

دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية "الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب أنموذجاً"

خلف لافي الحماد*، وفرحان راشد العليمات*، وسارة أحمد عكور*، وتيماء أسامه القاضي**

تاريخ القبول 2021/09/29

DOI:https://doi.org/10.47017/31.4.1

تاريخ الاستلام 2021/08/02

الملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب؛ لزيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية. واعتمدت الدراسة التي تصنف في إطار الدراسات الوصفية على المنهج المسحي من خلال توزيع استبانة إلكترونية قوامها (314) مفردة وفقاً للعيبة المتاحة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها ما يلي:

- جاءت ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب بدرجة متوسطة.
 - جاءت درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب متوسطة.
 - جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة من حيث الاعتماد عليها من الأردنيين لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
 - كانت قناة المملكة الأردنية أكثر وسائل الإعلام متبعة من الأردنيين، بينما جاءت البروشورات الصادرة عن الهيئة وصفحات مواقع التواصل الخاصة بالهيئة والمحاضرات والندوات في المرتبة الأخيرة.
 - جاءت أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية بدرجة متوسطة.
 - تبين تواضع دور الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية.
 - تبين أن التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية جاءت بدرجة كبيرة.
- الكلمات المفتاحية: الأنشطة الاتصالية، العلاقات العامة، الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب، الوعي، المشاركة السياسية.

المقدمة

تعد زيادة الوعي بالعملية الانتخابية عاملاً أساسياً في رفع نسبة المشاركة السياسية بشكل عام والعمليات الانتخابية بشكل خاص، حيث تلزم الإدارات الانتخابية عالمياً بنهج التوعية بالعملية الانتخابية بهدف زيادة وعي المواطنين بأهمية المشاركة السياسية وتأثيرها الإيجابي على مجتمعاتهم، وذلك من خلال المشاركة الفاعلة في العملية الانتخابية، وممارسة الحقوق المدنية والسياسية بفاعلية على نحو يشمل شرائح المجتمع كافة. وتعد المشاركة الفاعلة للمواطن في الحياة السياسية جزءاً أساسياً من عملية التحول الديمقراطي في المجتمع؛ إذ يساهم اندماجه في الجمعيات والمنظمات غير الحكومية والأحزاب السياسية والهيئات التمثيلية في زيادة مستوى التطور الحاصل في الوعي الاجتماعي والسياسي، لا سيما وأن مسألة المشاركة السياسية للمواطن أصبحت مطلباً وطنياً. كما يساهم ذلك الاندماج في تنشيط السلوك السياسي للمواطنين من خلال إشراكهم في العمل الانتخابي، الذي يعد من أهم أساليب المشاركة السياسية وأكثرها قدرة على التأثير في صنع السياسة العامة. لهذا يصبح لدى المواطن إيمان بأن مشاركته في العمل الانتخابي كناخب أو مرشح أو ممثل للشعب في البرلمان عامل مهم من عوامل المساهمة في صناعة القرار السياسي (Unicef, 2007, p.33).

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك، 2022.

* كلية الاعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

** كلية الاعلام، جامعة البتراء، عمان، الأردن.

إن الواقع السياسي الأردني يشتمل على تحولات وعمليات تنعكس على طبيعة المرحلة التاريخية التي تمر بها الدولة، والتي تحدد أهم معالمها؛ فهي تشكل الإطار الذي يتحكم بالاتجاهات والسياسات التي يفترض اتباعها باعتبار الديمقراطية أساساً في بناء ركائز النهضة والتقدم للبلدان في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، حيث تتعدد مفاهيم الديمقراطية وتطبيقاتها ومفاهيم المشاركة في صنع القرار السياسي والتنموي في دول العالم كافة. فالديمقراطية سمة من سمات النظام السياسي في الدولة، وعنصر مهم من عناصر قوتها التي تتحول فيها الإرادة الشعبية إلى إيجاد مجلس منتخب عبر وسيلة منظمة للعملية الانتخابية. وتعد عملية المشاركة السياسية للمواطنين في اختيار ممثليهم في البرلمان عبر الانتخابات النيابية واحداً من أشكال الممارسة السياسية التي تلعب دوراً مهماً في التطور الديمقراطي لأي نظام سياسي. وفي هذه الحالة، لا بد من أن يكون هناك إطار لمشروعية الإجراءات في العملية الانتخابية النيابية متمثلة في مبدأ المشروعية التي تتجسد فيها سيادة الدستور والقانون، مع الأخذ بفرض نظام رقابة وتنظيم شاملين لحماية مشروعية إجراءات الانتخابات النيابية، كونها الوسيلة الأساسية في تكوين الديمقراطية النيابية (Al Attiyat, 2019, pp.52-53). فقد دأب الأردن على إدماج المواطن في الحياة السياسية من خلال برامج متكاملة وجهت نحو مراجعة التشريعات، وتحديد العقبات والعوائق التي تحول دون مشاركته، والسعي لبناء قدراته وتمكينه من النهوض بأدواره؛ فوجود اتصال دائم مع المواطنين يسهم في توضيح حقوقهم وبيان التعليمات التنفيذية والإجراءات المتعلقة بمراحل العملية الانتخابية في فترات الانتخابات (Othman, 2004, p.1).

وتقوم مديرية الاتصال والإعلام والتوعية في الهيئة المستقلة للانتخاب بتعزيز التواصل بين الهيئة والمجتمع الأردني من مواطنين وناخبين وأحزاب ومؤسسات مجتمع مدني، ومرشحين ووسائل إعلام، ومجتمع دولي؛ لتعريفهم بالهيئة وأنشطتها، وترسيخ صورة إيجابية لها، ودعم الانتخابات وإعادة ثقة المواطنين بالعملية الانتخابية، كما تعنى بتنسيق جهود الجهات المعنية بزيادة وعي المواطنين وتثقيفهم بما في ذلك الشباب والفئات المهمشة من النساء والأشخاص ذوي الإعاقة لتشجيعهم على المشاركة في الانتخابات، وتعريف الناخبين بالإجراءات كافة المتعلقة بمراحل العملية الانتخابية وإجراءات الاقتراع والفرز، بما يهدف إلى ممارسة الناخب لحقه بسهولة ويسر، وتسهيل مهمة الإعلاميين والمراقبين في التغطية والرقابة على العملية الانتخابية (The website of the Independent Electoral Commission: www.iec.jo).

مشكلة الدراسة

إن قوة الوعي السياسي للمجتمع تعبر عن القوة السياسية للدولة التي تتمثل بمدى الحرية التي تمنحها الدولة لشعبها في التعبير عن آرائه ومعتقداته، والتي تساهم في تشكيل استقرارها السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي، حيث تساعد في توحيد أفراد المجتمع مع مؤسسات الدولة في سبيل تحقيق الأهداف، وتلافي المشاكل، وعدم هدر الأموال في الإصلاح. ولتحقيق ذلك، ينبغي على العاملين في مجال الاتصال في الهيئة المستقلة للانتخاب إدراك وتفهم طريقة تقديم المعلومات التي يحتاجها المواطنون بأسلوب بسيط ومتسلسل ومترابط وبشكل حقيقي؛ ليكونوا قادرين على تكوين آرائهم أو معتقداتهم السياسية التي تساهم في تشكيل وعيهم ليقوموا بالمشاركة السياسية الفعالة، خاصة أن الفقرة (ز) من المادة (12) من قانون الهيئة المستقلة للانتخاب رقم (11) لسنة (2012) وتعديلاته نصت على "توعية الناخبين بأهمية المشاركة في الحياة السياسية، بما في ذلك العمليات الانتخابية". وعليه، يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية؟

أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية زيادة الوعي السياسي في الأردن، ودوره في بناء المجتمع من جميع جوانبه، بوصفه ركيزه أساسية في تحقيق الانتماء والولاء تجاه الوطن؛ إذ تكتسب الانتخابات بمختلف أنواعها أهمية بالغة لدى الأردنيين، وخاصة الانتخابات النيابية. وتساهم الانتخابات النيابية في تفعيل السلوك السياسي وتنشيطه، الذي يعد من أهم أساليب المشاركة السياسية، وأكثرها قدرة على التأثير في صنع السياسة العامة. وتقوم الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب بالإشراف على عملية الانتخابات النيابية وإدارتها بكل مراحلها، بالإضافة إلى أي انتخابات أخرى يقررها مجلس الوزراء بما يضمن أعلى مستويات الشفافية والنزاهة والحياد في إدارة العمليات الانتخابية المختلفة. وتبرز أهمية الدراسة هنا في تناقص نسب مشاركة

المواطنين في مختلف الانتخابات؛ فعلى سبيل المثال، بلغت نسبة تصويت الأردنيين للانتخابات النيابية (29.9%) في عام 2020 مقارنة بنسبة تصويت بلغت (36%) في عام 2016م. وفي عام 2013 بلغت (56.69%) (Independent Election Commission, 2011).

أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة التعرف إلى مدى دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية هدفاً رئيساً، ويتفرع منه عدد من الأهداف الفرعية المتمثلة في التعرف إلى:
- 1- عادات وأنماط تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب.
 - 2- درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
 - 3- الأنشطة الاتصالية المستخدمة في الهيئة المستقلة للانتخاب ويعتمد عليها الأردنيون في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
 - 4- أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
 - 5- دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية.
 - 6- التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة من اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
 - 7- اختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة مثل: الفروق ذات الدلالة الإحصائية في درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية، وكذلك العلاقة الارتباطية بين درجة الاعتماد والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية).

