

The Impact of the Use of Social Networking Platforms on the Jordanian Voters in the Nineteenth Jordanian Parliamentary Elections during the Emerging Pandemic of the Coronavirus (COVID-19)

Amer Khaled Mohammad Ahmad
Faculty of Media
Zarqa University
Gadarian@hotmail.com

Received : 03/05/2021

Accepted :22/08/2021

Abstract:

Study objective: The study aims to find out the degree of dependence of Jordanian voters on social media platforms as a source of information about the Jordanian parliamentary elections (2020) during the emerging Corona pandemic, and to study the cognitive, emotional and behavioral effects of this dependence on their behavior during the election period. **Methodology:** (450) subjects completed two parts questionnaire. The first part was about the subjects' demographics and the second part was about the Jordanian attitudes towards following these platforms for the elections, and their effects on their electoral behavior. The data were analyzed using (SPSS IBM v. 25), and the study also relied on descriptive statistics, (T) test, single variance analysis, dimensional variance analysis, and Spearman correlation coefficient. **Results:** The study found a positive correlation between the degree of respondents' dependence on social media platforms as a source of information about the Jordanian parliamentary elections in 2020 and their attitudes towards the follow-up of these platforms to the electoral process. Moreover, there is a direct relation between the voters' dependence on these platforms and their behavior during the election process.

Keywords: Jordanian Parliamentary Elections, Social Media Platforms, Coronavirus Pandemic, Jordanian Voter.

تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخب الأردني في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة خلال وباء كورونا المُستجد (كوفيد-19)

عامر خالد محمد أحمد

كلية الاعلام

جامعة الزرقاء

Gadarian@hotmail.com

القبول : 2021/08/22

الاستلام : 2021/05/03

المخلص:

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخبين الأردنيين المحتملين في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد، واتجاهاتهم نحو استخدام هذه المنصات أثناء الانتخابات، من خلال استخدام منهج المسح الميداني على عينة حصرية قوامها (450) مفردة موزعة بالتساوي على أقاليم الأردن الثلاثة: (الشمال، والوسط، والجنوب). وتوصلت الدراسة إلى أن (81.3%) من المبحوثين يعتمدون بدرجات مختلفة على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؛ وتمثلت أبرز أسباب هذا الاعتماد في "إمكانية استخدام هذه المنصات في أي وقت وأي مكان"، وتمثلت أبرز اتجاهات المبحوثين نحو متابعة المنصات للانتخابات البرلمانية الأردنية خلال وباء كورونا المُستجد في "تقلها لأخبار الانتخابات أولاً بأول بالصوت والصورة والنص"، كما تمثلت أبرز التأثيرات المعرفية المترتبة على استخدام المبحوثين لهذه المنصات أثناء الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد في "توفير المعلومات عن العملية الانتخابية، وكيفية التعامل مع الوباء في حال المشاركة بالانتخابات"، أما أبرز التأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاستخدام فقد تمثلت في "الشعور بالاستياء نتيجة قيام بعض المرشحين بإقامة المقرات الانتخابية التي حظرتها الدولة لوقف انتشار فيروس كورونا المُستجد"، فيما تمثلت أبرز التأثيرات السلوكية في "التعليق على الأخبار والموضوعات ذات الصلة بالانتخابات".

الكلمات المفتاحية: الانتخابات البرلمانية الأردنية، منصات التواصل الاجتماعي، وباء كورونا المُستجد، الناخب الأردني.

المقدمة:

ويعتقد العديد من السياسيين والباحثين في المجال السياسي والإعلامي أن هذه المنصات تؤدي دورًا واسع الانتشار في جميع مراحل العملية الانتخابية، بحيث يشمل طرح الأسئلة، وتوفير المعلومات، وتكوين الآراء، والمناقشة بين الأطراف (الناخب والمرشح)، والمشاركة في اتخاذ القرار، كما يمكن أن تؤثر هذه المنصات بشكل إيجابي في العملية الانتخابية باعتبارها أدوات قوية للتثقيف والإعلام، ومصدرًا للتأثير الإيجابي للأحزاب السياسية عبر الوصول إلى الناخبين الجدد، وإشراكهم في حوارات مفتوحة مع المرشحين، ووصولها إلى مختلف الفئات والأفراد⁽²⁾.

وعلى صعيد آخر؛ أدى وباء كورونا المُستجد إلى تغيير الطرق التي تُمارس بها السياسة؛ نظرًا لأن المواطنين أصبحوا أكثر استخدامًا لمنصات التواصل الاجتماعي من أي وقت مضى، فعلى المستوى الأردني؛ ارتفعت نسبة المستخدمين لتصل إلى (56%) من إجمالي السكان منذ بداية ظهور الفيروس المُستجد⁽³⁾؛ الذي شكّل تحديًا غير متوقع للانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة سواء قبل أم أثناء إجرائها بتاريخ (10 تشرين الثاني 2020)، وأدى إلى تنفيذ معظم الحملات الانتخابية للمرشحين عبر هذه المنصات، في ظل القرارات

يعد استخدام منصات التواصل الاجتماعي في النشاط السياسي الحديث ظاهرة جديدة، تعيد تشكيل السياق الانتخابي وطريقة تواصل المرشحين والسياسيين مع الناخبين والمواطنين، حيث توفر هذه المنصات للجهات السياسية الفاعلة (الأحزاب السياسية والمرشحين والجهات الرسمية والناشطين) فرصًا للتواصل السياسي، ونقل الرسائل والبرامج الانتخابية إلى جماهير كبيرة لحشدتها وكسب تأييدها، وبالتالي يمكن القول إنَّ هذه المنصات أدت إلى إحداث تغييرات كبيرة في طبيعة الحملات الانتخابية، ومهدت إلى ظهور نسق جديد من الترويج والدعاية السياسية، ولم يعد يُنظر إليها على أنها أدوات لاستكشاف العالم، واكتساب مختلف أشكال المعارف فحسب؛ وإنما أصبحت في الوقت ذاته سلاحًا سياسيًا قويًا يمكن أن يؤثر أو يستقطب الرأي العام خلال فترات الانتخابات؛ عبر الطريقة التي يتم بها تنظيم المحتوى السياسي وتوزيعه بناءً على التفضيلات الشخصية للمستخدمين.

ويتبنى السياسيون والمواطنون بشكل متزايد منصات التواصل الاجتماعي لدعم أغراضهم السياسية؛ بهدف الانخراط مع أصحاب المصلحة الآخرين في المجال السياسي، وتنفيذ الحملات السياسية، ونشر المعلومات واستردادها، والمساهمة في النقاش العقلاني⁽¹⁾،

على هذه المنصات كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) في ظل انتشار وباء كورونا المُستجد داخل الأردن. إضافة لما سبق، يرى الباحث أن هناك حاجة كبيرة إلى الدراسات التي تبحث في تأثيرات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخبين الأردنيين في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020)، خلال تفشي وباء كورونا المُستجد وانتشاره، وخصوصاً في ظل ارتفاع نسبة المستخدمين الأردنيين لهذه المنصات منذ بداية عام (2020) -أي مع بداية انتشار الفيروس- لتصل إلى (56%) من إجمالي المواطنين؛ مقارنة بـ (49.6%) في النصف الثاني من عام (2019) بحسب التقرير الصادر عن مؤسسة (Hootsuite) التي تدير هذه المنصات، وفي الوقت نفسه انخفاض نسبة مشاركة الأردنيين في الانتخابات البرلمانية (2020) لتصل إلى (29.9%) من إجمالي المواطنين الذين يمكنهم المشاركة في التصويت، تبعاً للتقرير الصادر عن الهيئة المستقلة للانتخاب الأردنية، وهي نسبة اقترح متدنية مقارنة بالانتخابات البرلمانية السابقة، مما يشير إلى وجود عوامل مؤثرة ساهمت في ارتفاع نسبة العزوف عن المشاركة الانتخابية، والتي قد يكون وباء كورونا المُستجد أحد أسبابها.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس من هذه الدراسة في معرفة تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخب الأردني في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة أهداف فرعية هي:

1. درجة اعتماد المبحوثين (الناخبين المُحتملين) على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد.
2. أسباب اعتماد المبحوثين (الناخبين المُحتملين) على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد.
3. أسباب عدم اعتماد المبحوثين (الناخبين المُحتملين) على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد.
4. اتجاهات المبحوثين (الناخبين المُحتملين) نحو متابعة منصات التواصل الاجتماعي للانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد.
5. التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟

الحكومية الداعية لمنع إقامة التجمعات والمقرات الانتخابية، في محاولة منها للسيطرة على الوضع الوبائي المحلي، وبالتالي أدت هذه المنصات دوراً مهماً ورئيساً في الترويج السياسي لمرشحي الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020)، وساهمت في التأثير على الناخبين المُحتملين سواء بتشجيعهم على المشاركة، أم بدفعهم للعزوف عنها في ظل تفشي الفيروس داخل الأردن.

مشكلة الدراسة:

شكّل وباء كورونا المُستجد داخل الأردن تحدياً غير مسبوق للانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020)، حيث أدى انتشاره وتفشيته في مختلف المحافظات والمناطق الأردنية إلى تركيز المرشحين على استخدام منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى الناخبين المُحتملين ودفعهم إلى التصويت لصالحهم، باعتبار هذه المنصات أحد أبرز مصادر حصول الجمهور على المعلومات السياسية والانتخابية، لما تتمتع به من خصائص ومميزات تفوق وسائل الإعلام التقليدية، مثل التفاعلية التي تسمح بإجراء نقاشات بين المرشح والناخب، والمشاركة في صناعة المحتوى عبر إبداء الرأي والمناقشة، والآنية والفورية في تغطية أخبار الانتخابات وغيرها.

