلاف مع أشخاص أو جماعة تهمنا يخلق تنافرا أكبر عما إذا كان مع أشخاص أو جماعة لا تهمنا كثيرا⁽⁴⁹⁾

وهكذا تسهم طروح هذه النظرية في فهم الكيفية التي يجمع بها الشخص بين امتلاك صورة ذهنية تتبنى على معارف ما، وتخلق لديه اتجاهات معينة وبين القيام بسلوك متنافر مع هذه الصورة، لاسيما إذا ما كان هذا السلوك ناجما عن "فرض الخضوع" أو ناجما عن السعي لتحقيق "التأييد الاجتماعي" على نحو يُمكن صاحبه من تحقيق مكافأة ما، أو تجنب عقوبة معينة من قبل طرف ما صاحب سلطة معينة عليه،

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

أو يُمكنه من نيل تأييد الجماعة التي ينتمي إليها لسلوكه، وهو ما يُمكن أن يفسر لنا في دراستنا هذه محاولة توفيق الناخب الأردني بين الصورة الذهنية التي تميل إلى السلبية عن مجلس النواب وعن أعضائه، وبين ذهابه للتصويت بنسبة لا بأس بها خضوعاً لضغط العشيرة التي ينتمي إليها، وسعيًا لنيل التأييد الاجتماعي لسلوكه من قبل أبناء هذه العشيرة.

نوع الدراسة ومنهجيتها:

تنتهي دراستنا هذه إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى الوصول إلى المعرفة التفصيلية لمشكلة بحثية أو ظاهرة معينة، وذلك من أجل الوصول إلى فهم أعمق لها، وتوفير المعلومات والحقائق التي ترتبط بها، بهدف تفسيرها والوقوف على دلالاتها وتحديد الإجراءات التي ينبغي اتخاذها من أجل تصحيحها أو استكمالها أو تطويرها(50) وتستخدم منهج المسح الذي يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة. والذي يهتم بوصف وتصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، مما يتيح في النهاية التعرف على طبيعة متغيرات الظاهرة، وطبيعة العلاقات بين هذه المتغيرات.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في كل المواطنين الأردنيين الذين لهم حق التصويت ممن هم فوق سن ثمانية عشر عاماً، ولوجود تشابه شديد في سمات المجتمع الأردني تم اختيار عينة حصرية من مجتمع الدراسة مقدارها (400) مفرد، قسمت تبعاً لمتغير النوع، حيث تم اختيار (200) ذكور و(200) إناث من سكان مدينة إربد، وهي ثاني أكبر مدينة في الأردن بعد العاصمة عمان، وبها 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 كانت أعمارهم لا تقل عن (18) عاماً قبل الانتخابات الأخيرة التي أجريت في (20-9-2016) وهو السن القانوني لحصول صاحبه على حق التصويت في الانتخابات. وفيما يلي جدول يوضح السمات الديموغرافية لعينة الدراسة:

جدول (1): البيانات الأساسية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	200	50 %
	إناث	200	50 %
السن	من 18 سنة - 30 سنة	137	59.2 %
	من 31 سنة - 40 سنة	147	16.8 %
	من 41 سنة - 50 سنة	74	13.5 %
	51 سنة فأكثر	42	10.5 %

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الانتماء لحزب	أنتمي	34	8.5%
	لا أنتمي	366	91.5%
المؤهل العلمي	يقرأ ويكتب - أساسي	19	4.8%
	ثانوي - دبلوم	49	12.2%
	جامعي	272	68%
	فوق جامعي	60	15%
المهنة	موظف(حكومي-قطاع خاص)	117	24.3%
	أعمال حرة	91	10.2%
	طالب	94	48.5%
	لا أعمل	98	17%
المستوى الاقتصادي	منخفض	204	53.5%
	متوسط	149	42.3%
	مرتفع	47	4.2%
المجموع (ن) = 400			

إجراءات الصدق والثبات:

(أ) إجراءات الصدق : لضمان صدق المقاييس العلمية التي تحويها الاستمارة تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري عبر تحكيمها من قبل عدد من أساتذة الإعلام⁽⁵¹⁾ وتمت الاستفادة من ملاحظاتهم العلمية في تطوير هذه المقاييس عبر حذف بعض العبارات، أو التساؤلات، وإضافة عبارات وتساؤلات أخرى ، وعبر تبديل بعض المصطلحات بمصطلحات أكثر دقة منها.

(ب) إجراءات الثبات: لضمان ثبات المقاييس التي حوتها الاستمارة (خمسة مقاييس) استخدم الباحث اختبار "كرونيباخ ألفا" وقد تراوحت نسب الثبات بين (0,73) وبين (0,93) وكان متوسط ثبات المقاييس (0.82) تقريبا، وهي نسبة ثبات جيدة، وسوف يعرض الباحث نسبة الثبات التي تحققت لكل مقياس أسفل الجدول الذي يعرض نتائج كل مقياس من هذه المقاييس الخمسة.

التحليل الإحصائي للبيانات:

تم تفريغ 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 بيرسون 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:

يمكن تقسيم استعراضنا لنتائج الدراسة إلى شقين شق يتعلق بإجابة المبحوثين على تساؤلات الدراسة والشق الثاني يتعلق بنتائج اختبار فروض الدراسة؛ وذلك على النحو التالي:

أولاً: نتائج إجابة المبحوثين على تساؤلات الدراسة:

1: درجة متابعة المبحوثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب.

جدول 2: التكرارات والنسب المئوية لمتابعة عينة الدراسة للأخبار والموضوعات المتعلقة بمجلس النواب في وسائل الإعلام.

النسبة المئوية	التكرار	درجة المتابعة
15.2%	61	دائماً
24.5%	98	غالباً
34%	136	أحياناً
26.3%	105	نادراً
100%	400	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن (34%) من المبحوثين يتابعون ما تعرضه وسائل الإعلام "من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب (أحياناً) يليهم من يتابعونها (نادراً) بنسبة (26.3%)، ثم من يتابعونها (غالباً) (24.5%)، وأخيراً من يتابعونها (دائماً) بنسبة (15.2%). وهي نتيجة قريبة من نتائج دراسة (الشكري 2014) ودراسة (فريحات 2015): وهو ما يشير بصفة عامة إلى متابعة المواطنين للأخبار بمجلس النواب بدرجة أقرب للمتوسطة، وهو ما يدل على ضعف في أهمية هذه الأخبار لدى المبحوثين.

2- أسباب عدم الاهتمام بمتابعة الموضوعات والأخبار المتعلقة بمجلس النواب:

جدول 3: المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لأسباب عدم اهتمام من أجاب ب) نادراً) بمتابعة الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب (ن:105 مرتبة تنازلياً)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أسباب عدم المتابعة
0.732	1.43	لدي قضايا أخرى أكثر أهمية أسعى لمتابعتها.
0.700	1.39	لا أجد في متابعة هذه الأخبار أو الموضوعات ما يحقق لي نفعاً.
0.737	1.23	لأنها أخبار وموضوعات تحمل مبالغاة عن المجلس أو النواب.
0.743	1.21	لا أجد فيها ما يتعلق بالقضايا الأساسية التي تهم المواطنين.
0.809	1.13	ليس لدي وقت كافٍ لمتابعتها.
0.775	0.93	لأنها تعرض أشياء سلبية عن المجلس أو بعض النواب.
0.749	1.22	الإجمالي

استخدم الباحث المقياس الثلاثي التالي في قياسه (2) إلى حد كبير (1) إلى حد ما (0) لا. (كرونباخ ألفا) (0.73).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أبرز أسباب الاهتمام (النادر) من قبل بعض مفردات عينة الدراسة بمتابعة الموضوعات والأخبار المتعلقة بمجلس النواب هي "الذي قضايا أخرى أكثر أهمية أسعى لمتابعتها" ($M=1.43$)، و"لا أجد في متابعة هذه الأخبار أو الموضوعات ما يحقق لي نفعاً" ($M=1.39$)، في حين كانت أقل هذه الأسباب هي "ليس لدي وقت كافٍ لمتابعتها" ($M=1.13$)، وكذلك "لأنها تعرض أشياء سلبية عن المجلس أو بعض النواب" ($M=0.93$)، 3 الوسائل الاتصالية المستخدمة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب من قبل المبحوثين. جدول 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب (ن 400) مرتبة تنازلياً.

وسائل متابعة المبحوثين لأنشطة وأخبار مجلس النواب	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مواقع التواصل الاجتماعي	2.13	0.957
المواقع الإخبارية على الانترنت	1.91	1.035
القنوات التلفزيونية الأردنية	1.80	1.008
الإذاعات الأردنية	1.69	1.024
القنوات الفضائية العربية	1.60	1.004
الصحف الورقية الموالية للحكومة	1.47	1.064
الصحف الورقية الخاصة	1.30	1.067
الإذاعات الدولية	1.13	1.021
إذاعات الانترنت	1.10	1.057
الفضائيات الأجنبية	1.09	1.035
الأشخاص الآخرون	1.08	1.079
موقع المجلس النيابي على الانترنت	1.05	1.055
الندوات التي ينظمها المجلس	0.96	1.027
الندوات والملتقيات السياسية	0.94	0.978
الزيارة الشخصية للمجلس	0.68	0.940
الإجمالي	1.33	1.023

استخدم الباحث المقياس الرباعي التالي في قياس هذا السؤال (3) بدرجة كبيرة (2) بدرجة متوسطة (1) بدرجة ضعيفة (0) لا أتابعها.