أسئلة الدراسة

يتمثل سؤال الدراسة الرئيس في الآتي:

- ما دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية؟ وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية على النحو الآتي:
- 1- ما عادات وأنماط تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب؟
 - 2- ما درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟
 - 3- ما الأنشطة الاتصالية المستخدمة في الهيئة المستقلة للانتخاب ويعتمد عليها الأردنيون في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟
 - 4- ما أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟
 - 5- ما دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية؟
 - 6- ما التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة من اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟

فروض الدراسة

- 1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي والعمر ومكان السكن).
- 2- لا توجد علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية).

المصطلحات والمفاهيم الإجرائية

الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة: هي "كل ما تقوم به العلاقات العامة من وظائف وفعاليات مستخدمة وسائلها الاتصالية بأنواعها المختلفة بهدف التأثير الإيجابي، وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الرأي العام" (Atoum, 2010). وتعرف الأنشطة الاتصالية إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: جميع الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب لزيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية، سواء التي يتم تنفيذها بمساعدة وسائل الإعلام التقليدية أو الأنشطة الاتصالية الذاتية من وجاهية وإلكترونية.

العلاقات العامة: "تلك العملية التي يتم من خلالها تقديم المعلومات الإقناعية للجمهور؛ بهدف تشكيل أو تعديل الأفعال والاتجاهات الخاصة بالمؤسسة عن طريق التأثير الإقناعي، والاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي" (Filastin, 1959). وتعرف العلاقات العامة إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: العلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب - محل هذه الدراسة - التي تقوم بنشاط اتصالي إعلامي بهدف زيادة وعي الناخبين الأردنيين بالمشاركة السياسية.

الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب: هي مؤسسة أردنية مستقلة مادياً وإدارياً، تأسست عام 2012 كجهة تعنى بإدارة العملية الانتخابية والإشراف عليها، بالإضافة إلى ضمان إجراء انتخابات نيابية تتوافق مع المعايير الدولية، وتكفل إعادة ثقة المواطن بالعملية الانتخابية ومخرجاتها، ومعالجة المشاكل السلبية والتراكمية وبناء خطوات وإنجازات إصلاحية. وتضم الهيئة مديرية الاتصال والإعلام والتوعية، وتتبع لها أقسام: التوعية والتثقيف، والأحزاب والمجتمع المدني، والإعلام والعلاقات العامة، والإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي، والتعاون الدولي (Independent Election Commission, 2011).

الانتخاب: هو الوسيلة الأساسية لإسناد وتداول السلطة في الديمقراطية النيابية بقيام الناخبين بممارسة حقهم في اختيار من يمثلهم في المؤسسات الحاكمة للدولة (Abdali, 2009, p.29). ويعرف إجرائياً بأنه: الإجراء الدستوري الذي يشمل مجموعة من المبادئ القانونية التي تتكون من نظام تشريعي يتم من خلاله اختيار فرد أو مجموعة من الأفراد لشغل المؤسسات التشريعية، مثل: مجلس النواب واللامركزية والبلديات.

الوعي السياسي: هو الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع في قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتخذون من هذه القضايا موقفاً معرفياً ووجدانياً في آن واحد (AL Azazi, 2008, p.1). ويعرف إجرائياً بأنه: مستوى وعي المجتمع الأردني بالأحداث والتطورات السياسية على المستويين المحلي والعربي، ويتمثل بمجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للمواطن الأردني أن يشارك مشاركة فعالة في تطوير مجتمعه، وحل مشكلاته وأن يحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها، ما يدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها.

المشاركة السياسية: هي ركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية التي تعني ممارسة الشعب لحقه في حكم نفسه بنفسه من خلال حق الترشيح، أو التصويت في الانتخابات، أو الاهتمام بالقضايا والأمور السياسية ومناقشتها مع الآخرين، أو العضوية في المنظمات كمحاولة للتأثير على متخذي القرار (El Sayed, 1994, p.173). وتعرف إجرائياً بأنها: شكل من أشكال الممارسة السياسية التي تمثل الأنشطة السياسية التي يقوم بها المواطن الأردني بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية صنع القرار السياسي، سواء أكان ذلك على مستوى الفرد أم على مستوى الجماعة.

الأردنيون (إجرائياً): هم جميع الأردنيين الذين أعمارهم 18 عاماً فما فوق، ويحق لهم المشاركة في الانتخابات المختلفة. النظرية المستخدمة في الدراسة: تركز هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تعد في مجملها نظرية بيئية تركز على العلاقات القائمة بين الأنظمة المختلفة في المجتمع الواحد؛ انطلاقاً من قاعدة أن المجتمع هو تركيب عضوي متعدد الأنظمة ما بين أنظمة صغيرة وكبيرة تترابط وتتفاعل سويًا في علاقات متبادلة، ومن بينها علاقة وسائل الإعلام بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية (Loges, 1994, p.6). ويشكل منظور اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام داخل المجتمع (Emara, 2005, p.261).

وتُعرف علاقة الاعتماد بأنها " العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام مصدراً للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة. وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق ثلاثة أهداف هي: جمع المعلومات وتنسيقها ثم نشرها، ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة فيه. ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الأفراد " (Ball-Rokeach, 1985, p.239). وتتمثل فكرة نظرية الاعتماد في أن استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال وتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع وما تعلمناه من وسائل الاتصال، وأي رسالة نتلقاها قد تكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع، وكذلك على تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة (Ismail, 2003, p.3). كما أنها تقوم على علاقة اعتمادية بحيث تكون هذه العلاقة بين منظومة وسائل الإعلام بشكل إجمالي وأحد أجزائها مثل التلفزيون أو الصحافة أو الإذاعة " (Abuosba, 2006, p.26). ويتم تحديد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام؛ فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية وبالتالي ازداد تأثيرها (Stanley & Dennis, 2006, pp.320-322)، وهذه الوسائل تشمل عدداً من الافتراضات هي:

- تختلف المجتمعات وفقاً لدرجة استقرارها؛ فكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما، زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام.
- كلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادراً على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع وإشباع احتياجاته، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقاً لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم (Defleur, 1989, p.240). وأما "محور هذه النظرية، فيقوم على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبى احتياجاته وتساعد في تحقيق هذه الاحتياجات" (Al Mousa, 2009, p.55). وتشتمل مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية على ثلاثة أنماط هي:

أ - التأثيرات المعرفية: وتتمثل بكشف الغموض الناتج عن نقص المعلومات في حدث معين، حيث يترتب على ذلك عدم معرفة التفسير الصحيح له من الجمهور. وتعمل وسائل الإعلام على كشف الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في حادثة معينة (Abuosba, 2010, p.45)، ومن أثارها المعرفية قدرتها على تكوين الاتجاه وترتيب الأولويات، حيث تعمل وسائل الإعلام على إبراز قضايا وإخفاء أخرى، ما يشكل أهمية لدى الجمهور جراء تسليط الضوء على الإعلام في قضية دون أخرى (Aldulaimi, 2012, pp.241-242).

ب - التأثيرات الوجدانية: وتتمثل بمشاعر الحب والكراهية التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم كعواطف القلق والحب والفتور العاطفي.

ج- التأثيرات السلوكية: وهي التي تعبر عن الأثر الذي يشغل اهتمام العديد من الناس في التغييرات الخاصة بالاتجاه والمعتقدات والمشاعر؛ فالسلوك يحدث نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية.

ومن أهم التأثيرات السلوكية (Hjab, 2010, p.306):

- 1- التنشيط: ويعني قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهذا هو المنتج النهائي لربط التأثيرات المعرفية بالوجدانية.
- 2- الخمول: ويعني العزوف عن العمل، وهو يحدث نتيجة التغطية المبالغ فيها، الأمر الذي يسبب الملل.

وتأسيساً على ما سبق، يمكن القول: إن اعتماد الأردنيين على القائم بالاتصال في الهيئة الانتخابية لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية يقوم على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بوصفها نوعاً من الإعلام الحديث الذي يفترض فيه أن يزود الناس بالمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات. وهذا يعني أن الإعلام يسعى إلى الإقناع عن طريق المعلومات، والحقائق، والأرقام، والإحصائيات. وبناءً على ذلك، يمكن القول: إن الناس لا يعتمدون أبداً على إعلام لا يعبر عن ثقافتهم وتفكيرهم ولا يقوم على أساس من الواقع، بل على الافتراضات التي ينفي بها عن نفسه مفهوم الإعلام ليدخل حدود الدعاية التي تعتمد على التضخيم، وربما التظليل في أوقات معينة، خصوصاً في أثناء الانتخابات؛ إذ إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين هما: الأهداف والمصادر، وهذا يحقق للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية. واحياناً يكون عليهم الاعتماد على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح (El Sayed, 1998, p.208).