كما ساهمت القرارات الاحترازية الأردنية التي تمنع التجمعات والمقرات الانتخابية بهدف التخفيف من تفشي فيروس كورونا المُستجد داخل الأردن، في انتقال الحملات الانتخابية من الطرق التقليدية القائمة على التجمعات واللقاءات المباشرة بين المرشحين والناخبين، إلى الطرق الحديثة القائمة على استخدام وسائل الإعلام الجديد، وأهمها منصات التواصل الاجتماعي للترويج السياسي والانتخابي للمرشحين دون الحاجة إلى اللقاءات المباشرة مع الناخبين المُحتملين، وبناءً على ذلك؛ تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخب الأردني في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة كونها من الدراسات الأولى على المستوى الأردني التي تبحث في تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخب الأردني في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020)، حيث -وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة- لم يجد الباحث أي دراسة مرتبطة بهذا الانتخابات، على الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت انتخابات المجلس الثامن عشر التي أجريت عام (2016)؛ مما يضفي أهمية خاصة على هذه الدراسة كونها لم تكتفِ بالربط بين المشاركة في العملية الانتخابية ومنصات التواصل الاجتماعي فقط؛ وإنما امتدت لتبحث في تأثيرات الاعتماد

أسئلة الدراسة:

4. توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؛ واتجاهات المبحوثين نحو متابعة هذه المنصات للانتخابات.
5. توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؛ وتأثيرات استخدام هذه المنصات عليهم.

المدخل النظري للدراسة

تعتمد الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تم تطويرها بواسطة ملفين ديفلير وساندر بول روكيتش عام (1976)، وتشير النظرية إلى أنه في ظل ظروف الغموض كما في حالة اضطرابات النظام الاجتماعي الناتجة عن الكوارث الطبيعية، أو الأزمات السياسية والصحية والاقتصادية وغيرها؛ تصبح وسائل الإعلام مصدر المعلومات الأساسي للجمهور، وتصبح تأثيرات وسائل الإعلام أكثر وضوحًا، ويوضح مفهوم الاعتماد العلاقة التي يكون فيها إشباع الاحتياجات أو تحقيق الأهداف من قبل أحد الأطراف مرهونًا بموارد طرف آخر (4)، وتقتصر النظرية وجود علاقات بين النظام الإعلامي والأنظمة السياسية والاجتماعية والثقافية على المستوى الكلي، وعلى المستوى الجزئي بين وسائل الإعلام والأفراد (5).

وفي هذا الصدد؛ قد يطور الأفراد علاقات اعتماد مع وسائل الإعلام، إذا وجدوا أن الموارد التي توفرها مفيدة لتحقيق أهدافهم، وتعتمد شدة الاعتماد على قدرة هذه الوسائل على تحقيق تلك الأهداف، فكلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لتلبية الاحتياجات؛ زادت أهمية تلك الوسائل بالنسبة للفرد، وبالتالي زادت التأثيرات التي ستحدثها عليه (6)، حيث يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، تتمثل في حاجة الفرد إلى فهم العالم الاجتماعي (المراقبة)، والحاجة إلى التصرف بشكل هادف وفاعل في البيئة الاجتماعية والمجتمع المحيط وفي إطار الأخلاقيات السائدة (المنفعة الاجتماعية)، والحاجة للهروب من الواقع والمحيط الاجتماعي عندما يكون مصدرًا للقلق والتوتر (الهروب والاسترخاء) (4).

إضافةً إلى ذلك، يمكن إضافة (التعبير) كهدف رابع من أهداف الاعتماد على وسائل الإعلام، ويشير مفهوم التعبير إلى أن يُقدّم الفرد أفكاره وآراءه ووجهات نظره من خلال منصات التواصل الاجتماعي التي برزت كقنوات مهمة للتعبير والترويج الذاتي، إذ لا يمكن تحقيق هذا الهدف في نظام الإعلام الجماهيري بسبب هيكلية الاتصال أحادي الاتجاه (7)، وعلى عكس الأهداف الثلاثة السابقة؛ فإن التعبير لا ينقسم إلى أبعاد شخصية واجتماعية؛ لأنه من الصعب نظرًا وعمليًا التمييز

1. ما درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟
2. ما أسباب اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟
3. ما أسباب عدم اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟
4. ما أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا لدى المبحوثين كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟
5. ما اتجاهات المبحوثين نحو متابعة منصات التواصل الاجتماعي للانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟
6. ما التأثيرات المعرفية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟
7. ما التأثيرات الوجدانية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟
8. ما التأثيرات السلوكية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؟

فرضيات الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لسماتهم الشخصية.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثيرات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لسماتهم الشخصية.
3. توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؛ وأسباب هذا الاعتماد.

2. **التأثيرات الوجدانية:** هناك العديد من التأثيرات الوجدانية المحتملة الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام، مثل إزالة الحساسية أو الفتور العاطفي؛ نتيجة التعرض المطول للمحتوى العنيف عبر وسائل الإعلام؛ مما يعزز عدم الإحساس أو عدم الرغبة في تقديم المساعدة للآخرين عند حدوث موجات عنيفة في الحياة الواقعية، وتعزيز مخاوف الأفراد من خلال التعرض للرسائل الإعلامية أو الأعمال الدرامية التي تصور المدن المليئة بالجريمة؛ مما يؤدي إلى زيادة قلقهم نحوها وخوفهم منها، والتثبيط المعنوي؛ حيث تؤثر وسائل الإعلام على الروح المعنوية ومشاعر الاغتراب، ويمكن أن تتسبب التصورات الإيجابية والسلبية في وسائل الإعلام إلى شعور الأفراد بالانتماء لجماعة معينة، أو شعورهم بالغربة عن تلك الجماعة(4).

3. **التأثيرات السلوكية:** وتشتمل على عنصر التنشيط المرتبط بتبني الأفراد سلوكات معينة، وقيامهم بأفعال نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام، وهو النتيجة النهائية لربط الآثار المعرفية والوجدانية معاً، وقد يكون إيجابياً مثل المطالبة بالمساواة والعدالة، أو سلبياً مثل التورط بأعمال عنف، وكذلك عنصر الخمول المرتبط بعدم قيام الأفراد بأي فعل، وعدم تبنيهم أي سلوك نتيجة الكثافة العالية في متابعة قضية ما عبر وسائل الإعلام، مثل الامتناع عن التصويت، والعزوف عن المشاركة السياسية نتيجة التعرض المستمر للحملات الانتخابية عبر وسائل الإعلام(5).

بناءً على ما تقدم؛ تتمثل استفادة الباحث من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تطبيقها داخل الدراسة الحالية، واستخدامها في تحديد أهداف الدراسة، ووضع أسئلتها وفرضياتها، ومعرفة درجة اعتماد الناخبين الأردنيين على منصات التواصل الاجتماعي ودوافعهم، كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) في ظل انتشار وباء كورونا المُستجد داخل الأردن، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام هذه المنصات على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020)، حيث تم تقسيمها داخل أداة الدراسة (الاستبانة) إلى ثلاثة محاور رئيسة وفقاً لتقسيم (Ball-Rokeach & DeFleur)(4) الوارد في النظرية، بحيث يتضمن كل محور منها مجموعة عبارات تم وضعها بدقة ووضوح، وبما يتفق مع طرق القياس التي تتوافق مع محتوى النظرية.

التعريفات الإجرائية:

- **الناخبون الأردنيون:** وهم جميع المواطنين الأردنيين الذين تبلغ أعمارهم (18 سنة فأكثر) ممن لديهم الحق في المشاركة بالتصويت في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة والتي أجريت بتاريخ (10 تشرين الثاني 2020).

بين التعبيرات الذاتية والاجتماعية عند ارتباطها بالوسائط التفاعلية، حيث يشارك الأفراد أفكارهم ووجهات نظرهم بافتراض أن الآخرين سيطلعون عليها، حتى عندما ينشرون مشاعرهم الشخصية على شكل منولوج؛ فإنهم يتوقعون أن مشاركتهم ستتم قراءتها من قبل الآخرين، لذا يعدّ التعبير في حد ذاته إجراء اجتماعياً على منصات التواصل التي يمكن اعتبارها أدوات اتصال ثنائي الاتجاه، فالأفراد ليسوا مستقبلين سلبيين؛ وإنما مشاركون نشطون في إنشاء المحتوى وتوزيعه واستهلاكه وإعادة إنشائه، وبالتالي أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أدوات مهمة للأفراد لتحقيق هدف التعبير في مختلف السياقات الاجتماعية(8).

وبناءً على ما سبق، تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة افتراضات تشير في مجملها على وجود علاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام، وتتمثل هذه الافتراضات في الآتي(9):

- تتشكل علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال قوة دوافعهم للحصول على المعلومات التي من المتوقع أن تكون مفيدة لتحقيق أهدافهم الشخصية في سياقات معينة.
- ترتبط درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بعلاقة إيجابية مباشرة مع مستوى التعرض لتلك الوسائل، بحيث تؤدي زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام إلى زيادة التعرض لها.
- تعمل أهداف الفهم والتوجيه والاسترخاء والتعبير كمركب واحد للاعتماد على وسائل الإعلام، وتتأثر درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام باختلاف أهدافهم الشخصية.
- تؤدي كثافة التعرض لوسائل الإعلام إلى زيادة الاهتمام بالمحتوى الإعلامي المرتبط بتحقيق أهداف محددة لدى الأفراد. ويقترح (Ball-Rokeach & DeFleur)(4) ثلاثة أنواع من التأثيرات الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، والتي تستند إلى خصائص الأفراد وبيئتهم الاجتماعية، وهذه التأثيرات هي:

1. **التأثيرات المعرفية:** وتشتمل على تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن نقص المعلومات التي يتلقاها الجمهور عن بيئتهم الاجتماعية أو تناقضها؛ مما يدفعهم إلى الاتجاه لوسائل الإعلام للحصول على المعلومات، وترتيب الاهتمامات نحو مختلف القضايا والأحداث تبعاً لترتيب وسائل الإعلام لها، حيث تزداد أهمية القضية بتركيز تلك الوسائل عليها، وتشكيل المواقف والاتجاهات عبر النشر غير المحدود للمضامين والأفكار التي تهتم الفرد، خاصة خلال أوقات الأزمات والكوارث، وتوسيع أنظمة معتقدات الأفراد عبر نشر المعلومات عن الأشخاص والأماكن والأشياء الأخرى، حيث يؤدي التدفق المستمر للمعلومات عن قضية ما، إلى توسيع معتقدات الناس حول تأثيراتها، وانعكاس عناصرها على القضايا الأخرى(10).