تكشف بيانات الجدول أعلاه أن أكثر ثلاث وسائل اتصالية مستخدمة من قبل عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب هي: "مواقع التواصل الاجتماعي" ($M=2.13$)، يليها "المواقع الإخبارية على الإنترنت" ($M=1.91$)، ثم "القنوات التلفزيونية الأردنية" ($M=1.80$)، فيما كانت أقل هذه الوسائل استخداماً هي: "الندوات التي ينظمها المجلس" ($M=0.96$)، يليها "الندوات والملتقيات السياسية" ($M=0.94$)، وأخيراً "الزيارات الشخصية للمجلس" ($M=0.68$)، بينما جاءت الصحف الموالية للحكومة والصحف المستقلة في مرتبة متوسطة ($M=1.47$) و ($M=1.30$) على التوالي. وهي نتيجة تتفق - فيما يتعلق بمجىء وسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل - مع نتيجة دراسة كل من (Yang & Dehart, 2016) ودراسة (Powers et al, 2016) ودراسة (Karamat & Farooq, 2016)

و(Sovannara, 2015) لكنها تغاير نتيجة (فريجات:2015) التي حظيت فيها القنوات الفضائية بالمرتبة الأولى في المتابعة وتغاير نتيجة (شلبية والسماسييري، والعنانزة: 2013) التي احتلت فيها الفضائيات الأردنية مقدمة وسائل الاتصال الجماهيري التي يستقي منها المبحوثون معارفهم عن الانتخابات تليها الصحف، ثم الانترنت بينما احتلت الصحف والمجلات مرتبة متأخرة، وربما يعود هذا الاختلاف لعدم انتشار الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي في الدعاية للانتخابات النيابية الأردنية في الفترة التي تمت فيها هاتان الدراستان بالصورة الذي تحققت لتلك الوسائل حين إجراء هذه الدراسة.

4: أوقات اهتمام عينة الدراسة بمتابعة أخبار وأنشطة المجلس النيابي:

جدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأوقات اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار وأنشطة المجلس (ن=400) مرتبة تنازليا:

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أوقات اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار وأنشطة مجلس النواب
0.714	1.34	عند عرض قضية هامة في المجلس.
0.675	1.33	في أوقات الأحداث الوطنية المهمة.
0.732	1.27	عند حدوث أزمة بين الحكومة وبين المجلس.
0.738	1.23	عند حدوث أزمة بين النواب.
0.743	1.14	بعد إجراء الانتخابات النيابية مباشرة لمتابعة مدى نشاط النائب الذي انتخبته
0.735	0.80	اهتم بها في كل الأوقات.
0.723	1.19	الإجمالي

استخدم الباحث المقياس الثلاثي التالي في قياسه (2) إلى حد كبير (1) إلى حد ما (0) لا. (كرونباخ ألفا) (0.74).

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن أكثر الأوقات التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبار وأنشطة المجلس خلالها هي: "عند عرض قضية هامة في المجلس" (M=1.34)، وكذلك "في أوقات الأحداث الوطنية الهامة" (M=1.33)، في حين كانت أقل أوقات هذا الاهتمام "بعد إجراء الانتخابات النيابية مباشرة لمتابعة مدى نشاط النائب الذي انتخبته" (M=1.14)، وتلاه بفارق واضح "أهتم بها في كل الأوقات" (M=0.80)، وتشير هذه النتائج على ذلك النحو إلى وجود ضعف عام في متابعة أخبار المجلس، لاسيما وأن المتوسطات الحسابية المرتفعة (نسبيا) كانت في ظروف غير اعتيادية، بينما كان الاهتمام بها في الأوقات العادية منخفضا بشكل واضح؛ حيث بلغ الانخفاض - كما أشرنا سلفا (0.80). وهو ما يرمي إلى عدم الاهتمام الكاف بالدور الذي يقوم به المجلس في التشريع والمراقبة، ولمعرفة مدى هذا الاهتمام تم طرح تساؤلا على المبحوثين حول مدى استمرارهم في التعرض لوسيلة اتصال تقدم مادة إعلامية تتعلق بأخبار أو موضوعات تخص مجلس النواب.

(5) مدى استمرار المبحوثين في التعرض لوسيلة اتصال تعرض مادة إعلامية تتعلق بأخبار أو موضوعات تخص بمجلس النواب.

جدول 6: التكرارات والنسب المئوية لمدى استمرارية عينة الدراسة في التعرض لوسيلة اتصال تتناول أخبار أو موضوعات تتعلق بمجلس النواب

النسبة المئوية	التكرار	مدى استمرارية المبحوثين
10%	40	دائماً
19.2%	77	غالباً
29.2%	117	أحياناً
21.8%	87	نادراً
19.8%	79	لا
100%	400	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن من يستمرون في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند تعرضهم لوسيلة اتصالية تتناول هذه الأخبار، أو تلك الموضوعات بشكل (دائم) هم فقط (10%) من المبحوثين بينما من يستمر (غالباً) هم (19.2%)، أما من يستمرون (أحياناً) فهم (29.2%) . بينما بلغ من يستمر نادراً، و من لا يستمرون مطلقاً (21.8%) و (19.8%) على التوالي، وهو ما يؤشر إلى أن جدارة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب بالمتابعة من قبل المبحوثين متوسطة، ولمعرفة مدى رغبة من يتابع هذه الأخبار والموضوعات في مزيد من المعلومات. عن المجلس تم طرح تساؤلاً عن مدى سعيهم من خلال هذه المتابعة للحصول على مزيد من المعلومات، والأخبار المتعلقة بالمجلس من عدمه:

6- مدى سعي عينة الدراسة للحصول على مزيد من المعلومات والأخبار المتعلقة بالمجلس:

جدول 7: التكرارات والنسب المئوية لمدى سعي المبحوثين للحصول على مزيد من المعلومات والأخبار المتعلقة بمجلس النواب (ن=234) وهم الذين أجابوا (دائماً ، غالباً، أحياناً)

النسبة المئوية	التكرار	سعي المبحوثين للحصول على مزيد من المعلومات والأخبار المتعلقة بالمجلس
66.7%	156	نعم
33.3%	78	لا
100%	234	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه أن عدد من يسعون للحصول على مزيد من المعلومات والأخبار التي تتعلق بمجلس النواب عند تعرضهم لوسيلة اتصال تتناول موضوعات تتعلق بالمجلس قد بلغ (156) وهم ثلثا المبحوثين الذين أجابوا على هذا السؤال وهم يساؤون (39%) فقط من المجموع الكلي للعينة،

7: اتجاهات عينة الدراسة عن مجلس النواب في ضوء المعلومات التي تكونت عنه لديهم.

جدول 8: المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لاتجاهات المبحوثين عن مجلس النواب في ضوء المعلومات التي تكونت عنه لديهم (ن=400) مرتبة تنازليا

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
1.153	3.44	لا يتخذ موقفا صارما من أي خطأ يقع فيه أي من نوابه.
1.212	3.43	يتهاون مع قضايا الفساد.
1.109	3.39	لا يناقش القضايا الوطنية بشفافية.
1.165	3.38	لا يسن قوانين تصب في مصلحة المواطن الأردني البسيط.
1.185	3.35	لا يعبر عن القضايا التي تهم الشعب الأردني.
1.231	3.30	لا يعد رقبيا حقيقيا على تصرفات الحكومة.
1.236	2.90	يساهم في تطوير الحياة الاجتماعية.
1.155	2.80	يعطي التوافق الوطني على الخلافات بين أعضاءه.
1.261	2.78	يمثل الناخبين خير تمثيل.
1.954	2.77	يتابع كل صغيرة وصغيرة في نض الشارع.
1.168	2.76	يعطي أعضاءه المصلحة الوطنية على مصالح ناخبهم.
1.217	2.71	يتواصل أعضاءه مع المواطنين لحل مشاكلهم.
1.317	2.68	يعطي مصالح الوطن على مصالح النواب.
1.244	2.67	يضاهي المجالس النيابية في الدول المتقدمة.
1.281	2.63	يعمل بروح الفريق.
1.259	3.00	الإجمالي

* استخدم الباحث المقياس الخماسي التالي: (5) موافق بشدة (4) موافق (3) محايد (2) معارض (1) معارض بشدة، لقياس هذا السؤال. (كرونباخ ألفا) (0.87).

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن العبارات التي تحمل اتجاهات تعبير عن صورة ذهنية سلبية للمجلس لدى المبحوثين قد احتلت كلها مقدمة الاختيارات التي مالت إليها مفردات العينة، هذا من ناحية، كما يظهر، من ناحية أخرى، شبه توافق عليها من قبل المبحوثين حيث كان الفارق بين أعلاها "لا يتخذ موقفا صارما من أي خطأ يقع فيه أي من نوابه" ($M=3.44$) وأدناها "لا يعد رقبيا حقيقيا على تصرفات الحكومة." ($M=3.30$) فقط (0.14) من (5.0) وهو ما يشير إلى غلبة الصورة السلبية التي تحملها هذه العبارات عن المجلس مقارنة بالعبارات التي تحمل صورة إيجابية، والتي جاء المتوسط الحسابي لإجاباتهم حولها منخفضا بشكل واضح عن تلك التي تحمل صورة سلبية، حيث كان أعلى متوسط لها هو (2.90) من نصيب عبارة "يساهم في تطوير الحياة الاجتماعية." بينما كان أدنى متوسط وهو (2.63) من نصيب عبارة "يعمل بروح الفريق." وتتفق هذه النتائج مع النتائج التي توصلت إليها دراسة (الشكري:2014) بغلبة السمة السلبية على الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى المبحوثين من قدرة الرأي العام.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

ورغم أن هذه الإجابات تشير إلى قوة الاتجاهات السلبية نحو المجلس مقارنة بالاتجاهات الايجابية وهو ما يؤثر إلى وجود صورة ذهنية أقرب للسلبية منها للايجابية لديهم؛ إلا أنه تم طرح تساؤلا مباشرا على المبحوثين حول أثر المعلومات التي يتعرضون لها- والتي شكلت اتجاهاتهم السابقة- في تشكيل صورة ذهنية عامة سلبية أو ايجابية عن المجلس. وذلك على النحو التالي:

8- ملامح الصورة العامة لعينة الدراسة عن مجلس النواب:

جدول 9: التكرارات والنسب المئوية لصورة مجلس النواب المتكونة لدى عينة الدراسة نتيجة المعارف التي يتلقونها من وسائل الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	ملامح الصورة العامة لعينة الدراسة عن مجلس النواب
11%	44	شكلت صورة إيجابية جداً.
35.2%	141	شكلت صورة إيجابية.
36%	144	شكلت صورة سلبية.
17.8%	71	شكلت صورة سلبية جداً.
100%	400	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن من تكونت لديهم صورة سلبية عن مجلس النواب بسبب المعارف التي يتلقونها من وسائل الإعلام أو من خلال التواصل مع الآخرين هم أكثر من ثلث العينة (36%) بينما من يرون أنها "سلبية جداً" كان أقل من خمس العينة بقليل (17.8%). في حين كانت نسبة من يرون أنها تشكل صورة ايجابية بلغت أكثر من ثلث العينة بقليل (35.2%)، وهي نسبة تقارب نسبة من يرون أنها شكلت صورة سلبية. بينما من يرون أنها ايجابية جداً، أكثر بقليل من عشر العينة (11%) حيث بلغت 47.2% من المبحوثين.

