

دور وسائل الاعلام الجديدة والتقليدية في نشر الوعي وتحفيز الرأي العام العراقي للمشاركة في الانتخابات البرلمانية العراقية

أ.م. د. ليث عبد الستار عيادة اللهبي
كلية التربية الأساسية، جامعة ديالى، ديالى، ٣٢٠٠١، العراق
laithabd1977@gmail.com

ملخص البحث:

اصبح من الواجب على وسائل الاعلام ان تؤدي دوراً كبيراً في الاهتمام بالأنشطة المجتمعية الخاصة بالممارسة الديمقراطية ورعاية الجوانب التعليمية والكشف عن الفساد والانحراف السياسي والديمقراطي، كونها الجهة الرقابية التي تمارس الدور الرقابي على عمل الحكومات في مختلف المجتمعات فضلاً عن ممارسة دورها كحارس شخصي ومعين للمجتمع، ومن هذا المنطلق يكشف البحث عن نتائج عمل وسائل الإعلام باستخدام هذه التقنيات في البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية، حيث يتم حب الديمقراطية واستعادتها، عندما تحقق الممارسة التي لوحظت في الانتخابات البرلمانية والمحلية النجاح، ويمكن أن يؤدي النجاح إلى تكوين الرأي العام حول العديد من القضايا التي ترفض أو تغير وسائل الإعلام كسلطة، وكذلك الصور النمطية الشائعة حول عدم الثقة والتميز. الكسل السياسي. هذا يدل على أن تشكيل الجسم يتطلب تأثير خطير وفوري.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام، الوعي، التحفيز، الانتخابات البرلمانية

The Role of New and Traditional Media in Spreading Awareness and Motivating Iraqi Public Opinion to Participate in the Iraqi Parliamentary Elections

Asst. Prof. Dr Laith Abdel Sattar Aid Al-Lahibi
College of Basic Education, Diyala University, Diyala, 32001, Iraq.
laithabd1977@gmail.com

Abstract

It has become a duty of the media to play a major role in caring for societal activities related to democratic practice, caring for educational aspects, and exposing corruption and political and democratic deviation, as it is the oversight body that exercises a supervisory role on the work of governments in various societies as well as exercising its role as a personal guard and a helper for society. From this point of view, the research will reveal what results in media work in light of these technologies in a transitional country where democracy thrives and recovers when the practices highlighted by the elections in both its parliamentary and local forms succeed, and that success requires the media as an authority and a basic and immediate influence on the formation and industry of public opinion towards many issues that may lead public opinion to reject or change prevailing stereotypes of mistrust or political indolence.

Keywords: media, awareness, motivation, parliamentary elections

مقدمة

إن الدور والأهمية المعطاة لوسائل الإعلام (حقوق الإنسان، والانتخابات النزيهة، والجوانب التعليمية في إنشاء الأسس الاجتماعية والثقافية للإنتاج والتنمية) تدعم أنشطة المجتمع الديمقراطي.. بالنظر إلى أن وسائل الإعلام هي في المقام الأول مؤسسة تراقب وتستكشف مفردات العمل الديمقراطي، وبالتالي الحماية الشخصية المعينة للمجتمع، فهي لا ترعى التعليم فحسب، بل تكشف أيضا عن الفساد والانحرافات السياسية والديمقراطية. كان علينا أن نكون مدركين علميا وواقعا للأدوار المختلفة التي تلعبها العملية الانتخابية. أدوار وعلاقات ووسائل الإعلام والانتخابات والرأي العام. من وجهة النظر هذه، يبالغ البعض في الدور الإيجابي الذي يمكن أن تلعبه هذه الآلة المؤثرة خلال الانتخابات. على سبيل المثال، دون مراعاة الظروف الاجتماعية والدولية وهياكل التأثير الأخرى التي تصاحب عملية التأثير، أو تراكم السلطة وتعزيز هذا الدور المفترض، والذي تم تعزيزه استجابة للتجربة السابقة.

نظرا لأن وسائل الإعلام لها في البداية بعدا اجتماعيا ونفسيا، فإنها تخضع حتما لعلاقات متبادلة متعددة وعناصر وقيم مختلفة، وهياكل اجتماعية، نظرا لأن سياقها وتفاعلاتها الرمزية معقدة لدرجة أن الظواهر غالبا ما تكون غير قابلة للبحث والقياس، حيث يبحث باقي العلم عن تفسيرات لظواهر غير ممكنة بعد، ونتيجة للبحث والقياسات مثل بقية العلوم، فإنه يبحث عن تفسيرات لظواهر غير ممكنة بعد.

إن الطرق والاكتشافات المذهلة التي استخدمها الناس للتواصل (وكذلك للتأثير على الآخرين وإلهامهم) جعلت العالم أفضل وأعمق وأسرع بفضل رموز وأساليب الابتكارات الضخمة واللغة اللفظية والكتابة والطباعة والتلغراف والإذاعة والتلفزيون والبريد الإلكتروني والإنترنت، هذه البيانات (القرى الصغيرة)، وبدلا من ذلك، كما قال عالم الاجتماع في الاتصالات بشكل أفضل وأعمق وأسرع ويرمز وطرق هائلة التجديد والابتكار 'يسرع التفاعل البشري مروراً باللغة اللفظية والكتابة والطباعة والتلغراف والإذاعة والـ TV وصولاً إلى البريد الإلكتروني (E-MIAL) والانترنت، هذه المعطيات التي جعلت العالم (قرية صغيرة) وبالأحرى (شاشة صغيرة)، بحسبما عبر عنه عالم سوسولوجيا الاتصال مارشال ماكلوهان (M. Marshal) في عقد الستينيات.

من وجهة النظر هذه، تظهر الأبحاث الحالية، كقاعدة عامة، أن نتائج عمل وسائل الإعلام باستخدام هذه التقنيات في البلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية، حيث يتم حب الديمقراطية واستعدادتها، عندما تحقق الممارسة التي لوحظت نجاحها في الانتخابات البرلمانية والمحلية النجاح، ويشمل النجاح وسائل الإعلام كسلطة والعديد من العوامل الأخرى التي يمكن أن تحفز الرأي العام. الرأي لرفض أو تغيير الصور النمطية الشعبية حول عدم الثقة والكسل السياسي. هذا، كقاعدة عامة، يدل على أن تكوين الرأي العام حول هذه القضية يتطلب تأثيرا خطيرا وفوريا.

أولاً: مشكلة البحث وأهميته:

يسعى البحث للوقوف على الدور الكبير لوسائل الاعلام الجديدة والتقليدية في ادارة العملية السياسية في العراق مع التركيز على هذا الدور في نشر الوعي وتحفيز الرأي العام العراقي للمشاركة في الانتخابات البرلمانية، وهي مرحلة الحشد الاعلامي التي تسبق الانتخابات.

وترجع اهمية البحث لكونه يدرس مرحلة الحشد الاعلامي نحو المشاركة في الانتخابات حيث تم التطبيق الميداني قبل عملية الانتخابات ولقياس فاعليتها السياسية في التأثير على الجمهور وهي من الأمور التي لم تدرس بعمق في المكتبة الاعلامية العراقية – حسب حدود معرفة الباحث – إذا ما قورنت بالدراسات التي تتناول التأثيرات الاعلامية عقب مرحلة الانتخابات.

ثانياً: أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي الى عدة اهداف وعلى النحو الاتي:

1. اهم المصادر الاعلامية التي يتم الاعتماد عليها في الحصول على معلومات حول الانتخابات.
2. اتجاه المضمون نحو التصويت في الانتخابات من وجهة نظر عينة الدراسة.
3. مدى تأثير عينة الدراسة باتجاه وسائل الاعلام نحو الانتخابات والمرشحين.

ثالثاً: الإطار النظري للبحث:

يعتمد البحث على نموذج الاعتماد ونظرية وهم الاتفاق ونظرية فعالية التوقعات الاعلامية.

١. نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام:

قدم كل من ساندرابول- روكيتش وديفلور عام ١٩٧٦م أول إطار لنموذج تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام [١] وتتلخص الفكرة الاساسية لنموذج الاعتماد في أن المتلقي يعتمد على وسائل الاعلام كمصدر معلومات تسهم في تكوين معارفه، ويرصد النموذج نوعين من دوافع الاعتماد وهي الدوافع الطقوسية والنفعية ونوعين من التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية [٢].

ويقوم النموذج على عدة افتراضات رئيسية وهي: تؤثر في درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، وتؤثر طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور على اختلاف درجة اعتماده على وسائل الاعلام [٣]

واستفاد الباحث من هذا النموذج في تحديد دوافع الاعتماد على المضامين الاخبارية في الفضائيات حول الانتخابات وتأثيرات الاعتماد عليها.

٢. نظرية وهم الاتفاق الزائف:

يعد روس Ross هو أول من وضع اللبنة الأولى لهذه النظرية عام ١٩٧٧ وذلك من خلال تجربة اجراها على طلابه اظهرت ان الفرد يتخذ سلوكاً معيناً اعتقاداً منه ان اغلبية الاشخاص الاخرين لهم نفس الاتجاه [٤]

ويعد الفرض الرئيس للنظرية هو ميل الافراد الى تقديم الدعم والمؤازرة لسلوكهم وقيمهم واعتقاده بأن الآخرين لهم نفس السلوك [٥]. وهذه النظرية تعد نظرية مستخدمة في الدراسات البيئية حيث انها مستخدمة في الدراسات النفسية والاجتماعية.

ويتم قياس اثر هذا الاتفاق من خلال سؤال المبحوث عن رأيه في موضوع معين والنسبة المئوية لعدد معين من السكان الذين يتفقون معه في تبني نفس الرأي حول تلك القضية في اعتقاده [٦]

٣. نظرية فاعلية التوقعات الاعلامية:

يعد البرت جانثر Albert C. Gunther هو أول من وضع اللبنة الاولى للنظرية عام ١٩٩٨م وهي من نظريات الاعلام السياسي والرأي العام، وقد خرجت هذه النظرية من منطلقات عدة نظريات ومنها التأطير، وترتيب الاولويات، والابراز، حيث تتلخص فكرتها في ان الافراد يميلون الى تقدير اتجاه الرأي العام بناءً على قراراتهم الخاصة بالتغطية الاعلامية بغض النظر عن كون هذه التغطية مشوهة او محرفة او غير موضوعية ويعتقد ان وجهة النظر الاعلامية التي يتبناها من وسائل الاعلام سوف تؤثر في الآخرين ويلخص اصحاب النظرية فكرتها بان الافراد يفترضون ان ما يفكر فيه الجمهور غداً هو ما تتناوله وسائل الاعلام اليوم [٧].