اعتماد النسبة الأكبر من المبحوثين على هذه المنصات للاطلاع على الانتخابات البرلمانية العراقية التي جرت عام (2014)، في حين توصلت دراسة (Marijan & Sahab)⁽¹⁶⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (384) ناخبًا من مدينة سورابايا في إندونيسيا؛ إلى أن التلفزيون جاء في مقدمة وسائل الإعلام الأكثر تأثيرًا في اختيارهم الانتخابي؛ فيما جاءت المنصات الاجتماعية في المرتبة الرابعة.

وفي جانب أسباب الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن الانتخابات؛ توصلت دراسة (Burnley)⁽¹⁷⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (4654) مفردة من الأمريكيين؛ ودراسة (Santhiveeran)⁽¹²⁾؛ ودراسة (Alansari)⁽¹⁸⁾ إلى أن أبرز أسباب استخدام المبحوثين لهذه المنصات قد تمثلت في التعرف إلى الحملات والبرامج الانتخابية للمرشحين، وخلصت دراسة (Siraki)⁽¹¹⁾ إلى أن أبرز أسباب هذا الاستخدام هي متابعة المحتوى السياسي، كما أشارت (Bani-Salameh & Ananzah)⁽¹⁹⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (437) مفردة من المواطنين الأردنيين؛ إلى أن أبرز أسباب الاعتماد على هذه المنصات في الانتخابات البرلمانية الثامنة عشرة قد تمثلت في عرضها أخبار الانتخابات كاملة دون حذف أو تشويه، وأوضحت دراسة (Almtairy)⁽¹⁴⁾ أن أبرز أسباب هذا الاعتماد هي سرعتها في نقل أخبار الانتخابات، كما توصلت دراسة (Qutbi)⁽²⁰⁾؛ ودراسة (Biswas et al)⁽²⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (120) مفردة من المشاركين في الانتخابات في الهند؛ إلى أن أبرز أسباب الاعتماد قد تمثلت في إتاحة المنصات الاجتماعية للناخبين إمكانية التعبير عن الآراء بحرية، وفيما يخص أبرز أسباب عدم الاعتماد هذه المنصات خلال الانتخابات؛ توصلت دراسة (Bani-Salameh & Ananzah)⁽¹⁹⁾ إلى أن منصات التواصل الاجتماعي ذات آثار سلبية في انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن عشر عام (2016)، كما خلصت دراسة (Almtairy)⁽¹⁴⁾ أن أبرز أسباب عدم الاعتماد قد تمثلت في استخدام هذه المنصات في تشويه سمعة المرشحين.

وبالنسبة لأكثر منصات التواصل الاجتماعي اعتمادًا كمصدر للمعلومات السياسية خلال فترات الانتخابات؛ توصلت دراسة (Burnley)⁽¹⁷⁾؛ ودراسة (Marijan & Sahab)⁽¹⁶⁾؛ ودراسة (Siraki)⁽¹¹⁾؛ ودراسة (Balo & Shawon)⁽¹³⁾؛ التي طُبِّقت على (400) مفردة من الطلبة المغربيين؛ ودراسة (Qutbi)⁽²⁰⁾؛ ودراسة (Alwan)⁽¹⁵⁾ إلى أن الفيسبوك جاء في مقدمة المنصات التي يعتمد عليها المبحوثون، كما توصلت دراسة (Brito et al)⁽²¹⁾؛ التي حللت كيفية استخدام (13) مرشحًا لصفحاتهم الشخصية عبر منصات التواصل الاجتماعي؛ إلى أن تطبيق انستغرام حصل على زيادة أكبر في عدد المتابعين ومعدلات أعلى من التفاعلات خلال فترة الانتخابات الرئاسية البرازيلية التي أجريت عام (2018)، فيما توصلت دراسة

- الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020): وهي الانتخابات النيابية التاسعة عشرة منذ إعلان استقلال المملكة الأردنية الهاشمية عام (1946)، والتي أجريت في (10 تشرين الثاني 2020) عقب صدور الإرادة الملكية بحل المجلس السابق، وانتهاء فترته بتاريخ (27 أيلول 2020)، حيث بلغت نسبة الاقتراع على مستوى الأردن تبعًا لموقع الهيئة المستقلة للانتخاب (29.9%) من إجمالي الأردنيين الذين يمكنهم المشاركة في التصويت.

- وباء كورونا المُستجد: المرض الناتج عن الإصابة أو العدوى بفيروس كورونا المُستجد (nCoV-19)، والذي ظهر لأول مرة في مدينة ووهان الصينية في أواخر عام (2019)، وصنّفته منظمة الصحة العالمية (WHO) وباءً عالميًا بتاريخ (11 آذار 2020)؛ نتيجةً لظهوره وانتشاره في مختلف دول العالم؛ نظرًا لقدرته على الانتقال بين الأفراد بطرق سريعة وسهلة الانتشار، ما لم يتم أخذ الاحتياطات، والالتزام بالإجراءات الوقائية اللازمة لمنع انتقاله وتشبيهه في المجتمعات، حيث يسبب الفيروس حالات عدوى شديدة الخطورة، ومشاكل في الجهاز التنفسي، وارتفاع في معدلات حرارة الفرد بطريقة تشبه إلى حدٍ كبير أعراض الالتهاب الرئوي الفيروسي الحاد.

الدراسات السابقة:

بالنظر إلى الدراسات السابقة ذات الصلة بالاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الحصول على المعلومات السياسية والانتخابية، وتأثيراتها على الناخبين المُحتملين خلال فترات الانتخابات المحلية والبرلمانية والرئاسية؛ يتضح أن هناك اهتمامًا بحثيًا واسعًا في هذا المجال، ففي جانب اعتماد الناخبين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية خلال مرحلة الانتخابات، توصلت دراسة (Siraki)⁽¹¹⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (280) مفردة من طلبة العلوم السياسية في جامعة آزاد الإسلامية في طهران؛ إلى أن (93%) من المبحوثين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة الموضوعات السياسية، وخلصت دراسة (Santhiveeran)⁽¹²⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (867) من المواطنين الأمريكيين؛ إلى أن (56.7%) من المبحوثين يستخدمون هذه المنصات لمتابعة الانتخابات الرئاسية الأمريكية (2016)، كما أشارت دراسة (Balo & Shawon)⁽¹³⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (120) ناخبًا في بنغلادش؛ إلى أن (78%) من المبحوثين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار الانتخابات، وأفادت دراسة (Almtairy)⁽¹⁴⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (400) مفردة من المواطنين الكويتيين؛ أن (96.7%) من المبحوثين يعتمدون على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الكويتية، كما أشارت دراسة (Alwan)⁽¹⁵⁾؛ التي طُبِّقت على عينة قوامها (400) مفردة من المواطنين العراقيين؛ إلى

تمثلت في التعليق على الحملات الانتخابية، ونشر الأخبار والصور ذات الصلة بالانتخابات، فيما أشارت دراسة (Biswas et al) (2) إلى أن أبرز هذه التأثيرات قد تمثلت في التواصل مع الأطراف السياسية المشاركة في الانتخابات.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة؛ يمكن ملاحظة أن معظمها قد أُجري خلال السنوات الخمس الأخيرة؛ وأن العديد منها قد أُجري خلال العام (2020)، الأمر الذي يشير إلى وجود اهتمام بحثي واسع في تأثير وسائل الإعلام عمومًا، ومنصات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص على الجمهور (الناخبين المُحتملين) خلال فترات الانتخابات، نظرًا لاعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات السياسية والانتخابية، حيث تؤدي تلك المنصات دورًا مهمًا في التأثير على مواقف الناخبين واتجاهاتهم وسلوكياتهم وثقتهم بالعملية الانتخابية، واعتبار هذه المنصات أدوات تفاعلية يمكن استخدامها كقنوات اتصالية بين الناخبين والمرشحين، دون الحاجة إلى الحضور الشخصي إلى المقرات الانتخابية، ومن جهةٍ أخرى يمكن ملاحظة اختلاف المجتمعات البحثية وأدوات جمع البيانات في تلك الدراسات؛ إذ تكوّن مجتمع الدراسة في معظمها من الناخبين المحتملين أو المشاركين الفعليين في العملية الانتخابية، عبر استخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات اللازمة، باستثناء كل من دراسة (Bright et al) (22)، ودراسة (Brito et al) (21) اللتين استخدمتا أداة تحليل المضمون، وتكوّن مجتمع الدراسة فيهما من كيفية استخدام مرشحي الانتخابات لمنصات التواصل الاجتماعي.

إلى جانب ما سبق؛ تتفق هذه الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة في تناولها للعلاقة بين اعتماد الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي خلال فترات الانتخابات، والتأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد مثل دراسة (Siraki) (11)، و(Balo & Shawon) (13)، و(Burnley) (17)، و(Almtairy) (14)، و(Biswas et al) (2)، و(Qutbi) (20)، و(Alwan) (15)، و(Alansari) (18)، كما تتفق مع بعضها الآخر في تناولها لاتجاهات الجمهور نحو استخدام هذه المنصات خلال فترات الانتخابات، مثل دراسة (Bright et al) (22)، و(Lee) (23)، و(Bani-Salameh & Ananzah) (19)، و(Burnley) (17)، و(Biswas et al) (2)، إلا أن الدراسة الحالية تتميز عن الدراسات السابقة كونها تناولت مستويات اعتماد الناخب الأردني على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد، وأسباب هذا الاعتماد، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على هذه المنصات والمنعكسة على

(Almtairy) (14)؛ ودراسة (Alansari) (18)؛ التي طُبقت على عينة قوامها (450) مفردة من المواطنين الكويتيين؛ إلى أن موقع تويتر جاء في مقدمة المنصات التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات عن انتخابات مجلس الأمة الكويتي.