10- أثر الصورة المتكونة على قرار عينة الدراسة في التصويت في الانتخابات:

جدول 10: التكرارات والنسب المئوية لأثر صورة مجلس النواب المتكونة لدى عينة الدراسة في قرارهم في التصويت بالانتخابات

النسبة المئوية	التكرار	أثر الصورة المتكونة على قرار عينة الدراسة في التصويت في الانتخابات
46%	184	تؤثر بدرجة كبيرة.
31.5%	126	تؤثر بدرجة متوسطة.
12%	48	تؤثر بدرجة ضعيفة.
10.5%	42	لا تؤثر مطلقاً.
100%	400	المجموع

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن من تؤثر صورة مجلس النواب المتشكلة لديهم في قرارهم في التصويت بالانتخابات بدرجة كبيرة قد احتلوا المرتبة الأولى بنسبة (46%)، يليهم من تؤثر بدرجة متوسطة بنسبة (31.5%)، ثم من تؤثر بدرجة ضعيفة

بنسبة (12%)، وفي المرتبة الأخيرة من لا تؤثر هذه الصورة مطلقاً في قرار تصويتهم في الانتخابات بنسبة (10.5%). ورغم أن الصورة الذهنية تلعب دوراً رئيساً في سلوك صاحبها حيال الأمر محل الصورة في كل الحالات الطبيعية، فإن الإجابة هنا بتأثيرها المتوسط والضعيف أو عدم تأثيرها مطلقاً؛ وينسب ليست هيئة يشير إلى وجود اعتبارات أقوى من التأثيرات السلوكية التي تحملها الصورة الذهنية، والتي تشكلت - بطبيعتها- من مكونات معرفية تعبر عن حقائق واقعية لدى صاحبها هذا من ناحية، وشكلت هذه المعارف مشاعر وجدانية ما تتسق معها. وبالطبع يظل العامل الرئيس الذي قد يفسر التناقض بين هذه البعدين المعرفي والوجداني وبين البعد السلوكي للصورة الذهنية، هو البعد العشائري الذي يفوق- في حالات كثيرة- ما دونه من اعتبارات تتعلق بالتصويت لمرشح العشيرة دون سواها. وهو ما أشارت إليه دراسات سابقة عديدة.

10-درجة إدلاء المبحوثين بأصواتهم في الانتخابات النيابية:

جدول 11: التكرارات والنسب المئوية لدرجة إدلاء عينة الدراسة بصوتهم في الانتخابات في ضوء الصورة المتشكلة لديهم

النسبة المئوية	التكرار	درجة إدلاء المبحوثين بأصواتهم في الانتخابات النيابية
23.8%	95	دائماً
23.2%	93	غالباً
18.8%	75	أحياناً
11%	44	نادراً
23.2%	93	لا
100%	400	المجموع

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى نتيجة مهمة تؤكد نتيجة التساؤل السابق من أن الصورة الذهنية لا تلعب دوراً حساساً في سلوك الناخبين، فبينما كانت الصور "سلبية" و"سلبية جداً" لدى أكثر من نصف العينة، إلا أن أقل من ربع العينة فقط من يتسق سلوكهم مع هذه الصورة عبر الإقرار القاطع بكونهم لا يدلون بأصواتهم في الانتخابات، بينما كان الذين يدلون بأصواتهم بشكل نادر هم (11%) - وهذا ما يتسق بشكل واضح مع نتائج دراسة (الشكري: 2014) من أن أكثر من نصف العينة (54.7%) "ينوون المشاركة في الانتخابات القادمة"، بينما تختلف عن نتائج دراسة (شلبية، السماسيري، عنانزة: 2013) حيث كان مجمل الحريصين على المشاركة (84.9%) وذلك ما بين حريصين جداً أو بدرجة متوسطة أو ضعيفين، بينما لم تزد نسبة "غير الحريصين مطلقاً" عن (15.1%) وربما تفسر نسبة ارتفاع نسبة الحرص في هذه الدراسة لكونها أجريت قبل يوم واحد من الانتخابات، وهو ما يعني أن الدعاية الانتخابية والشحن العشائري كان في ذروته. ولعل ما يبرز التناقض بين الصورة السلبية ودرجة الحرص على المشاركة في الانتخابات ما انتهت إليه دراسة (جمعة: 2001) من أن الصورة السلبية القائمة لمجلس الشعب المصري لا تبني سلوكاً مواتياً للمشاركة السياسية في الانتخابات القادمة، حتى أن نسبة (75%) من العينة غير حريصين على المشاركة في الانتخابات المختلفة. وهو ما يبرز وجود عوامل أخرى -غير الصورة الذهنية الإيجابية لمجلس النواب الأردني- هي التي تشكل القرار الانتخابي لدى المواطن الأردني. ولمعرفة هذه العوامل أو الأسباب التي تدفع

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

المبوحثين للإدلاء بأصواتهم بشكل متكامل طرح تساؤل؛ وكانت الإجابة عليه على النحو التالي:

11- أسباب إدلاء المبوحثين بأصواتهم "دائماً" أو "غالباً" في الانتخابات النيابية:
جدول 12: المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لأسباب إدلاء عينة الدراسة بأصواتهم "دائماً" أو "غالباً" في الانتخابات النيابية (ن=188) مرتبة تنازلياً

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أسباب إدلاء المبوحثين بأصواتهم "دائماً" أو "غالباً" في الانتخابات النيابية
0.850	4.25	شعوري بقيمة صوتي في اختيار نائب قوي.
0.778	4.14	شعوري بأهمية المشاركة في العملية الديمقراطية.
0.970	4.07	لاقتناعي بأن المشاركة في الانتخابات واجب وطني.
0.895	3.87	شعوري بأهمية الدور الذي يقوم به مجلس النواب في المجتمع.
0.959	3.85	لاقتناعي أنها واجب ديني.
0.959	3.85	لاهمية الدور الذي يقوم به النائب الذي اختاره.
1.000	3.71	بسبب الأداء الجيد لبعض النواب.
1.124	3.62	لانتماء المرشح لقبيلتي.
1.092	3.49	بسبب الأداء الجيد للنائب الذي صوت له.
1.198	3.34	بسبب الأداء الجيد للمجلس في الدورة الأخيرة.
1.136	3.25	بسبب الأداء الجيد للمجلس في كل الدورات.
0.996	3.77	الإجمالي

استخدم الباحث المقياس الخماسي التالي في قياسه: (5) موافق بشدة (4) موافق (3) محايد (2) معارض (1) معارض بشدة. (كرونباخ ألفا) (0.85).

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى ارتفاع المتوسط الحسابي العام لأسباب إدلاء بعض المبوحثين بأصواتهم (ن=188) في الانتخابات حيث بلغ (4.77) من (5)، وأن أبرز أسباب إدلاء هؤلاء ب"دائماً" أو "غالباً" بأصواتهم في الانتخابات هي: " شعوري بقيمة صوتي في اختيار نائب قوي." (M=4.25)، يليه " شعوري بأهمية المشاركة في العملية الديمقراطية." (M=4.14)، ثم " لاقتناعي بأن المشاركة في الانتخابات واجب وطني." (M=4.07)، واحتل كذلك الانتماء للعشيرة مكانه واضحة بين هذه الأسباب حيث بلغ المتوسط الحسابي له (3.62). في حين كانت أقل أسباب هذا الإدلاء هي: " بسبب الأداء الجيد للنائب الذي صوت له." (M=3.49)، يليه "بسبب الأداء الجيد للمجلس في الدورة الأخيرة" (M=3.34)، ثم "بسبب الأداء الجيد للمجلس في كل الدورات" (M=3.25)، ويشير مجيء العبارات التي تتعلق بالصورة الإيجابية للمجلس في ذيل القائمة إلى أن الاعتبارات الرئيسية في التصويت ليس هي صورة المجلس لدى المبوحثين. وقد أكدت دراسات كل من (فريجات:2015) أهمية البعد العشائري في التصويت بشكل صريح حيث أجاب (57.6%) من المبوحثين أنهم يختارون المرشح تبعاً لانتمائه للعشيرة، كذلك تشير دراسة (عفيف:) أن تأثير القوى العشائرية جاء أكبر بكثير من تأثير القوى الحزبية. وهذا ما يتضح من معدل الاقتراع الذي لم يصل في بعض المدن إلا إلى 44%، كما هو الحال في عمان. بينما حظي التصويت باهتمام كبير في الأوساط العشائرية حيث بلغ (80%) وذلك بسبب المنافسة الشديدة بين القوى العشائرية،

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
 (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

12- أسباب إدلاء المبحوثين بأصواتهم "أحياناً" أو "نادراً" أو "لا" في الانتخابات النيابية.
 جدول 13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسباب إدلاء عينة الدراسة
 بأصواتهم "أحياناً" أو "نادراً" أو "لا" في الانتخابات النيابية (ن=212) مرتبة تنازلياً

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أسباب إدلاء المبحوثين بأصواتهم "أحياناً" أو "نادراً" أو "لا" في الانتخابات
1.077	4.08	لعدم أهلية المرشحين.
1.172	4.02	لأن المرشح يهدف للوصول إلى المجلس فقط.
1.059	3.95	للإدلاء غير المرضي للمجلس النيابي في الدورة الأخيرة.
1.109	3.94	عدم اهتمام المجلس بقضايا الفقراء.
1.026	3.93	عدم وجود برامج واضحة للمرشحين.
1.105	3.92	لوجود أعضاء عليهم شبهات فساد في المجلس.
1.021	3.91	لما سمعته عن تزوير الانتخابات لصالح مرشح معين.
1.079	3.90	للإدلاء غير المرضي للمجلس في كل الدورات.
1.111	3.83	لعدم جدوى المجلس من أساسه لكونه ينفذ أوامر الحكومة.
.996	3.82	لعدم مناقشة المجلس للقضايا الوطنية.
1.179	3.81	لأن نتائج الانتخابات محسومة مسبقاً.
1.052	3.80	لسوء أداء نواب آخرين في المجلس.
1.069	3.74	لسوء أداء نائب دائرتي.
1.161	3.61	لعدم معرفتي الكافية بالمرشحين.
1.475	3.18	شعوري أن صوتي لا قيمة له.
1.112	3.83	الإجمالي

استخدم الباحث المقياس الخماسي التالي (5) موافق بشدة (4) موافق (3) محايد (2) معارض (1) معارض بشدة. (كرونباخ ألفا) (0.93).

