

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي ٢٠١٦ = ١.٣٣

دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الرابعة - العدد الثالث عشر - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٦

- التقرير الإحصائي للمجلة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى سبتمبر ٢٠١٦ ... ص ٩
- معامل التأثير العربي - تقرير ٢٠١٦ ... ص ٢١
- الانتشار العالمي على منصات المعلومات الرقمية الدولية (Indexed) ... ص ٢٧

ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- الخدمة العامة للتلفزيون: جذور المفهوم، وتحديات المسؤولية العامة

أ.د/ رضوان بو جمعة (جامعة الجزائر ٣)
نور الهدى بزقاو عوض بوزقاو (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٣٥

البحوث العربية:

- فاعلية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي: دراسة ميدانية لانتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤
د/ محمد عبد حسن العامري (جامعة بغداد)
علي صادق داوود (جامعة بغداد) ... ص ٣٩
- تأثير المواد الإعلامية الصادرة من رئاسة شئون الحرمين وانعكاساتها على توعية الزائرين من الدول العربية - دراسة ميدانية
د/ أحمد سالم عيسوي (جامعة أم القرى) ... ص ٩٣
- عندما يصبح الإعلام شريكا في صناعة الأزمات الإرهابية: محاولة قراءة سيميائية
د/ ثريا محمد السنوسي (جامعة الغرير بدبي) ... ص ١٥١
- تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكراً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية: دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث
د/ غادة مصطفى البطريق (جامعة الزقازيق) ... ص ١٧٥
- مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم السلوك الشرابي للجمهور المصري - دراسة ميدانية
د/ لبنى مسعود عبد العظيم (جامعة سيناء) ... ص ٢٠٩
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية
د/ أيمن محمد إبراهيم بريك (جامعة الأزهر) ... ص ٢٥٣
- تطبيقات الإعلانات التجارية المرتبطة بدعم قضايا اجتماعية في مصر دراسة تحليلية
عواطف حسن حيدر اليافعي (جامعة صنعاء) ... ص ٢٩٣

ملخصات الرسائل الجامعية:

- حدود الحرية والمسئولية المهنية للصحافة الليبية في نشر قضايا الجريمة واتجاهات القانونيين نحوها: دراسة تحليلية ميدانية
نوال محمد علي المهدي الشريف (جامعة الزيتونة - ليبيا) ... ص ٣٣٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٦ @ EPRA

www.epra.org.eg

الهيئة العلمية

أ.د علي السيد عوجة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طايح

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د بركات عبد العزيز محمد عبد الله

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الثالث عشر - السنة الرابعة - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٦

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عوجة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د / محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ. د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

د/ ثريا محمد السنوسي

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام

جامعة الغربية

د/ محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام

جامعة بغداد

د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام

جامعة سيناء

صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg - www.jpr.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.
- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
 - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
 - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
 - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
 - يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
 - يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (Simplified Arabic) (١٤) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب \$٤٥٠ .

- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيهه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيهه ولغير المصريين ٣٠٠ \$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيهه ومن خارج مصر ٣٥٠ \$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإمیل المعتمد من الجمعية epra.org.eg ، jpr@epra.org.eg ، أو إمیل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام الرابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها اثنا عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية العربية بمعدل = ١.٣٣، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية.

وفي العدد الثالث عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثاً ورؤى علمية للأساتذة والمساعدات والمدرسين، وطلبة الدراسات العليا في مرحلة الدكتوراة. ففي البداية نجد بحث مشترك للأستاذ الدكتور رضوان بو جمعة والباحثة نور الهدى زقاو معوض بوزقاو - جامعة الجزائر ٣ - من (الجزائر)، بعنوان: "الخدمة العامة للتلفزيون: جذور المفهوم، وتحديات المسؤولية العامة".

كما تضمن العدد بحثاً مشتركاً مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم لدرجة أستاذ مشارك منهم: د/ محمد عبد حسن العامري والباحث علي صادق - جامعة بغداد - من (العراق) والذان قدما بحثهما عن: "فاعلية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي: دراسة ميدانية لإنتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤م".

كما قدم: د/ أحمد سالم عيسوي - جامعة أم القرى - من (مصر) دراسة ميدانية عن: "تأثير المواد الإعلامية الصادرة من رئاسة شئون الحرمين وانعكاساتها على توعية الزائرين من الدول".

بينما قدمت كل من: د/ ثريا محمد السنوسي - جامعة الغرير بدبي - من (تونس)، دراسة عن: "عندما يصبح الإعلام شريكا في صناعة الأزمات الإرهابية: محاولة قراءة سيميائية".

وقدمت د/ غادة مصطفى البطريق - جامعة الزقازيق - من (مصر) دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث عن: "تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية".