رابعاً: دراسات سابقة:

تعد مراجعة الدراسات السابقة والأبحاث العلمية لموضوع البحث من المراحل المهمة والأساسية التي يتحتم القيام بها، وذلك لدورها في تعميق موضوع البحث وإضافة أبعاد جديدة بما يساعد على معرفة البحوث التي تناولت متغيرات البحث ويحدد الإضافة المعرفية التي سيضيفها البحث في الموضوع الذي سيتناوله، ومن خلال رصد بعض أبرز الأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث يمكن ان يقسم الباحث الدراسات السابقة على محورين وعلى النحو الآتي

○ المحور الاول: دراسات متعلقة بدور الاعلام في دعم الانتخابات:**١. دراسة مادلين اوكونور O'connor, Madeleine (٢٠٢٠) [٨]**

" دور الاخبار التلفزيونية وموقع تويتر في الانتخابات الرئاسية: دراسة حالة على انتخابات ٢٠١٦ "

حيث تم تحليل عدد من التغريدات المصغرة الموجهة الى مواقع عدد من القنوات الاخبارية الامريكية وهي: CBS, NBC, ABC, CNN في نطاق التعليق على الانتخابات الرئاسية عام ٢٠١٦م في تأكيد على دور الاعلام الجديد في دعم الاعلام التقليدي في مجال التشجيع على المشاركة في الانتخابات.

٢. دراسة شيا سموك Smock, Shea (٢٠١٩) [٩]

٣. " دور المضامين التلفزيونية في تشجيع الاهتمام المجتمعي بالانتخابات الرئاسية عام ٢٠١٨ "

حيث أكدت الدراسة على اهمية الاخبار التلفزيونية والاعلام الجديد جنباً الى جنب في تدعيم الاهتمام بالانتخابات الرئاسية ٢٠١٨ وذلك من خلال تحليل المضامين الاخبارية في كل من الوسيلتين خلال فترة الانتخابات.

٤. دراسة ليسلي ايه بياتي Beattie Leslie A (٢٠١٨) [١٠]

" دور المضامين التليفزيونية في تشجيع المشاركة في التصويت في الانتخابات الرئاسية "

حيث تؤكد الدراسة على الدور المتنامي للمضامين التليفزيونية في تحفيز الجمهور للمشاركة في التصويت في الانتخابات الرئاسية عام ٢٠٠٨ مما زاد من نسبة التصويت.

٥. دراسة احمد خالد الراوي Al Rawi, Ahmed Khalid (٢٠١٢) [١١]

" التغطية التليفزيونية للانتخابات العراقية خلال عام ٢٠١٠: دراسة حالة للأخبار الواردة في أربع قنوات فضائية عراقية "

حيث تم تحليل وصف البرامج الاخبارية المسائية في القنوات العراقية الاخبارية التالية: الفرات، العراقية، الحرية، وبغداد على مدار اربعين يوماً هي فترة الانتخابات وما قبلها، وأظهرت نتائج الدراسة ان القنوات الاربع حاولت التشجيع على المشاركة في الانتخابات مع عدم الدعاية لمرشح بعينه.

٦. دراسة شيركو جبار (٢٠١١) [١٢]

" دور الحملات الاعلامية التليفزيونية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب العراقي "

اجريت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوث، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- أن (٤٩,٥%) من عينة الدراسة تتعرض لحملات التوعية السياسية وتعد القنوات الفضائية هي الوسيلة المفضلة في هذا الإطار.
- توجد علاقة ارتباطية بين مستوى المعرفة بالوعي السياسي لدى الشباب ودرجة اهتمامهم بموضوعات حملات التوعية السياسية.

○ المحور الثاني: دراسات متعلقة بدور الاعلام في دعم المشاركة والوعي السياسي:

٧. دراسة اسامة مكية (٢٠٢٠) [١٣]

" دور الانترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري على عدد من الصفحات الاخبارية على الفيسبوك خلال شهر يونيو ٢٠٢٣ "

اجريت الدراسة على عينة قوامها (٢٠٠) مبحوث وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- حظيت قضية الازمة السورية باهتمام (٧٣%) من عينة الدراسة، تليها ارتفاع الاسعار بنسبة (٢٨%).
- بلغ عدد الموضوعات والاخبار الواردة (١٠٠٠) موضوع وأهم الموضوعات الواردة بها هي: الموضوعات السياسية (٤٤%)، موضوعات الفساد (١٩,١%)، الاصلاح السياسي (٩,٥١%)، الاعتقالات (٨,٥%).

٨. دراسة انجي محمد بركة (٢٠١٩) [١٤]

"دور البرامج الحوارية التليفزيونية في دعم المشاركة السياسية للجمهور المصري"

اجريت الدراسة على عينة تحليلية من برامج صفحة جديدة والعاشر مساءً على مدار دورة برامجية، وعينة عشوائية قوامها (٤٢٠) مبحوثاً من الجمهور المصري العام، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- وجود توازن في الاهتمام بالقضايا السياسية في قناتي الدراسة، وقد اتسمت معالجة البرامج لمفهوم المشاركة السياسية بعدم المباشرة.
- أبرز مجالات المشاركة السياسية الواردة في البرامج هي: النقاش السياسي، حرية الرأي والتعبير، التصويت، الترشيح، الانتماء الحزبي، الاحتجاج، التظاهر، والاعتصام.
- أبرز مجالات المشاركة السياسية لدى عينة الدراسة هي ضمان التمثيل الافضل للأحزاب.

٩. دراسة عادل عاشور (٢٠١٧) [١٥]

"العلاقة بين التعرض للمضامين الاخبارية في القنوات الفضائية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي"

اجريت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوث من الجمهور الليبي العام، وتحليل مضمون النشرات والبرامج الاخبارية في قناتي الجزيرة والعربية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- يوجد اختلاف بين قناتي الدراسة في نسبة الاخبار حول المشاركة السياسية حيث بلغت (٤, ٥٣٪) في الجزيرة مقابل (١, ٤٢٪) بقناة العربية.
- يعد (٢, ٨٢٪) من عينة الدراسة القنوات الاخبارية مصدراً للتوجيه السياسي المرتفع والمتوسط بالنسبة لهم.

١٠. دراسة احسان رمضان (٢٠١٤) [١٦]

"العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على القنوات الفضائية الاخبارية العربية ومستويات المعرفة بقضايا الاصلاح السياسي"

اجريت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوث من الجمهور العراقي العام وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

- بلغت معدلات مشاهدة القنوات الفضائية الاخبارية العربية نسبة (٨٠٪)، وحصلت قناة العربية على اعلى معدلات مشاهدة تليها الجزيرة.
- يرتفع الاهتمام بقضية المشاركة السياسية التي تأتي في الصدارة على كافة القضايا تليها التداول السلمي للسلطة.

خامساً: فروض البحث وتساؤلاته:

تتطلب فروض البحث وتساؤلاته من الاطر النظرية المستخدمة والاطلاع النقدي على نتائج الدراسات السابقة، مما مكن الباحث من تطوير بعض الفروض والتساؤلات على النحو التالي:

- أ. تساؤلات البحث: وتقسّم الى قسمين:
 - تساؤلات الدراسة التحليلية:
 ١. ما اتجاه المضامين الاعلامية نحو الانتخابات؟
 ٢. ما اهم القوالب الاعلامية المستخدمة في عرض موضوع الانتخابات؟
 ٣. ما نوعية الموضوعات الفرعية حول الانتخابات؟
 ٤. ما مدى التحفيز نحو المشاركة في الانتخابات؟
 ٥. ما نوعية الإستمالات والاساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة موضوع الانتخابات؟
 ٦. ما طبيعة الجمهور المستهدف من المضامين المتعلقة بالانتخابات؟

تساؤلات الدراسة الميدانية:

١. ما وسائل الاعلام المفضلة التي يعتمد الجمهور عليها في الحصول على معلومات حول الانتخابات؟
٢. ما تقييم الجمهور للمعلومات التي يحصل عليها من خلال وسائل الاعلام المختلفة؟
٣. ما اتجاه الجمهور نحو التصويت في الانتخابات؟
٤. ما مدى تأثير الجمهور بمضمون وسائل الاعلام نحو الانتخابات من وجهة نظر المبحوثين؟
٥. ما امكانية وصول مرشحين غير مرغوب فيهم في الانتخابات البرلمانية من وجهة نظر المبحوثين، وما تقدير نسبة المرشحين لهم من المشاركين بالانتخابات؟

ب. فروض البحث:

- توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للمضامين الاعلامية حول الانتخابات والاتجاه نحو التصويت.
- توجد علاقة ارتباطية بين الاعتماد على وسائل الاعلام (التقليدية والحديثة) في الحصول على معلومات حول الانتخابات والاتجاه نحو التصويت.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين طبقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، والمتغيرات الاعلامية (حجم التعرض، درجة الاعتماد)، والمتغيرات السياسية (المشاركة السياسية، الاهتمام السياسي) في اتجاهات الجمهور نحو التصويت.
- توجد علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على وسيلة اعلامية في الحصول على معلومات حول الانتخابات ودرجة الثقة بها.
- توجد علاقة بين المصادقية المدركة لوسائل الاعلام والاعتماد عليها كمصدر للحصول على معلومات حول الانتخابات.
- توجد فروق بين وسائل الاعلام في معالجتها للانتخابات طبقاً لنوعية ملكيتها.
- توجد فروق دالة احصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية ودوافع اعتمادهم على وسائل الاعلام التقليدية والحديثة في الحصول على معلومات حول الانتخابات وتأثيرات الاعتماد.
- توجد فروق بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية في مستوى التعبئة السياسية نحو المشاركة في الانتخابات.
- توجد علاقة بين حجم التعرض للمضامين الاعلامية التي تتناول الانتخابات ومستوى التعبئة السياسية للانتخابات البرلمانية.
- توجد علاقة ارتباطية بين قدرة المضامين الاعلامية التي تتناول الانتخابات على الحشد والثقة في مضمونها.
- توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض للمضامين الاعلامية وتبني اتجاهاتها حول الانتخابات.
- توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتلفزيون ومستوى معرفة الافراد بأزمات التنمية السياسية.

سادساً: نوع البحث ومنهجه ومتغيراته:

١. نوع البحث: يعد البحث من الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد المواقف والظواهر وجمع الحقائق الدقيقة عنها.
٢. منهج البحث: يعتمد البحث على منهج المسح من خلال مسح الجمهور والمضمون على حد سواء.
٣. متغيرات البحث: يمكن تقسيمها على النحو الآتي:
 - المتغير المستقل: ويشمل (دوافع متابعة المضامين الاعلامية التقليدية والجديدة حول الانتخابات، معدلات المشاهدة)
 - المتغير الوسيط: ويشمل (المتغيرات الديموغرافية، مقياس وهم الاتفاق الزائف، مقياس المشاركة السياسية، مقياس التوقعات الاعلامية، مقياس الفاعلية السياسية)
 - المتغير التابع: ويشمل (تأثيرات المتابعة، تبني اتجاهات المضامين الاعلامية نحو الانتخابات).