وفي جانب اتجاهات الجمهور نحو استخدام منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال الانتخابات؛ خلصت دراسة (Bright et al) (22)؛ التي حللت مضمون الصفحات الرسمية للأحزاب السبعة الرئيسة المشاركة في انتخابات (2015) و(2017) في بريطانيا؛ إلى أن استخدام تطبيق تويتر في الانتخابات يؤدي إلى زيادة عدد الأصوات، كما توصلت دراسة (Lee) (23)؛ التي طُبقت على عينة قوامها (211) مفردة من المواطنين في تايوان؛ إلى أن انخراط المبحوثين في الموضوعات السياسية عبر تلك المنصات يؤثر بشكلٍ إيجابي على مواقفهم تجاه التصويت، ويعزز ثقتهم في القرارات الانتخابية، بينما أشارت دراسة (Burnley) (17) إلى أن مناقشة الأخبار السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي يساهم في رفع مستوى المشاركة في التصويت الانتخابي، كما توصلت دراسة (Bani-Salameh & Ananzah) (19) إلى مساهمة هذه المنصات في نجاح المرشح، وأشارت دراسة (Alwan) (15) إلى مساهمة هذه المنصات في جعل المستخدم أكثر فاعلية وحيوية لأداء دوره الانتخابي، وأوضحت دراسة (Biswas et al) (2) أن قرار تصويت الأشخاص النشطين عبر هذه المنصات يتأثر بالمحتوى الذي تعرضوا له عن سياسي معين.

وعلى صعيد التأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات؛ توصلت دراسة (Siraki) (11) إلى أن أبرز هذه التأثيرات قد تمثلت في تعريف الناخبين المحتملين بأراء المرشحين ومواقفهم، كما خلصت دراسة (Balo & Shawon) (13)؛ ودراسة (Almtairy) (14) إلى أن أبرز التأثيرات المعرفية قد تمثلت في تحديث الناخبين لمعلوماتهم السياسية، وزيادة معرفتهم بالمرشحين، وفي جانب التأثيرات الوجدانية المترتبة على الاعتماد على هذه المنصات كمصدر للمعلومات الانتخابية؛ توصلت دراسة (Balo & Shawon) (13)، ودراسة (Almtairy) (14)، ودراسة (Biswas et al) (2)، ودراسة (Alansari) (18) إلى أن أبرز هذه التأثيرات قد تمثلت في إقناع الناخبين وتشجيعهم على التصويت، أما في جانب التأثيرات السلوكية المترتبة على الاعتماد على هذه المنصات؛ خلصت كل من دراسة (Burnley) (17)، ودراسة (Siraki) (11)، ودراسة (Almtairy) (14)، ودراسة (Balo & Shawon, 2018) (13)، ودراسة (Alansari) (18) إلى أن أبرز التأثيرات السلوكية لاستخدام هذه المنصات قد تمثلت في زيادة مشاركة الرأي حول الأنشطة الانتخابية، واتخاذ القرار الانتخابي، وزيادة المشاركة في التصويت في الانتخابات، كما توصلت دراسة (Qutbi) (20)؛ ودراسة (Alwan) (15) إلى أن أبرز هذه التأثيرات قد

آرائهم وأفكارهم نحو تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على سلوكهم الانتخابي في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المواطنين الأردنيين ممن يُسمح لهم بالمشاركة في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020)، حيث تم اختيار عينة حصرية متساوية قوامها (450) مفردة، مقسّمة على أقاليم المملكة الأردنية الهاشمية الثلاثة: (الشمال، والوسط، والجنوب) بواقع (150) مفردة من كل إقليم؛ موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث بواقع (75) مفردة لكلٍ منهما، ويوضح الجدول الآتي ذو الرقم (1) السمات الشخصية للمبحوثين.

الجدول ذو الرقم (1): السمات الشخصية للمبحوثين

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	نكر	225	50%
	أنثى	225	50%
العمر	18 سنة - 25 سنة	183	40.7%
	26 سنة - 32 سنة	128	28.4%
	33 سنة - 39 سنة	68	15.1%
	40 سنة فأكثر	71	15.8%
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فأقل	64	14.2%
	دبلوم متوسط	79	17.6%
	بكالوريوس	215	47.8%
	دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)	92	20.4%
جهة العمل	قطاع حكومي	116	25.8%
	قطاع خاص	166	36.9%
	أعمل حرة	45	10%
	لا أعمل	123	27.3%
مكان الإقامة	إقليم الشمال (أربد، عجلون، جرش، المفرق)	150	33.3%
	إقليم الوسط (عمان، الزرقاء، مادبا، النبلقاء)	150	33.3%
	إقليم الجنوب (الكرك، الطفيلة، معان، العقبة)	150	33.3%
المجموع (ن) = 450			

أداة جمع البيانات والمقاييس التي تضمنتها:

وباء كورونا المُستجد، ومحور المنصات الأكثر اعتمادًا للحصول على المعلومات عن الانتخابات خلال الوباء، حيث تدرج المقياس وفق الآتي: (3) بدرجة كبيرة، (2) بدرجة متوسطة، (1) بدرجة قليلة، (0) لا أتعلم عليها مطلقًا، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعًا لإجابات المبحوثين وفقًا للدرجات الآتية: (0) - (0.99) منخفضة / (1 - 1.99) متوسطة / (2 - 3) مرتفعة. 2. استُخدم مقياس ثلاثي لقياس محور أسباب الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا

تم استخدام الاستبانة لجمع بيانات الدراسة، عبر تصميمها إلكترونيًا (Online Survey) على موقع (Google Drive)، وإرسال رابطها الإلكتروني إلى المبحوثين عبر البريد الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي خلال الفترة (8-12 / 11 / 2020)؛ نظرًا لعدم إمكانية التوزيع الورقي في ظل انتشار وباء كورونا وتقيده داخل الأردن، وقد اشتملت الاستبانة على المحاور والمقاييس الآتية:

1. استُخدم مقياس رباعيٍ للعبارة المستخدمة لقياس محور درجة الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS V25) من أجل تحليل بيانات الدراسة بعد جمعها، حيث تم استخدام المقاييس الإحصائية الآتية لتحليل البيانات: التكرارات والنسب المئوية، والوسط الحسابي (Mean)، والانحراف المعياري (Standard Deviation)، واختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Sample T-Test)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Anova)، واختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، ومعامل الارتباط سبيرمان (Spearman's Correlation).

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

- درجة الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية:

جاء من يعتمدون بدرجة متوسطة على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشر (2020) خلال وباء كورونا المُستجد في المرتبة الأولى بنسبة (31.1%)، يليهم من يعتمدون على هذه المنصات بدرجة كبيرة بنسبة (27.1%)، ثم من يعتمدون عليها بدرجة قليلة بنسبة (23.1%)، وفي المرتبة الأخيرة من لا يعتمدون مطلقاً على هذه المنصات بنسبة (18.7%) من إجمالي المبحوثين.

وتشير دلالة النسب أعلاه إلى الدور الذي تؤديه منصات التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020)، حيث تم استخدامها في تنفيذ الحملات الانتخابية، وعرض برامج المرشحين السياسية؛ وخصوصاً في ظل انتشار وباء كورونا المُستجد داخل الأردن، ومحاولة الحكومة الأردنية الحد من هذا الانتشار عبر إصدار قرارات حظر إقامة المقرات الانتخابية، ومنع إجراء أي اجتماعات أو تجمعات بغرض كسب التأييد الانتخابي؛ مما أدى إلى انتقال الترويج السياسي للمرشحين من الطرق التقليدية إلى منصات التواصل الاجتماعي، كما ساهمت خصائص هذه المنصات مثل التفاعلية في جذب الناخبين المُحتملين، وإشراكهم في عملية الحوار السياسي مع المرشحين، ومشاركتهم في التعليق والنقاش والتعبير عن الآراء حول العملية الانتخابية ككل، إلى جانب استخدامها لمعرفة التوجهات والاحتياجات الواجب الالتزام بها أثناء التصويت؛ لمنع انتقال عدوى فيروس كورونا المُستجد بين الناخبين.

وتتفق النتائج أعلاه مع دراسة (Siraki)⁽¹¹⁾ التي توصلت إلى أن النسبة العظمى من المبحوثين (93%) يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة الموضوعات السياسية، كما تتفق مع دراسة (Santhiveeran)⁽¹²⁾ التي أشارت إلى أن (56.7%) من المبحوثين يستخدمون هذه المنصات لمتابعة الانتخابات الرئاسية الأمريكية

المُستجد، حيث تدرج المقياس المستخدم وفق الآتي: (2) إلى حد كبير، (1) إلى حد ما، (0) لا، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعاً لإجابات المبحوثين وفقاً للدرجات الثلاث الآتية: (0 - 0.66) منخفضة / (0.67 - 1.33) متوسطة / (1.34 - مرتفعة).

3. استخدم مقياس خماسي لقياس محور اتجاهات المبحوثين نحو متابعة منصات التواصل الاجتماعي للانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد، ومحور التأثيرات المعرفية، ومحور التأثيرات الوجدانية، ومحور التأثيرات السلوكية لاستخدام هذه المنصات على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) في ظل وباء كورونا المُستجد، حيث تدرج المقياس وفق الآتي: (5) موافق بشدة، (4) موافق، (3) محايد، (2) معارض، (1) معارض بشدة، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعاً لإجابات المبحوثين وفقاً للدرجات الثلاث الآتية: (1 - 2.33) منخفضة / (2.34 - 3.66) متوسطة / (3.67 - 5) مرتفعة.