أما د/ لبنى مسعود عبد العظيم - جامعة سيناء- من (مصر) قدمت مشاركة بحثية عن: "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم السلوك الشرائي للجمهور المصري- دراسة ميدانية".
بينما قدم د/ أيمن محمد إبراهيم بريك - جامعة الأزهر- من (مصر) بحثاً بعنوان: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية".
وقدمت عواطف حسن حيدر اليافعي - جامعة صنعاء - من (اليمن) بحثها لاستكمال متطلبات مناقشة درجة الدكتوراة بعنوان: " تطبيقات الإعلانات التجارية المرتبطة بدعم قضايا اجتماعية في مصر دراسة تحليلية".

وأخيراً من جامعة الزيتونة في (ليبيا) - قدمت الباحثة نوال علي المهدي الشريف ملخص رسالة دكتوراه بعنوان: "حدود الحرية والمسئولية المهنية للصحافة الليبية في نشر قضايا الجريمة واتجاهات القانونيين نحوها: دراسة تحليلية ميدانية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.
وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة



أفادة

تفيد أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بأن الجمعية المصرية للعلاقات العامة

Egyptian Public Relations Association

مسجلة ضمن الجمعيات العلمية التي ترعاها أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا .



التقرير الإحصائي لمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(سبتمبر ٢٠١٣ – أكتوبر ٢٠١٦)

التقرير الإحصائي لمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(سبتمبر ٢٠١٣ – أكتوبر ٢٠١٦)

تلتزم الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) وأعضائها بميثاق الشرف الأخلاقي الذي وضعه مؤسسها، وفي إطار الشفافية التي تنتهجها دائماً الجمعية المصرية للعلاقات العامة والكيانات التابعة لها وحرصاً من هيئة تحرير أول دورية علمية محكمة في العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط؛ نستعرض في الصفحات التالية - لجميع الأساتذة والباحثين والهيئات العلمية في مختلف دول العالم - التقرير الإحصائي الأول عن مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الصادرة عن الجمعية خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى نهاية العدد الثاني عشر من المجلة سبتمبر ٢٠١٦.

حيث أوضح التقرير عدة نتائج أهمها:

١. صدر من المجلة بانتظام (١٢) عدد منذ بداية إصدارها في أكتوبر من العام ٢٠١٣ وحتى كتابة التقرير الإحصائي لتستمر في الصدور في عامها الرابع.
 ٢. معدل انتشار المجلة على مستوى العالم بالجامعات والهيئات العلمية في (٤٥) جامعة وهيئة علمية من (١٤) دولة مكان عمل المشاركين بالنشر في المجلة.
 ٣. عدد البحوث المنشورة باللغة العربية (٧٨) والفرنسية (٥) والإنجليزية (٤).
 ٤. عدد البحوث المشتركة التي اشترك فيها أكثر من باحث (١٠) أبحاث.
 ٥. عدد المشاركين بالنشر في المجلة من الذكور (٧٠) ومن الإناث (٤٦).
 ٦. توزيع البحوث المنشورة وفقاً للدرجات العلمية للمشاركين بالنشر: (٢٢) أستاذ "بروفيسور" - ١٦ أستاذ مشارك - ٥٦ أستاذ مساعد - ٩ مدرس مساعد - ١ باحث).
 ٧. عدد (١٦) جنسية من دول العالم شاركوا بالنشر في المجلة نشروا أبحاثهم وملخصات رسائلهم العلمية كذلك عروض الكتب.
- وتوضح الجداول والأشكال التالية التحليل الإحصائي للمجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى سبتمبر ٢٠١٦ على النحو التالي:

جدول رقم (١)