الدراسات السابقة

أولاً: محور الدراسات العربية المتعلقة بالأنشطة الاتصالية

- دراسة محمد بن (2019) بعنوان "اتجاهات طلبة جامعة البترا نحو الأنشطة الاتصالية التي تنظمها جامعة البترا". هدفت الدراسة إلى التعرف إلى اتجاهات الطلبة نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها جامعة البترا، والبحث عن سبب عزوف الكثير منهم عن المشاركة في حضور تلك الأنشطة، والتعرف إلى الأنشطة الثقافية التي تنظمها الجامعة. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال عينة عشوائية قوامها (400) مفردة. وخلصت الدراسة إلى أن الأنشطة الاتصالية حققت الإشباع والاحتياجات المعرفية والوجدانية والسلوكية للطلبة الذين حضروا تلك الأنشطة، وأن أهم أسباب عدم حضور الطلبة لتلك الأنشطة تتمثل في عدم الاستفادة منها، وأن موضوعاتها مكررة، وغير متوافقة مع اتجاهات الطلبة.
- دراسة السلوس (2018) بعنوان "الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبدالله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور". هدفت الدراسة التعرف إلى الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس وأهميتها في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي. واعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي على عينة مكونة من (13) مفردة بأسلوب الحصر الشامل. وخلصت الدراسة إلى: أن وسائل الإعلام الجديد تتفوق على بقية الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المستشفى، وأن جهاز العلاقات العامة يستخدم الأساليب الاتصالية التي تتضمن الاتصال الشخصي والجمعي للأنشطة التعريفية والإخبارية.
- دراسة عكور (2016) بعنوان "الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في البنوك الأردنية: دراسة ميدانية على ممارسة العلاقات العامة". توصلت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف مجتمع الدراسة - بنسبة 55.1% - من البنوك الأردنية تعتمد على ما تمارسه دائرة العلاقات العامة من أنشطة اتصالية في سبيل تحقيق نجاح البنك مصرفياً، وأن أهم الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة هي تنظيم المناسبات والمعارض التي يشترك فيها البنك، أو يكون راعياً رسمياً لها، وأن الغالبية العظمى من دوائر العلاقات العامة أكدت أن استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قد ساهم في تطور عمل العلاقات العامة بشكل متوسط وبنسبة 70.4%.
- دراسة أبو العسل (2014) بعنوان: "الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات المدنية الأردنية". من أهم نتائج الدراسة أن معظم أجهزة العلاقات العامة ارتبطت مباشرة بالإدارة العليا، وأن حوالي نصف عينة الدراسة يمارس عمل العلاقات العامة من خلال النموذج الاتصالي المتوازن باتجاهين، بنسبة 57.3%. وكانت الوسيلة الاتصالية الأعلى استخداماً صناديق الشكاوى والمقترحات. وتبين أن أكثر الأنشطة الاتصالية الجماهيرية استخداماً الأدلة التعريفية التي تصدرها دائرة العلاقات العامة.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالهيئة المستقلة للانتخاب، والمشاركة السياسية

• دراسة العطيوات (2019) بعنوان "دور الهيئة المستقلة للانتخاب في الإشراف على العملية الانتخابية للمجالس النيابية بجميع مراحلها في المملكة الأردنية الهاشمية". هدفت الدراسة التعرف إلى دور الهيئة المستقلة للانتخاب في الإشراف على العملية الانتخابية للمجالس النيابية بجميع مراحلها في المملكة الأردنية الهاشمية. وتوصلت الدراسة إلى أن إنشاء الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب يعد من أهم الخطوات التي تم الإقدام عليها، والتي تعمل على تطبيق الدقة والحياد خلال إجراء العملية الانتخابية، على عكس اللجان المؤقتة، وأن إعطاء الهيئة المستقلة للانتخاب الصلاحيات الواسعة يعد من أهم الوسائل والأدوات التي أوجدها المشرع الأردني لتمكينها من إدارة العملية الانتخابية للمجالس النيابية واتخاذ جميع الإجراءات والقرارات ضمن الأطر القانونية.

• دراسة السويلمين (2016) بعنوان "تأثير التنشئة المجتمعية على المشاركة السياسية في الأردن خلال الفترة (1989-2015)". هدفت الدراسة إلى قياس مستوى تأثير التنشئة المجتمعية على المشاركة السياسية في الأردن خلال الفترة (1989-2015) من وجهة نظر القيادات الحزبية الأردنية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (297) من القيادات الحزبية وأعضاء الأحزاب باستخدام أداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى موافقة القيادات الحزبية الأردنية على واقع التنشئة الحزبية والمشاركة السياسية في الأردن. وجاء تأثير التنشئة المجتمعية على عملية المشاركة السياسية في الأردن بنسبة (57.6%). وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات نحو أشكال المشاركة السياسية من وجهة نظر القيادات الحزبية الأردنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية: (النوع الاجتماعي والعمر والمستوى التعليمي)، وأن أفراد عينة الدراسة الذين مؤهلهم العلمي دراسات عليا هم الأكثر موافقة في اتجاهاتهم نحو أشكال الممارسة السياسية في الأردن بمتوسط حسابي بلغ (3.75)، ثم حملة البكالوريوس بمتوسط حسابي مقداره (3.35)، ثم الأقل من البكالوريوس بمتوسط حسابي قدره (3.03).

• دراسة العنزي (2014) بعنوان " دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي". هدفت الدراسة التعرف إلى دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي. تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة جامعة الكويت وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا، وكلية التربية الأساسية. واستخدم المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (324) مديراً ومديرة باستخدام أداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى أن دور وسائل الإعلام المحلية (الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعة) في تعزيز الثقافة السياسية لدى الطلبة جاء بدرجة متوسطة. ويتعرض غالبية أفراد عينة الدراسة لقراءة الصحف بمعدل أقل من نصف ساعة يومياً، في حين أن متوسط التعرض لقنوات التلفزيون المحلية والاستماع للإذاعة المحلية جاء بمعدل أقل من ساعتين. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq a$) في مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام المحلية تعزى للمتغيرين الديموغرافيين: (النوع الاجتماعي والعمر)، بينما لم تظهر فروق تعزى لمتغير الجامعة.

ثالثاً: الدراسات الأجنبية

• Study of Wojcieszak & Smith (2014) "Will Politics Be Tweeted? New Media Use by Iranian Youth in 2011".

دراسة ووجيسزك وسميث (2014م) بعنوان "هل السياسة ستُغرد؟ استخدام وسائل الإعلام الجديدة من قبل الشباب الإيراني في عام 2011 م". هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام الجديدة المستخدمة من الشباب الإيراني لعام 2011 في دعم الثورات، وتأثير وسائل الإعلام على التوجهات السياسية للشباب، وما الوسائل الإعلامية التي يعتمدون عليها في معرفة الأخبار السياسية. واستخدم المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (2800) شاب إيراني متعلم ومستخدم للإنترنت في العاصمة طهران باستخدام أداة الاستبانة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن (89%) من الشباب الإيراني يحصلون على الأخبار السياسية من الإنترنت كونه المصدر الأول لهم، وكان المصدر الثاني التلفاز بنسبة (70%)، ثم الأصدقاء والأسرة بنسبة (49%)، وأخيراً العمل أو المدرسة بنسبة (33%). واحتلت الأخبار والأحداث الجارية المرتبة الأولى من اهتمامات الشباب الإيراني بنسبة (44%)، ثم الشؤون الخارجية بنسبة (32%)، ثم المجتمع والاقتصاد بنسبة (25%)، (21%) على التوالي، بينما لم تكن السياسة على رأس سلم أولوياتهم.

• Study of Malik & Khan (2013) "Raising the Influence of New Media on Instilling Long-term Political Efficacy amongst Pakistani Youth"

دراسة مالك وخان (2013م) بعنوان: "تأثير وسائل الإعلام الجديدة في زيادة ترسيخ الفعالية السياسية لدى الشباب الباكستاني على المدى الطويل". هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب في باكستان. واستخدم المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (308) طلاب في أربع جامعات باستخدام أداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن وسائل الإعلام الجديدة هي الوسيلة الأكثر استخداماً من الشباب المتعلم بهدف تشكيل وعيهم السياسي، حيث يستخدم (56%) من الطلاب الإنترنت منذ أكثر من 4 سنوات، بينما يستخدم (26%) منهم الإنترنت منذ 1-4 سنوات. وتؤثر وسائل الإعلام الجديدة التي يستخدمها الشباب الباكستاني المتعلم في رفع مستوى فعاليتهم السياسية، وتقدم لهم المعرفة التي تزيد وعيهم تجاه القضايا السياسية.

التعليق على الدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة، وتقسيماً حسب الأنشطة الاتصالية للمؤسسات والهيئات، والمشاركة السياسية، تبين أن هناك دراسة واحدة تناولت دور الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب، وهي دراسة بعيدة عن موضوع هذه الدراسة. وجاءت غالبية الدراسات تتعلق بالمشاركة السياسية، مثل (السويلمين، 2016) و(العطيات، 2019) و(العززي، 2014)، أو في شكل دراسات للأنشطة الاتصالية لمؤسسات وهيئات أردنية. واتفق منهج هذه الدراسة مع مناهج أغلب الدراسات السابقة في أنها تندرج ضمن البحوث الوصفية التي اتبعت منهج المسح، وكذلك في أداة الدراسة مثل (العززي، 2014)؛ و(السويلمين، 2016)، (Malik & Khan, 2013)، و(Wojcieszak & Smith, 2014) التي استخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

1. صياغة المشكلة البحثية وأسئلة الدراسة وفروضها وتحديد متغيراتها ومنهجها وأداتها.
2. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة ومقارنتها مع نتائج هذه الدراسة.