سابعاً: الاجراءات المنهجية للبحث الميدانية:

- مجتمع البحث: يتمثل في جميع افراد الجمهور العراقي العام ممن لهم الحق في التصويت في الانتخابات.
- عينة البحث: اجريت الدراسة على عينة عشوائية عنقودية (متعددة المراحل) قوامها (٤٢٠) مبحوث تم سحبها من أربع محافظات بطريقة عشوائية تمثل (بغداد، ديالى، الموصل، البصرة) بشكل متساو مع مراعاة تمثيل المتغيرات الديموغرافية المختلفة.

جدول (١): توزيع عينة البحث طبقاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
النوع	الذكور	٢٠٩
	الإناث	٢٠١١
السن	١٨ - ٢٥ سنة	٢٥٣
	٢٥ - ٣٥ سنة	٥٥
	٣٥ - ٤٥ سنة	١٥
	٤٥ - ٥٥ سنة	٦١
	٥٥ فأكثر	٣٦
المستوى التعليمي	أمي	٢
	أقل من متوسط	١٢
	متوسط	٧١
	جامعي	٢٩٧
	دراسات عليا	٣٨
المحافظة	بغداد	٢٩٧
	ديالى	٧١
	الموصل	١٢
	البصرة	٢

تضمنت صحيفة الاستقصاء عدة مقاييس وهي: مقياس الدوافع ومقياس التأثيرات ومقياس التوقعات الاعلامية ومقياس وهم الاتفاق الزائف ومقياس المشاركة السياسية ومقياس الفاعلية السياسية.

- اداة جمع البيانات:

استخدم الباحث صحيفة الاستقصاء والتي مرت في اعدادها بعدة مراحل وهي:

تحديد اهداف البحث لتحديد البيانات المطلوب جمعها وتحديد نوع صحيفة الاستقصاء وهي صحيفة استقصاء يملأ المبحوث بياناتها بنفسه تم اعداده في شكله الأول من خلال تحديد مجموعة العناوين التي تغطي أهداف البحث وكتابة الأسئلة تحت عنوان كل موضوع ورفعها إلى فريق من الخبراء للمراجعة العلمية ومنهجية للصحيفة. ثم تم اجراء الاختبار القبلي خلال الفترة من ١٥ الى ٢١ ايلول على جزء محدود من العينة الاصلية في حدود (١٠٪) بواقع (١٢) مبحوثاً للتأكد من وضوح الصحيفة وقابليتها للتطبيق ثم تم اعداد الصحيفة في شكلها النهائي بعد تطويرها بناءً على ملاحظات المراجعة العلمية والمنهجية والتحكيم حيث ان الصحيفة كانت (٢٦) سؤال ثم تم تخفيضها الى (٢٣) سؤال بعد حذف الاسئلة المخرجة وغير المفهومة، ثم العمل الميداني الذي تم خلاله ملء صحف الاستقصاء مع (٤٢٠) مبحوث خلال الفترة من ٣ الى ١٥ تشرين الاول وتولى الباحث ملئ الصحف مع المبحوثين والحرص على مراجعة الصحف ميدانياً ومكتبياً قبل البدء في المعالجة الاحصائية مراجعة اسئلة الصدق في الصحيفة من خلال ربط زوج الاسئلة حول المصادر الاعلامية وجاءت درجات الصدق لصفح الاستقصاء على النحو الاتي:

- ٤٠٥ صحيفة بنسبة (٩٦,٤٪) حققت معامل صدق بنسبة (١٠٠٪)

- ١٥ صحيفة بنسبة (٣,٥٧٪) حققت معامل صدق بنسبة (٩٥٪)

كما تم اجراء " اختبار الثبات " على اربعين مبحوثاً وذلك بفواصل زمني اسبوع ما بين التطبيقين للتأكد من ثبات اجابتهم وتم ادخال صحف الاستقصاء في التطبيق الاصلى وصفح استقصاء اختبار الثبات وبلغ معامل الثبات لأسئلة الرأي (٩٥٪) وبلغ معامل الثبات لأسئلة الحقائق (٩٨٪) ومعامل الثبات الكلي (٩٣٪) واعتبر الباحث هذه النسبة مناسبة.

ثامناً: نتائج الدراسة الميدانية:

- اهم المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (٢) توزيع اجابات عينة البحث طبقاً لنوع واهم المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية.

جدول (٢): توزيع عينة البحث طبقاً لنوع واهم المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية

المجموع		الاناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٨٨,٦	٣٧٢	٨٧,٢	١٨٤	٩٠	١٨٨	المصادر
٧٣,٦	٣٠٩	٧٣,٥	١٥٥	٧٣,٧	١٥٤	القنوات الفضائية
٤٣,١	١٨١	٤٢,٧	٩٠	٤٣,٥	٩١	شبكات التواصل الاجتماعي
٢٨,٣	١١٩	٢٩,٩	٦٣	٢٦,٨	٥٦	مواقع الانترنت
٢٠	٨٤	٢٢,٧	٤٨	١٧,٢	٣٦	الاذاعة
١٧,٦	٧٤	١٣,٧	٢٩	٢١,٥	٤٥	الاهل والاصدقاء
١٤,٨	٦٢	١٠	٢١	١٩,٦	٤١	الصحف
						مؤتمر المرشحين
٤٢٠		٢١١		٢٠٩		جملة من سنلوا

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم مصادر الاخبار التي تعتمد عليها عينة البحث في الحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية - بالترتيب - هي القنوات الفضائية (٨٨,٦٪)، شبكات التواصل الاجتماعي (٧٣,٦٪)، مواقع الانترنت (٤٣,١٪)، والاذاعة (٢٨,٣٪)، وتأتي المصادر الاخرى بنسب اقل
- ووضحت البيانات التفصيلية وجود فروق في الاعتماد على الصحف ومؤتمرات المرشحين لصالح المبحوثين الذكور، حيث بلغت قيم مستويات المعنوية (٠,٠٠٥، ٠,٣٦) على التوالي.
- مدى الثقة في الاخبار حول الانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (٣) توزيع اجابات عينة البحث طبقاً لنوع واهم المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية.

جدول (٣): توزيع عينة البحث طبقاً لنوع واهم المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية

المجموع			الاناث			الذكور			النوع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
٤	٧,٤	٣١	٤	٢,٨	٦	٤	١٢	٢٥	مدى الثقة في الانتخابات
١	٣٦,٧	١٥٤	٢	٣٦	٧٦	١	٣٧,٣	٧٨	بدرجة كبيرة
٣	١٩,٣	٨١	٣	١٧,١	٣٦	٣	٢١,٥	٤٥	بدرجة متوسطة
١م	٣٦,٧	١٥٤	١	٤٤,١	٩٣	٢	٢٩,٢	١٦	بدرجة محدودة
									لا أتق بها
٤٢٠			٢١١			٢٠٩			المجموع

١٩,٣١١ = ٢ كا درجة الحرية = ٣ مستوى المعنوية = ٠,٠٠٥

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتوزع مدى ثقة عينة الدراسة في الانتخابات البرلمانية على: الثقة بدرجة كبيرة (٧,٤٪)، بدرجة متوسطة (٣٦,٧٪)، بدرجة محدودة (١٩,٣٪) ولا أتق بها بنسبة (٣٦,٧٪)، ووضحت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة احصائياً بين المبحوثين في مدى ثقتهم في الانتخابات حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠٥).

- أهم اسباب عدم الثقة في المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (٤) توزيع اجابات عينة البحث طبقاً للنوع واسباب عدم ثقتهم في المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية

جدول (٤): توزيع اجابات عينة البحث طبقاً للنوع واسباب عدم ثقتهم في المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية

المجموع		الاناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٠,٧	٨٧	٢٧	٥٧	١٤,٤	٣٠	تميل للتهويل
١٧,١	٧٢	١٨	٣٨	١٦,٣	٣٤	غير موضوعية
١٦,٧	٧٠	١٩,٤	٤١	١٣,٩	٢٩	تزيد الخلافات
١٦	٦٧	١٦,٦	٣٥	١٥,٣	٣٢	تقدم وجهة نظر المالك
١١,٩	٥٠	١٥,٦	٣٣	٨,١	١٧	اسلوبها استفزازي
١٠,٧	٤٥	١٠	٢١	١١,٥	٢٤	النظرة الحزبية
٨,٦	٣٦	٨,٥	١٨	٨,٦	١٨	عدم التعمق
٤٢٠		٢١١		٢٠٩		جملة من سئلوا

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم اسباب عدم الثقة في المصادر الاخبارية حول الانتخابات البرلمانية بالترتيب- هي: لأ
- نها تميل للتهويل (٢٠,٧٪)، غير موضوعية (١٧,١٪)، تزيد الخلافات والاحتقان (١٦,٧٪)، تقدم وجهة نظر مالك الوسيلة (١٦٪)، اسلوبها استفزازي (١١,٩٪)، واقحام النظرة الحزبية في الخبر (١٠,٧٪). واوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة احصائياً بين المبحوثين في ان الاخبار تميل للتهويل وأنها تقدم الاحداث من وجهة نظر الاحزاب المالكة للوسيلة بقيم معنوية (٠,٠١٨، ٠,٠٠١) على التوالي.
- دور المضامين الاخبارية في التحفيز نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (٥) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ودور المضامين الاخبارية في التحفيز نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية.

جدول (٥): توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ودور المضامين الاخبارية في التحفيز نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية

المجموع			الاناث			الذكور			النوع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
٣	١٨,٦	٧٨	٣	١٤,٢	٣٠	٣	٢٣	٤٨	دور المضامين الاخبارية
١	٥٣,٦	٢٢٥	١	٥٤,٥	١١٥	١	٥٢,٦	١١٠	نعم
٢	٢٧,٩	١١٧	٢	٣١,٣	٦٦	٢	٢٤,٤	٥١	الى حد ما
	٤٢٠			٢١١			٢٠٩		لا
									المجموع

مستوى المعنوية = ٠,٠٤٤

درجة الحرية = ٢

كا = ٦,١٧٩

تدل بيانات الجدول السابق:

- اشار (١٨,٦٪) من عينة البحث ان المضامين الاخبارية حفزت نحو المشاركة في الانتخابات بشكل كبير، و(٥٣,٦٪) حفزتهم المضامين الاخبارية الى حد ما، ولم تحفز المضامين الاخبارية نحو (٢٧,٩٪) من عينة البحث.

- اظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة احصائياً بين المبحوثين الذكور والاناث في المضامين الاخبارية في تحفيزهم نحو المشاركة بالانتخابات حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٤٤) وهي قيمة دالة.

- مدى حرص عينة البحث على المشاركة بالانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (٦) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى حرصهم على المشاركة بالانتخابات البرلمانية.