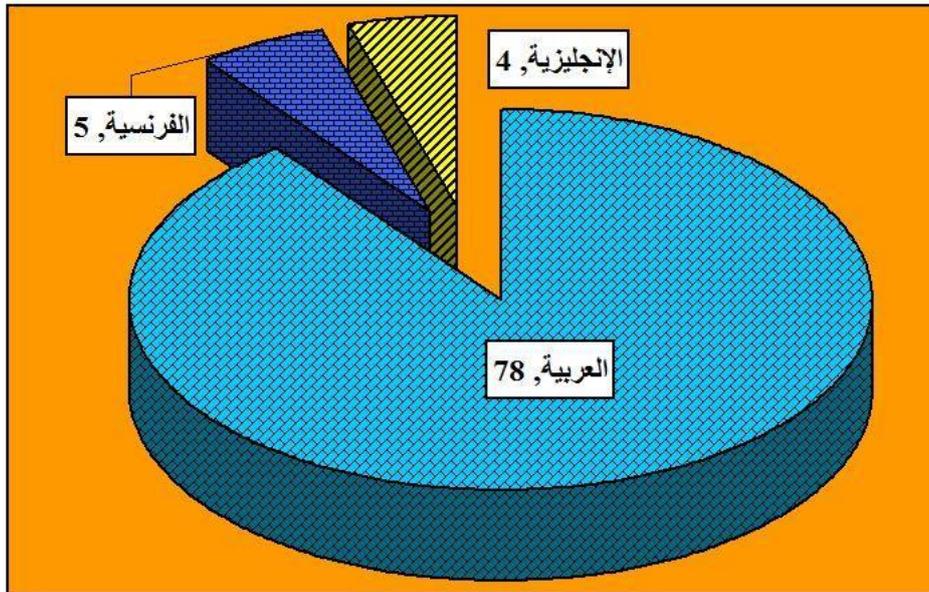
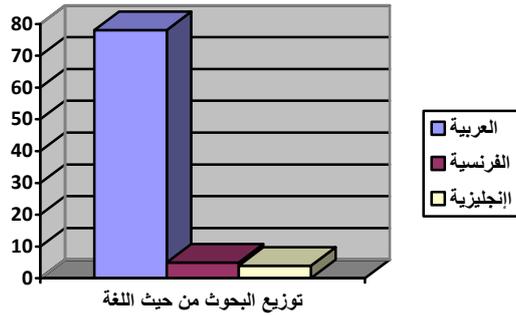
يوضح الوزن النسبي لانتشار المجلة في الجامعات والهيئات العلمية على مستوى دول العالم وفقاً لعدد المشاركين بالنشر

عدد الباحثين	الدولة	اسم الجامعة	مسلسل
١٢	الإمارات العربية المتحدة	جامعة العلوم الحديث بدبي	١
١١	مصر	جامعة القاهرة	٢
١٠	السعودية	جامعة أم القرى	٣
٥	الجزائر	جامعة الجزائر ٣	٤
٥	مصر	جامعة سوهاج	٥
٤	الجزائر	جامعة الجزائر	٦
٤	الإمارات العربية المتحدة	جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا	٧
٤	مصر	جامعة عين شمس	٨
٤	مصر	جامعة الأزهر	٩
٤	مصر	جامعة سيناء	١٠
٤	مصر	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI	١١
٣	الإمارات العربية المتحدة	كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا بأبو ظبي	١٢
٣	السعودية	جامعة الحدود الشمالية	١٣
٣	مصر	جامعة بني سويف	١٤
٣	مصر	جامعة دمياط	١٥
٢	البحرين	جامعة البحرين	١٦
٢	مصر	جامعة مصر الدولية	١٧
٢	مصر	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	١٨
٢	مصر	مجمع اللغة العربية بالقاهرة	١٩
٢	مصر	جامعة المنوفية	٢٠
٢	مصر	المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال ب ٦ أكتوبر	٢١
٢	العراق	الجامعة العراقية	٢٢
١	النمسا	جامعة فيينا	٢٣
١	أوزباكستان	جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية	٢٤
١	العراق	جامعة بغداد	٢٥
١	الإمارات العربية المتحدة	جامعة الفلاح بدبي	٢٦
١	فلسطين	جامعة الأقصى	٢٧
١	الإمارات العربية المتحدة	الكلية الكندية الإماراتية بأبو ظبي	٢٨
١	مصر	جامعة بنها	٢٩
١	مصر	جامعة جنوب الوادي	٣٠
١	العراق	جامعة الأنبار	٣١
١	ماليزيا	الجامعة الماليزية للتكنولوجيا UTM	٣٢
١	المغرب	المركز المغربي للدراسات والأبحاث في وسائل الإعلام والاتصال	٣٣
١	الإمارات العربية المتحدة	جامعة الغرير بدبي	٣٤
١	الإمارات العربية المتحدة	جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا بالعين	٣٥
١	مصر	جامعة النهضة	٣٦
١	مصر	جامعة الزقازيق	٣٧
١	الجزائر	جامعة عنابة	٣٨
١	مصر	جامعة أسبوط	٣٩
١	السعودية	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	٤٠
١	الجزائر	جامعة حسبية بن بو علي	٤١
١	مصر	الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	٤٢
١	اليمن	جامعة صنعاء	٤٣
١	مصر	جامعة كفر الشيخ	٤٤
١	مصر	جامعة المنيا	٤٥

جدول (٣)

يوضح توزيع بحوث المجلة وفقاً للغة النشر

اللغة	عدد البحوث
العربية	٧٨
الفرنسية	٥
الإنجليزية	٤



جدول (٤)