الإضافة العلمية الجديدة لهذه الدراسة

تبحث الدراسة الحالية الوقوف على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب، ودورها في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية. وفي حدود علم الباحثين، فإنها الدراسة الوحيدة التي تناولت موضوعاً يتعلق بالأنشطة الاتصالية للهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب. يضاف إلى ذلك قلة الدراسات التي اختارت شريحة كبيرة تشمل فئات المجتمع كافة، وهم الأردنيون الذين تجاوزت أعمارهم 18 عاماً ويحق لهم التصويت، وهذا ما قد يسهم في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية من خلال الإقبال على المشاركة في الحياة السياسية ترشحاً وانتخاباً.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعمل على دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة وتفسيرها وتحليلها، وتسمى هذه الدراسات المسوح الاجتماعية. وتعتمد هذه الدراسة المنهج المسحي الذي يعد من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية، ولا يقتصر منهج المسح على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع المعلومات والبيانات، وإنما يستخدم أساليب عديدة كالاستقصاءات والاستبانات، بالإضافة إلى الملاحظة (Hussein, 1995, p.147).

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع الأردنيين الذين أعمارهم (18) عاماً فما فوق، ولديهم حق التصويت في الانتخابات المختلفة. ونظراً لأن مجتمع الدراسة كبير العدد، فقد تم اتباع أسلوب العينة المتاحة، وبلغ قوامها (314) مفردة ممن يحق لهم التصويت. وتم اللجوء للعينة المتاح إلكترونياً بسبب جائحة كورونا وظروف الحظر، ولمناسبة نوع العينة طبيعة الدراسة، وفيما يأتي الوصف التفصيلي للخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول (1).

الجدول (1): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

المتغيرات	الفئات	التكرارات	النسبة
الجنس	ذكر	92	29.3
	أنثى	222	70.7
العمر	29-18	138	43.9
	39-30	90	28.7
	49-40	76	24.2
	50 وأكثر	10	3.2
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فما دون	36	11.5
	دبلوم	87	27.7
	بكالوريوس	141	44.9
	ماجستير	44	14.0
	دكتوراه	6	1.9
المهنة	طالب جامعي	66	21.0
	موظف	98	31.2
	أعمال حرة	99	31.5
	ربة منزل	47	15.0
	أخرى	4	102
مكان السكن	إقليم الجنوب	20	6.4
	إقليم الشمال	166	52.9
	إقليم الوسط	128	40.8
	المجموع	314	100

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الإلكترونية كأداة بحثية لجمع المعلومات والبيانات من أفراد العينة، وتعد من أكثر الأدوات المستخدمة لجمع المعلومات في البحوث المسحية. وقد تم تصميمها من خلال تطبيق "Google Forms" بالاعتماد على الأدب النظري السابق المتعلق في الأنشطة الاتصالية في المؤسسات الحكومية والأهلية ودورها في زيادة الوعي بالمشاركة السياسية أو المجالات الأخرى. وتكونت الأداة من ستة محاور. وقد وضعت في شكل فقرات على مقياس ليكرت لجميع المحاور، وتم وضع قيمة لكل درجة وفقاً للجدول (2).

الجدول (2): معيار قياس الفقرات.

الدرجة	البدائل
5	كبيرة- دائماً - موافق بشدة
4	متوسطة- غالباً - موافق
3	ضعيفة- نادراً - محايد
2	لا أعرف- غير موافق - أحياناً
1	لا تمارس- غير موافق بشدة - أبداً

أما فيما يتعلق بالحدود التي اعتمدها هذه الدراسة عند التعليق على المتوسطات الحسابية m للمتغيرات الواردة في نموذجها لتحديد درجة الموافقة، فقد حدد البحث ثلاثة مستويات، هي: (مرتفع ومتوسط ومنخفض) بناءً على المعادلة الآتية:

$$\text{طول الفترة} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{عدد المستويات}} = \frac{1-5}{3} = 3/4 = 1.33, \text{ كما هو موضح في الجدول (3).}$$

الجدول (3): معيار القياس والاتجاه للحكم على فقرات أداة الدراسة.

المقياس	الاتجاه
1.00- أقل من 2.33	منخفض
2.33- أقل من 3.66	متوسط
3.66- 5.00	مرتفع

إجراءات الثبات والصدق

ثبات الأداة: طبقت الاستبانة على عينة استطلاعية تكونت من (32) فرداً للتأكد من ثباتها، ومدى سلامة صياغة الأسئلة والفقرات. وللتحقق من ثبات الأداة، تم احتساب معامل ألفا كرونباخ بوصفه مؤشراً على التجانس الداخلي للفقرات، وبلغت قيمة معامل الثبات الكلي (0.88)، وهي تدل على أن المقياس على درجة عالية من التجانس الداخلي بين الفقرات، وهي قيمة مرتفعة وتشير إلى ثبات الأداة، واعتبرت ملائمة لغايات هذه الدراسة. والجدول (4) يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة ومحاورها.

الجدول (4): معامل الثبات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة ولأداة ككل.

المحور	ثبات ألفا كرونباخ
المحور الأول: درجة اعتماد الأردنيين	0.92
المحور الثاني: أسباب اعتماد الأردنيين	0.89
المحور الثالث: دور الأنشطة الاتصالية	0.90
المحور الرابع: التأثيرات المعرفية	0.88
المحور الخامس: التأثيرات الوجدانية	0.84
المحور السادس: التأثيرات السلوكية	0.85
الكلي	0.88

يتضح من بيانات الجدول (4) أن قيم ثبات الفقرات تراوحت بين (0.84) حداً أدنى و(0.92) حداً أعلى، فتدل المؤشرات على تمتع أداة الدراسة بقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة، حيث بلغ مستوى الثبات الكلي (0.88).

صدق الأداة

تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين من أصحاب الخبرات العلمية والعملية من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام في جامعة اليرموك^(*)؛ وذلك لتقدير مدى صلاحيتها علمياً ولغويًا لقياس ما أعدت من أجله، وقد أبدى المحكمون العديد من الملاحظات التي تم الأخذ بها، بما يضمن قدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة، وبذلك أصبحت الأداة صالحة للتطبيق على عينة الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لجأ الباحثون من أجل معالجة البيانات وتحليلها إحصائياً إلى البرنامج الإحصائي (SPSS) للعلوم الاجتماعية لاستخدام الأساليب والمؤشرات الإحصائية التي تناسب أسئلة الدراسة والمتوافرة في البرنامج المذكور.

* الأساتذة المحكمون الذين قاموا بتحكيم أداة الدراسة:

- د. خلف الطاهات/ كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة اليرموك.

- د. محمد حابس/ قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة اليرموك.

- د. علي الحديد/ قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة اليرموك.

نتائج الدراسة ومناقشتها

السؤال الأول: ما عادات وأنماط تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب؟

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب.

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التعرض
1	1	مدى اطلاعك على الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها الهيئة المستقلة للانتخاب	3.33	0.89	متوسطة
2	3	مدى اطلاعك على الموضوعات التي تنشرها الهيئة على وسائل الإعلام	3.27	0.90	متوسطة
3	2	أتابع الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الهيئة بشكل منتظم	3.22	0.85	متوسطة
المجموع الكلي					
		درجة تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب	3.27	0.65	متوسطة

يتضح من الجدول (5) أن تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية المستخدمة من الهيئة المستقلة للانتخاب جاء بدرجة متوسطة، بمتوسط حسابي (3,27) وانحراف معياري (0,65)، وجاءت الفقرة "مدى اطلاعك على الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها الهيئة المستقلة للانتخاب" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3,33) وانحراف معياري (0,89)، في حين جاءت الفقرة "أتابع الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها الهيئة بشكل منتظم" في المرتبة الأخيرة بدرجة اعتماد متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي لها (3,22) والانحراف المعياري (0,85). وقد تدل هذه النتيجة على أن أفراد عينة الدراسة يدركون أهمية الأنشطة الاتصالية في الحصول على المعلومات السياسية، بالإضافة إلى أن كل وسيلة لها مميزات التي تساعد على جذب الناخبين لمتابعتها؛ أي تفضيل وسيلة على الأخرى، ما يدل على أن القائم بالاتصال يعمل على استخدام كل الأنشطة الاتصالية التي تتناسب مع الجمهور المستهدف، حيث تعمل على توصيل المعلومات التي يحتاجونها. كما أن الناخبين ربما لديهم شغف في متابعة الأنشطة الاتصالية التي يمكن أن تستخدمها الهيئة المستقلة لتزويدهم بالمعلومات. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العنزي، 2014) في أن الشباب الكويتي يتعرض للوسائل الإعلامية المختلفة بهدف تعزيز وعيه ومشاركته السياسية. وتتقارب هذه النتيجة مع دراسة العطييات (2019) من حيث إنشاء الهيئة المستقلة للانتخاب لتوعية الأردنيين بأهمية مشاركتهم السياسية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة محمدين (2019) التي رأت أن أهم أسباب عدم حضور الطلبة للأنشطة الاتصالية تمثلت في عدم الاستفادة منها، وأن موضوعاتها متكررة.

الجدول (6): التكرارات والنسب المئوية للفترة الزمنية وأماكن تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية.