تشير بيانات الجدول أعلاه أن إجمالي المتوسط الحسابي للأسباب التي تدفع بعض المبحوثين للإدلاء بأصواتهم (ن=218) في الانتخابات (أحياناً أو نادراً أو لا يدلون مطلقاً) جاء مرتفعاً حيث بلغ (3.83) من (5) وأن الفارق بين أعلى متوسط حسابي وهو (4.08) والذي كان من نصيب عبارة (لعدم أهلية المرشحين). وبين العبارة قبل الأخيرة (لعدم معرفتي الكافية بالمرشحين). وهو (3.61) قد بلغ (0.47) من (5) وهو فارق ضئيل؛ وهو ما يشير إلى شبه إجماع على كون هذه الأسباب مجتمعة والتي تدور حول صورة المجلس أو نوابه أو العملية الانتخابية في مجملها- تتأزر معا في جعل قسما مهما من المبحوثين لا يدلون بأصواتهم في الانتخابات إلا (أحياناً، أو نادراً، أو لا يدلون مطلقاً) وهي نتائج تتشابه مع نتائج دراسة (الحديثي والمشهداني) (وشلبية والسماسييري وعنانزة:2013) والتي تفسر أسباب عزوف نسبة لا بأس بها من المبحوثين عن الإقبال على التصويت في الانتخابات.

ثانياً : نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة متابعة المبحوثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

جدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للفروق في درجة متابعة المبحوثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب تبعاً للمتغيرات الديموغرافية

الدلالة	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	المتوسط الحسابي	المتغير الديموغرافي		المعامل الإحصائي	
				النوع	ذكر أنثى		
0.166	398	4.082	2.49	T.test			
			2.08				
.080	بين المجموعات 3	2.271	2.22	One way ANOVA	العمر	من 18 سنة - 30 سنة	
	داخل المجموعات 396		2.24				من 31 سنة - 40 سنة
	المجموع 399		2.61				من 41 سنة - 50 سنة
			2.33				51 سنة فأكثر
.543	بين المجموعات 3	716	2.47	One way ANOVA	المستوى التعليمي	يقراً ويكتب - أساسي	
	داخل المجموعات 396		2.35				ثانوي - دبلوم
	المجموع 399		2.24				جامعي
			2.40				دراسات عليا
.009	بين المجموعات 3	3.877	2.49	One way ANOVA	المهنة	موظف	
	داخل المجموعات 396		2.59				أعمال حرة
	المجموع 399		2.16				طالب
			2.18				لا يعمل
.552	بين المجموعات 2	.595	2.24	One way ANOVA	المستوى الاقتصادي	منخفض	
	داخل المجموعات 397		2.33				متوسط
	المجموع 399		2.47				مرتفع
0.641	398	2.162	2.65	T.test	الانتماء الحزبي	انتمي	
			2.25				لا انتمي

يتبين من بيانات الجدول أعلاه صحة الفرضية السابقة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة متابعة المبحوثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب تعزى لمتغيرات النوع و المستوى التعليمي المستوى الاقتصادي والانتماء الحزبي، حيث كان مستوى الدلالة معها أكبر من (0.05). بينما لم تثبت صحة هذه الفرضية فيما يتعلق بمتغير المهنة الذي كانت قيمة (ف) (3.877) عند مستوى دلالة (0.009). ولمعرفة الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بمتغير المهنة نستخدم طريقة (LSD) للاختبارات البعدية وذلك على النحو التالي:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
 (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (15) الفروق في المتوسطات الحسابية لدرجة متابعة المبحوثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب تبعاً لمتغير المهنة (LSD)

Sig.	Std. Error	الفروق بين المتوسطات	(I) المهنة	(J) المهنة
.630	.188	-.091-	أعمال حرة	موظف
.008	.125	.335*	طالب	طالب
.046	.159	.318*	لا أعمل	لا أعمل
.630	.188	.091	موظف	أعمال حرة
.014	.173	.426*	طالب	طالب
.041	.199	.409*	لا أعمل	لا أعمل
.008	.125	-.335*	موظف	طالب
.014	.173	-.426*	أعمال حرة	أعمال حرة
.907	.142	-.017-	لا أعمل	لا أعمل
.046	.159	-.318*	موظف	لا أعمل
.041	.199	-.409*	أعمال حرة	أعمال حرة
.907	.142	.017	طالب	طالب

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق البعدية بين المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لدرجة متابعة المبحوثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب، تبعاً لمتغير المهنة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح ذوي "الأعمال الحرة" مقارنة ب:الطلاب"، وبمن لا يعملون. ولصالح "موظف" مقارنة ب"طالب" و"لا أعمل"، ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين ذوي الأعمال الحرة و الموظفين لديهم دخل يكفل لهم قدراً من التفرغ لمتابعة الشأن العام مقارنة بالمبحوثين الذين ينشغلون بدراساتهم، أو الذين "لا يعملون" الذين يشعرون - ربما بقدر من عدم الرضا عن الشأن العام على نحو قد يجعلهم لا يبالون كثيراً بمتابعة مجرياته.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس تعزى إلى متغيراتهم الديموغرافية.

جدول (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للفروق في الوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار المجلس تبعاً لمتغيراتهم الديموغرافية

الدلالة	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	المتوسط الحسابي	المتغير الديموغرافي	المعامل الإحصائي
0.959	398	2.888	1.49	ذكر	T.test
			1.23	أنثى	
.000	بين المجموعات 3	6.431	1.30	من 18 سنة - 30 سنة	One way ANOVA

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

	داخل المجموعات 396		1.16	من 31 سنة - 40 سنة		
	المجموع 399		1.64	من 41 سنة - 50 سنة		
			1.35	51 سنة فأكثر		
0.010	بين المجموعات 3	3.836	1.36	يقراً ويكتب - أساسي	المستوى التعليمي	One way ANOVA
	داخل المجموعات 396		1.26	ثانوي - دبلوم		
	المجموع 399		1.28 1.58	جامعي دراسات عليا		
.000	بين المجموعات 3	7.632	1.43	موظف	المهنة	One way ANOVA
	داخل المجموعات 396		1.68	أعمال حرة		
	المجموع 399		1.25 1.18	طالب لا أعمل		
.815	بين المجموعات 2	.204	1.32	منخفض	المستوى الاقتصادي	One way ANOVA
	داخل المجموعات 397		1.33	متوسط		
	المجموع 399		1.42	مرتفع		
0.542	398	3.320	1.67	انتمي	الانتماء الحزبي	T.test
			1.29	لا انتمي		

يتبين من بيانات الجدول أعلاه عدم صحة الفرضية السابقة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوسائل الاتصالية التي يتابع المبحوثون من خلالها أنشطة وأخبار مجلس النواب ودرجة اهتمامهم بمتابعتها تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية المتعلقة ب(النوع) و(الانتماء الحزبي) حيث كان مستوى الدلالة معها أكبر من (0.05). بينما يتبين ثبوت صحتها فيما يتعلق بمتغيرات "المستوى التعليمي" و"المهنة" و"المستوى الاقتصادي" حيث كان مستوى الدلالة فيها جميعاً أقل من (0.05). ولمعرفة الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بهذه المتغيرات نستخدم طريقة (LSD) للاختبارات البعدية وذلك على النحو التالي:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
 (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول(17)الفروق في المتوسطات الحسابية لدرجة التعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب تبعها لمتغير العمر (LSD)

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	(J) السن	(I) السن
.117	.086	.135	من 31 سنة - 40 سنة	من 18 سنة - 30 سنة
.000	.094	-.347	من 41 سنة - 50 سنة	من 18 سنة - 30 سنة
.582	.104	-.057	51 سنة فأكثر	من 18 سنة - 30 سنة
.117	.086	-.135	من 18 سنة - 30 سنة	من 31 سنة - 40 سنة
.000	.114	-.482	من 41 سنة - 50 سنة	من 31 سنة - 40 سنة
.117	.123	-.193	51 سنة فأكثر	من 31 سنة - 40 سنة
.000	.094	.347	من 18 سنة - 30 سنة	من 41 سنة - 50 سنة
.000	.114	.482	من 31 سنة - 40 سنة	من 41 سنة - 50 سنة
.025	.128	.289	51 سنة فأكثر	من 41 سنة - 50 سنة
.582	.104	.057	من 18 سنة - 30 سنة	51 سنة فأكثر
.117	.123	.193	من 31 سنة - 40 سنة	51 سنة فأكثر
.025	.128	-.289	من 41 سنة - 50 سنة	51 سنة فأكثر

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق بين المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لدرجة التعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب تبعها لمتغير العمر إلى وجود فروق لصالح الأعمار (من 41 إلى 50) مقارنة بالأعمار من (18 إلى 30) و(من 31 إلى 40) و(50 فأكثر) وإذا نظرنا إلى الفروق بين هذه المتوسطات سنجد أن أعلى المتوسطات الحسابية في كثافة التعرض بعد الفئة العمرية (من 41 إلى 50) هم من فوق 50 عاماً، وأن الفئات الأقل من 41 عاماً هم أقل في كثافة التعرض، وهو ما يشير إلى ارتفاع الاهتمام بمتابعة أنشطة وأخبار المجلس بارتفاع الفئة العمرية لاسيما في العمر ما بين 41 و 50 .