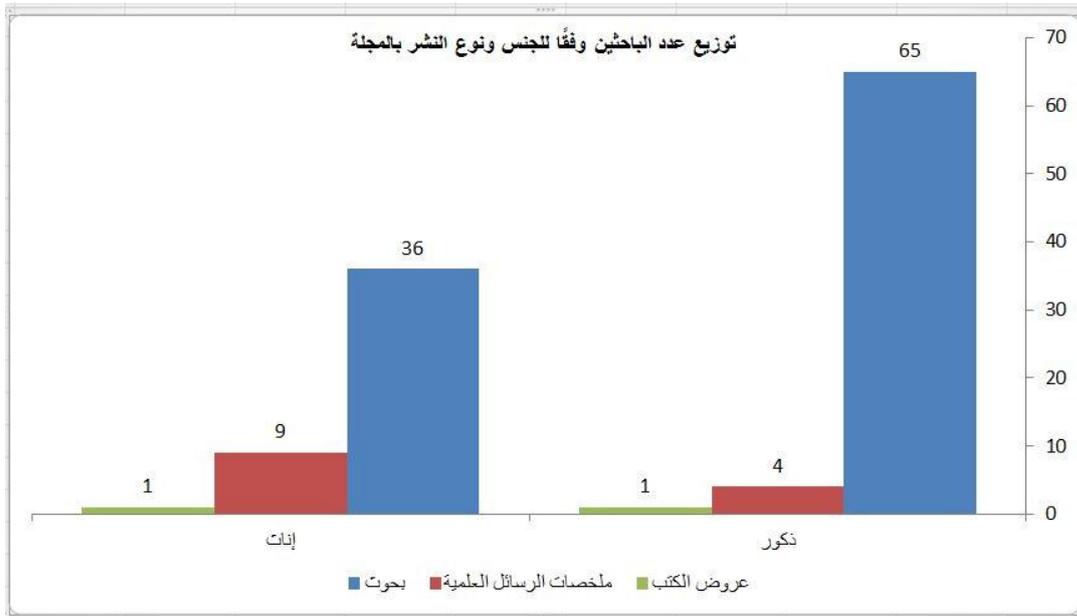
يوضح توزيع البحوث المشتركة لأكثر من باحث حسب كل عدد من المجلة

عدد البحوث المشتركة	عدد المجلة
----	الأول
١	الثاني
١	الثالث
١	الرابع
١	الخامس
١	السادس
---	السابع
---	الثامن
---	التاسع
١	العاشر
١	الحادي عشر
٣	الثاني عشر
١٠ أبحاث مشتركة	المجموع

جدول (٥)

توزيع عدد الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة وطبقاً للنوع

النوع	النشر		
	بحوث	ملخصات الرسائل العلمية	عروض الكتب
ذكور	٦٥	٤	١
إناث	٣٦	٩	١

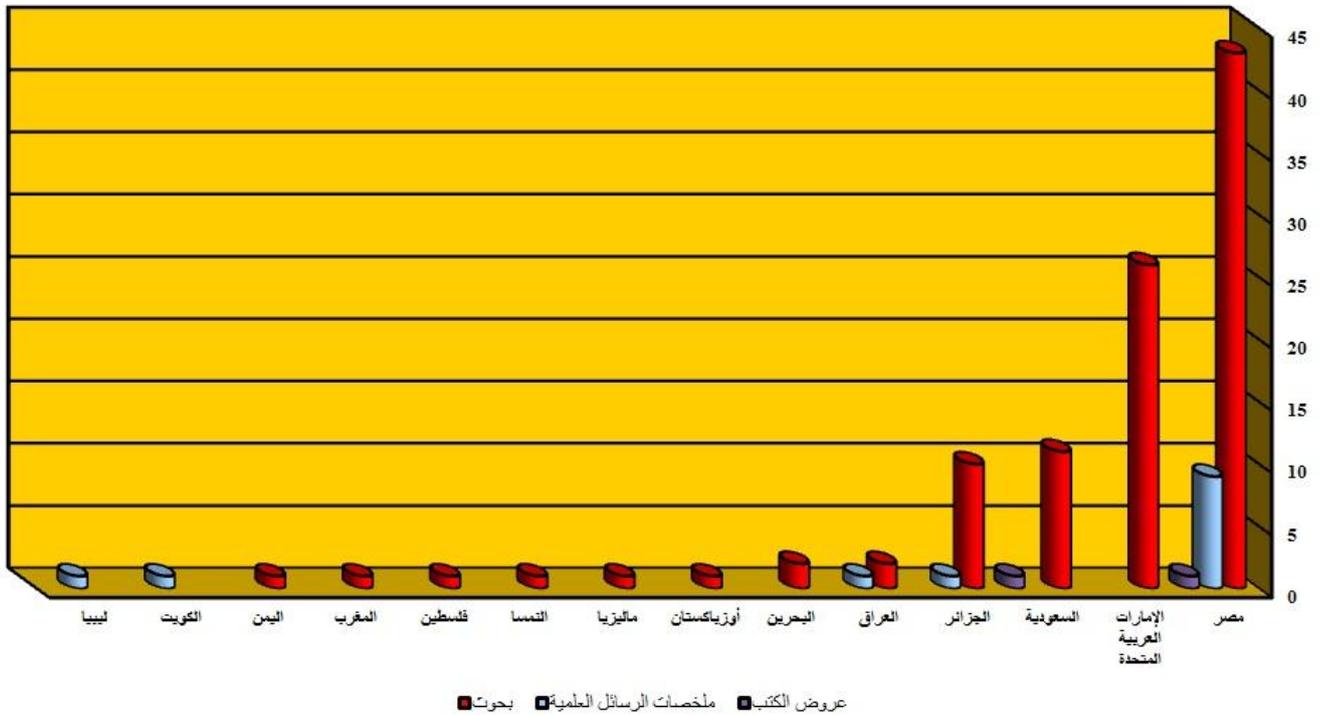


جدول (٦)