الترتيب	النسبة %	التكرارات	الفئات	المتغيرات
1	47.1	148	أقل من ساعتين يومياً	الفترة الزمنية
2	43.3	136	2-3 ساعات يومياً	
3	9.6	30	أكثر من 3 ساعات يومياً	
1	41.7	131	دون تحديد مكان	أماكن المتابعة
2	33.4	105	البيت	
3	24.8	78	العمل	

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة يتابعون الأنشطة الاتصالية لمدة "أقل من ساعتين" بنسبة (47.1%)، وأن ما نسبته (43.3%) يتابعونها لمدة "2-3 ساعات"، وما نسبته (9.6%) يتابعون الأنشطة الاتصالية لمدة "أكثر من 3 ساعات". أما على مستوى أماكن المتابعة، فإن غالبية أفراد عينة الدراسة يتابعون الأنشطة الاتصالية "دون تحديد مكان" بنسبة (41.7%)، يليها "البيت" بنسبة (33.4%)، بينما جاء في المرتبة الأخيرة "العمل" بنسبة (24.8%). ويعزو الباحثون هذه النتيجة إلى أن أفراد عينة الدراسة ربما أدركوا أهمية متابعة ما تقدمه الهيئة المستقلة عبر جميع الوسائل الإعلامية والاتصالية التي تستخدمها في تقديم المعلومات التي يحتاجها الجمهور الأردني، والإجابة عن جميع استفساراتهم، كما أن هناك شريحة كبيرة من عينة الدراسة تتابع ما تقدمه الهيئة المستقلة للانتخاب من الجامعة، وبمدة أقل من ساعتين، إذ

ربما لديهم اهتمامات أخرى تشغلهم عن المتابعة لوقت أطول، أو لقلّة المعلومات التي ينشرها القائم بالاتصال عبر الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى أن الأردنيين قد يتعرضون للمعلومات المنشورة من القائم بالاتصال وقت حاجتهم إليها فقط دون المواظبة على المتابعة.

الجدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من الهيئة المستقلة للانتخاب.

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الثقة
1	1	أثق في مصداقية الوسائل الإعلامية التي تستخدمها الهيئة	4.02	0.89	كبيرة
2	4	أثق في مدى حرص الهيئة على جعل المجتمع الأردني مجتمعاً مدنياً أكثر منه حكومياً	3.62	0.89	متوسطة
3	2	أثق في مصداقية المعلومات التي تقدمها الهيئة على وسائل الإعلام	3.60	0.83	متوسطة
4	3	تتحفظ الهيئة على بعض المعلومات التي يمكن أن تطرحها على وسائل الإعلام	2.17	0.89	متدنية
المجموع الكلي ن=314			3.35	0.48	متوسطة

يظهر من الجدول (7) أن ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من القائم بالاتصال كانت بدرجة متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.35) والانحراف المعياري (0.48)، في حين تراوحت درجة الاعتماد لفقرات المحور بين الكبيرة والمتوسطة والمتدنية، حيث جاءت الفقرة "أثق في مصداقية الوسائل الإعلامية التي تستخدمها الهيئة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.02) وبدرجة اعتماد "كبيرة"، بينما جاءت الفقرة "تتحفظ الهيئة على بعض المعلومات التي يمكن أن تطرحها على وسائل الإعلام" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.17) وبدرجة ثقة "متدنية". ويفسر الباحثون هذه النتيجة بأن درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في الوسائل الإعلامية التي تستخدمها الهيئة كانت متوسطة؛ باعتبار أن هذه الوسائل تتيح لهم الحصول على المعلومات والاستفادة من تجارب الآخرين من خلال التعليقات أو النقاش أو تبادل الآراء عبر خاصية التشاركية، كما أن القائم بالاتصال يعمل على استخدام الوسائل الإعلامية التي تتناسب مع الجمهور المستهدف، لكنه في الوقت نفسه يقوم باستخدام الوسائل المتاحة كافة؛ ليضمن وصول رسائله إلى فئات المجتمع مع أخذ الحيطة والحذر من بعض المعلومات المغلوطة التي تنشر في الوسائل الإعلامية الأخرى التي قد يعتمد عليها الأردنيون، وبالتالي لا يثقون كل الثقة بها، ويحتاجون إلى مرجعية حقيقية توضح لهم صحة المعلومات المتداولة. وتتفق هذه الثقة مع دراسة العطيّات (2019) التي رأت أهمية إنشاء الهيئة المستقلة للانتخاب، وتتقارب مع دراسة السويلمين (2016) التي دلت على موافقة القيادات الحزبية الأردنية على واقع التنشئة الحزبية والمشاركة السياسية في الأردن.

السؤال الثاني: ما درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
1	1	أعتمد بشكل كلي على القائم بالاتصال في الهيئة المستقلة لزيادة وعيي بالمشاركة السياسية	3.34	0.90	متوسطة
2	3	يؤثر الانتماء الحزبي لدي على درجة اعتمادي على وسائل الإعلام التي تستخدمها الهيئة	3.20	0.91	متوسطة
3	2	أعتمد بشكل كلي في عملية الحصول على المعلومات المتعلقة بالانتخابات على الموضوعات التي تطرحها الهيئة	3.15	0.81	متوسطة
4	4	أعتمد بشكل كلي على القائم بالاتصال في الهيئة في معرفة قوانين الانتخاب وكيفية المشاركة السياسية	3.10	0.87	متوسطة
المجموع الكلي			3.17	0.60	متوسطة

يتبين من الجدول (8) أن اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب جاء بدرجة متوسطة. إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.17) والانحراف المعياري (0.60). وعلى مستوى الاعتماد، جاءت الفقرة "أعتمد بشكل كلي على القائم بالاتصال في الهيئة الانتخابية لزيادة وعيي بالمشاركة السياسية" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.34) وانحراف معياري (0.90)، في حين جاءت الفقرة "أعتمد بشكل كلي على القائم بالاتصال في الهيئة في معرفة قوانين الانتخاب وكيفية المشاركة السياسية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.10) وانحراف معياري (0.87). ويعزو الباحثون هذه النتيجة إلى أن المواطنين الأردنيين ربما أدركوا أهمية القائم بالاتصال في الهيئة المستقلة للانتخاب في تقديم المعلومات التي يحتاجونها في تكوين رأيهم السياسي، وبالتالي زيادة وعيهم السياسي، بالإضافة إلى ثقتهم بأن القائم بالاتصال يعمل لمصلحتهم من خلال عرض الأحداث التي تهم المواطنين بكل دقة ووضوح، وبطريقة تسهل الحصول عليها. كما أن الهيئة المستقلة تعمل على توفير بيئة عملية مريحة يمكن من خلالها تقديم الأفضل، وخاصة التعريف بقوانين الانتخاب، وكيفية المشاركة السياسية الصحيحة ليستطيع كل مواطن ممارسة حقه في التصويت للانتخابات. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عكور (2016) التي أظهرت أن حوالي نصف عينة الدراسة يعتمد على ممارسة القائم بالاتصال أو العلاقات العامة في سبيل تحقيق نجاح المؤسسة.

السؤال الثالث: ما الأنشطة الاتصالية المستخدمة في الهيئة المستقلة للانتخاب ويعتمد عليها الأردنيون لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟

الجدول (9): التكرارات والنسب المئوية للأنشطة الاتصالية المستخدمة من الهيئة المستقلة للانتخاب ويعتمد عليها الأردنيون لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.

المتغيرات	الوسيلة	التكرارات	النسبة %	الترتيب
	مواقع التواصل الاجتماعي	155	49	1
	الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يعتمد عليها الأردنيون في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية	123	39	2
	المحطات الإذاعية الصحف	96	31	3
	المحطات الفضائية التلفزيونية	89	28	4
	المواقع الإلكترونية	68	22	5
	المجموع	531	169%	

(أتيح للعينة اختيار أكثر من بديل).

يتضح من الجدول (9) أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت أولاً في اعتماد الأردنيين على الوسائل الاتصالية والإعلامية، ويتضح أن الاعتماد هنا جاء لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمواطنين أو المؤثرين والناشطين. وليس لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالهيئة. وقد يكون من أسباب ذلك الحراك الذي تطلقه الهيئة، خاصة قبيل الانتخابات، وتفاعل الناخبين مع أنشطة الهيئة الاتصالية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة لهم. واتفقت نتيجة هذه الدراسة مع الدراسات الآتية: دراسة السلغوس (2018)، ودراسة ووجسيزاك وسميث (2014)، ودراسة مالك وخان (2013)، ودراسة العكور (2016) في أن وسائل الاتصال الحديثة هي الوسائل الأكثر استخداماً ومتابعة بهدف تشكيل الوعي السياسي.

الجدول (10): التكرارات والنسب المئوية للأنشطة الاتصالية والوسائل الإعلامية الأكثر متابعة من الأردنيين.

المتغيرات	الوسيلة	التكرارات	النسبة %	الترتيب
	قناة المملكة	109	35	1
	الوسائل الإعلامية والاتصالية الأكثر متابعة	100	32	2
	التلفزيون الأردني الإذاعة الأردنية	85	27	3
	صحيفة الرأي	76	24	4
	قناة رؤيا	72	23	5
	صحيفة الغد	36	11	6

الترتيب	النسبة %	التكرارات	الوسيلة	المتغيرات
7	7	21	البروشورات الصادرة عن الهيئة	
8	2	5	صفحات مواقع التواصل الخاصة بالهيئة	
9	0	0	الندوات والمحاضرات الوجيهة	
10	0	0	الموقع الإلكتروني الخاص بالهيئة	
161%		504	المجموع	

(أتيح للعينة اختيار أكثر من بديل).