اختبار الصدق والثبات:

يهدف قياس الصدق؛ تم إجراء الاختبار القبلي (Test-Pre) عبر توزيع أداة الدراسة (الاستبانة) على عينة جزئية من الناخبين الأردنيين قوامها (45) مفردة، وبنسبة (10%) من العينة الكلية البالغ عددها (450) مفردة، موزعة بالتساوي على أقاليم الأردن الثلاثة بواقع (15) مفردة من كل إقليم، بهدف التعرف إلى ردودهم واستجاباتهم وملاحظاتهم حول الاستبانة، وإجراء التعديلات اللازمة بناءً على ذلك؛ لضمان سلامتها ووضوحها اللغوي، وصلاحياتها للتطبيق الميداني.

كما تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) عبر استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)؛ لقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (الاستبانة) والتأكد من ثباتها، وقد بلغت قيمة معامل الثبات لمحور أسباب الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد ($\alpha=0.862$)، ومحور الاتجاهات نحو متابعة هذه المنصات للانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال الوباء ($\alpha=0.925$)، ومحور التأثيرات المعرفية ($\alpha=0.933$)، ومحور التأثيرات الوجدانية ($\alpha=0.905$)، ومحور التأثيرات السلوكية لاستخدام هذه المنصات على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال الوباء ($\alpha=0.843$)، حيث تعدّ قيم معامل الثبات قيمة مرتفعة ومقبولة في البحث العلمي.

المقاييس الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

(11.9%)، فيما تمثلت أقل أسباب عدم الاعتماد في "استخدامها في تشويه سمعة المرشحين" بنسبة (4.3%)، يليها "صعوبة الوصول إلى المحتوى المرتبط بالانتخابات" بنسبة (2.7%)، ثم "لأنها تؤثر سلباً على القرار الانتخابي" بنسبة (1.1%).

وقد تعزى مقاطعة نسبة كبيرة من المبحوثين للعملية الانتخابية إلى مستويات تثقهم المتدنية في البرلمانات السابقة، والتي كان لها دور رئيس في إصدار قوانين وتشريعات أضرت بأوضاع المواطنين بشكل مباشر؛ مما انعكس سلباً على قرار المشاركة في الانتخابات البرلمانية (2020)، كما يمكن أن يكون لوباء كورونا المُستجد وانتشاره على المستوى المحلي الأردني؛ دور مهم في اتخاذ قرار المقاطعة، حيث ظهرت العديد من الاحتجاجات عبر منصات التواصل الاجتماعي تطالب بتأجيل العملية الانتخابية أو مقاطعتها في حال عدم تأجيلها؛ نظراً للوضع الوبائي المقلق داخل الأردن، كما يمكن تفسير مجيء السبب الذي ينص: "لأنها تحتوي على معلومات مضللة حول العملية الانتخابية" في المرتبة الثانية، إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تتيح للمستخدمين إمكانية التعليق على الأخبار ومشاركتها، وإنتاج محتوى إعلامي بحسب توجهاتهم وأفكارهم؛ ونشره وتوزيعه دون التحقق من مصداقية المعلومات أو موثوقية مصادرها، مما جعل هذه المنصات من وجهة نظر المبحوثين وسائل لنشر الشائعات والمعلومات الخاطئة والدعايات المضللة حول الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020).

وتختلف النتائج أعلاه دراسة (Almtairy) (14) التي خلصت إلى أن أبرز أسباب عدم الاعتماد على هذه المنصات قد تمثلت في استخدامها في تشويه سمعة المرشحين، كما تختلف مع دراسة (Bani-Salameh & Ananzah) (19) التي توصلت إلى أن أبرز أسباب عدم الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات؛ لأنها ذات آثار سلبية في انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن عشر عام (2016).

- أسباب الاعتماد على منصات التواصل كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية:

(2016)، وتتفق كذلك مع دراسة (Balo & Shawon) (13) ودراسة (Almtairy) (14) ودراسة (Alwan) (15) اللواتي توصلن إلى أن النسبة العظمى من المبحوثين يعتمدون على هذه المنصات كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية، في حين تختلف هذه النتائج مع دراسة (Marijan & Sahab) (16) التي أشارت إلى أن منصات التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الرابعة بين الوسائل الأكثر تأثيراً على القرار الانتخابي.

- أسباب عدم الاعتماد على منصات التواصل كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية:

الجدول ذو الرقم (2): أسباب عدم الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية 2020 (ن=84)

النسبة المئوية	التكرارات	أسباب عدم الاعتماد
35.1%	65	لأنني مقاطع للعملية الانتخابية.
13%	24	لأنها مليئة بالشائعات والمعلومات المضللة حول العملية الانتخابية.
11.9%	22	لأنها تبالغ في تقديم المعلومات عن المرشحين.
11.4%	21	ليس لدي اهتمام بمتابعة أخبار انتخابات مجلس النواب الأردني.
8.1%	15	لا أتق بالمعلومات المرتبطة بالانتخابات والتي تُنشر عبرها.
7%	13	لأنها تُعد إحدى وسائل شراء الأصوات.
5.4%	10	لأنني أعتمد على وسائل الإعلام الأخرى للحصول على المعلومات حول الانتخابات.
4.3%	8	لأنها تستخدم في تشويه سمعة المرشحين.
2.7%	5	صعوبة الوصول إلى المحتوى المرتبط بالانتخابات.
1.1%	2	لأنها تؤثر سلباً على قراري الانتخابي.
100%	185	مجموع الإجابات

* أتيح للمبحوثين إمكانية اختيار أكثر من إجابة.

تشير بيانات الجدول ذي الرقم (2)، إلى أن أبرز أسباب عدم اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) قد تمثلت في "مقاطعة العملية الانتخابية" بنسبة (35.1%)، يليه "لأنها مليئة بالشائعات والمعلومات المضللة حول العملية الانتخابية" بنسبة (13%)، ثم "لأنها تبالغ في تقديم المعلومات عن المرشحين" بنسبة

الجدول ذو الرقم (3): أسباب الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية 2020 (ن=366)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أسباب الاعتماد
0.579	1.62	إمكانية استخدام هذه المنصات في أي وقت وأي مكان.
0.565	1.61	سهولة الوصول إلى أخبار وموضوعات الانتخابات.

0.626	1.54	استخدامها الوسائط المتعددة من صوت وفيديو وصور.
0.653	1.43	تنوعها في المعلومات ذات الصلة بالعملية الانتخابية.
0.665	1.32	مساهمتها في تعريفي بالمرشحين في دائرتي الانتخابية.
0.677	1.30	تقديمها وجهات نظر مختلفة حول العملية الانتخابية.
0.711	1.28	عدم القدرة على حضور المقررات الانتخابية نتيجة فيروس كورونا.
0.746	1.27	إمكانية التعليق على الموضوعات ذات الصلة بالانتخابات.
0.688	1.18	أستطيع من خلالها مناقشة آرائي مع الآخرين حول الانتخابات.
0.722	1.08	فتحها المجال لمناقشة المرشحين حول برامجهم الانتخابية.
0.639	0.95	أثق بالمعلومات التي تقدمها حول العملية الانتخابية.
0.753	0.95	مساهمتها في تحديد قراري الانتخابي.
0.669	1.29	المتوسط العام

دراسة (Qutbi)(20)، ودراسة (Biswas et al)(2) اللتين توصلتا إلى أن أبرز أسباب الاعتماد على هذه المنصات قد تمثلت في إتاحتها للناخبين إمكانية التعبير عن الآراء بحرية.

- منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة في متابعة الانتخابات البرلمانية الأردنية:

توصلت نتائج الدراسة إلى أن "فيسبوك (Facebook)" قد جاء في مقدمة منصات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الباحثون كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد بمتوسط حسابي (M=2.63) وبدرجة مرتفعة، يليه "واتساب (WhatsApp)" بمتوسط حسابي (M=1.66) وبدرجة متوسطة، ثم "انستغرام (Instagram)" بمتوسط حسابي (M=1.39) وبدرجة متوسطة، ثم "يوتيوب (YouTube)" بمتوسط حسابي (M=1.14) وبدرجة متوسطة، ثم "سناپ شات (Snapchat)" بمتوسط حسابي (M=1.00) وبدرجة متوسطة، وأخيراً "تويتر (Twitter)" بمتوسط حسابي (M=0.92) وبدرجة منخفضة.

ويمكن تفسير مجيء (يوتيوب، وسناپ شات، وتويتر) في آخر قائمة منصات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الباحثون كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) في ضوء أن "تويتر" لا يسمح بأكثر من (280) حرف للتغريدة الواحدة؛ مما يعني عدم إمكانية عرض المعلومات والبرامج الانتخابية بشكل مفصل؛ والاكتفاء بنشر العناوين أو الأخبار القصيرة ذات الشأن بالانتخابات، كما يعتبر يوتيوب وسناپ شات مختصين بنشر مقاطع الفيديو فقط، ولا يسمحان بنشر الأخبار وتداول المعلومات المكتوبة، وبالتالي فمن المنطقي أن يأتيها في مراتب متأخرة بين المنصات.