ترتيب مكان عمل الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة

مسلسل	الدولة	بحوث	ملخصات الرسائل العلمية	عروض الكتب
١	مصر	٤٣	٩	١
٢	الإمارات العربية المتحدة	٢٦		
٣	السعودية	١١		١
٤	الجزائر	١٠	١	
٥	العراق	٢	١	
٦	البحرين	٢		
٧	أوزباكستان	١		
٨	ماليزيا	١		
٩	النمسا	١		
١٠	فلسطين	١		
١١	المغرب	١		
١٢	اليمن	١		
١٣	الكويت		١	
١٤	ليبيا		١	
	إجمالي	٩٠	١٣	٢

ترتيب مكان عمل الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة

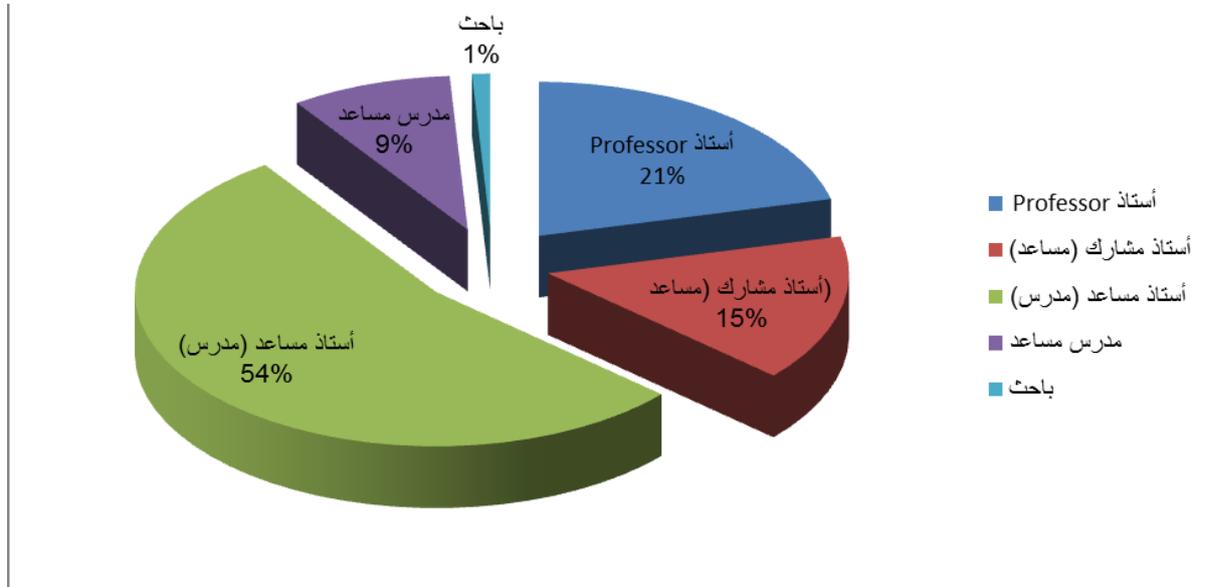


جدول (٧)

توزيع البحوث بالمجلة وفقاً للدرجات العلمية

الدرجة العلمية	عدد البحوث
أستاذ Professor	٢٢
أستاذ مشارك (مساعد)	١٦
أستاذ مساعد (مدرس)	٥٦
مدرس مساعد	٩
باحث	١

توزيع البحوث بالمجلة وفقاً للدرجات العلمية



جدول (٨)

ترتيب جنسيات الباحثين وفقاً لدرجاتهم العلمية وأبحاثهم المنشورة بالمجلة

مسلسل	الدولة	أستاذ	أستاذ مشارك	استاذ مساعد	مدرس مساعد	باحث
		Professor	Associate Professor	Assistant Professor	Lecture	Researcher
١	مصر	١٢	١٣	٣٧	٣	
٢	الجزائر	٥	١	٢	٣	
٣	العراق	٢		٣	١	
٤	السعودية			٥	١	
٥	تونس		١	٢		
٦	السودان			٣		
٧	كندا			٢		
٨	النمسا	١				
٩	باكستان	١				
١٠	سوريا	١				
١١	فلسطين		١			
١٢	المغرب			١		
١٣	ليبيا			١		
١٤	الإمارات					١
١٥	اليمن				١	
	الإجمالي	٢٢	١٦	٥٦	٩	١