جدول(18) الفروق في المتوسطات الحسابية لدرجة التعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب تبعها لمتغير المستوى التعليمي

باستخدام طريقة (LSD)

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	(J) المؤهل العلمي	(I) المؤهل العلمي
.548	.170	.102	ثانوي - دبلوم	يقراً ويكتب - أساسي
.612	.149	.076	جامعي	يقراً ويكتب - أساسي
.187	.166	-.219	دراسات عليا	يقراً ويكتب - أساسي
.548	.170	-.102	يقراً ويكتب - أساسي	ثانوي - دبلوم
.788	.098	-.026	جامعي	ثانوي - دبلوم
.008	.121	-.321	دراسات عليا	ثانوي - دبلوم
.612	.149	-.076	يقراً ويكتب - أساسي	جامعي
.788	.098	.026	ثانوي - دبلوم	جامعي
.001	.090	-.295	دراسات عليا	جامعي
.187	.166	.219	يقراً ويكتب - أساسي	دراسات عليا
.008	.121	.321	ثانوي - دبلوم	دراسات عليا
.001	.090	.295	جامعي	دراسات عليا

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق البعدية في المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لدرجة التعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب تبعها لمتغير المستوى التعليمي باستخدام طريقة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح (دراسات عليا) مع (ثانوي) و(دبلوم) و(جامعي) وهي نتيجة منطقية لكون الأكثر تعليماً هم في الغالب الأعم من يحتلون مناصب إدارية أو تنفيذية أعلى من غيرهم على نحو يجعلهم أكثر ارتباطاً، ومن ثم اهتماماً بمتابعة الشأن العام.

جدول (19) الفروق في المتوسطات الحسابية لدرجة التعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب تبعها لمتغير المهنة باستخدام طريقة (LSD)

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	المهنة (J)	المهنة (I)
.028	.116	-.256*	أعمال حرة	موظف
.022	.077	.178*	طالب	موظف
.012	.098	.247*	لا أعمل	موظف
.028	.116	.256*	موظف	أعمال حرة
.000	.107	.434*	طالب	أعمال حرة
.000	.123	.503*	لا أعمل	أعمال حرة
.022	.077	-.178*	موظف	طالب
.000	.107	-.434*	أعمال حرة	طالب
.427	.087	.069	لا أعمل	طالب
.012	.098	-.247*	موظف	لا أعمل
.000	.123	-.503*	أعمال حرة	لا أعمل
.427	.087	-.069	طالب	لا أعمل

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق البعدية في المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لدرجة التعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب تبعها لمتغير المهنة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح " أعمال حرة" مقابل " طالب" و" لا أعمل" ودالة لصالح "موظف" مقابل " طالب" و" لا أعمل" وهي نتيجة منطقية لكون استقرار الفرد في عمل ما سواء حكومي أو حر يمكنه من أن يصبح لديه قدر أكبر من الاهتمام بمتابعة الشأن العام ممن لا عمل له أو ممن يجلس على مقاعد الدراسة.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استمرار الباحثين في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (20) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين للفروق بين الباحثين في درجة استمرارهم في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تبعاً لمتغيراتهم الديموغرافية.

الدلالة	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	المتوسط الحسابي	المتغير الديموغرافي		المعامل الإحصائي
				النوع	المتغير الديموغرافي	
0.683	398	0.223	1.79	ذكر	T.test	
			1.77	أنثى		
.007	بين المجموعات 3	4.127	1.91	من 18 سنة - 30 سنة	One way ANOVA	العمر
	داخل المجموعات 396		1.37	من 31 سنة - 40 سنة		
	المجموع 399		1.91	من 41 سنة - 50 سنة		
			1.52	51 سنة فأكثر		
.001	بين المجموعات 3	5.252	1.00	يقرأ ويكتب - أساسي	One way ANOVA	المستوى التعليمي
	داخل المجموعات 396		1.41	ثانوي - دبلوم		
	المجموع 399		1.84	جامعي		
			2.05	دراسات عليا		
.069	بين المجموعات 3	2.385	1.87	موظف	One way ANOVA	المهنة
	داخل المجموعات 396		1.44	أعمال حرة		
	المجموع 399		1.89	طالب		
			1.56	لا يعمل		
.001	بين المجموعات 2	7.603	1.56	منخفض	One way ANOVA	المستوى الاقتصادي
	داخل المجموعات 397		2.01	متوسط		
	المجموع 399		2.24	مرتفع		
0.838	398	1.799	2.15	انتمى	T.test	الانتماء الحزبي
			1.75	لا انتمى		

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى صحة فرضية "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تعزى للمتغيرات الديموغرافية". وذلك فيما يتعلق بمتغيرات "العمر" و"المستوى التعليمي" و"المستوى الاقتصادي" حيث كانت قيمة (ف) مع العمر (4.127) عند مستوى معنوية (0.007) وكانت قيمة (ف) مع المستوى التعليمي (5.252) عند مستوى معنوية (0.001) وكانت مع المستوى الاقتصادي (7.603) عند مستوى معنوية (0.001). بينما لم تثبت صحة الفرضية فيما يتعلق بباقي المتغيرات (النوع، والعمر، والانتماء الحزبي) حيث كان مستوى المعنوية معها جميعاً أعلى من (0.05)

وتظهر الجداول الثلاثة التالية الفروق في المتوسطات الحسابية لدرجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض تبعاً لمتغيرات "العمر" و"المستوى التعليمي" و"المستوى الاقتصادي" بطريقة (LSD)

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (21) الفروق في المتوسطات الحسابية لدرجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض تبعاً لمتغير العمر بطريقة (LSD)

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	(J) السن	(I) السن
.002	.171	.538*	من 31 سنة - 40 سنة	من 18 سنة - 30 سنة
.983	.186	.004	من 41 سنة - 50 سنة	من 18 سنة - 30 سنة
.061	.206	.388	51 سنة فأكثر	من 18 سنة - 30 سنة
.002	.171	-.538*	من 18 سنة - 30 سنة	من 31 سنة - 40 سنة
.018	.225	-.534*	من 41 سنة - 50 سنة	من 31 سنة - 40 سنة
.535	.243	-.151-	51 سنة فأكثر	من 31 سنة - 40 سنة
.983	.186	-.004-	من 18 سنة - 30 سنة	من 41 سنة - 50 سنة
.018	.225	.534*	من 31 سنة - 40 سنة	من 41 سنة - 50 سنة
.131	.254	.384	51 سنة فأكثر	من 41 سنة - 50 سنة
.061	.206	-.388-	من 18 سنة - 30 سنة	51 سنة فأكثر
.535	.243	.151	من 31 سنة - 40 سنة	51 سنة فأكثر
.131	.254	-.384-	من 41 سنة - 50 سنة	51 سنة فأكثر

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق البعدية في المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لدرجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تبعاً لمتغير "العمر" لوجود فروق لصالح الفئات العمرية (من 18 إلى 30) ومن (41 إلى 50) مقارنة بالفئات العمرية (من 31 سنة - 40 سنة) و (أكثر من 50 سنة)، وهي فروق يصعب تفسيرها في ضوء عدم وجود الفروق لصالح الفئات الأقل عمراً أو الأكبر عمراً. غير أن نتيجة هذه الفرضية ستفسر لنا نتيجة فرضية لاحقة في الجدول (29)

جدول (22) الفروق في المتوسطات الحسابية لدرجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (LSD)

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	(J) المؤهل العلمي	(I) المؤهل العلمي
.219	.332	-.408-	ثانوي - دبلوم	يقرا ويكتب - اساسي
.004	.291	-.842*	جامعي	يقرا ويكتب - اساسي
.001	.323	-1.050*	دراسات عليا	يقرا ويكتب - اساسي
.219	.332	.408	ثانوي - دبلوم	جامعي
.023	.191	-.434*	جامعي	دراسات عليا
.007	.236	-.642*	دراسات عليا	جامعي
.004	.291	.842*	يقرا ويكتب - اساسي	ثانوي - دبلوم
.023	.191	.434*	ثانوي - دبلوم	دراسات عليا
.235	.175	-.208-	دراسات عليا	ثانوي - دبلوم
.001	.323	1.050*	يقرا ويكتب - اساسي	دراسات عليا
.007	.236	.642*	ثانوي - دبلوم	دراسات عليا
.235	.175	.208	جامعي	دراسات عليا

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق البعدية في المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لدرجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تبعاً لمتغير المستوى التعليمي إلى وجود فروق إحصائية دالة لصالح الأعلى تعليمياً مقابل الأدنى تعليمياً، حيث كانت الفروق لصالح "جامعي" مع "يقرأ ويكتب وأساسي" ولصالح "دراسات عليا" مع "يقرأ ويكتب وأساسي" و "ثانوي ودبلوم" وهي نتيجة تشابه نتيجة الفرضية الثانية، ويمكن تفسيرها أيضاً بكون الأكثر تعليماً غالباً يحتل مكانة وظيفية واجتماعية، ويمتلك قدرات معرفية وثقافية تجعله أكثر ارتباطاً بالشأن العام مقارنة بنظيره الأقل تعليماً ومكانة.

جدول (23) الفروق في المتوسطات الحسابية لدرجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي (LSD)

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	(J) المستوى الاقتصادي	(I) المستوى الاقتصادي
.000	.126	-.451*	متوسط	منخفض
.030	.309	-.675*	مرتفع	منخفض
.000	.126	.451*	منخفض	متوسط
.475	.312	-.223	مرتفع	متوسط
.030	.309	.675*	منخفض	مرتفع
.475	.312	.223	متوسط	مرتفع

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق البعدية في المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لدرجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي إلى وجود فروق دالة إحصائية لصالح "المستوى الاقتصادي المرتفع" مقارنة بـ "المستوى الاقتصادي المنخفض" ودال لصالح "المستوى الاقتصادي المتوسط" مقارنة بـ "المستوى الاقتصادي المنخفض" وهي نتيجة طبيعية أن لا يبالي أصحاب الدخل المنخفض كثيراً -مقارنة بأصحاب الدخل المرتفع و المتوسط- بمتابعة أخبار مجلس النواب لعدم انعكاسها الايجابية على مجريات حياتهم.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة عينة الدراسة لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب وبين اتجاهاتهم نحو أداء المجلس.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (24): معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة متابعة عينة الدراسة لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب وبين اتجاهاتهم نحو أداءه.

درجة متابعة المبحوثين لأخبار المجلس في وسائل الإعلام			اتجاهات المبحوثين نحو أداء المجلس
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.005	0.141	400	

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى صحة فرضية "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة عينة الدراسة لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب واتجاهاتهم نحو أداءه" وإن كانت هذه العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ($r=0.141$) عند مستوى معنوية (0.005)، وهو ما يشير إلى وجود اعتبارات أخرى تتحكم في متابعة هذه المعلومات لا ترتبط كثيراً باتجاهات المبحوثين نحو أداء المجلس.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى سعي عينة الدراسة للحصول على المزيد من المعلومات عن مجلس النواب في وسائل الإعلام الأخرى و بين اتجاهاتهم نحو أداءه.