وتتفق النتائج أعلاه مع دراسة (Burnley)(17)، ودراسة (Marijan & Sahab)(16)، ودراسة (Siraki)(11)، ودراسة (Qutbi)(20)، ودراسة (Balo & Shawon, 2018)(13)، ودراسة (Alwan)(15)

يتضح من بيانات الجدول ذي الرقم (3)، أن أبرز أسباب اعتماد الباحثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020)، قد تمثلت في "إمكانية استخدام هذه المنصات في أي وقت وأي مكان" (M=1.62)، يليه "سهولة الوصول إلى أخبار وموضوعات الانتخابات" (M=1.61)، ثم "استخدامها الوسائط المتعددة من صوت وفيديو وصور" (M=1.54)، فيما تمثلت أقل أسباب هذا الاعتماد في "فتحها المجال لمناقشة المرشحين حول برامجهم الانتخابية" (M=1.08)، يليه "أثق بالمعلومات التي تقدمها حول العملية الانتخابية" (M=0.95)، ثم "مساهمتها في تحديد قراري الانتخابي" (M=0.95). ويمكن تفسير النتائج أعلاه في ضوء سهولة استخدام منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020)، وإمكانية تحكّم المستخدمين بظروف التعرض والاستخدام مثل المكان والزمان، إلى جانب إتاحتها إمكانية "البحث المتقدم" والدقيق عن المعلومات ذات الصلة بموضوع الانتخابات، حيث يتيح موقع "فيسبوك" على سبيل المثال مجموعة من المرشحات (Filters) التي تسمح للمستخدم بتحديد ما يريد البحث عنه بالضبط، سواء من حيث الكلمات المفتاحية، والمنشورات العامة، والصور، ومقاطع الفيديو وغيرها.

وتختلف النتائج أعلاه مع دراسة (Burnley)(17)، ودراسة (Siraki)(11)، ودراسة (Santhiveeran)(12) اللواتي توصلن إلى أن أبرز أسباب استخدام الباحثين لهذه المنصات قد تمثلت في التعرف إلى الحملات والبرامج الانتخابية للمرشحين، كما تختلف مع دراسة (Bani-Salameh & Ananzah)(19) التي خلصت إلى أن أبرز أسباب الاعتماد على هذه المنصات في الانتخابات البرلمانية الأردنية الثامنة عشرة قد تمثلت في عرضها أخبار الانتخابات كاملة، كما تختلف مع دراسة (Almtairy)(14) التي أوضحت أن أبرز أسباب هذا الاعتماد هي السرعة في نقل أخبار الانتخابات، وتختلف كذلك مع

الانتخابات أولاً بأول بالصوت والصورة والنص" (M=3.97)، يليه "إتاحتها مساحة واسعة للتعبير عن الآراء حول العملية الانتخابية" (M=3.93)، ثم "مساهمتها في تعريف المواطنين بالمرشحين وبرامجهم الانتخابية" (M=3.88)، فيما تمثلت أقل هذه الاتجاهات في "المساهمة في إقناع الناخبين بضرورة مقاطعة العملية الانتخابية خوفاً من انتشار فيروس كورونا المُستجد داخل المجتمع" (M=3.58)، يليه "المساهمة في تعزيز الثقافة والمشاركة الديمقراطية داخل المجتمع" (M=3.52)، ثم "تسهيل السيطرة الحكومية على عمليات شراء الأصوات؛ نظراً لحظر التواصل المباشر بين المرشحين والناخبين في ظل انتشار فيروس كورونا داخل الأردن" (M=3.08).

ويمكن تفسير النتائج أعلاه في ضوء أن معظم الجهات الرسمية ذات الصلة بالانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) مثل الهيئة المستقلة للانتخاب، لها حسابات خاصة على منصات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات والبيانات والإرشادات المرتبطة بالعملية الانتخابية، كما تستخدم وسائل الإعلام الرسمية والخاصة هذه المنصات في نشر الأخبار، ومشاركة المعلومات ذات الصلة مثل: قوانين الانتخاب، والدوائر الانتخابية، والإجراءات الوقائية الواجب اتباعها لمنع انتقال فيروس كورونا بين الناخبين أثناء التصويت، إلى جانب ذلك، فقد استخدم العديد من المرشحين هذه المنصات لتنفيذ حملاتهم الانتخابية، والترويج لبرامجهم السياسية، والتواصل مع الناخبين المُحتملين، والرد على استفساراتهم في ظل القرارات الحكومية التي تمنع إقامة المقرات الانتخابية، كما ساهمت هذه المنصات في تعريف المستخدمين بالمرشحين، ووفرت لهم مساحة واسعة للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم تجاه الانتخابات والحملات الانتخابية الخاصة بمرشحي دوائهم، سواء أكانوا مقاطعين، أم لديهم نية للتصويت.

وتختلف النتائج في الجدول ذي الرقم (4) مع دراسة (Lee)⁽²³⁾، ودراسة (Burnley)⁽¹⁷⁾، ودراسة (Alwan)⁽¹⁵⁾ اللواتي أشرن إلى أن انخراط المبحوثين في الموضوعات والأخبار السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل مباشر وإيجابي على مواقفهم، ويرفع مستويات مشاركتهم في التصويت، كما تختلف مع دراسة (Bright et al)⁽²²⁾، ودراسة (Bani-Salameh & Ananzah)⁽¹⁹⁾ اللتين توصلتا إلى أن استخدام هذه المنصات في الانتخابات يؤدي إلى زيادة عدد الأصوات، ودراسة (Biswas et al)⁽²⁾ التي أوضحت أن قرار تصويت الأشخاص النشطين عبر هذه المنصات يتأثر بالمحتوى الذي تعرضوا له عن سياسي معين.

- تأثيرات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتملين) خلال الانتخابات البرلمانية:

اللواتي توصلن إلى أن الفيسبوك جاء في مقدمة منصات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون كمصدر للمعلومات خلال فترات الانتخابات، في حين تختلف هذه النتائج مع دراسة (Almtairy)⁽¹⁴⁾، ودراسة (Alansari)⁽¹⁸⁾ اللتين توصلتا إلى أن "تويتر" جاء في مقدمة المنصات التي يستخدمها الناخبون للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية.

- الاتجاهات نحو متابعة منصات التواصل الاجتماعي للانتخابات البرلمانية الأردنية:

الجدول ذو الرقم (4): الاتجاهات نحو متابعة منصات التواصل الاجتماعي للانتخابات البرلمانية الأردنية 2020 (ن=366)

الاتجاهات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نقلت أخبار الانتخابات أولاً بأول بالصوت والصورة والنص.	3.97	1.005
أتاحت مساحة واسعة للتعبير عن الآراء حول العملية الانتخابية.	3.93	1.093
ساهمت في تعريف المواطنين بالمرشحين وبرامجهم الانتخابية.	3.88	1.003
ساهمت في نشر الإرشادات وآلية التصويت بطريقة تمنع انتقال فيروس كورونا بين الناخبين.	3.84	1.133
ساهمت في ظهور احتجاجات على إجراء الانتخابات في ظل الوضع الوبائي المقلق داخل الأردن.	3.74	1.045
ساعدت المرشحين في التواصل مع الناخبين إلكترونياً نظراً لانتشار فيروس كورونا داخل الأردن.	3.73	1.081
توفير مختلف أشكال المعلومات حول العملية الانتخابية والمرشحين في مختلف الدوائر.	3.67	1.027
شجعت المواطنين على المشاركة في الحوار السياسي الانتخابي.	3.64	1.109
ساهمت في دعم بعض المرشحين والابتعاد عن مرشحين آخرين.	3.63	1.016
ساهمت في إقناع الناخبين بضرورة مقاطعة العملية الانتخابية خوفاً من انتشار فيروس كورونا المُستجد داخل المجتمع.	3.58	1.131
ساهمت في تعزيز الثقافة والمشاركة الديمقراطية داخل المجتمع.	3.52	1.067
تسهيل السيطرة الحكومية على عمليات شراء الأصوات نظراً لحظر التواصل المباشر بين المرشحين والناخبين في ظل انتشار فيروس كورونا داخل الأردن.	3.08	1.182
المتوسط العام	3.68	1.074
المتوسط العام	3	1

يوضح الجدول رقم (4) أن أبرز اتجاهات المبحوثين نحو متابعة منصات التواصل الاجتماعي للانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد قد تمثلت في "قلها لأخبار

الجدول ذو الرقم (5): تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتَمَلين) أثناء الانتخابات البرلمانية الأردنية خلال وباء كورونا المُستجد (ن=366)

التأثيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التأثيرات المعرفية		
وفرت لي معلومات عن العملية الانتخابية وكيفية التعامل مع وباء كورونا في حال المشاركة بالانتخابات.	4.00	0.926
عرفتني بخطورة إجراء الانتخابات في ظل انتشار فيروس كورونا المُستجد داخل الأردن.	3.98	0.971
زودتني بمعلومات حول المرشحين في دائرتي الانتخابية في ظل حظر إقامة المقرات الانتخابية.	3.92	0.900
عرفتني بإجراءات السلامة والوقاية الواجب اتباعها أثناء الانتخابات لمنع الإصابة بفيروس كورونا.	3.86	1.035
عرفتني بدور التجمعات والمقرات الانتخابية في انتشار فيروس كورونا بين المواطنين.	3.84	1.003
زادت معرفتي بقوانين الانتخاب والترشح.	3.73	1.019
زادت قدرتي على تحليل البرامج الانتخابية الخاصة بكل مرشح.	3.67	1.056
زادت قدرتي على المقارنة السياسية بين المرشحين.	3.60	1.031
التأثيرات الوجدانية		
الشعور بالاستياء نتيجة قيام بعض المرشحين بإقامة المقرات الانتخابية التي حظرتها الدولة لوقف انتشار فيروس كورونا.	4.19	0.970
أثارت قلقي بسبب إجراء الانتخابات في ظل انتشار فيروس كورونا داخل الأردن.	4.06	0.990
الشعور بالملل نتيجة تكرار عرض الحملات الانتخابية عبر خلال منصات التواصل الاجتماعي.	3.95	0.954
أثارت مخاوفي حول إصابتي أو إصابة أحد أفراد عائلتي بفيروس كورونا في حال المشاركة بالانتخابات.	3.93	1.086
ساهمت في إقناعي بضرورة تأجيل الانتخابات نظراً لانتشار فيروس كورونا المُستجد داخل الأردن.	3.89	1.136
أشعرتني بعدم الرضا عن البرامج الانتخابية للمرشحين.	3.74	0.980
أشعرتني بالقلق تجاه الممارسات غير القانونية في الانتخابات مثل الإساءة إلى المرشح الخصم، ومحاولة تشويه سمعته.	3.66	0.942
أشعرتني بالقلق من استخدام منصات التواصل الاجتماعي في عملية شراء الأصوات.	3.51	1.020
التأثيرات السلوكية		
التعليق على الأخبار والموضوعات ذات الصلة بالانتخابات.	3.84	0.955
العزوف عن حضور الملتقيات الخاصة بالانتخابات بسبب انتشار فيروس كورونا المُستجد داخل الأردن.	3.80	1.063
مناقشة موضوع الانتخابات مع الآخرين إلكترونياً في ظل الوضع الوبائي المقلق داخل الأردن.	3.75	0.941
البحث عن المزيد من المعلومات حول المرشح الذي أودَّ انتخابه.	3.65	1.043
إقناع أهلي ومعارفي بعدم المشاركة في الانتخابات خوفاً من إصابتهم بفيروس كورونا المُستجد.	3.64	1.171
المشاركة في الاحتجاجات الإلكترونية الداعية لمقاطعة الانتخابات بسبب الوضع الوبائي داخل الأردن.	3.61	1.112
غيرت رأبي تجاه بعض المرشحين في دائرتي الانتخابية.	3.41	1.111
التواصل مع المرشحين ومناقشة برامجهم الانتخابية إلكترونياً نتيجة انتشار فيروس كورونا في الأردن.	3.34	1.111
المتوسط العام لمجمَل التأثيرات	3.77	1.022