يتضح من الجدول (10) أن الوسائل الإعلامية المحلية الأكثر متابعة جاءت كما يلي: "قناة المملكة" في المرتبة الأولى وبنسبة (35%)، وفي المرتبة الثانية "التلفزيون الأردني" بنسبة (32%)، وفي المرتبة الثالثة "الإذاعة الأردنية" بنسبة (27%)، وفي المرتبة الرابعة "صحيفة الرأي" بنسبة (24%)، وفي المرتبة الخامسة "قناة رؤيا" بنسبة (23%)، وفي المرتبة السادسة "صحيفة الغد" بنسبة (11%)، وفي المرتبة السابعة "البرشورات الصادرة عن الهيئة" بنسبة (7%)، وفي المرتبة الثامنة "صفحات مواقع التواصل الخاصة بالهيئة" بنسبة (2%)، ويفسر الباحثون هذه النتيجة بأن أفراد عينة الدراسة يتابعون الوسائل الإعلامية الحكومية بنسبة عالية، وخاصة قناة المملكة؛ إذ تعد من الوسائل الإعلامية المحلية الحديثة، التي لها مكانة كبيرة لدى الأردنيين نظراً لمحتواها الإخباري الذي تقدمه بأسلوب متميز وبسيط، بالإضافة إلى التنوع الكبير في البرامج السياسية التي تقدمها، حيث تسعى إلى تنمية وتطوير المحتوى السياسي الأردني من خلال الحوار المباشر وغير المباشر مع أصحاب الخبرة والاختصاص، وإعطاء المجال للأردنيين للمشاركة في ذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي تساعدهم في الحصول على المعلومات السياسية التي يحتاجونها، وذلك بهدف طرح المعلومة السياسية على الطاولة ليتمكن الأردنيون من الحصول عليها، وهذا جعلها تحتل مكانة كبيرة بين الوسائل الإعلامية المحلية الأكثر متابعة لدى الأردنيين. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Wojcieszak & Smith, 2014) التي أظهرت أن (89%) من الشباب الإيراني يحصلون على الأخبار السياسية من الإنترنت بهدف زيادة وعيهم السياسي، بالإضافة إلى دراسة (Malik & Khan, 2013) التي أظهرت أن وسائل الإعلام الجديدة هي الأكثر استخداماً من الشباب الجامعي المتعلم بهدف تعزيز وترسيخ الوعي السياسي، كما أنها تؤثر في رفع مستوى فعاليتهم السياسية داخل الدولة. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة العنزي (2014) حول أهمية دور الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعة في تعزيز الثقافة السياسية لدى الطلبة. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة أبو العسل (2014) التي رأت أن أكثر الأنشطة الاتصالية الجماهيرية استخداماً هي الأدلة التعريفية التي تعتمدها دائرة العلاقات العامة، واختلفت مع دراسة العكور (2016) التي بينت أن أهم الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة هي تنظيم المناسبات والمعارض.

السؤال الرابع: ما أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟

الجدول (11): أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية

الرقم	الاسباب	كبيرة	متوسطة	قليلة	المتوسط الحسابي	مستوى الأهمية	الدرجة
1	لمتابعة كل ما هو جديد في مجال الانتخابات	39.4	57.2	10.7	3.47	متوسطة	1
2	لمعرفة آليات الانتخاب والترشح	30.2	58.7	11.0	3.27	متوسطة	4
3	لأنها شاملة لكل ما يتعلق في العملية الانتخابية	44.7	47.8	17.0	3.34	متوسطة	2
4	للمصداقية والثقة التي تتمتع بها الهيئة	42.0	45.3	13.5	3.32	متوسطة	3
5	للمهنية الإعلامية والاتصالية التي تتمتع بها الهيئة	30.0	43.9	20.7	2.92	متوسطة	8
6	لقدرتها على إيصال المعلومة للناخب	29.9	47.7	13.2	3.12	متوسطة	6
7	لتنوع أنشطتها الاتصالية والإعلامية	34.9	50.8	16.7	3.21	متوسطة	5
8	لأنها تكثف بث المادة الاتصالية والإعلامية قبيل الانتخابات	10.9	49.9	37.0	2.54	متوسطة	7
					3.14	المتوسط الحسابي الإجمالي	

يتضح من الجدول (11) أن أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية جاءت بدرجة متوسطة في جميع فقرات هذا السؤال. وجاءت الفقرة "لمتابعة كل ما هو جديد في مجال الانتخابات" بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.47)، بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة "لأنها تكثف بث المادة الاتصالية والإعلامية قبيل الانتخابات". وقد تفسر هذه النتيجة بما تلمسه الدراسة من أن غالبية وفاعلية الأنشطة والحملات الإعلامية والاتصالية تقوم بها الهيئة قبيل الانتخابات، والأصل أن يكون هناك نشاط دائم على مدار العام. فالهدف هو زيادة مشاركة المواطنين في صنع القرار، والحياة السياسية، وليس الهدف زيادة نسبة المقترعين. وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد في دراسة العطيوات (2019) حول أهمية إنشاء الهيئة المستقلة للانتخاب، ومع دراسة السلغوس (2018) التي رأت أن القائم بالاتصال أو جهاز العلاقات العامة يستخدم الأساليب الاتصالية التي تتضمن الاتصال الشخصي والجمعي للأنشطة التعريفية والإخبارية.

السؤال الخامس: ما دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية؟

الجدول (12): دور الوسائل والأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعي بالمشاركة السياسية.

الرقم	الفقرة	كبيرة	قليلة	متوسطة	لا تسهم	التكرار	المتوسط الحسابي	الأهمية	الدرجة
7	إعلامك بما تحتاجه من معلومات عن آلية الانتخاب	5.8	15.0	32.5	46.7	322	2.98	متوسطة	1
8	تحفيزك للمشاركة في الانتخابات	3.3	18.2	30.0	48.5	322	2.87	متوسطة	2
10	توعيتك بأهمية مشاركتك في الحياة السياسية	3.7	19.1	30.5	46.7	322	2.80	متوسطة	3
9	توعيتك بشروط وأسس الترشح والانتخاب	8.2	14.2	39.2	38.4	322	2.77	متوسطة	4
1	المناقشة والحوار معك في القضايا التي تعزز مشاركتك السياسية	6.7	17.2	23.0	53.1	322	2.67	متوسطة	5
13	تثقيفك من خلال طرح مواضيع تعنى بالحياة السياسية	7.8	21.0	25.8	45.4	322	2.59	متوسطة	6
3	تقدم مواد إعلامية واتصالية لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	7.8	11.5	25.4	55.3	322	2.45	متوسطة	7
2	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	6.8	20.5	26.5	46.2	322	2.43	متوسطة	8
4	تستعين بوسائل الإعلام الجماهيرية لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	6.7	10.0	32.0	51.3	322	2.40	متوسطة	9
11	تقدم مواد اتصالية وإعلامية جاذبة شكلا ومضمونا لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	3.8	21.0	49.0	26.2	322	2.03	قليلة	10
5	تقوم باتصال وجاهي كالمحاضرات والندوات لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	1.3	31.7	22.2	44.8	322	1.89	قليلة	11
12	تسهم في تفعيل خاصية التفاعلية بينك وبينها من خلال الاتصالات الهاتفية أو مواقع التواصل الاجتماعي	13.1	13.3	3.3	70.3	322	1.69	قليلة	12
6	تنظم استضافات برعايتها لمختصين في الحياة السياسية عبر وسائل الإعلام الجماهيري لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	18.8	21.3	25.8	34.1	322	1.65	قليلة	13
المتوسط الحسابي الإجمالي								2.40	متوسطة

يتضح من الجدول (12) أن دور الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية وفي مجمل الأدوار جاء بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي بلغ (2.40) ويعد هذا في أدنى الدرجة المتوسطة. وهذا يحتم على مديرية الاتصال والإعلام والتوعية في الهيئة المستقلة أن تفعل من دورها، وتفعل أقسامها المتعددة والمعنية بتحقيق هدف رئيس هو توعية الناخبين بالمشاركة السياسية. وفي هذا المجال، يلزم وضع خطة استراتيجية طويلة الأمد في التوعية والتثقيف تشمل استخدام وسائل الإعلام كافة ووسائل الاتصال الأكثر متابعة من الناخبين، إضافة إلى ضرورة تفعيل الاتصال الوجيه بين الهيئة والجمهور مثل المحاضرات والندوات والمؤتمرات، وزيادة كادها الإعلامي، إضافة إلى توصيات بتضمين المناهج الدراسية والمساقات الجامعية مواضيع عن أهمية المشاركة السياسية للأردنيين لبناء وطنهم وتقدمه. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة العطيوات (2019) حول دور الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة الوعي بالمشاركة السياسية. كما اتفقت بعض النتائج أعلاه مع دراسة أبو العسل (2014) التي رأت ضرورة ممارسة عمل القائم بالاتصال باستخدام نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين، وهذا النموذج يساعد على التفاعلية، ويعد من أفضل نماذج الباحثين جرونج وهانت؛ إذ يهدف إلى الفهم المتبادل والتفاعل.

السؤال السادس: ما التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة من اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.

الجدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
1	1	ساهمت في زيادة معلوماتي السياسية من خلال الموضوعات التي تقدمها الهيئة في وسائل الإعلام	3.98	0.83	كبيرة
2	3	ساعدتني الهيئة على اختيار البرامج السياسية الهادفة	3.85	0.78	كبيرة
3	5	زادت درجة وعي واهتمامي بالمشاركة السياسية	3.83	0.78	كبيرة
4	4	زادت من رغبتني في متابعة قوانين الانتخاب وكيفية إدارتها	3.69	0.80	كبيرة
5	2	ساهمت الهيئة في غرس مفهوم المشاركة السياسية لدي	3.54	0.75	متوسطة
المتوسط الكلي للتأثيرات المعرفية					
1	1	عززت الهيئة لدي الإحساس بالمسؤولية عند الاقتراح	3.96	0.82	كبيرة
2	3	تشعرتني الهيئة بأنني جزء من الحياة السياسية في الوطن	3.83	0.78	كبيرة
3	2	ساهمت الهيئة في تنمية إحساسي بحقوقني السياسية	3.57	0.83	متوسطة
المتوسط الكلي للتأثيرات الوجدانية					
1	1	زادت من التأثير على سلوكي السياسي من خلال الموضوعات التي تعرضها الهيئة	3.97	0.82	كبيرة
2	3	عززت الهيئة الحرص لدي على الاقتراح بعيداً عن المصالح الشخصية	3.84	0.75	كبيرة
3	4	ساعدتني على إبداء وجهات نظري المتعلقة بالانتخابات	3.69	0.84	كبيرة
4	2	ساهمت في زيادة متابعتني لوسائل الإعلام المختلفة لمواكبة آخر التطورات السياسية	3.59	0.76	متوسطة
المتوسط الكلي للتأثيرات السلوكية					
1	1	المتوسط الكلي للتأثيرات	3.78	0.57	كبيرة
2	1	المتوسط الكلي للتأثيرات	3.78	0.50	كبيرة

ن=322.

يبين الجدول (13) أن التأثيرات (المعرفية - السلوكية - الوجدانية) لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في زيادة الوعي بالمشاركة السياسية جاءت بدرجة كبيرة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.78) بانحراف معياري (0.50)، حيث كانت التأثيرات الكلية متقاربة جداً بدرجة اعتماد كبيرة لكل منها وبمتوسطات حسابية (3.78)، و(3.77) على التوالي. أما فيما يتعلق بفقرات التأثيرات المعرفية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية، فقد جاءت الفقرة "ساهمت في زيادة معلوماتي السياسية من خلال الموضوعات التي تقدمها الهيئة في

وسائل الإعلام" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.98) وبانحراف معياري (0.83) وبدرجة اعتماد كبيرة، في حين جاءت الفقرة "ساهمت الهيئة في غرس مفهوم المشاركة السياسية لدى" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.54) وبانحراف معياري (0.75) وبدرجة اعتماد متوسطة. أما فيما يتعلق بفقرات التأثيرات الوجدانية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية، فقد جاءت الفقرة "عززت الهيئة لدي الإحساس بالمسؤولية عند الاقتراع" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.96) وبانحراف معياري (0.82) وبدرجة اعتماد كبيرة، في حين جاءت الفقرة "ساهمت الهيئة على تنمية إحساسي بحقوقى السياسية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.57) وبانحراف معياري (0.83) وبدرجة اعتماد متوسطة.

وأما فيما يتعلق بفقرات التأثيرات السلوكية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية، فقد جاءت الفقرة "زادت من التأثير على سلوكي السياسي من خلال الموضوعات التي تعرضها الهيئة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.97) وبدرجة اعتماد كبيرة، في حين جاءت الفقرة "ساهمت في زيادة متابعتي لوسائل الإعلام المختلفة لمواكبة آخر التطورات السياسية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.59) وبانحراف معياري (0.76) وبدرجة اعتماد متوسطة. ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن مجيء التأثيرات المعرفية الناتجة من اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية بدرجة كبيرة يدل على مصداقية ودقة المعلومات التي يقدمها القائم بالاتصال، وأن كمية المعلومات المنشورة ساهمت في توسيع معرفتهم وإدراكهم لدور الهيئة المستقلة للانتخاب بشكل أكبر، بالإضافة إلى أن استخدام جميع الوسائل الإعلامية في نشر المعلومات التي يحتاجها الأردنيون وإحاطتهم بها يعمل على جذب الأردنيين للحصول على المعلومات نظراً لتنوعها وشمولها لجميع فئات المجتمع. ويعزو الباحثون حصول التأثيرات الوجدانية للأردنيين لاعتمادهم على الأنشطة الاتصالية لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية على درجة اعتماد كبيرة إلى المعرفة التراكمية حول المعلومات السياسية بشكل عام وعن الانتخابات بأشكالها كافة بشكل خاص، التي تعدّ عنصراً مهماً من عناصر الديمقراطية التي تساهم في تطور الدولة. وقد ساهم التواصل مع الجمهور الأردني وتلبية رغباته السياسية في تشكيل خلفية معرفية كبيرة لدى الأردنيين بما ساهم في رفع وعيهم وثقافتهم السياسية، وكان له تأثير إيجابي من خلال تعزيز القيام بالمشاركة السياسية الفعالة. ويستدل من هذه النتائج على أن الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب تساهم في تشكيل سلوك إيجابي نحو المشاركة السياسية الفعالة نتيجة المعرفة الكبيرة حول الواقع السياسي والبرامج والندوات التي تقدمها الهيئة، والتي بدورها أسهمت في رفع الوعي السياسي. فالمعرفة التي أنتجتها أثرت على إدراك الأردنيين ورفعت من وعيهم تجاه القضايا السياسية المطروحة. وبمقتضى هذه المعرفة والثقافة التي تولدت لدى الأردنيين كانت استجاباتهم السلوكية جيدة من خلال تشجيعهم على المشاركة السياسية الفعالة في الانتخابات، كما أن اندماجهم وتفاعلهم مع الأحداث والقضايا المحيطة بهم انعكس إيجاباً على سلوكهم وساهم في تنشيطهم للتعرف ومواكبة المعلومات السياسية، ما ساعد على تعزيز دورهم في ممارسة حقهم في الاقتراع بعيداً عن مصالحهم الشخصية، وعرض آرائهم ومعتقداتهم بكل حرية. واتفقت نتائج التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية في هذا المحور مع دراسة محمدين (2019) التي رأت أن الأنشطة الاتصالية حققت الاحتياجات المعرفية والوجدانية والسلوكية لعينة الدراسة.

اختبار الفروض

الفرض الأول: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، والعمر، ومكان السكن).

الجدول (14): الفروق تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	عدد الأفراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة اختبار "ت"	مستوى الدلالة
ذكر	92	87.93	10.19	312	3.21	0.01
أنثى	222	84.01	9.72			

يتضح من بيانات الجدول (14) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مدى اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (3.21) عند مستوى الدلالة (0.01). وبهذا ترفض الفرضية الصفرية، وتقبل الفرضية البديلة التي تؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (السويلمين، 2016) في أن المشاركة السياسية تتأثر تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، كما اتفقت مع دراسة (Al Anazi, 2014) في أن مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام يختلف تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي فيما يتعلق بتعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي.

الجدول (15): الفروق تبعاً لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد
29-18 سنة	83.40	12.09	138
39-30 سنة	85.95	7.44	90
49-40 سنة	86.96	7.93	76
50 سنة وأكثر	88.50	9.53	10
المجموع	85.1592	10.01182	314

من بيانات الجدول (15) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مدى اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى لمتغير العمر، وبهذا تقبل الفرضية الصفرية.

الجدول (16): الفروق تبعاً لمتغير مكان السكن

مكان السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد
إقليم الجنوب	85.75	7.77	20
إقليم الشمال	84.15	10.77	166
إقليم الوسط	86.37	9.17	128
المجموع	85.16	10.01	314

يظهر الجدول (16) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مدى اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى لمتغير مكان السكن، وبهذا تقبل الفرضية الصفرية.

الفرض الثاني: لا توجد علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب والتأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).

الجدول (17): التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

الرقم	التأثيرات	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
1	التأثيرات المعرفية	0.863	*0.00
2	التأثيرات الوجدانية	0.631	*0.00
3	التأثيرات السلوكية	0.851	*0.00

*العلاقة الارتباطية دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). ويظهر من بيانات الجدول (17):

- وجود علاقة إيجابية قوية وذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.863)، (0.631)، (0.851) على التوالي. وبهذا ترفض الفرضية الصفرية، وتقبل الفرضية البديلة التي تدل على وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين.

أهم النتائج

فيما يلي استعراض لأبرز نتائج هذه الدراسة:

1. تبين أن اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب جاء بدرجة متوسطة.
2. جاءت أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية بدرجة متوسطة.
3. تبين تواضع دور الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية.
4. تبين أن التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية جاءت بدرجة كبيرة.
5. تبين أن ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب جاءت بدرجة متوسطة.
6. تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر اعتماداً من الأردنيين لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
7. تبين أن قناة المملكة الأردنية أكثر وسائل الإعلام متابعة من الأردنيين، بينما جاءت البروشورات الصادرة عن الهيئة وصفحات مواقع التواصل الخاصة بالهيئة والمحاضرات والندوات أخيراً.
8. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، في حين لم يتبين وجود أي فروق تعزى لمتغيري العمر ومكان السكن.
9. تبين وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين عادات متابعة الأردنيين للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية).