جدول (25): معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى سعي عينة الدراسة للحصول على مزيد من المعلومات عن مجلس النواب في وسائل الإعلام الأخرى واتجاهاتهم نحو أداءه.

مدى سعي المبحوثين للحصول على المزيد من المعلومات عن المجلس في وسائل إعلام أخرى			اتجاهات المبحوثين نحو أداء المجلس
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.528	0.041	400	

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى عدم صحة الفرضية السابقة (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سعي عينة الدراسة للحصول على مزيد من المعلومات عن مجلس النواب في وسائل الإعلام الأخرى و بين اتجاهاتهم نحو أداء المجلس) حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ($r=0.041$) عند مستوى معنوية (0.528)، وهي غير دالة إحصائياً. وهو ما يكاد يؤكد نتيجة الفرضية السابقة. فإذا كان الاستمرار في متابعة المواد التي تتعلق بالمجلس في الوسيلة الإعلامية الواحدة يرتبط ارتباطاً ضعيفاً باتجاهاتهم نحو أداء المجلس؛ فمن الطبيعي أل يرقى الارتباط بين السعي للحصول على مزيد من المعلومات عن حدث ما يتعلق بالمجلس في مصادر أخرى واتجاهاتهم نحو المجلس لوجود ارتباط دال إحصائياً.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى عينة الدراسة وبين قرار العينة بالتصويت في الانتخابات.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (26) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى عينة الدراسة وقرار العينة بالتصويت في الانتخابات.

قرار تصويت العينة في الانتخابات			صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى عينة الدراسة
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.042	0.102	400	

تشير بيانات الجدول إلى صحة فرضية " توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى عينة الدراسة وقرار العينة في التصويت في الانتخابات، ، وإن كان الارتباط ليس قويا حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ($r=0.102$) عند مستوى معنوية (0.042). وهي نتيجة طبيعية في ضوء ارتباط قرار التصويت باعتبارات أخرى أبرزها البعد العشائري، وليس فقط الصورة الذهنية.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى الباحثين و بين كثافة تصويتهم في الانتخابات.

جدول(27): معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى عينة الدراسة وكثافة تصويتها في الانتخابات.

كثافة تصويت العينة في الانتخابات			صورة مجلس النواب لدى عينة الدراسة
P	معامل بيرسون (r)	التكرار (N)	
0.000	0.355	400	

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى صحة فرضية "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى الباحثين و بين كثافة تصويتهم في الانتخابات" حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ($r=0.355$) وهو ارتباط ليس قويا، عند مستوى معنوية (0.000)، ويشير عدم القوة الكافية لهذه العلاقة إلى عوامل أخرى على كثافة التصويت والتي يأتي الانتماء العشائري في مقدمتها.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت عينة الدراسة في الانتخابات تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

جدول(28) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين لتأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت عينة الدراسة في الانتخابات تبعا للمتغيرات الديموغرافية.

الدلالة	درجات الحرية	قيمة المعامل الإحصائي	المتوسط الحسابي	المتغير الديموغرافي		المعامل الإحصائي
				النوع	العمر	
0.507	398	2.240	2.24	ذكر	من 18 سنة - 30 سنة	T.test
				أنثى		
.027	بين المجموعات 3 داخل المجموعات	3.102	2.15	من 18 سنة - 30 سنة	من 31 سنة - 40 سنة	One way ANOVA
				من 31 سنة - 40 سنة		

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

	396					
	المجموع 399		2.41	من 41 سنة - 50 سنة		
			1.81	51 سنة فأكثر		
.045	بين المجموعات 2	2.707	1.89	يقرا ويكتب - أساسي	المستوى التعليمي	One way ANOVA
	داخل المجموعات 396		2.06	ثانوي - دبلوم		
	المجموع 399		2.09 2.45	جامعي فوق جامعي		
.161	بين المجموعات 3	1.728	2.25	موظف	المهنة	One way ANOVA
	داخل المجموعات 396		1.88	أعمال حرة		
	المجموع 399		2.16 2.01	طالب لا أعمل		
.237	بين المجموعات 2	1.446	2.11	منخفض	المستوى الاقتصادي	One way ANOVA
	داخل المجموعات 397		2.12	متوسط		
	المجموع 399		2.53	مرتفع		
0.308	398	0.105	2.15	انتمى	الانتماء الحزبي	T.test
			2.13	لا انتمى		

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى صحة فرضية "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت عينة الدراسة في الانتخابات تعزى للمتغيرات الديموغرافية. وذلك فيما يتعلق بمتغيرات العمر والمستوى التعليمي فقط. حيث كانت قيمة (ف) مع العمر (3.102) عند مستوى معنوية (0.027). وكانت قيمة (ف) مع المستوى التعليمي (2.707) عند مستوى معنوية (0.045). بينما لم تثبت صحة الفرضية فيما يتعلق بباقي المتغيرات (النوع، والعمر، والمستوى الاقتصادي، و الانتماء الحزبي) حيث كان مستوى المعنوية معها جميعا أعلى من (0.05).

ويظهر الجدولان التاليان الفروق في المتوسطات الحسابية لتأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت عينة الدراسة في الانتخابات تبعاً للمتغيرات الديموغرافية تبعاً لمتغيري "العمر" و"المستوى التعليمي" بطريقة (LSD)

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جدول (29) الفروق في المتوسطات الحسابية لتأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت المبحوثين في الانتخابات تبعا لمتغير العمر (LSD)

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	(J) السن	(I) السن
.451	.136	.103	من 31 سنة - 40 سنة	من 18 سنة - 30 سنة
.081	.149	-.260-	من 41 سنة - 50 سنة	من 18 سنة - 30 سنة
.041	.165	.338*	51 سنة فأكثر	من 18 سنة - 30 سنة
.451	.136	-.103-	من 18 سنة - 30 سنة	من 31 سنة - 40 سنة
.045	.180	-.363*	من 41 سنة - 50 سنة	من 31 سنة - 40 سنة
.226	.194	.235	51 سنة فأكثر	من 31 سنة - 40 سنة
.081	.149	.260	من 18 سنة - 30 سنة	من 41 سنة - 50 سنة
.045	.180	.363*	من 31 سنة - 40 سنة	من 41 سنة - 50 سنة
.003	.203	.598*	51 سنة فأكثر	من 41 سنة - 50 سنة
.041	.165	-.338*	من 18 سنة - 30 سنة	51 سنة فأكثر
.226	.194	-.235-	من 31 سنة - 40 سنة	51 سنة فأكثر
.003	.203	-.598*	من 41 سنة - 50 سنة	51 سنة فأكثر

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق البعدية في المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لتأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت عينة الدراسة في الانتخابات تبعا لمتغير العمر إلى وجود فروق دالة لصالح الفئة العمرية "من 41 إلى 50" مقابل "من 31 إلى 40" و مقابل "50 سنة فأكثر" ووجود فروق دالة لصالح الفئة العمرية "من 18 إلى 30" مقابل "50 فأكثر". وهي نتيجة تتشابه إلى حد كبير مع نتيجة اختبار الفروق العمرية في درجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها ، وهو ما يعني أن استمرارية هذه الفئات العمرية في المتابعة جعل ثمة أثرا أكبر للصورة الذهنية في القرار الانتخابي لديهم.

جدول (30) الفروق في المتوسطات الحسابية لتأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت عينة الدراسة في الانتخابات تبعا لمتغير المؤهل العلمي (LSD)

Sig.	Std. Error	Mean Difference (I-J)	(J) المؤهل العلمي	(I) المؤهل العلمي
.533	.267	-.166-	ثانوي - دبلوم	يقرأ ويكتب - أساسي
.409	.234	-.193-	جامعي	يقرأ ويكتب - أساسي
.033	.260	-.555*	دراسات عليا	يقرأ ويكتب - أساسي
.533	.267	.166	يقرأ ويكتب - أساسي	ثانوي - دبلوم
.860	.153	-.027-	جامعي	ثانوي - دبلوم
.041	.190	-.389*	دراسات عليا	ثانوي - دبلوم
.409	.234	.193	يقرأ ويكتب - أساسي	جامعي
.860	.153	.027	ثانوي - دبلوم	جامعي
.010	.141	-.362*	دراسات عليا	جامعي
.033	.260	.555*	يقرأ ويكتب - أساسي	دراسات عليا
.041	.190	.389*	ثانوي - دبلوم	دراسات عليا
.010	.141	.362*	جامعي	دراسات عليا

* دال عند مستوى دلالة (0.05)

تشير بيانات الجدول أعلاه لاختبار الفروق البعدية في المتوسطات الحسابية بطريقة (LSD) لتأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت عينة الدراسة في الانتخابات تبعا لمتغير المستوى التعليمي إلى وجود فروق دالة لصالح "دراسات عليا مقارنة بباقي الفئات التعليمية" وهو ما يعني أن ارتفاع المستوى التعليمي يخلق قدرا من الاتساق بين الصورة الذهنية التي يتبناها الفرد، وبين السلوك الذي ينبني عليها.

ملخص نتائج الدراسة:

سعت الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيس هو: ما ملامح الصورة الذهنية للبرلمان الأردني لدى المواطنين، وما مدى تأثيرها في قرارهم الانتخابي في ضوء البنية العشوائية للمجتمع الأردني؟ وفي سبيل الإجابة على هذا التساؤل الرئيس تم طرح عددا من التساؤلات الفرعية عبر استمارة استبيان تم توزيعها على عينة حصرية مكونة من (400) مفردة تم اختيارهم من مدينة إربد، وهي ثاني أكبر مدن المملكة بعد العاصمة، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة فيما يتعلق بإجابات المبحوثين على تساؤلات الدراسة في أن ثلث المبحوثين يتابعون ما تعرضه وسائل الإعلام "من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب أحيانا" يليهم من يتابعونها نادراً، ثم من يتابعونها غالباً، وهو ما يشير بصفة عامة إلى متابعة المواطنين للأخبار التي تتعلق بمجلس النواب بدرجة أقرب للمتوسطة،

كما أشارت النتائج إلى أن أكثر ثلاث وسائل اتصالية مستخدمة لدى عينة الدراسة في متابعة أنشطة وأخبار مجلس النواب هي: "مواقع التواصل الاجتماعي"، يليها "المواقع الإخبارية على الإنترنت ثم "القنوات التلفزيونية الأردنية" بينما جاءت الصحف الموالية للحكومة والصحف المستقلة في مرتبة متوسطة. وهي نتيجة طبيعية في ظل الانتشار الكبير لاستخدام تطبيقات الإنترنت المختلفة بين مختلف الشرائح وبشكل متسارع.