كورونا المُستجد، قد تمثلت في "توفير المعلومات عن العملية الانتخابية وكيفية التعامل مع الوباء في حال المشاركة بالانتخابات" ($M=4.00$)، و"التعريف بخطورة إجراء الانتخابات في ظل انتشار

يظهر من خلال الجدول ذي الرقم (5)، أن أبرز التأثيرات المعرفية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتَمَلين) أثناء الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء

خلال تعزيز مشاركتهم في التصويت، واتخاذهم الإجراءات الوقائية لمنع إصابتهم بفيروس كورونا، أو من خلال مقاطعتهم للانتخابات وعزوفهم عن التصويت، والمشاركة في الاحتجاجات والمطالبات الإلكترونية الداعية لتأجيل العملية الانتخابية إلى حين استقرار الوضع الوبائي داخل الأردن.

وتختلف النتائج أعلاه مع دراسة (Balo & Shawon)⁽¹³⁾، ودراسة (Siraki)⁽¹¹⁾، ودراسة (Almtairy)⁽¹⁴⁾ اللواتي توصلن إلى أن أبرز التأثيرات المعرفية المترتبة على الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات، قد تمثلت في تعريفهم بآراء المرشحين ومواقفهم، وتحديث الناخبين لمعلوماتهم السياسية، كما تختلف مع دراسة (Balo & Shawon)⁽¹³⁾، ودراسة (Biswas et al)⁽²⁾، ودراسة (Almtairy)⁽¹⁴⁾، ودراسة (Alansari)⁽¹⁸⁾ اللواتي توصلن إلى أن أبرز التأثيرات الوجدانية المترتبة على الاعتماد على هذه المنصات كمصدر للمعلومات عن الانتخابات، قد تمثلت في إقناع الناخبين وتشجيعهم على التصويت، وتختلف كذلك مع دراسة (Burnley)⁽¹⁷⁾، ودراسة (Siraki)⁽¹¹⁾، ودراسة (Balo & Shawon)⁽¹³⁾، ودراسة (Alansari)⁽¹⁸⁾ اللواتي أشرن إلى أن أبرز التأثيرات السلوكية لاستخدام هذه المنصات قد تمثلت في زيادة مشاركة الرأي حول الأنشطة الانتخابية، واتخاذ القرار الانتخابي، وزيادة المشاركة في التصويت، كما تختلف مع دراسة (Qutbi)⁽²⁰⁾، ودراسة (Alwan)⁽¹⁵⁾ اللتين توصلتا إلى أن أبرز هذه التأثيرات قد تمثلت في التعليق على الحملات الانتخابية، ونشر الأخبار والصور ذات الصلة بالعملية الانتخابية، وتختلف كذلك مع دراسة (Biswas et al)⁽²⁾ التي خلصت إلى أن أبرز هذه التأثيرات قد تمثلت في التواصل مع الأطراف السياسية المشاركة في الانتخابات.

ثانياً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لاختبار فرضيات الدراسة، عبر استخدام كلٍ من: اختبار (ت) (Independent Sample T-Test)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Anova)، واختبار التباين البعدي (LSD)، واختبار (Spearman's Correlation)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى كل مما يأتي:

• تشير نتائج اختبار الفرض الأول المتعلق بتأثير السمات الشخصية للمبحوثين على درجة اعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشر (2020) خلال وباء كورونا المُستجد إلى كل مما يأتي:

1. النوع الاجتماعي: أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروقات دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل

فيروس كورونا المُستجد داخل الأردن" ($M=3.98$)، كما تمثلت أبرز التأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاستخدام في "الشعور بالاستياء نتيجة قيام بعض المرشحين بإقامة المقرات الانتخابية التي حظرتها الدولة لوقف انتشار فيروس كورونا المُستجد" ($M=4.19$)، و"الشعور بالقلق بسبب إجراء الانتخابات في ظل انتشار فيروس كورونا داخل الأردن" ($M=4.06$)، فيما تمثلت أبرز التأثيرات السلوكية في "التعليق على الأخبار والموضوعات ذات الصلة بالانتخابات" ($M=3.84$)، و"العزوف عن حضور الملتقيات الخاصة بالانتخابات بسبب انتشار فيروس كورونا المُستجد داخل الأردن" ($M=3.80$).

ويمكن تفسير النتائج في الجدول السابق في ضوء الكمية الكبيرة من المعلومات والأخبار ذات الصلة بالانتخابات البرلمانية الأردنية (2020)، والمنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال الناخبين المُحتملين والمرشحين والمؤسسات الرسمية ووسائل الإعلام، حيث اهتمت مختلف الجهات الرسمية وغير الرسمية بالعملية الانتخابية، وتأثيرات انتشار وباء كورونا في الأردن على المشاركة في التصويت؛ مما دفع العديد من المواطنين إلى البحث عن المعلومات والإرشادات ذات الصلة بكيفية التعامل مع الوباء في حال اتخاذ القرار الانتخابي، كما أن العديد من الناشطين والمستخدمين عبر تلك المنصات دعوا إلى مقاطعة الانتخابات نتيجة لخطورة إجرائها في ظل الوضع الوبائي الخطر داخل الأردن، وأوضحوا أن الإصرار على إجرائها في موعدها من شأنه أن ينقل عدوى الفيروس بين الناخبين بصرف النظر عن مدى تطبيق إجراءات السلامة والوقاية، الأمر الذي عزز مخاوف المواطنين حول إصابتهم أو إصابة أحد أفراد عائلتهم بالفيروس، وأثار شعورهم بالاستياء نتيجة عدم التزام بعض المرشحين بمبادئ المسؤولية الاجتماعية من خلال إقامتهم للمقرات الانتخابية، ودعوة أعداد كبيرة من الناخبين إليها، الأمر الذي يساهم في انتشار فيروس كورونا بينهم.

وبناءً على ذلك؛ فقد انعكس تفاعل التأثيرات المعرفية والوجدانية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتملين)، حيث ساهمت المعلومات المرتبطة بخطورة إجراء الانتخابات والمشاركة بها في ظل الوضع الوبائي الأردني؛ في تعزيز مشاعر القلق والخوف من الإصابة بالفيروس في حال المشاركة في التصويت، والتي انعكست جميعها كتأثيرات سلوكية عبر التعليق على الأخبار والموضوعات ذات الصلة بالانتخابات والمنشورة في تلك المنصات، والعزوف عن حضور الملتقيات والمقرات الانتخابية المخالفة لقرارات الحكومة بحظر التجمعات، ومناقشة موضوع الانتخابات البرلمانية مع الآخرين إلكترونياً، حيث أثر استخدام منصات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمبحوثين (الناخبين المُحتملين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) من

الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمكان الإقامة، حيث بلغت قيمة ف (2.478) عند مستوى (0.085)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

• تشير نتائج اختبار الفرض الثاني المتعلق بتأثير السمات الشخصية للمبجوثين على تأثيرات استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشر (2020) خلال وباء كورونا المُستجد إلى كل مما يأتي:

1. النوع الاجتماعي: أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في مجمل تأثيرات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبجوثين (الناخبين المُحتَمَلين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (-1.364) عند مستوى الدلالة (0.099)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، كما ثبت عدم وجود فروقات في التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاستخدام تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

2. العمر: أظهر اختبار (One-Way Anova) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في مجمل تأثيرات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبجوثين (الناخبين المُحتَمَلين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة ف (2.161) عند مستوى الدلالة (0.092)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، كما ثبت عدم وجود فروقات في التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، ووجود فروقات في التأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاستخدام تعزى لمتغير العمر.

3. المستوى التعليمي: أظهر اختبار (One-Way Anova) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في مجمل تأثيرات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبجوثين (الناخبين المُحتَمَلين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة ف (0.181) عند مستوى الدلالة (0.909)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، كما ثبت عدم وجود فروقات في التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاستخدام تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

4. جهة العمل: أظهر اختبار (One-Way Anova) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في مجمل تأثيرات استخدام منصات

الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ت (-3.029) عند مستوى الدلالة (0.849)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

2. العمر: أظهر اختبار (One-Way Anova) وجود فروقات دالة إحصائياً في درجة اعتماد المبجوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة ف (20.111) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD) اتضح أن من تتراوح أعمارهم (18 - 25 سنة) قد جاءوا في مقدمة المبجوثين الأكثر اعتماداً على هذه المنصات كمصدر للمعلومات عن الانتخابات، يليهم من تبلغ أعمارهم (40 سنة فأكثر)، ثم (33 - 39 سنة)، وفي المرتبة الأخيرة من تتراوح أعمارهم (26 - 32 سنة).