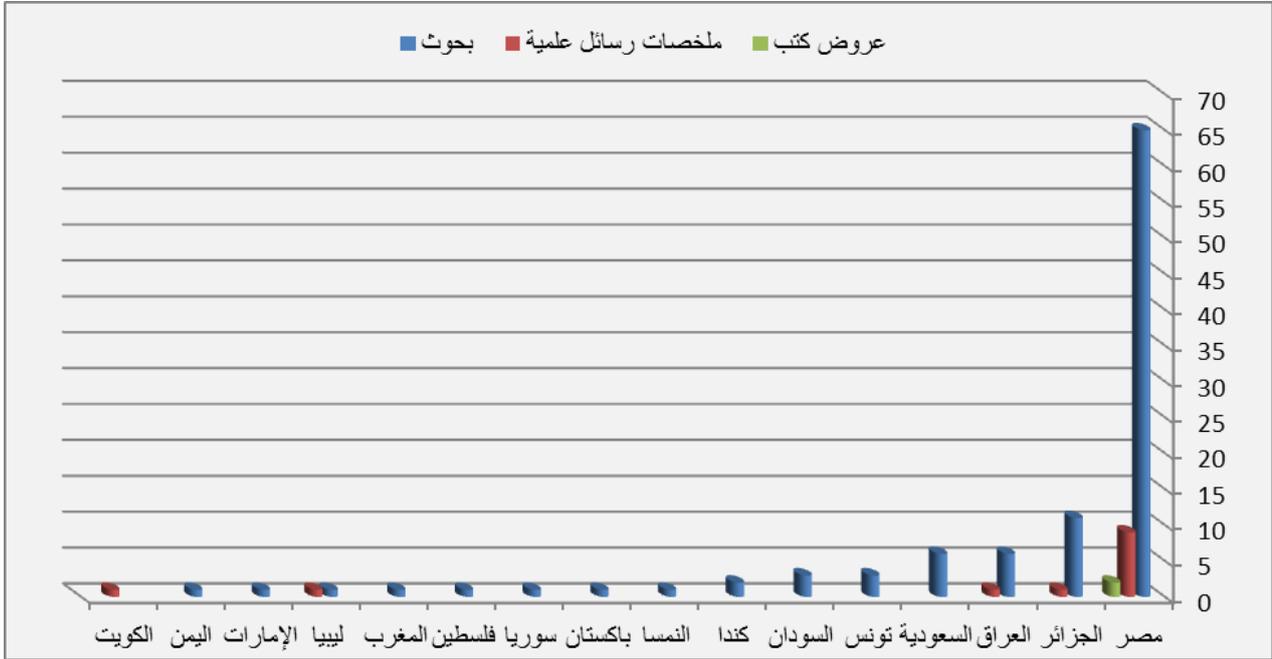
ملحوظة: أحد المشاركين في النشر بالمجلة يحمل الجنسية الكندية بجانب جنسيته التونسية.

جدول (٩)

ترتيب جنسيات الباحثين وفقاً لتكرار المشاركة ونوع النشر بالمجلة

مسلسل	الدولة	بحوث	ملخصات رسائل علمية	عروض كتب
١	مصر	٦٥	٩	٢
٢	الجزائر	١١	١	
٣	العراق	٦	١	
٤	السعودية	٦		
٥	تونس	٣		
٦	السودان	٣		
٧	كندا	٢		
٨	النمسا	١		
٩	باكستان	١		
١٠	سوريا	١		
١١	فلسطين	١		
١٢	المغرب	١		
١٣	ليبيا	١	١	
١٤	الإمارات	١		
١٥	اليمن	١		
١٦	الكويت		١	

ترتيب جنسيات الباحثين وفقاً للمشاركة في الأبحاث المنشورة وملخصات الرسائل وعروض الكتب



مع أطيب الأمنيات لجميع الأساتذة والباحثين في مختلف دول العالم ..