كما أظهرت النتائج أن من يستمرون في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند تعرضهم لوسيلة اتصالية تتناول هذه الأخبار، أو تلك الموضوعات بشكل (دائم) هم فقط عُشر المبحوثين، بينما من يستمر (غالباً) هم حوالي الخمس، أما من يستمرون (أحيانا) فهم (29.2%) . بينما بلغ من يستمر نادراً، و من لا يستمرون مطلقاً (21.8%) و (19.8%) على التوالي.

كما بينت أن من يسعون للحصول على مزيد من المعلومات والأخبار التي تتعلق بمجلس النواب عند تعرضهم لوسيلة اتصال تتناول موضوعات تتعلق بالمجلس هم حوالي خمسي العينة فقط،

واحتلت العبارات التي تحمل اتجاهات تعبر عن صورة ذهنية سلبية للمجلس لدى الباحثين مقدمة الاختيارات التي مال الباحثون إليها، بل وأظهرت النتائج شبة توافق من قبلهم عليها .

كما أثبتت أن من يرون أن صورة مجلس النواب ايجابية جدا نسبة ضئيلة هي تقريبا عشر العينة فقط، وأن من يرون أنها "إيجابية" فقط حوالي ثلث العينة، بينما يري باقي الباحثين أنها إما "سلبية" أو "سلبية جدا".

ورغم أنه من الطبيعي أن يكون تأثير الصورة الذهنية لمجلس النواب حاسما في قرار التصويت في انتخابات أعضائه، إلا أن نتائج الدراسة أشارت إلى أن من أجابوا أنها تؤثر بصورة متوسطة وضعيفة، ولا تؤثر مطلقا أكثر من نصف العينة. وقد بينت النتائج أن الانتماء للعشيرة يحتل مكانه واضحة بين أسباب الإدلاء بالصوت الانتخابي حيث بلغ المتوسط الحسابي له (3.62) من (5) وهو ما يشير إلى أهمية موقعه كعامل حاسم في عملية التصويت الانتخابي؛ بغض النظر عن الصورة الذهنية المتشكلة لدى الناخب عن مجلس النواب أو عن أعضائه.

كما بينت النتائج أن ثلث الباحثين فقط هم من لا يدلون بأصواتهم في الانتخابات إلا نادرا، أو لا يدلون بها مطلقا، وهي نتيجة تتسق- إلى حد ما- مع النتيجة السابقة التي أجاب فيها أقل من نصف العينة بأن الصورة الذهنية السلبية للمجلس تؤثر في قرارهم بعدم التصويت.

كما أكدت النتائج أنه ثمة شبه توافق في الأسباب التي تشكل لديهم صورة ذهنية سلبية عن المجلس على نحو يجعل أكثر من نصف العينة لا يدلون بأصواتهم إلا "أحيانا" أو "نادرا" أو لا يدلون بها مطلقا حيث كان المتوسط العام لهذه الأسباب مرتفعا حيث بلغ (3.83) من (5).

وفيما يتعلق بنتائج فروض الدراسة :

أظهرت نتائج اختبار الفروض أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة متابعة الباحثين لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب تعزى لمتغيرات النوع و المستوى التعليمي المستوي الاقتصادي والانتماء الحزبي، بينما أظهرت وجود فروق فيما يتعلق بمتغير المهنة.

كما أثبتت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الوسائل الاتصالية التي يتابع الباحثون من خلالها أنشطة وأخبار مجلس النواب ودرجة اهتمامهم بمتابعتها تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية. المتعلقة بالنوع و الانتماء الحزبي، بينما لم توجد فروق تعزى للمستوى التعليمي والمهنة والمستوى الاقتصادي.

كما أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استمرار عينة الدراسة في متابعة الأخبار أو الموضوعات المتعلقة بمجلس النواب عند التعرض لها تعزى للمتغيرات الديموغرافية". وذلك فيما يتعلق بمتغيرات العمر والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي، بينما لم توجد فروق فيما يتعلق بباقي المتغيرات وهي النوع، والعمر، والانتماء الحزبي.

كما ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة عينة الدراسة لما تعرضه وسائل الإعلام من موضوعات وأخبار تتعلق بمجلس النواب واتجاهاتهم نحو أداءه" وإن كانت هذه العلاقة ضعيفة. وهي نتيجة شبيهة بما انتهت إليه دراسة (هزاع مرشد شرف) (2008) من وجود علاقة ارتباط إيجابية بين معدل التعرض للتغطية الإعلامية المقدمة لمجلس النواب وصورته الذهنية، بينما لم توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سعي عينة الدراسة للحصول على مزيد من المعلومات عن مجلس النواب في وسائل الإعلام الأخرى وبين اتجاهاتهم نحو أداء المجلس.

في حين اثبت اختبار الفروض وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى عينة الدراسة وبين قرار العينة في التصويت في الانتخابات، وإن كان الارتباط ليس قويا،

كذلك ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين صورة مجلس النواب التي تشكلت لدى عينة الدراسة، وكثافة تصويت العينة في الانتخابات. وإن كانت ليست بالعلاقة القوية.

كما أثبتت نتائج اختبار الفروض وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير صورة مجلس النواب على قرار تصويت عينة الدراسة في الانتخابات تعزى للمتغيرات الديموغرافية. فيما يتعلق بمتغيرات العمر والمستوى التعليمي، بينما لم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بباقي المتغيرات (النوع، والعمر، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي).

مقترحات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها دراستنا هذه يمكن للباحث أن يقدم عددا من الاقتراحات تتمثل فيما يلي:

– إجراء مزيد من الدراسات حول العوامل التي تقلل من فاعلية الصورة الذهنية في التأثيرات السلوكية، لاسيما إذا كانت تلك الصورة مبنية من قبل صاحبها على معارف كافية و سليمة

- إجراء دراسات مقارنة بين الكيفية التي تشكل بها كل من وسائل الاتصال الجديدة، والتقليدية، ملامح الصورة الذهنية لدى جماهيرها، ومدى كفاية ومصداقية المعلومات التي تُقدم في كل منها، وأثر ذلك في تكوين صورة ذهنية سليمة تضمن بناء المتلقي لاتجاهاته على نحو سليم وتضمن سلامة السلوك الذي ينبني على هذه الاتجاهات.
- إجراء دراسات لجوانب القصور التي تشوب أداء وسائل الإعلام الحكومية على نحو يجعل ما تقدمه من مواد إعلامية غير قادر على تحقيق الأهداف التي تصبو إليها، وهو ما يجعل الجهود والأموال التي تنفق على تلك الوسائل لا تحقق المراد المرجو منها، من ناحية ويجعل، من ناحية أخرى، ثمة انصرافاً عن هذه الوسائل إلى وسائل إعلامية غير رسمية ذات أجندات خاصة، وربما معادية.
- تكثيف الجهود التوعوية للمواطنين في وسائل الإعلام المختلفة بخطورة انتخاب أعضاء السلطة التشريعية على أسس تغاير الكفاءة والأمانة، وكيف أن ذلك يخلق سلطة تشريعية ضعيفة غير قادرة على القيام بدورها المحوري في تمكين المجتمع من حكم نفسه بنفسه، بمعنى الكلمة كما هو الحال في الدول التي شهدت ازدهاراً في الغرب والشرق.
- ضرورة قيام الأحزاب بجهد إعلامي أكبر يبرز أهميتها الحقيقية في بناء مجتمع ديمقراطي ينتخب نوابه على أساس قوة البرامج التي تقدمها الأحزاب التي ينتمون إليها، وليس على أساس عشائري يسعى إلى تحقيق أهداف العشيرة الضيقة، دون النظر إلى الآثار السلبية لتحقيق هذه الأهداف على مسيرة الوطن برمتة.
- ضرورة انتباه مجلس النواب الأردني لخطورة الجوانب السلبية في صورته، وأثرها في انصراف نسبة لا بأس بها من المواطنين عن المشاركة في اختيار أعضائه، وهو ما يجعل كثيراً من أعضائه يتم انتخابهم على أسس غير سليمة، وهو ما يضعف قدرته على القيام بالدور المنوط به في المجتمع في التشريع و الرقابة على السلطات الأخرى، ويضعف من ثم قدرته على الإسهام في بناء مجتمع قوى قائم على أسس ديمقراطية راسخة.

هوامش الدراسة:

- 1 - ويعرفها " بأنها الصورة الذهنية المشتركة التي تحملها مجموعة من الأفراد والتي تتكون غالباً من رأي مبسط أو ناقص أو مشوه وقد تتمثل بموقف عاطفي تجاه شخص أو قضية أو حدث
- 2 - Walter Lipman, Public Opinion, New York: Macmillan co., 1922, p. 89
- 3 - على عوجة (2003)، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، ط2(القاهرة: عالم الكتب) ص ص 10، 9
- 4- لقد أظهرت العشرات الأردنية اهتماماً كبيراً في انتخابات المجلس النيابي الرابع عشر، حيث اتسم تحركها بالسرعة والحماس، وهذا ما يتضح من خلال مقارنة معدل التصويت الذي تجاوز (80 %) في معظم المناطق العشائرية بينما لم يتجاوز في العاصمة عمان (44 . %) الأمر الذي يدل على شدة عصبية الناخبين العشائريين تجاه مرشحيهم، وشدة المنافسة بين القوى العشائرية لإثبات وجودها في النظام السياسي ومواقع صنع القرار . (أحمد خليف عفيف(2013) "المجلس النيابي الأردني الرابع عشر عام 2003 م: واقع الانتخابات ومستوى المشاركة والتمثيل " مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية المجلد 40 العدد 1، ص 147) ويضيف "أفردت انتخابات عام 2003م، مجموعة من النتائج فيما يتعلق بمستوى التمثيل العشائري، فعلى الرغم من أن معظم عناصر الطيف السياسي والاجتماعي كانت ممثلة في الانتخابات في مرحلة الترشيح إلا أن النتائج جاءت مختلفة بعد عملية الاقتراع، حيث حصل مرشحو العشائر على معظم المقاعد ، وذلك بسبب بروز ظاهرة الإجماعات وتدعيمها في كثير من الأحيان بإقامة تحالفات عشائرية لضمان النتيجة بشكل أفضل، وقد تفوقت العشائر على الأحزاب في هذا المجال، بل الأكثر من ذلك استثمرت بعض الأحزاب قوة تأثير العشيرة من خلال فرز مرشحين يستندون إلى قواعد عشائرية" (خليف ص 148) . كذلك أشارت نتائج دراسة راشد فريجات (2015) إلى أن 57.6 % من المبحوثين يختارون المرشح تبعاً لانتماه للعشيرة. راشد ناجي فريجات (2015) . دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الصحافة والإعلام، جامعة البتراء - الأردن.
- 5- بدأت عملية الاقتراع الساعة السابعة صباحاً من يوم 20 سبتمبر 2016 شارك في عملية الانتخاب (1.484.504 ناخب) من عدد ممن لهم الانتخاب (4.130.145 ناخب) بنسبة تقارب 36 %
- 6 -وهو ما سيوضح لنا عند عرض الدراسات السابقة في الصفحات التالية.
- 7 . وان كان ذلك قد لا ينطبق تماماً على المناطق التي يخبو فيها زخم العشائرية -إلى حد ما- وهي المدن الكبرى، لاسيما عمان والزرقاء وهو ما يعني أن الصورة الذهنية للمجلس يمكن أن تظل فاعلة في قرار المشاركة الانتخابية بشكل أكبر مما هو في المدن الصغرى والقرى
- 8- عبد القادر صالح الحديثي ، محمد جواد المشهداني ،. (2016) . اتجاهات برامج الفضائيات العراقية ودورها في بناء الصورة الذهنية لأداء السياسيين العراقيين ، دراسة مسحية لعينة من جمهور النخبة ، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، كلية الإعلام ، الجامعة العراقية ، العراق، المجلد 1 ، العدد 3 ،
- 9- راشد ناجي فريجات (2015) . دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الصحافة والإعلام، جامعة البتراء - الأردن.
- 10- دعاء الشكري(2014) " الصورة الذهنية للمجالس النيابية لدى قادة الرأي العام الأردني : دراسة على مجلس النواب الأردني السابع عشر " رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة البرموك.
- 11 - صفاء نعمة الشويحات ومحمد محمود الخوالدة*.(2013). اتجاهات طلبة الجامعات نحو المشاركة السياسية في الأردن - دراسة وصفية تحليلية ، دراسات ، العلوم التربوية ، المجلد 40 ، ملحق 2 . ص ص 797، 782
- 12- أحمد خليف عفيف ،مرجع سابق، ص ص 139-159
- 13 محمود شلبية، محمود يوسف محمد السماسيري، عزام العنانزة(2013) "وسائل الإعلام وتشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الانتخابات النيابية مع التطبيق على الانتخابات الأردنية" المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني عشر العدد الثاني ابريل يونيه 2013 كلية الإعلام، جامعة القاهرة ص ص 31 ، 94
- 14 - عادل رفعت عبد الحكيم مصطفى . (2012) . دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو المشاركة " دراسة تطبيقية " رسالة دكتوراه غير منشورة) ، كلية الآداب ، قسم الإعلام. جامعة المنيا ، مصر ،
- 15- محمد عوض الهزايمة وسعد فيصل السعد(2011)15"مدى إدراك ناخبي منطقة غرب إربد لوصول أحد مرشحي المنطقة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- إلى قبة البرلمان الداخلية والحلول". مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، بالجامعة الأردنية المجلد 38، العدد 1، ص 29، 47.
- 16- حسين محمد الحسيني (2009) «دور الصحافة المحلية في دعم الصورة الذهنية للمؤسسات التشريعية لدى الجمهور - دراسة تطبيقية على مجلسي الشورى والنواب بمملكة البحرين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية و العلوم، الجامعة الأهلية، البحرين
- 17- علي جبار الشمري، (2007) الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي، كلية الإعلام - جامعة بغداد، الباحث الإعلامي حزيان، عدد 3، ص 81، 98
- 18- هزاع مرشد شرف (2008) "العوامل المؤثرة في بناء صورة المجالس التشريعية لدى الجمهور اليمني" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 19 - عبد المجيد علي العزام و محمد عوض الهزايمة (2007)، اتجاهات الحزبين وغير الحزبين نحو الأداء البرلماني والإعلامي في الأردن: دراسة استطلاعية مقارنة، مجلة المنارة، مجلد 14، العدد 2، جامعة آل البيت، الأردن ص 79، 138
- 20- عبد المجيد العزام، محمد كنوش الشريعة. (2006). اتجاهات عينة من منتسبي مؤسسات المجتمع المدني نحو المشاركة السياسية في الأردن: دراسة إحصائية تحليلية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 33، العدد 3.
- 21- محمد عوض الهزايمة، 2005، إدراك الناخبين الأردنيين للعوامل التي تحد تصويتهم: دراسة حالة الانتخابات الأردنية عام 2003، مجلة العلوم الاجتماعية (الكويت)، المجلد (23)، العدد 3 ص 676-710.
- 22 إيمان نعمان جمعة (2001): تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2000، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام المجلد الثاني، العدد الأول (يناير، مارس)
- 23 -Yang, H & Dehart, J (2016) Social Media Use and Online Political Participation Among College Students During the US Election 2012, Social Media Journal, Vol. 2, No. 1, pp 1-18.
- 24 -Powers, E. M., Moeller, S. D., & Yuan, Y. (2016). Political Engagement During a Presidential Election Year: A Case Study of Media Literacy Students. Journal of Media Literacy Education, 8(1), 1-14.
- 25 -Shiratuddin. N et al (2016) Generation Y's Political Participation and Social Media in Malaysia, Journal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, Vol. 31, No. 1, pp. 125-143.
- 26- Karamat, A & Farooq, A (2016) Emerging Role of Social Media in Political Activism: Perceptions and Practices, Journal of South Asian Studies, Vol. 31, No. 1, pp. 381-396.
- 27 -Socannara. C (2015) New Media and Political Participation: Cambodian Citizens' Use of the Internet for Participatory Democracy, Cambodian Communication Review, pp. 32-45.
- 28 - Garzia, D. (2013). Changing parties, changing partisans: the personalization of partisan attachments in Western Europe. Political Psychology, 34(1), 67-89.
- 29 - Raouf, J. K., Zaman, H. B., Ahmad, A., & Al-Qaraghuli, A. (2013). Using social network systems as a tool for political change. International Journal of Physical Sciences, 8(21), 1143-1148.
- 30- Sanders, D., & Norris, P. (1998). Does negative news matter? The effect of television news on party images in the 1997 British general election. British Elections & Parties Review, 8(1), 150-170.
- 31 - نادية سالم، الصورة العربية في المنظور الأميركي، مجلة السياسة الدولية، القاهرة، العدد 49، 1977، ص 44.
- 32 - على عجوة، مرجع سابق، ص 109
- 33 - انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفر حسام الساموك، (2011) الإعلام الجديد: تطور الأداة الوظيفية، (بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة) ص 73
- 34 -انظر : نادية سالم (1977) الصورة العربية في المنظور الأميركي، مجلة السياسة الدولية، القاهرة، العدد 49، ص 44.
- 35 - Sobnosky, K. J. (1999). The Value-Added Benefits of Environmental Auditing in

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة**

Environmental Quality Management, Volume 9, Issue 2, P. 25 .

- 36 - محمود يوسف مصطفى عبده (2008) مقدمة في العلاقات العامة (القاهرة: الدار العربية للنشر و التوزيع) ص 13
- 37 - وحول دور وسائل الإعلام كمصدر للمعارف التي تشكل الصورة الذهنية لدى الجماهير انظر :
حنان كيلاني، " الصورة الذهنية لتنظيم الإخوان المسلمين لدي المصريين قبل و بعد ثورة 30 يونيو 2013: دراسة مقارنة" المجلة المصرية بحوث الإعلام العدد الخمسون يناير- مارس 2015 ص ص412،406
38 للمزيد حول هذه الأبعاد انظر:
- أيمن منصور ندا(2004) , الصورة الذهنية والإعلامية: عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير – (القاهرة: المدينة برس للطبع والنشر والتسويق الإعلامي) ص 30
- حردان هادي الجنابي(2018) الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تشكيلها (عمان: دار البازوري)ص 29
- 39- Festinger, L. (1962). A theory of cognitive dissonance (Vol. 2). Stanford university press.
40 - ibid.p31
- 41 جيهان احمد رشتي(1978) الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي) ص ص 268-269
- 42 - المرجع السابق، ص 270
- 43 - أنظر: بسام المشاقبة، (2011) نظريات الاتصال (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع ص 169
- جيهان احمد رشتي، مرجع سابق، ص ص 270،271
- 44- بسام المشاقبة، مرجع سابق 169
- 45 - جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص ص 272-278
- 46- ولعل هذا ما يفسر لنا عدم نجاح الرسائل الإعلامية التي يطلقها مرشح ما في ضوء التزام الناخب بتأييد مرشح عشيرته، مهما حملت هذه الرسائل من حقائق تعطي صورة إيجابية للمنافس
47 للمزيد حول فرض الخضوع انظر
- Festinger, L. op.cit pp 98-126**
- 48 -لمزيد حول التعرض الطوعي وغير الطوعي للمعلومات و علاقتها بتقليل التنافر انظر
- Festinger, L. op.cit pp 98-**
- 49 - جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص 277، 278
- 50 - أحمد الرفاعي (2007)، **مناهج البحث العلمي: تطبيقات إدارية واقتصادية**، ط 5 (الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع). ص 122
- 51 - المحكمون هم : د.علي نجادات أستاذ بكلية الإعلام جامعة اليرموك، د. حاتم علوانة. أستاذ الصحافة جامعة اليرموك ، د .عزام عنازة: أستاذ الصحافة المشارك بكلية الإعلام جامعة اليرموك. د. عبد الباسط شاهين، أستاذ العلاقات العامة و الإعلان بكلية الآداب جامعة سوهاج، د زهير طاهات، أستاذ الصحافة المساعد، بكلية الإعلام جامعة اليرموك.