3. المستوى التعليمي: أظهر اختبار (One-Way Anova) وجود فروقات دالة إحصائياً في درجة اعتماد المبجوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة ف (3.194) عند مستوى الدلالة (0.023)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD) اتضح أن من يحملون مؤهل "دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)" أكثر اعتماداً على هذه المنصات كمصدر للمعلومات عن الانتخابات ممن يحملون مؤهل "بكالوريوس"، في حين لم يُظهر من يحملون مؤهل "ثانوية عامة فأقل" و"دبلوم متوسط" أي فروقات إحصائية مع غيرهم من المبجوثين.

4. جهة العمل: أظهر اختبار (One-Way Anova) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في درجة اعتماد المبجوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لجهة العمل، حيث بلغت قيمة ف (1.062) عند مستوى الدلالة (0.365)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

5. مكان الإقامة: أظهر اختبار (One-Way Anova) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في درجة اعتماد المبجوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن

بين درجة اعتماد المبحوثين على تلك المنصات، وتأثيراتها المعرفية، والوجدانية، والسلوكية على المبحوثين، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت درجة اعتمادهم على هذه المنصات كمصدر للمعلومات عن الانتخابات؛ ارتفعت تأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد.

المقترحات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة؛ يقترح الباحث الآتي بيانه:

- ضرورة تركيز القائمين على تخطيط الحملات الانتخابية وتنفيذها، على وضع إستراتيجية تسويقية فعّالة يتم فيها استخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي كأداة اتصالية؛ نظراً للأهمية التي تتميز بها هذه المنصات، حيث أظهرت نتائج الدراسة الحالية أن النسبة العظمى من المبحوثين يعتمدون على هذه المنصات كمصدر للمعلومات عن الانتخابات.

- ضرورة الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية للمواطنين الأردنيين عبر تنفيذ الحملات، ونشر التقارير والمعلومات التي تسلط الضوء على أهمية التصويت في الانتخابات، وإجراء المناقشات والحوارات السياسية بمستوى عالٍ من الحرية والشفافية بين المرشح والناخب، ومحاولة إعادة بناء ثقة المواطنين بالانتخابات؛ نظراً لأن نسبة كبيرة من المبحوثين مقاطعين للعملية الانتخابية.

- العمل على تتبع الشائعات، والمعلومات المضللة، وحملات تشويه سمعة المرشحين في منصات التواصل الاجتماعي، وفرض عقوبات على متداوليها؛ نظراً لأن أحد أبرز أسباب عدم الاعتماد على هذه المنصات قد تمثلت في اعتبارها بيئة خصبة لنشر الشائعات خلال فترات الانتخابات.

- ضرورة الاستفادة الحكومية من منصات التواصل الاجتماعي لتوضيح إجراءات العملية الانتخابية، ونشر المعلومات والبيانات عن طرق الوقاية الصحية الواجب مراعاتها واتباعها للحفاظ على السلامة العامة، وإظهار الإجراءات المتخذة لمنع تعرض المواطنين لأي ضرر قد يعرض حياتهم للخطر.

- استثمار منصات التواصل الاجتماعي واستخدامها في توضيح قوانين الانتخاب والترشح، والعقوبات الرادعة المترتبة على مخالفة تلك القوانين، ونشر المعلومات التوعوية ذات الصلة بالتحذير من مخاطر عملية شراء الأصوات، وكيفية إبلاغ الجهات المختصة بها.

التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتَمَلين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمتغير جهة العمل، حيث بلغت قيمة ف (1.566) عند مستوى الدلالة (0.197)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، كما ثبت عدم وجود فروقات في التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاستخدام تعزى لمتغير جهة العمل.

5. مكان الإقامة: أظهر اختبار (One-Way Anova) عدم وجود

فروقات دالة إحصائياً في مجمل تأثيرات استخدام منصات التواصل الاجتماعي على المبحوثين (الناخبين المُحتَمَلين) في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد تعزى لمتغير مكان الإقامة، حيث بلغت قيمة ف (0.828) عند مستوى الدلالة (0.438)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، كما ثبت عدم وجود فروقات في التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاستخدام تعزى لمتغير مكان الإقامة.

• ثبتت صحة الفرض الثالث المتعلق بوجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؛ وأسباب هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (Spearman's rho=0.267**) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

• ثبتت صحة الفرض الرابع المتعلق بوجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؛ واتجاهات المبحوثين نحو متابعة هذه المنصات للانتخابات، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (Spearman's rho=0.255**) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

• ثبتت صحة الفرض الخامس المتعلق بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) خلال وباء كورونا المُستجد؛ ومجمل تأثيرات استخدام هذه المنصات على المبحوثين، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (Spearman's rho=0.236**) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، كما ثبت وجود علاقة ارتباط عند مستوى (0.001)

- إجراء مزيد من الدراسات المستقبلية حول استخدام منصات التواصل الاجتماعي في الانتخابات، سواء البرلمانية أم غيرها، والتركيز في تلك الدراسات على المرشحين والناخبين المتوقعين بالدرجة نفسها؛ بهدف فهم دور تلك المنصات في تنفيذ الحملات الانتخابية، وتحديد استخداماتها السياسية، ومعرفة تأثيرات استخدامها على المشاركة السياسية وسلوكيات التصويت.

References:

- (13) Balo, B. & Shawon, N., Use of Social Media in Election Marketing in Bangladesh: Its Impact on Voting Behavior, **Business Review- A Journal of Business Administration Discipline**, 13 (1,2). 2018.
- (14) Almtairy, Soud., Dependency of Kuwaiti Voters on Social Networking Sites as a Source of Information about the 2016 Parliamentary Elections, **Unpublished Master Thesis**, Jordan: Yarmouk University. 2018.
- (15) Alwan, Mohammad., The Role of Social Media Websites in Supporting Political Participation in the 2014 Iraqi Parliamentary Elections, **Lark Journal for Philosophy, Linguistics and Social Sciences**, No. 8, Year 7. 2015.
- (16) Marijan, K. & Sahab, A., **Media and Voting Behavior in Surabaya City, Indonesia**, Conference: Proceedings of the 19th Annual International Conference on Islamic Studies, AICIS 2019, 1-4 October 2019, Jakarta, Indonesia. 2020.
- (17) Burnley, B., Socially Mediated Democracy: Modeling the Effects of Social Media Use and Deliberative Behaviors on Voting, **Unpublished Master Thesis USA: Middle Tennessee State University**. 2020.
- (18) Alansari, Naser., The Role of the Social Networking Sites in the Elections of the Fourteenth Kuwaiti National Assembly 2012, **Unpublished Master Thesis**, Jordan: Middle East University. 2013.
- (19) Bani-Salameh, Mohammad & Ananzah, Azzam., The Role of Social Media in the Elections of Eighteenth House of Representatives of Jordan in 2016, **Annals of the Arts and Social Sciences**. 38 (494). 2018.
- (20) Qutbi, Redwan., Social Networks and the Political Participation of Moroccan Youths in the 2015 Communal and Regional Elections, **The Journal of Arab American University**, 3 (1). 2017.
- (21) Brito, K., Paula, N., Fernandes, M., & Meira, S., **Social Media and Presidential Campaigns–Preliminary Results of the 2018 Brazilian Presidential Election**. In Proceedings of the 20th Annual International Conference on Digital Government Research, June 18-20, 2019.
- (22) Bright, j., Hale, S., Ganesh, B., Bulocky, A., Margetts, H. & Howard, P., Does Campaigning on Social Media Make a Difference? Evidence from Candidate Use of Twitter during the 2015 and 2017 U.K. Elections, **Communication Research**, 47 (7). 2020.
- (23) Lee, H., Voters' Involvement, Attitude, and Confidence in the Era of New Media, **Palgrave Communications**, 6 (1). 2020.
- (1) Sauter, T., & Bruns, A., Exploring Emotions on #Auspol: Polarity, Conservatism and Public Performance in the Twitter Debate on Australian politics. **Selected Papers of Internet Research**, 14.0. 2013.
- (2) Biswas, A., Ingle, N. & Roy, M., Influence of Social Media on Voting Behavior, **Journal of Power, Politics & Governance**, 2 (2). 2014.
- (3) Hootsuite & We are Social., **Digital 2020**. Retrieved Nov 19th 2020 from: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-jordan?rq=Jordan>.
- (4) Ball-Rokeach, S. & DeFleur, M., A Dependency Model of Mass Media Effects, **Communication Research**, 3(1). 1976.
- (5) Ball-Rokeach, S., The Origins of Individual Media-System Dependency: A Sociological Framework, **Communication Research**, 12(4). 1985.
- (6) Patwardhan, P. & Yang, J., Internet Dependency Relations and Online Consumer Behavior: A Media System Dependency Theory Perspective on Why People Shop, Chat, and Read News Online, **Journal of Interactive Advertising**, 3(2). 2003.
- (7) Phillips, D. The Psychology of Social Media., *Journal of New Communications Research*, 3 (1). And: Van Dijck, J. (2013). 'You have one identity': Performing the Self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35 (2). 2008.
- (8) Kim, Y., & Jung, H., SNS Dependency and Interpersonal Storytelling: An Extension of Media System Dependency Theory. **New Media & Society**, 19(9). 2017.
- (9) Ball-Rokeach, S., Rokeach, M., & Grube, J., **Great American Values Test: Influencing Behavior and Belief through Television** (New York: The Free Press). 1984.
- (10) Ognyanova, K., & Ball-Rokeach, S., Political Efficacy on the Internet: A Media System Dependency Approach, **Communication and Information Technologies Annual Studies in Media and Communications**. 2015.
- (11) Siraki, G., The Role of Social Networks on Socialization and Political Participation of Political Science Students of Islamic Azad University, **International Journal of Social Sciences**, 10 (1). 2020.
- (12) Santhiveeran, J., American Voters' Use of Social Media and Their Support for the 2016 Presidential Candidates, **American International Journal of Humanities and Social Science**, 5 (4). 2019.