جدول (٦): توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ومدى حرصهم على المشاركة في الانتخابات البرلمانية

النوع			الذكور			الاناث			المجموع		
مدى الحرص على المشاركة			ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
درجة كبيرة			٧٠	٣٣,٥	١	٥٤	٢٥,٦	٣	١٢٤	٢٩,٥	٢
درجة متوسطة			٦١	٢٩,٢	٢	٦٠	٢٨,٤	٢	١٢١	٢٨,٨	٣
درجة ضعيفة			٢٢	١٠,٥	٣	٢٨	١٣,٣	٤	٥٠	١١,٩	٤
غير حريص			٥٦	٢٦,٨	٤	٦٩	٣٢,٧	١	١٢٥	٢٩,٨	١
المجموع			٢٠٩			٢١١			٤٢٠		

٤,١٣٥ = ٢كا درجة الحرية = ٣ مستوى المعنوية = ٠,٢٤٧

*-تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتوزع مدى الحرص على المشاركة في الانتخابات البرلمانية لدى عينة البحث على: الحرص بدرجة كبيرة (٢٩,٥٪)، بدرجة متوسطة (٢٨,٨٪)، بدرجة ضعيفة (١١,٩٪)، وغير حريص بنسبة (٢٨,٩٪)، واطهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة احصائياً بين المبحوثين طبقاً للنوع في مدى حرصهم على المشاركة بالانتخابات البرلمانية.
- اهم اسباب عينة البحث للمشاركة في الانتخابات:

يوضح الجدول التالي رقم (٧) توزيع اجابات عينة البحث طبقاً للنوع واهم اسباب عينة البحث للمشاركة في الانتخابات البرلمانية.

جدول (٧): توزيع اجابات عينة البحث طبقاً للنوع واهم اسباب عينة البحث للمشاركة في الانتخابات البرلمانية

النوع		الذكور		الاناث		المجموع	
الاسباب		ك	%	ك	%	ك	%
واجب وطني		٨١	٣٨,٨	٧٢	٣٤,١	١٥٣	٣٦,٤
صوتي يفرق		٦٥	٣١,١	٧٥	٣٥,٥	١٤٠	٣٣,٣
جزء من حقوقي السياسية		٧٣	٣٤,٩	٦٧	٣١,٨	١٤٠	٣٣,٣
أفضل العناصر		٥٠	٢٣,٩	٤٥	٢١,٣	٩٥	٢٢,٦
محاسبة للسلطة		٢٧	١٢,٩	٣٠	١٤,٢	٥٧	١٣,٦
جملة من سنلوا		٢٠٩		٢١١		٤٢٠	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم اسباب عينة البحث للمشاركة في الانتخابات بالترتيب- هي: الانتخابات واجب وطني (٣٦,٤٪)، صوتي يفرق وجزء من حقوقي السياسية (٣٣,٣٪) لكل منهما، أفضل العناصر تفرزها الانتخابات (٢٢,٦٪)، والانتخابات هي آلية لمحاسبة السلطة من خلال المرشحين (١٣,٦٪)، ووضحت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة احصائياً بين المبحوثين في جميع الاسباب.

- أهم اسباب بعض المبحوثين لعدم المشاركة في الانتخابات:

يوضح الجدول التالي رقم (٨) توزيع اجابات بعض المبحوثين لأسباب عدم مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية.

جدول (٨): توزيع اجابات بعض المبحوثين لأسباب عدم مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية

الاسباب	النوع		الذكور		الاناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الانتخابات غير نزيهة	٣٥	١٦,٧	٤٢	١٩,٩	٧٧	١٨,٣		
تجربة غير مشجعة	٣١	١٤,٨	٢٥	١١,٨	٥٦	١٣,٣		
صوتي لا يفرق	٢١	١٠	٢٦	١٢,٣	٤٧	١١,٢		
يفوز المرشح الاغنى	٣١	١٤,٨	٣٥	١٦,٦	٦٦	١٥,٧		
جملة من سئلوا		٢٠٩		٢١١		٤٢٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم اسباب عينة البحث لعدم المشاركة في الانتخابات البرلمانية – بالترتيب- هي: الانتخابات غير نزيهة (١٨,٣٪)، تجاربي السابقة في الانتخابات غير مشجعة (١٣,٣٪)، صوتي لا يفرق (١١,٢٪)، وفي الانتخابات يفوز المرشح الاغنى (١٥,٧٪)، واوضحت البيانات التفضيلية وجود فروق غير دالة احصائياً في اسباب عدم المشاركة بالانتخابات البرلمانية بين افراد عينة البحث.

- مقياس دوافع متابعة المصادر الاخبارية لدى عينة البحث للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (٩) مقياس دوافع متابعة المصادر الاخبارية للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية لدى عينة الدراسة.

جدول (٩): مقياس دوافع متابعة المصادر الاخبارية للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية لدى عينة البحث

مستوى المعنوية	كا ^٢	المجموع			الاناث			الذكور			النوع
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
٠,٥٣٧	١,٢٤٣	١	٤٣,٨	١٨٤	١	٤٢,٧	٩٠	١	٤٥	٩٤	الوصول على معلومات
		٢	٤٢,٩	١٨٠	٢	٤٢,٢	٨٩	٢	٤٣,٥	٩١	الى حد ما
		٣	١٣,٣	٥٦	٣	١٥,٢	٣٢	٣	١١,٥	٢٤	لا اوافق
٠,٠٦٣	٥,٥٣٢	٢	٢٧,١	١١٤	٣	٢٢,٣	٤٧	٢	٣٢,١	٦٧	الوصول على معلومات
		١	٥١	٢١٤	١	٥٣,١	١١٢	١	٤٨,٨	١٠٢	الى حد ما
		٣	٢١,٩	٩٢	٢	٢٤,٦	٥٢	٣	١٩,١	٤٠	لا اوافق
٠,٥٥٥	١,١٧٦	١	٥٠,٧	٢١٣	١	٤٩,٨	١٠٥	١	٥١,٧	١٠٨	التعود
		٢	٣٧,٦	١٥٨	٢	٣٩,٨	٨٤	٢	٣٥,٤	٧٤	الى حد ما
		٣	١١,٧	٤٩	٣	١٠,٤	٢٢	٣	١٢,٩	٢٧	لا اوافق
		٢	٣٠,٧	١٢٩	٣	٢٣,٧	٥٠	١	٣٧,٨	٧٩	تعرفني

٠,٠٠٦	١٠,٢٩٠	١	٤٣,١	١٨١	١	٤٨,٨	١٠٣	٢	٣٧,٣	٧٨	الى حد ما	السلوكيات السلمية
		٣	٢٦,٢	١١٠	٢	٢٧,٥	٥٨	٣	٢٤,٩	٥٢	لا وافق	
٠,٧٢٠	٠,٦٥٨	٣	١١,٢	٤٧	٣	١١,٨	٢٥	٣	١٠,٥	٢٢	وافق	التسلية والهروب
		٢	٣١,٤	١٣٢	٢	٣٢,٧	٦٩	٢	٣٠,١	٦٣	الى حد ما	
٠,١١٥	٤,٣٢١	١	٥٧,٤	٢٤١	١	٥٥,٥	١١٧	١	٥٩,٣	١٢٤	لا وافق	التواصل مع الاصدقاء
		٣	٢٢,٦	٩٥	٣	١٨,٥	٣٩	٣	٢٦,٨	٥٦	وافق	
		١	٤٧,٦	٢٠٠	١	٤٩,٣	١٠٤	١	٤٥,٩	٩٦	الى حد ما	
		٢	٢٩,٨	١٢٥	٢	٣٢,٢	٦٨	٢	٢٧,٣	٥٧	لا وافق	
		٤٢٠		٢١١		٢٠٩		المجموع				

درجة الحرية = ٢ لكل عنصر من العناصر

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم دوافع عينة البحث لمتابعة الانتخابات البرلمانية - بالترتيب - هي: الحصول على معلومات، التعود، تفسير الاحداث، تعرفني السلوكيات السلمية، التسلية والهروب، والتواصل مع الاصدقاء، واطهرت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة احصائياً بين المبحوثين طبقاً للنوع في دافع تعرفني على السلوكيات السلمية.

- مقياس تأثيرات متابعة المصادر الاخبارية للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (١٠) مقياس تأثيرات متابعة المصادر الاخبارية للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية.

جدول (١٠): مقياس تأثيرات متابعة المصادر الاخبارية للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية

مستوى المعنوية	كا ^٢	المجموع			الاناث			الذكور			النوع	تأثيرات متابعة
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك		
٠,٨٠٩	٠,٤٢٤	١	٥١	٢١٤	١	٤٩,٨	١٠٥	١	٥٢,٢	١٠٩	مؤثر	معلومات عرفنتي عن الانتخابات
		٢	٣٧,٦	١٥٨	٢	٣٧,٩	٨٠	٢	٣٧,٣	٧٨	الى حد ما	
		٣	١١,٤	٤٨	٣	١٢,٣	٢٦	٣	١٠,٥	٢٢	غير مؤثر	
٠,٥٦٧	١,١٣٦	٣	١٢,٦	٥٣	٣	١٠,٩	٢٣	٣	١٤,٤	٣٠	مؤثر	ملئت وقت فراغي
		٢	٣٩,٥	١٦٦	٢	٤٠,٣	٨٥	٢	٣٨,٨	٨١	الى حد ما	
		١	٤٧,٩	٢٠١	١	٤٨,٨	١٠٣	١	٤٦,٩	٩٨	غير مؤثر	
٠,٤٢٩	١,٦٩٠	٣	٢٦	١٠٩	٣	٢٣,٢	٤٩	٢	٢٨,٧	٦٠	مؤثر	زادت شعوري بالانتماء
		١	٤٤,٨	١٨٨	١	٤٦	٩٧	١	٤٣,٥	٩١	الى حد ما	
		٢	٢٩,٣	١٢٣	٢	٣٠,٨	٦٥	٣	٢٧,٨	٥٨	غير مؤثر	