هيئة تحرير مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ،،

القاهرة، ١٧ نوفمبر ٢٠١٦



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٦

Arab Impact Factor 2016

www.arabimpactfactor.com



اتحاد الجامعات العربية



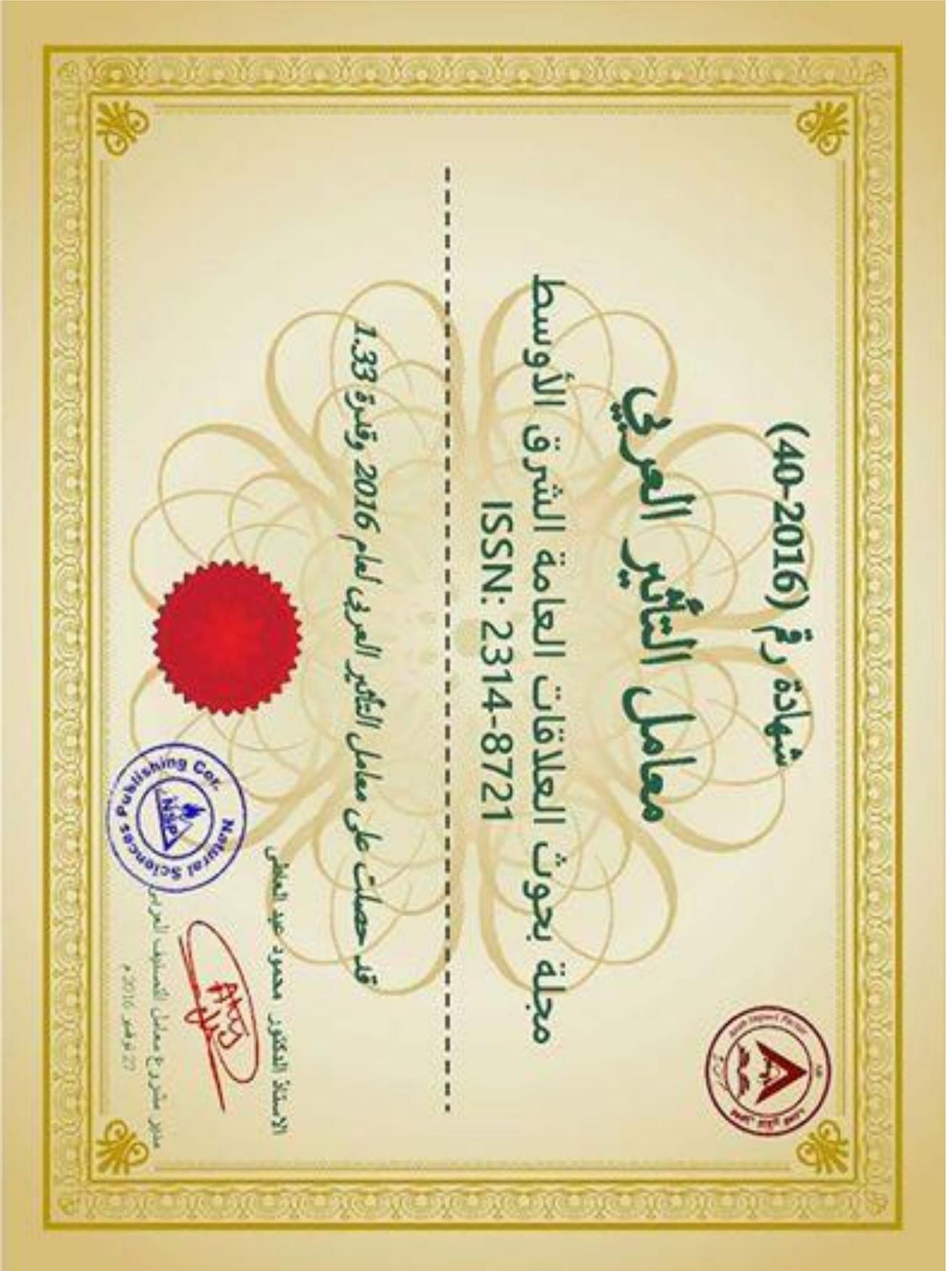
معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٦

حصلت " مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط " على أول معامل تأثير عربي (AIF) Arab Impact Factor لدوريات (الإعلام) العلمية العربية المحكمة على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط في تقرير عام ٢٠١٦ بمعامل تأثير قوي = ١.٣٣ بنسبة ١٠٠.٠٪، لتنفرد المجلة بالتميز العلمي، وتحتل المرتبة (١٣) من ضمن (٥٣) دورية علمية محكمة في جميع التخصصات العلمية والأولى في تخصص (الإعلام) التي حصلت على معامل التأثير العربي في تقرير عام ٢٠١٦ ضمن مشروع التصنيف العربي التابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) نشر العلوم الطبيعية Natural Sciences Publishing وبرعاية اتحاد الجامعات العربية.

"ومعامل التأثير العربي" هو مشروع للدكتور محمود عبد العاطي أستاذ ورئيس قسم الرياضيات بجامعة زويل للعلوم والتكنولوجيا يتم تنفيذه تحت إشراف اتحاد الجامعات العربية والمؤسسة الأمريكية " دار نشر العلوم الطبيعية Natural Sciences Publishing " وبالتعاون مع بعض أبرز المؤسسات العلمية والبحثية الرصينة في العالم العربي وخارجه، خدمة للمجتمع العلمي العربي ومؤسساته وباحثيه. ويهدف إلى تعريف الباحثين العرب بأبرز المجالات العلمية في تخصصاتهم الموضوعية، وفقاً لمعامل التأثير؛ بما يتيح الفرصة لهم للنشر في تلك المجالات البارزة. بالإضافة إلى تقييم أداء الباحثين والجامعات والمؤسسات البحثية والتخصصات الموضوعية وللاداء العلمي في المجتمعات العلمية على العموم.