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وبعد تقديم وجهة نظر الباحثين في محاور نتائج هذه الدراسة، فإن الباحثين يوصون بالآتي:

1. التنوع في الوسائل الاتصالية والإعلامية المستخدمة من القائم بالاتصال في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب، بما يتناسب مع الجمهور المستهدف لزيادة متابعتهم، بهدف زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
2. الاستعانة بمختصين في مجال الاتصال السياسي والإعلامي من أجل تقييم المحتوى الذي سيتم تقديمه للجمهور، والتأكد من مدى مناسبه لهم وتكثيف عرضه خلال الأوقات التي تتناسب والجمهور المستهدف.
3. تفعيل دور القائم بالاتصال في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب من خلال تحسين مهاراته وتطويرها؛ ليتمكن من تقديم المعلومات التي يحتاجها الجمهور بطريقة مبتكرة وجاذبة.
4. أن تحرص الهيئة على تقديم المعلومات السياسية بشكل حقيقي ودقيق وبأسلوب سلس؛ ليسهل على الأردنيين فهمها، ويتمكنوا من تكوين خلفية سياسية صحيحة قادرة على زيادة وعيهم السياسي.
5. تنظيم الهيئة المستقلة للانتخاب اجتماعات أو ندوات دورية يكون الهدف منها التأكد من فهم المواطنين للمعلومات التي قامت بنشرها عبر الوسائل الإعلامية، بالإضافة للإجابة عن جميع الأسئلة والاستفسارات التي يطرحونها.
6. وضع خطة استراتيجية اتصالية إعلامية شاملة من مديرية الاتصال والإعلام والتوعية في الهيئة المستقلة للانتخاب، تكون كفيلة بزيادة مشاركة الأردنيين في الحياة السياسية.
7. التركيز على زيادة المخزون المعرفي السياسي لدى الأردنيين من خلال تكثيف عرض المعلومات وتقديمها بالوسائل الإعلامية كافة؛ ليساعد ذلك على تنمية سلوكهم السياسي بشكل إيجابي.
8. إزالة العوائق والعقبات كافة التي تحول دون فاعلية مشاركة الأردنيين في الحياة السياسية.

The Role of Communication Activities for Public Relations in the Jordanian Independent Election Commission to Increase Jordanians' Awareness of Political Participation

Khalaf Lafee Al-Hammad*, Farhan Rashed Al-Olaimat*, Sarah Ahmad Okour**,
and Taima'a Osama Alqadi*

* Faculty of Media, Yarmouk University, Irbid, Jordan.

** Faculty of Media, Petra University, Amman, Jordan.

Abstract:

This study explores the role of communication activities for public relations in the Jordanian Independent Election Commission to increase Jordanians' awareness of political participation. The study is classified within the framework of descriptive studies, relying on the survey method by distributing an electronic questionnaire consisting of (314) individuals according to the available sample. The results revealed that confidence of Jordanians in the communication activities used by the public relations in the Independent Election Commission came with a moderate degree, while the degree of Jordanians' dependence on communication activities for public relations in the Independent Election Commission was medium and social networking sites have gained the most dependence by Jordanians to increase their awareness of political participation. Almamlaka TV channel was the most followed media channels by Jordanians. At the same time, the brochures issued by the Commission and pages of communication sites of the Commission as well as lectures and seminars were ranked last. The reasons for Jordanians' dependence on communication activities in the Independent Election Commission to increase their awareness of political participation came with a moderate degree, which shows a modest role of the communication activities used by the public relations in the Independent Election Commission to increase Jordanians' awareness of political participation. Also, it was found that the cognitive, emotional and behavioral effects of Jordanians' dependence on the communication activities of public relations in the Independent Election Commission to increase their awareness of political participation came with a large extent.

Keywords: Communication activities, Public relations, The Jordanian Independent Election Commission, Awareness, Political participation.

Arabic References in English

- Abdali, Saad. (2009). *Elections, Guarantees of Their Freedom and Integrity: A Comparative Study*. Dar Dijla for Publishing and Distribution. Amman, Jordan
- Abo Alasal, Nawzat. (2014). *Communication and Management Practices for Public Relations in Jordanian Civil Hospitals*. Unpublished Master's Dissertation. Yarmouk University, Irbid, Jordan.
- Abuosba, Saleh Khalil. (2006). *Communication and Media in Contemporary Societies*, Dar Majdalawi for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- Abuosba, Saleh Khalil. (2010). *Mass Communication*. Dar Al-Baraka for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- Akour, Sarah. (2016). *Communication Activities for Public Relations in Jordanian Banks: A Field Study on the Practice of Public Relations*. Zamzam Publishers and Distributors, Amman, Jordan.
- Al Anazi, Abdullah Hamid. (2014). *The Role of the Local Media of Kuwait in Promoting Political Culture among the Youth of Kuwait*. Unpublished Master's Dissertation. Middle East University, Jordan.
- Al Attiyat, Taha. (2019). The Independent Election Commission to Supervise the Electoral Process for Parliamentary Councils at All Its Phases in the Hashemite Kingdom of Jordan. *Al-Mizan Journal of Islamic and Legal Studies*, 6 (1).
- AL Azazi, Wadee Mohammad. (2008). The Role of the Media in Forming the Political Awareness of Yemeni Youth: A Field Study on University Students, *The Sana'a Center for Strategic Studie*, Sana'a, Yemen.
- Al Hizan, Mohammad. (2004). *Media Research: Its Foundation - Its Methods - Its Fields*. Safir Press, Palestine.
- Al Mousa, Issam Suleiman. (2009). *The Introduction to Mass Communication*. Dar Ithra for Publishing and Distribution. Amman, Jordan
- Al Salous, Muhammad Hashim. (2018). Communication Activities of the Public Relations Apparatus in the Founding King Abdullah University Hospital and Their Importance and Impact on the Public. *Journal of the Union Arab Universities of Arts*, 15 (2), 87-113.
- Al Suwailimayyin, Awad. (2016). *The Impact of Socialization on Political Participation in Jordan during the Period (1989-2015)*. Unpublished Master's Dissertation. Middle East University, Jordan.
- Aldulaimi, Abdul Razzaq. (2012). *Media and Children*. Dar Almasira for Publishing, Distribution and Printing, Amman, Jordan.
- Alhasban, Bashar. (2010). *Political Development and the Media in Jordan (1999-2008) - Jordan Union Members: Field Study*. Unpublished Master's Dissertation. Al al-Bayt University, Jordan.
- El Sayed, Aziz Mohammad. (1994). *Political Behavior: Theory and Reality*. Dar Al-Maaref, Cairo, Egypt.
- El Sayed, Laila Hussein Mohammad. (1998). The Role of Communication Media in Providing Egyptian University Students with Information about Current Events within the Framework of the Theory of Media Dependence. *Proceedings of the 14th Scientific Conference of the Faculty of Information*, Cairo University. 25-27 May 1998.
- Emara, Naila Ibrahim. (2005). The Role of the Media in Shaping the Knowledge and Attitudes of the Egyptian Public towards the Presidential Elections in Egypt. *Proceedings of the Twelfth Annual Scientific Conference*, Cairo University, Part One, May 2-4.
- Filastin, Wadie, and Khalifa, Hassan. (1959). *Public Relations Art*. Dar Al Maaref, Cairo, Egypt.
- Hjab, Mohamad Munir. (2010). *Theories of Communication*. Dar Alfajr for Distribution, Cairo, Egypt.
- Hussein, Samir Hussein. (1995). *Media Research: Foundations and Principles*. Dar Alam Alkutub. Cairo, Egypt.

- Ismail, Mahmoud Hassan. (2003). *Principles of Communication Science and Influence Theories*. Dar Alalamia for Publishing and Distribution, Cairo, Egypt.
- Muhammedin, Ahmed Hussain. (2019). University of Petra Students' Attitudes towards Communication Activities Organized by the University: A Field Survey. *Al Arabi Journal for Media Studies*, 2, 76-96.
- Odeh, Ahmed. (2010). *Assessment and Evaluation in the Teaching Process*. Dar Al-Amal for Publishing and Distribution, Irbid, Jordan.
- Othman, Amal. (2004). The Role of Women in Legislation and Political Issues. *Working Paper Presented at the Conference on Women and Political Development*, International Institute for Women's Solidarity, Jordan.
- Rashti, Jihan Ahmed. (1985). *The Scientific Foundations of Media Theories*. Dar Al Fikr Alarabi, Cairo, Egypt.

English References

- Ball-Rokeach, S. J. (1985). The Origins of Individual Media-system Dependency: A Sociological Framework. *Communication Research*, 12(4), 485-510.
- Defleur, M. I. (1989). *Theories of Mass Communication*. Longman, USA.
- Khan, M. A. (2013). Raising the Influence of New Media in Instilling Political Efficacy amongst Youth. *The Journal of Development Communication*. 24 (1), 37-50.
- Loges, W. E. (1994). Canaries in the Coal Mine: Perceptions of Threat and Media System Dependency Relations. *Communication Research*. 21(1), 5-23.
- Stanley, J. B., & Dennis, K. D. (2006). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*. USA, Thomason.
- UNICEF. (2007). *Women and the Electoral Process: United Nations Development Fund for Women*. Amman. Jordan.
- Wojcieszak, M., & Smith, B. (2014). Will Politics Be Tweeted? New Media Use by Iranian Youth in 2011. *New Media & Society*, 16(1), 91-109.