٠,١٩٥	٣,٢٦٨	٣	٢٦,٤	١١١	٣	٢٣,٢	٤٩	٢	٢٩,٧	٦٢	مؤثر	مدنتي بالسلوكيات السليمة
		١	٤٦,٩	١٩٧	١	٤٦,٩	٩٩	١	٤٦,٩	٩٨	الى حد ما	
		٢	٢٦,٧	١١٢	٢	٢٩,٩	٦٣	٣	٢٣,٤	٤٩	غير مؤثر	
٠,٧٨٣	٠,٤٨٩	٣	٦,٩	٢٩	٣	٦,٦	١٤	٣	٧,٢	١٥	مؤثر	انستتي مشاكلي
		٢	٢٨,٨	١٢١	٢	٣٠,٣	٦٤	٢	٢٧,٣	٥٧	الى حد ما	
		١	٦٤,٣	٢٧٠	١	٦٣	١٣٣	١	٦٥,٦	١٣٧	غير مؤثر	
٠,٧٦٦	٠,٥٣٤	٣	٦,٩	٢٩	٣	٦,٢	١٣	٣	٧,٧	١٦	مؤثر	قللت احساسي بالتوتر
		٢	٣٦,٧	١٥٤	٢	٣٦	٧٦	٢	٣٧,٣	٧٨	الى حد ما	
		١	٥٦,٤	٢٣٧	١	٥٧,٨	١٢٢	١	٥٥	١١٥	غير مؤثر	
٠,٠٢٧	٧,٢٦١	٢	٣٣,١	١٣٩	٢	٢٨,٩	٦١	١	٣٧,٣	٧٨	مؤثر	ساعدتني على المشاركة السياسية
		١	٤٢,٤	١٧٨	١	٤٨,٨	١٠٣	٢	٣٥,٩	٧٥	الى حد ما	
		٣	٢٤,٥	١٠٣	٣	٢٢,٣	٤٧	٣	٣٦,٨	٥٦	غير مؤثر	
٠,٦١٩	٠,٩٦٠	٢	٤٢,١	١٧٧	٢	٣٩,٨	٨٤	١	٤٤,٥	٩٣	مؤثر	عرفتني باتجاهات التيارات السياسية
		١	٤٣,١	١٨١	١	٤٥	٩٥	٢	٤١,١	٨٦	الى حد ما	
		٣	١٤,٨	٦٢	٣	١٥,٢	٣٢	٣	١٤,٤	٣٠	غير مؤثر	
٠,٢٩٧	٢,٤٢٩	٢	٣٩	١٦٤	٢	٣٥,٥	٧٥	١	٤٢,٦	٨٩	مؤثر	ساعدتني على تبادل الآراء مع الآخرين
		١	٤٣,٦	١٨٣	١	٤٦,٩	٩٩	٢	٤٠,٢	٨٤	الى حد ما	
		٣	١٧,٤	٧٣	٣	١٧,٥	٣٧	٣	١٧,٢	٣٦	غير مؤثر	
		٤٢٠			٢١١			٢٠٩			المجموع	

درجة الحرية = ٢ لكل عنصر من العناصر

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم تأثيرات متابعة المصادر الاخبارية للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية - بالترتيب- هي: عرفتني معلومات حول الانتخابات، ملأت وقت فراغي، زادت شعوري بالانتماء، وتأتي التأثيرات الاخرى بنسب اقل واطهرت البيانات التفصيلية وجود فروق دالة احصائياً بين الذكور والاناث عينة البحث في احدى التأثيرات وهو ساعدتني على المشاركة السياسية حيث بلغت قيمة مستويات المعنوية (٠,٠٢٧) وهي قيمة دالة معنوياً.

- مدى تراجع الاعلام التقليدي امام الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات في الانتخابات البرلمانية:
يوضح الجدول التالي رقم (١١) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ومدى تراجع الاعلام التقليدي امام الاعلام الجديد.

جدول (١١): توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى تراجع الاعلام التقليدي امام الاعلام الجديد

المجموع			الاناث			الذكور			النوع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
٢	٣٥,٥	١٤٩	٢	٣٣,٦	٧١	٢	٣٧,٣	٧٨	تراجع الاعلام التقليدي امام الاعلام الجديد
١	٣٩,٥	١٦٦	١	٣٩,٨	٨٤	١	٣٩,٢	٨٢	بدرجة كبيرة
٤	٩	٣٨	٤	٧,٦	١٦	٤	١٠,٥	٢٢	بدرجة متوسطة
٣	١٦	٦٧	٣	١٩	٤٠	٣	١٢,٩	٢٧	بدرجة قليلة
	٤٢٠			٢١١			٢٠٩		لا يؤثر
									المجموع

مستوى المعنوية = ٠,٢٨٢

درجة الحرية = ٣

كا = ٣,٨١٣

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع درجات تراجع الاعلام التقليدي امام الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات في الانتخابات البرلمانية على: التراجع بدرجة كبيرة (٣٥,٥٪)، التراجع بدرجة متوسطة (٣٩,٥٪)، التراجع بدرجة قليلة (٩٪)، ولم يؤثر بنسبة (١٦٪)، وأظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة احصائياً بين المبحوثين طبقاً للنوع في درجات تراجع اعتمادهم على الاعلام التقليدي امام الاعلام الجديد.

- مدى امكانية وصول مرشحين غير مرغوب بهم في الانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (١٢) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ورأيهم في مدى امكانية وصول مرشحين غير مرغوب بهم في الانتخابات البرلمانية.

جدول (١٢): توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ورأيهم في مدى امكانية وصول مرشحين غير مرغوب بهم في الانتخابات البرلمانية

المجموع			الاناث			الذكور			النوع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
١	٥٠,٧	٢١٣	١	٥٠,٢	١٠٦	١	٥١,٢	١٠٧	امكانية وصول مرشحين
٢	٤٩,٣	٢٠٧	٢	٤٩,٨	١٠٥	٢	٤٨,٨	١٠٢	نعم
	٤٢٠			٢١١			٢٠٩		لا
									المجموع

مستوى المعنوية = ٠,٨٤٤

درجة الحرية = ١

كا = ٠,٠٣٩

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يعتقد (٥٠,٧٪) من المبحوثين من عينة البحث بإمكانية وصول مرشحين غير مرغوب بهم الى البرلمان في الانتخابات البرلمانية، وتوجد فروق غير دالة احصائياً بين المبحوثين من عينة البحث طبقاً للنوع في امكانية وصول مرشحين غير مرغوب بهم في الانتخابات البرلمانية.

- مقياس الفاعلية السياسية في الانتخابات:

يوضح الجدول التالي رقم (١٣) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ورأيهم في عبارات مقياس الفاعلية السياسية في الانتخابات.

جدول (١٣): اتجاهات عينة البحث طبقاً للنوع وعبارات مقياس الفاعلية السياسية في الانتخابات

مستوى المعنوية	ك١	المجموع			الاناث			الذكور			النوع	العبارات
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك		
٠,٠٥٤	٥,٨٢٦	٣	١٨,٨	٧٩	٣	١٨	٣٨	٣	١٩,٦	٤١	اوافق	احرص على حضور الندوات
		٢	٢٦,٩	١١٣	٢	٢٢,٣	٤٧	٢	٣١,٦	٦٦	الى حد ما	
		١	٥٤,٣	٢٢٨	١	٥٩,٧	١٢٦	١	٤٨,٨	١٠٢	لا اوافق	
٠,٠١٥	٨,٤١٦	٣	٢٢,٤	٩٤	٣	١٧,١	٣٦	٢	٢٧,٨	٥٨	اوافق	متابعة المضامين الاعلامية
		١	٥٤,٥	٢٢٩	١	٦٠,٧	١٢٨	١	٤٨,٣	١٠١	الى حد ما	
		٢	٢٣,١	٩٧	٢	٢٢,٣	٤٧	٣	٢٣,٩	٥٠	لا اوافق	
٠,١١٩	٤,٢٥٣	١	٣٩,٣	١٦٥	٢	٣٤,٩	٧٣	١	٤٤	٩٢	اوافق	التصويت في الانتخابات
		٢	٣٩	١٦٤	١	٤٣,١	٩١	٢	٣٤,٩	٧٣	الى حد ما	
		٣	٢١,٧	٩١	٣	٢٢,٣	٤٧	٣	٢١,١	٤٤	لا اوافق	
٠,٧٣٦	٠,٦١٤	٣	١٠,٢	٤٣	٣	١١,٤	٢٤	٣	٩,١	١٩	اوافق	الانضمام لحزب سياسي
		٢	٢٤,٨	١٠٤	٢	٢٤,٢	٥١	٢	٢٥,٤	٥٣	الى حد ما	
		١	٦٥	٢٧٣	١	٦٤,٥	١٣٦	١	٦٥,٦	١٣٧	لا اوافق	
٠,٥٩٩	١,٠٢٤	٢	٣١,٧	١٣٣	٢	٢٩,٤	٦٢	٢	٣٤	٧١	اوافق	اناقش الموضوعات السياسية
		١	٤٧,١	١٩٨	١	٤٨,٨	١٠٣	١	٤٥,٥	٩٥	الى حد ما	
		٣	٢١,٢	٨٩	٣	٢١,٨	٤٦	٣	٢٠,٦	٤٣	لا اوافق	
٠,٠١٥	٨,٣٤٣	٣	٢٨,١	١١٨	٣	٢١,٨	٤٦	٢	٣٤,٤	٧٢		شاركت في تظاهرات الثورات
		٢	٢٩,٨	١٢٥	٢	٣٢,٧	٦٩	٣	٢٦,٨	٥٦	اوافق	
		١	٤٢,١	١٧٧	١	٤٥,٥	٩٦	١	٣٨,٨	٨١	الى حد ما	
٠,٠٥٤	٥,٨٢٩	٢	٣٨,١	١٦٠	٢	٣٢,٧	٦٩	١	٤٣,٥	٩١	لا اوافق	افهم ما يدور حولي
		١	٤٥	١٨٩	١	٥٠,٢	١٠٦	٢	٣٩,٧	٨٣	اوافق	
		٣	١٦,٩	٧١	٣	١٧,١	٣٦	٣	١٦,٧	٣٥	الى حد ما	
٠,٠١٧	٨,١٩٥	٣	١٨,٦	٧٨	٣	١٤,٢	٣٠	٢	٢٣	٤٨	لا اوافق	بعد الثورات يتم الاستجابة لمطالب الشعب
		١	٥٥,٥	٢٣٣	١	٥٥	١١٦	١	٥٦	١١٧	اوافق	
		٢	٢٦	١٠٩	٢	٣٠,٨	٦٥	٣	٢١,١	٤٤	الى حد ما	
		٤٢٠			٢١١			٢٠٩			المجموع	

درجة الحرية = ٢ لكل عنصر من العناصر

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم عبارات مقياس الفاعلية السياسية في الانتخابات بالترتيب كما هو موضح في الجدول اعلاه وتوجد فروق بين الذكور والاناث في بعض العبارات وهي: متابعة المضامين الاعلامية، شاركت في تظاهرات الثورات، وبعد الثورات يتم الاستجابة لمطالب الشعب.

- توقعات المبحوثين لنجاح بعض المرشحين في الانتخابات:

يوضح الجدول التالي رقم (١٤) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ونسبة نجاح بعض المرشحين في الانتخابات البرلمانية.

جدول (١٤): توزيع عينة البحث طبقاً للنوع

المجموع			الاناث			الذكور			النوع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
٣	١٥	٦٣	٤	١١,٤	٢٤	٣	١٨,٧	٣٩	نسبة كبيرة
٢	٢٤,٥	١٠٣	٢	٢٤,٢	٥١	٢	٢٤,٩	٥٢	نسبة متوسطة
٤	١٣,٦	٥٧	٣	١٥,٢	٣٢	٤	١٢	٢٥	نسبة قليلة
١	٤٦,٩	١٩٧	١	٤٩,٣	١٠٤	١	٤٤,٥	٩٣	لن ينتخبهم أحد
٤٢٠			٢١١			٢٠٩			المجموع

كا^٢ = ٥,٠٤٦ درجة الحرية = ٣ مستوى المعنوية = ٠,١٦٨

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أن (٤٦,٩%) من عينة البحث تعتقد ان الناخبين لن يرشحوا بعض الشخصيات من تيارات غير مرغوب بها، تليها سيرشون بنسبة متوسطة بنسبة (٢٤,٥%)، وبنسبة كبيرة بنسبة (١٥%)، وبنسبة قليلة (١٣,٦%).

- توقعات المبحوثين لنسبة المشاركة بالانتخابات:

يوضح الجدول رقم (١٥) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع وتقديرهم لنسبة المشاركين في الانتخابات.

جدول (١٥): توزيع عينة البحث طبقاً للنوع وتقديرهم لنسبة المشاركين في الانتخابات

المجموع			الاناث			الذكور			النوع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
١	٥٠,٥	٢١٢	٢	٤٨,٣	١٠٢	١	٥٢,٦	١١٠	ايهما أكثر عدداً بالمجتمع
٢	٤٩,٥	٢٠٨	١	٥١,٧	١٠٩	٢	٤٧,٤	٩٩	من يشارك
٤٢٠			٢١١			٢٠٩			المجموع

كا^٢ = ٠,٧٧٣ درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠,٣٧٩

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تقترب نسبة المبحوثين الذين يعتقدون ان نسبة من سيشارك من الجمهور في الانتخابات ويعي دوره لعدم وصول مرشحين من تيارات غير مرغوب بها للبرلمان مع نسبة من لا يشارك.
 - توزيع عينة البحث طبقاً للنوع وتقييمهم للمشاركة في الانتخابات البرلمانية:
- يوضح الجدول التالي رقم (١٦) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع وتقييمهم للمشاركة في الانتخابات البرلمانية

جدول (١٦): توزيع عينة البحث طبقاً للنوع وتقييمهم للمشاركة في الانتخابات البرلمانية

المجموع			الاناث			الذكور			النوع
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
١	٦٨,١	٢٨٦	١	٦٤,٥	١٣٦	١	٧١,٨	١٥٠	ايهما أكثر عدداً بالمجتمع واجب وطني
٢	٣١,٩	١٣٤	٢	٣٥,٥	٧٥	٢	٢٨,٢	٥٩	صوتي لا يفرق
٤٢٠			٢١١			٢٠٩			المجموع

مستوى المعنوية = ٠,٢٥٧

درجة الحرية = ١

كا^٢ = ٠,٦٦٥

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تعبير (٦٨,١٪) من عينة الدراسة ان المشاركة بالانتخابات هو واجب وطني ولن يشارك (٣١,٩٪) منهم باعتبار ان صوته لا يفرق وهذه النسبة تتسق مع الفرض الرئيسي لنظرية الاتفاق الزائف حيث ان أكثر من ربع العينة لن يشارك في الانتخابات وهي نفس النسبة لعدم المشاركين في المجتمع من وجهة نظر عينة الدراسة.

- اهم مصادر الاخبار التي اعتمد عليها المبحوثين في تكوين وجهة نظرهم السابقة:

يوضح الجدول التالي رقم (١٧) توزيع اجابات عينة البحث طبقاً للنوع واهم مصادر الاخبار التي اعتمدوا عليها في تكوين وجهة نظرهم السابقة.

جدول (١٧): اهم مصادر الاخبار التي اعتمد عليها المبحوثين في تكوين وجهة نظرهم السابقة

المجموع		الاناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٨,٣	٢٨٧	٦٨,٧	١٤٥	٦٧,٩	١٤٢	المصادر القنوات الفضائية
٥٧,٤	٢٤١	٥٢,٦	١١١	٦٢,٢	١٣٠	شبكات التواصل الاجتماعية
٤٨,٣	٢٠٣	٤٥	٩٥	٥١,٧	١٠٨	مواقع الانترنت الاخبارية
٢٨,٨	١٢١	٢٩,٤	٦٢	٢٨,٢	٥٩	الاهل والاصدقاء
٢٠	٨٤	٢٠,٩	٤٤	١٩,١	٤٠	الاذاعة
١٨,١	٧٦	١٤,٧	٣١	٢١,٥	٤٥	الصحف
١١	٤٦	٥,٢	١١	١٦,٧	٣٥	مؤتمرات المرشحين
٤٢٠		٢١١		٢٠٩		جملة من سئلوا

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم مصادر الاخبار التي اعتمد عليها المبحوثين في تكوين وجهة نظرهم السابقة - بالترتيب - هي: القنوات الفضائية، شبكات التواصل الاجتماعي، مواقع الانترنت الاخبارية، الاهل والاصدقاء، الاذاعة، الصحف، ومؤتمرات المرشحين.

- أهم عبارات مقياس فاعلية التوقعات الاعلامية:

يوضح الجدول التالي رقم (١٨) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع واهم عبارات مقياس فاعلية التوقعات.

جدول (١٨): توزيع عينة البحث طبقاً للنوع واهم عبارات مقياس فاعلية التوقعات

مستوى المعنوية	كا	المجموع			الاناث			الذكور			النوع	العبارات
		ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك		
٠,٣٥٤	٢,٠٧٥	١	٤٥,٧	١٩٢	١	٤٦,٩	٩٩	٢	٤٤,٥	٩٣	اوافق	الحكومة قادرة على استعادة الامن
		٢	٤٥	١٨٩	٢	٤٢,٢	٨٩	١	٤٧,٨	١٠٠	الى حد ما	
		٣	٩,٣	٣٩	٣	١٠,٩	٢٣	٣	٧,٧	١٦	لا اوافق	
٠,٤٩٤	١,٤١١	٢	٣٠,٥	١٢٨	٢	٢٩,٤	٦٢	٢	٣١,٦	٦٦	اوافق	الحكومة ستحمي الانتخابات
		١	٥٠	٢١٠	١	٤٨,٨	١٠٣	١	٥١,٢	١٠٧	الى حد ما	
		٣	١٩,٥	٨٢	٣	٢١,٨	٤٦	٣	١٧,٢	٣٦	لا اوافق	
٠,٩٢٨	٠,١٤٩	٢	٢٨,٨	١٢١	٢	٢٨	٥٩	٢	٢٩,٧	٦٢	اوافق	تعبير عن مصالح فئة معينة
		١	٤٦	١٩٣	١	٤٦,٤	٩٨	١	٤٥,٥	٩٥	الى حد ما	
		٣	٢٥,٢	١٠٦	٣	٢٥,٦	٥٤	٣	٢٤,٩	٥٢	لا اوافق	
٠,٩٨٦	٠,٠٢٧	٢	٤١,٤	١٧٤	٢	٤١,٢	٨٧	٢	٤١,٦	٨٧	اوافق	المرشحين لا يهمهم مصلحتهم
		١	٥١,٢	٢١٥	١	٥١,٢	١٠٨	١	٥١,٢	١٠٧	الى حد ما	
		٣	٧,٤	٣١	٣	٧,٦	١٦	٣	٧,٢	١٥	لا اوافق	
٠,٣٣٦	٢,١٨١	٢	٣٤	١٤٣	٢	٣٧,٤	٧٩	٢	٣٠,٦	٦٤	اوافق	اشعر بالفوضى
		١	٤٧,٦	٢٠٠	١	٤٥	٩٥	١	٥٠,٢	١٠٥	الى حد ما	
		٣	١٨,٣	٧٧	٣	١٧,٥	٣٧	٣	١٩,١	٤٠	لا اوافق	
٠,٢٣٩	٢,٨٦٠	٢	٣١,٩	١٣٤	٢	٢٨,٤	٦٠	٢	٣٥,٤	٧٤	اوافق	المناقشات السياسية غير مفيدة
		١	٤٣,٣	١٨٢	١	٤٦,٩	٩٩	١	٣٩,٧	٨٣	الى حد ما	
		٣	٢٤,٨	١٠٤	٣	٢٤,٦	٥٢	٣	٢٤,٩	٥٢	لا اوافق	
		٤٢٠			٢١١			٢٠٩			المجموع	

درجة الحرية = ٢ لكل عنصر من العناصر

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم عبارات مقياس فاعلية التوقعات - بالترتيب - هي: الحكومة قادرة على استعادة الأمن، الحكومة ستحمي الانتخابات، تعبر عن مصالح فئة معينة، المرشحون لا يهمهم مصلتهم، اشعر بالفوضى السياسية، المناقشات السياسية غير مفيدة.

- مدى التحفيز نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية:

يوضح الجدول التالي رقم (١٩) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ومدى التحفيز نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية.

جدول (١٩): توزيع عينة البحث طبقاً للنوع ومدى التحفيز نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية

المجموع		الاناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٨,٨	٢٨٩	٦٨,٢	١٤٤	٦٩,٤	١٤٥	نعم
٣١,٢	١٣١	٣١,٨	٦٧	٣٠,٦	٦٤	لا
٤٢٠		٢١١		٢٠٩		المجموع

كا = ٠,٠٦٣ درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠,٨٠٢

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- ترى (٦٨,٨٪) من عينة البحث ان وسائل الاعلام حفزت على المشاركة في الانتخابات البرلمانية وهو ما يتفق مع نظرية فاعلية التوقعات الاعلامية.

- اهم القضايا والموضوعات التي يرغب المبحوثون في ان يركز عليها البرلمان القادم:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٠) توزيع اجابات عينة البحث طبقاً للنوع وأهم القضايا والموضوعات التي يرغب المبحوثون في ان يركز عليها البرلمان القادم.

جدول (٢٠): توزيع اجابات عينة البحث طبقاً للنوع واهم القضايا والموضوعات التي يرغب المبحوثون في ان يركز عليها البرلمان القادم

المجموع		الاناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٨,١	٢٨٦	٧٠,١	١٤٨	٦٦	١٣٨	الموضوعات
٦٧,٩	٢٨٥	٧٠,٦	١٤٩	٦٥,١	١٣٦	قضايا الفساد
٥٢,٩	٢٢٢	٥٢,٦	١١١	٥٣,١	١١١	قضايا البطالة
٥١,٢	٢١٥	٤٩,٣	١٠٤	٥٣,١	١١١	الموضوعات التعليمية
٥٠,٧	٢١٣	٥٨,٣	١٢٣	٤٣,١	٩٠	الموضوعات السياسية
٤٧,٩	٢٠١	٤٦,٤	٩٨	٤٩,٣	١٠٣	الموضوعات الصحية
٤٧,٩	٢٠١	٤٦,٤	٩٨	٤٩,٣	١٠٣	الموضوعات الاقتصادية
٤٢,٩	١٨٠	٤٧,٤	١٠٠	٣٨,٣	٨٠	قضايا المرأة والفئات المهمشة
٤١,٧	١٧٥	٣٩,٨	٨٤	٤٣,٥	٩١	الموضوعات الاجتماعية
٤٢٠		٢١١		٢٠٩		جملة من سئوا

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اهم القضايا والموضوعات - بالترتيب - هي: قضايا الفساد (٦٨,١٪)، وقضايا البطالة (٦٧,٩٪)، الموضوعات التعليمية (٥٢,٩٪)، الموضوعات السياسية (٥١,٢٪)، الموضوعات الصحية (٥٠,٧٪)، وتأتي الموضوعات والقضايا الاخرى بنسب أقل وأوضحت البيانات التفصيلية وجود فروق بين الذكور والاناث في الموضوعات الصحية حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠٢) وهي قيمة دالة احصائية.

١٠- نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائية بين معدلات التعرض لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة والتحفيز نحو اتخاذ قرار التصويت في الانتخابات البرلمانية.

ولدراسة العلاقة الارتباطية استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول (٢١): معامل قياس بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين معدلات التعرض لوسائل الاعلام

التقليدية والجديدة واتخاذ قرار التصويت في الانتخابات البرلمانية

التعرض لوسائل الاعلام الجديدة		التعرض لوسائل الاعلام التقليدية		التصويت في الانتخابات
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
٠,٥	٠,٠٣٠	٠,٦	٠,٠٢٦	ن
٤٢٠				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية غير دالة احصائياً بين معدلات التعرض لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة والتحفيز نحو اتخاذ قرار التصويت في الانتخابات.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدلات التعرض لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة وكل من دوافع وتأثيرات التعرض.

ولدراسة العلاقة الارتباطية استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول (٢٢): معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين معدلات التعرض لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة وكل من دوافع وتأثيرات التعرض

التعرض لوسائل الاعلام الجديدة		التعرض لوسائل الاعلام التقليدية		التأثيرات والتأثيرات
مستوى المعنوية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية	معامل بيرسون	
٠,٣٦٤	٠,٠٤٤	٠,٣٥٤	٠,٠٤٥	دوافع الفهم
٠,٠٤٦	٠,٠٩٨	٠,٠١١	٠,١٢٤	دوافع التسلية
٠,٢٣٨	٠,٠٥٨	٠,٢١٠	٠,٠٦١	دوافع التوجيه
٠,٠١٤	٠,١١٩	٠,٨٦٠	٠,٠٠٩	التأثيرات المعرفية
٠,٨٣٠	٠,٠١٠	٠,٩٩٧	٠,٠٠٠	التأثيرات السلوكية
٠,٧٤٨	٠,٠١٦	٠,٤٦١	٠,٠٣٦	التأثيرات الوجدانية
٤٢٠				ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتضح استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين التعرض لكل من وسائل الاعلام التقليدية والجديدة ودافع التسلية، كما توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين التعرض لوسائل الاعلام الجديدة والتأثيرات المعرفية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين طبقاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة في دوافع وتأثيرات تعرضهم لوسائل الاعلام في الحصول على معلومات حول الانتخابات.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدم الباحث اختباري (ت) وتحليل التباين one way anova المبين نتيجته في الجدول التالي:

جدول (٢٣): اختبار (ت) و (ف) للفروق بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية المختلفة في دوافع وتأثيرات تعرضهم لوسائل الاعلام في الحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة (ت) أو (ف)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن	المتغير	الدوافع والتأثيرات
٠,١٤٣	٤٧٢,٤١٧	١,٤٦٧	٠,٥٢٢	٢,٢٨	٢٠٩	الذكور	
			٠,٥٠٩	٢,٢١	٢١١	الاناث	
٠,٧١٥	٤,٤١٥	٠,٥٢٩	٠,٥٠٠	٢,٣٣	٢	أمي	دافع الفهم
			٠,٤١٤	٢,١٧	١٢	يقرأ ويكتب	
			٠,٤٥٥	٢,٢٦	٧١	متوسط جامعي	
			٠,٥٤٩	٢,٢٣	٢٩٧	دراسات عليا	
			٠,٣٨٧	٢,٣٥	٣٨	٢٥-١٨ سنة	
			٠,٥٣١	٢,٢٥	٢٥٣	٣٥-٢٥ سنة	
٠,٨٢٢	٤,٤١٥	٠,٣٨٢	٠,٤٧٣	٢,٢٨	٥٥	٤٥-٣٥	دافع التسلية
			٠,٤٥٢	٢,١٨	١٥	٥٥-٤٥ سنة	
			٠,٤٦٢	٢,١٩	٦١	أكثر من ٥٥ سنة	
			٠,٥٦٥	٢,٢٧	٣٦		
			٠,٥٣١	٢,٢٥	٢٥٣		
٠,٣٠٦	٤٠٧,٤١٦	١,٠٢٦	٠,٤٨٥	١,٨٢	٢٠٩	الذكور	
			٠,٥٢١	١,٧٧	٢١١	الاناث	
٠,١١١	٤,٤١٥	١,٨٨٩	٠,٥٣٧	٢,١٧	١٢	أمي	دافع التسلية
			٠,٤٣٣	١,٨٢	٧١	يقرأ ويكتب	
			٠,٥١٣	١,٧٧	٢٩٧	متوسط جامعي	
			٠,٥٢٨	١,٧٩	٣٨	دراسات عليا	
			٠,٥١٥	١,٧٤	٢٥٣	٢٥-١٨ سنة	
			٠,٣٨٨	١,٨٧	٥٥	٣٥-٢٥ سنة	
٠,٠٧٦	٤,٤١٥	٢,١٣٥	٠,٤٤٢	١,٩٧	١٥	٤٥-٣٥	تأثيرات معرفية
			٠,٥٥٣	١,٨٤	٦١	٥٥-٤٥ سنة	
			٠,٤٨٦	١,٩٢	٣٦	أكثر من ٥٥ سنة	
			٠,٥١٥	١,٧٤	٢٥٣		
			٠,٣٨٨	١,٨٧	٥٥		
٠,٢٩٣	٤١٧,٨٩٠	١,٠٥٣	٠,٥٥٥	٢,٣٢	٢٠٩	الذكور	
			٠,٥٥١	٢,٢٧	٢١١	الاناث	
٠,٦٥٣	٤,٤١٥	٠,٦١٣	٠,٥١٩	٢,٢٢	١٢	أمي	تأثيرات معرفية
			٠,٤٥٧	٢,٣٨	٧١	يقرأ ويكتب	
			٠,٥٨٧	٢,٢٨	٢٩٧	متوسط جامعي	
			٠,٤٦٠	٢,٢٩	٣٨	دراسات عليا	
			٠,٥٧١	٢,٣١	٢٥٣	٢٥-١٨ سنة	
			٠,٥٢٥	٢,٣٢	٥٥	٣٥-٢٥ سنة	
٠,٥٩٩	٤,٤١٥	٠,٦٩١	٠,٤٥٢	٢,١٦	١٥	٤٥-٣٥	تأثيرات معرفية
			٠,٥٤١	٢,٢٢	٦١	٥٥-٤٥ سنة	
			٠,٥٢٨	٢,٣٥	٣٦	أكثر من ٥٥ سنة	
			٠,٤٢٩	١,٦٦	٢٠٩		
			٠,٤٧٢	١,٦٢	٢١١		
٠,٣٥٧	٤١٤,٩٧	٠,٩٢٢	٠,٥٠٠	١,٥٠	٢	أمي	
			٠,٣٠٤	١,٥٦	١٢	يقرأ ويكتب	

٠,٥٢٠	٤,٤١٥	٠,٨٠٨	٠,٤٣٨	١,٦٠	٧١	متوسط	تأثيرات وجدانية
			٠,٤٦٠	١,٦٤	٢٩٧	جامعي	
			٠,٤٤٨	١,٧٤	٣٨	دراسات عليا	
٠,٣٨٣	٤,٤١٥	١,٠٤٦	٠,٤٤٦	١,٦٣	٢٥٣	٢٥-٢٨ سنة	تأثيرات سلوكية
			٠,٤٤٦	١,٥٥	٥٥	٢٥-٣٥ سنة	
			٠,٤٦٠	١,٦٧	١٥	٤٥-٣٥	
			٠,٤٧٤	١,٧١	٦١	٤٥-٥٥ سنة	
			٠,٣٤٨	١,٦٦	٣٦	أكثر من ٥٥ سنة	
٠,١٧٦	٤١٧,٧٤٠	١,٣٥٤	٠,٦٣٨	٢,٠٨	٢٠٩	الذكور	تأثيرات سلوكية
			٠,٦٢٩	٢,٠٠	٢١١	الإناث	
٠,١٨٩	٤,٤١٥	١,٥٤٤	٠,٥٥٠	٣,٠٠	٢	أمي	تأثيرات سلوكية
			٠,٥٧٧	٢,١٧	١٢	يقرأ ويكتب	
			٠,٦٥٦	٢,٠٤	٧١	متوسط	
			٠,٦٤١	٢,٠٢	٢٩٧	جامعي	
			٠,٥٠٢	٢,١٣	٣٨	دراسات عليا	
٠,٩٩٢	٤,٤١٥	٠,٠٦٦	٠,٦٦٣	٢,٠٥	٢٥٣	٢٥-٢٨ سنة	تأثيرات سلوكية
			٠,٦٠٩	٢,٠٦	٥٥	٢٥-٣٥ سنة	
			٠,٦٨١	٢,٠٠	١٥	٤٥-٣٥	
			٠,٥١٦	٢,٠٢	٦١	٤٥-٥٥ سنة	
			٠,٦٥٤	٢,٠٣	٣٦	أكثر من ٥٥ سنة	
٤٢٠							ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- اظهر استخدام اختبار (ت) واختبار تحليل التباين وجود فروق غير دالة احصائياً بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية المختلفة في دوافع وتأثيرات تعرضهم لوسائل الاعلام للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية. الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية المختلفة في معدلات تعرضهم لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة في الحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدم الباحث اختبار (ت) و (ف) المبين في نتيجة الجدول التالي:

جدول (٢٤): اختبار (ت) و (ف) للفروق بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية المختلفة في معدلات تعرضهم لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة في الحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية

التعرض	المتغير	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت) أو (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
التعرض لوسائل الاعلام التقليدية	الذكور	٢٠٩	١,٣٨	٠,٧٥٨	١,٠٤٠	٤١٦,٠١٤	٠,٢٩٩
	الإناث	٢١١	١,٣١	٠,٧١٤			
التعرض لوسائل الاعلام التقليدية	أمي	٢	٢,٠٠	٠,٥٥٠	٢,٢٠٥	٤,٤١٥	٠,٠٦٨
	يقرأ ويكتب	١٢	١,٨٣	٠,٥٧٧			
	متوسط	٧١	١,٣٩	٠,٧٦٥			
	جامعي	٢٩٧	١,٣٠	٠,٧٢٧			
	دراسات عليا	٣٨	١,٤٢	٠,٧٥٨			
التعرض لوسائل الاعلام التقليدية	٢٥-٢٨ سنة	٢٥٣	١,٢٢	٠,٧٢٣	٥,٨٧٧	٤,٤١٥	٠,٠٠٠
	٢٥-٣٥ سنة	٥٥	١,٥٣	٠,٧١٢			
	٤٥-٣٥	١٥	١,٨٠	٠,٤١٤			

			٠,٧٦١	١,٤١	٦١	٥٥-٥٥ سنة	التعرض لوسائل الاعلام الجديدة
			٠,٦٨٣	١,٦٤	٣٦	أكثر من ٥٥ سنة	
٠,٨٦٩	٤١٥,٢٦٠	٠,١٦٥	٠,٧١٣	١,١٧	٢٠٩	الذكور	
			٠,٦٦٤	١,١٦	٢١١	الإناث	
			٠,٠٠٠	١,٠٠	٢	أمي	
			٠,٧٣٩	١,٠٠	١٢	يقرأ ويكتب	
٠,٨١٣	٤,٤١٥	٠,٣٩٤	٠,٦٧٦	١,١٧	٧١	متوسط	
			٠,٧٠٨	١,١٦	٢٩٧	جامعي	
			٠,٥٥٤	٢,١٦	٣٨	دراسات عليا	
			٠,٦٩٩	١,١٥	٢٥٣	٢٥-١٨ سنة	
			٠,٧٥٢	١,٠٩	٥٥	٢٥-٣٥ سنة	
			٠,٥٣٥	١,٠٠	١٥	٤٥-٣٥	
٠,٤٢٠	٤,٤١٥	٠,٩٧٧	٠,٦٢٣	١,٢٥	٦١	٥٥-٤٥ سنة	
			٠,٦٦٨	١,٣١	٣٦	أكثر من ٥٥ سنة	
			٤٢٠				ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أظهر استخدام اختبار تحليل التباين وجود فروق دالة احصائياً بين الباحثين من المراحل العمرية المختلفة في معدلات تعرضهم لوسائل الاعلام التقليدية وذلك لصالح الباحثين من الفئة العمرية من (٣٥-٤٥) سنة، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠) وهي قيمة دالة احصائياً.
- جدول (٢٥): مصدر التباين بين الباحثين عينة البحث طبقاً لاختلاف متغير السن في معدلات تعرضهم لوسائل الاعلام التقليدية كمصدر للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية

التعرض	المرحلة العمرية	المرحلة العمرية المقارنة	الفروق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
التعرض لوسائل الاعلام التقليدية	١٨ - ٢٥ سنة	٢٥ - ٣٥ سنة	٠,٣٠٦	٠,٠٠٤
		٣٥ - ٤٥ سنة	٠,٥٧٩	٠,٠٠٣
		٤٥ - ٥٥ سنة	٠,١٨٨	٠,٠٦٧
	التعرض لوسائل الاعلام التقليدية	٢٥ - ٣٥ سنة	أكثر من ٥٥ سنة	٠,٤١٨
٣٥ - ٤٥ سنة			٠,٢٧٣	٠,١٩٤
٣٥ - ٤٥ سنة		٤٥ - ٥٥ سنة	٠,١١٧	٠,٣٨٠
		أكثر من ٥٥ سنة	٠,١١٢	٠,٤٧٠
٤٥ - ٣٥ سنة	٤٥ - ٥٥ سنة	٠,٣٩٠	٠,٠٦١	
	أكثر من ٥٥ سنة	٠,١٦١	٠,٤٦٧	
٤٥ - ٥٥ سنة	أكثر من ٥٥ سنة	٠,٢٢٩	٠,١٣١	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- توجد فروق دالة احصائياً بين الباحثين من الفئة العمرية (١٨ - ٢٥) سنة، وكل من الباحثين من الفئات العمرية من (٢٥ - ٣٥) سنة، من (٣٥ - ٤٥) سنة، وأكثر من ٥٥ سنة، والمقارنة لصالح الباحثين من ٣٥ - ٤٥ سنة حيث بلغ متوسطهم الحسابي (١,٨٠) مقابل (١,٢٢، ١,٠٣، ١,٤١، ١,٦٤) لكل من الفئات العمرية الأخرى.
- الفرض الخامس: توجد فروق دالة احصائياً بين الباحثين طبقاً لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية في مشاركتهم بالتصويت في الانتخابات البرلمانية

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدم الباحث اختبار (ت) واختبار التباين المبينة نتيجته في الجدول التالي:

جدول (٢٦): اختبار (ت) واختبار التباين

التصويت	المتغير	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت) أو (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
التصويت في الانتخابات البرلمانية	الذكور	٢٠٩	١,٩٢	٠,٤٥٩	٢,١٤٠	٤١٨	٠,٠٣٣
	الاناث	٢١١	١,٨٣	٠,٤٠١			
	أمي	٢	١٢,٠٠	٠,٠٠٠	٠,٩٨٣	٤,٤١٥	٠,٤١٧
	يقرأ ويكتب	١٢	١١,١٧	٢,٥٥٢			
	متوسط	٧١	١١,٥٦	٢,٥٤٠			
	جامعي	٢٩٧	١١,٠٨	٢,٦٥٩			
	دراسات عليا	٣٨	١١,٧٦	٢,٢٤٧			
	٢٥-١٨ سنة	٢٥٣	١١,٢٠	٢,٦٤٤	٠,٩٨٥	٤,٤١٥	٠,٤١٥
	٣٥-٢٥ سنة	٥٥	١٠,٨٢	٢,٢٩٤			
	٤٥-٣٥	١٥	١٠,٨٧	٢,٥٣٢			
	٤٥-٥٥ سنة	٦١	١١,٥٢	٢,٥٢٧			
	أكثر من ٥٥ سنة	٣٦	١١,٧٥	٢,٨٤٢			
ن		٤٢٠					

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- توجد فروق دالة احصائياً بين الذكور والاناث عينة البحث في اتخاذهم قرار التصويت في الانتخابات.
- الفرض السادس: توجد فروق ارتباطية دالة احصائياً بين الثقة في المضمون الاعلامي حول الانتخابات البرلمانية ومتغيرات البحث.

جدول (٢٧)

متغيرات البحث	الثقة	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
التعرض لوسائل الاعلام التقليدية	٠,٠٥٤	٠,٠٥٦	
التعرض لوسائل الاعلام الجديدة	٤٢٠	١	
دافع الفهم	٤٢٠	٠,٠٠	
دافع التسلية	٠,١٣٨	٠,٠٠٥	
دافع التوجيه	٠,١٢٣	٠,٠١١	
التأثيرات المعرفية	٠,٢١١	٠,٠٠	
التأثيرات الوجدانية	٠,٠٨٧	٠,٠٧٤	
التأثيرات السلوكية	٠,٢٥٦	٠,٠٠	
التصويت في الانتخابات	٠,٢٣٥	٠,٠٠	
ن		٤٢٠	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتضح باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين الثقة في المضمون الاعلامي حول الانتخابات وكل من دوافع الفهم والتسلية والتوجيه وتأثيرات التعرض المعرفية والسلوكية وقرار التصويت في الانتخابات البرلمانية.

الخاتمة

اوضح البحث وجود علاقة ارتباطية غير دالة احصائياً بين معدلات التعرض لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة والتحفيز نحو المشاركة في التصويت بالانتخابات البرلمانية، كما توجد فروق غير دالة احصائياً بين المبحوثين طبقاً لمتغيراتهم الديموغرافية في دوافع وتأثيرات تعرضهم لوسائل الاعلام المختلفة للحصول على معلومات حول الانتخابات البرلمانية.

المصادر

- [1]. William, Loges & Sandra, Reach. Dependency Relations & Newspaper Readership. In: *Journalism Quarterly*, Vol. 70, No. 3, 1993. P.603.
- [2]. McQuay & Windahl, Seven. *Communication Models: The Study of Mass Communication* (London: Longman, 1991) pp.65-70.
- [3]. Loges, Willam. Perception of threat & System Dependency Relation. *In: Communication Research*, Vol. 1, 1994, pp.78-79.
- [4]. Anne Marie De la Haye. A Methodological Note about the Measurement of the False effects. *In: European Journal of Social Psychology*, Vol. 3, 2000, p.17.
- [5]. Bauman, Kathleen P, Glenn. We Think you agree: The Detrimental impact of the False Consensus Effect on behavior *in: Peer Reviewed Journal*, Vol. 21, No. 1, 2002, p.12.
- [6]. Anne, Marie De la Haye. *Op. cit.* P. 46.
- [7]. تم الاعتماد على المراجع التالية:
- [8]. Gunther, Al. Borkowski, Dina, Liebhart, Janice & Weber, Katherine. Presumed Influence, Mass Media Indirectly Affect Adolescent Smoking, *Paper Presented at the annual meeting of the International Communication Association*, San Diego, CA, May 27, 2003. P.7.
- [9]. Albert C. Gunther. "The Persuasive Press Inference. Effects of Mass Media" *In: Perceived Public Opinion Communication Research*, Vol. 25, No. 5, 1998, pp. 486-504.
- [10]. Lindsay H. Hoffman, M. A. "Public Opinion in Context; A Multilevel Model of Media Effects on Perceptions of Public Opinion & Political Behavior" *Ph.D.* (USA: The Ohio State University, 2007) pp.11-13.
- [11]. O'Connor, Madeleine. "From the Living room to the Palm of Your Hand: How Television News Organizations Present a Presidential Election on Twitter Feeds Versus TV Screens an analysis of 2012 Presidential Election Coverage". *M.A.* (USA: George Washington University, 2020).
- [12]. Smock, Shea. "Prostituting the Public in the 2012 Presidential Election: A Political Economic analysis of Super Paces. In Television News", *Ph.D.* (USA: The Florida State University, 2020).
- [13]. Beattie Leslie A. " Presidential Election Hispanic Voter Turnout In create & the Role of Television Viewing". *M.A.* (USA: ST. Thomas University, 2018).
- [14]. Al Rawi, Ahmed Khalid. Tv. Coverage of the 2010 Election in Iraq: a study of the evening newscasts of four Iraqi Satellite Channels. *Ph.D.* (London: University of Leicester, 2012).
- [15]. شيركو جبار، دور الحملات الاعلامية التلفزيونية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب العراقي، *رسالة ماجستير* (القاهرة: معهد البحوث العربية، جامعة الدول العربية، 2011).
- [16]. اسامة مكية، "دور الانترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري على عدد من الصفحات الاخبارية على الفيسبوك خلال شهر يونيو 2013"، *رسالة ماجستير* (القاهرة: كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2020).