ويوفر "Arab Impact Factor" تقييماً كمياً ونوعياً لمدى جودة ورسالة المجالات العربية المتخصصة في جميع مجالات المعرفة البشرية، وذلك بهدف رصد النشاط العلمي العربي في أبرز قنواته التي تعد القناة الأساس في الاتصال العلمي بين الباحثين منذ ما يقرب من ٣٥٠ عامًا وهي المجالات العلمية.

ومن الجدير بالذكر أن معامل التأثير هو مقياس لأهمية المجالات العلمية المحكمة ضمن مجال تخصصها البحثي، ويعكس معامل التأثير مدى إشارة الأبحاث الجديدة إلى الأبحاث التي نُشرت سابقاً في تلك المجلة والاستشهاد بها؛ ومعدل انتشار المجلة على مستوى العالم، من حيث جنسيات المشاركين في النشر بها، وأماكن عمل الباحثين بالجامعات والمؤسسات العلمية المختلفة، وبذلك تعد المجلة التي تحظى بمعامل التأثير المرتفع أكثر أهمية وأكثر اعتماداً عليها في المجتمع العلمي المتخصص، أكثر من غيرها.



www.arabimpactfactor.com

The screenshot shows the website interface for Arab Impact Factor. At the top, there is a navigation bar with 'Home', 'About', and 'Contact' buttons. Below this is a search bar and a 'Go' button. The main content area is titled 'معامل التأثير العربي' (Arab Impact Factor) and features a table listing various journals. The table has columns for 'ISSN', 'اسم الدورية' (Journal Name), and 'معامل التأثير العربي' (Arab Impact Factor). A 'Menu' sidebar is visible on the right, listing categories like 'معلم التأثير العربي', 'قواعد التصنيف', etc. At the bottom, there is a 'Sponsors' section with the NSP logo and a copyright notice: 'All rights reserved 2015 - NSP - www.naturalspublishing.com'.

معامل التأثير العربي	ISSN	اسم الدورية
1.35	2518-5556	مجلة كلية التربية جامعة واسط
1.62	1018-3404	مجلة العمارة والتخطيط
0.60	1024-3713	دراسات العلوم التربوية
0.46	1024-373x	دراسات : العلوم الإدارية
0.50	1024-3748	دراسات : علوم الشريعة و القانون
1.23	8483 -1110	المجلة العربية للإدارة
2.01	1110-0486	مجلة أسنوط للعلوم الزراعية
0.63	1112-7163	مجلة الواحات للبحوث والدراسات
2.13	1560-4810	مجلة العلوم الاجتماعية جامعة الكويت
1.12	1560-482X	مجلة الثقافة والتنمية
0.92	1560-456X	دراسات العلوم الهندسية
1.03	1688-6462	مجلة جامعة طيبة لأداب والعلوم الإنسانية
0.78	1698-7235	مجلة قراءات أفريقية
0.91	4870 -1681	مجلة كلية الرفاعين الجامعية للعلوم
1.03	1687-2215	مجلة سيريا Cybraios Journal
0.14	1687-2649	المجلة التربوية بكلية التربية - جامعة سوهاج
0.90	1724-8231	مجلة العلوم التربوية والفنية
2.02	1812-237X	المجلة العراقية للاستزراع المائي
0.65	1813-095X	مجلة الشريعة و القانون
0.84	1813-2065	المجلة العراقية للدراس التطبيقية
0.62	1815-8633	المجلة الأردنية في إدارة الأعمال
0.23	1819-2068	مجلة البحوث التربوية والنفسية العراقية
0.61	1994-2320	مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والانسانية
0.49	1994-8752	مجلة الفتح للعلوم التربوية والانسانية
0.25	2074-8648	مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات
1.50	2079-5076	المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية
0.88	2090-0449	دورية كان التاريخية
1.79	2090-7405	دراسات عربية في التربية وعلم النفس
2.12	2090-8474	المجلة الدولية لانظمة ادارة التعليم
0.70	2161-3821	اماراتك
1.81	2908-2409	المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة
1.02	2222-6978	مجلة مدار الأرب
0.62	2283-0088	لمجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية
0.72	2283-0098	مجلة رؤى اقتصادية
0.47	2304-3717	مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والانسانية جامعة بابل
2.93	2308-2423	مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث
0.70	2308-8347	المجلة العربية للتجوية في التعليم
1.16	2309-5997	مجلة الكوفة
0.27	2354-8909	مجلة المكتبات والمعلومات والتوثيق في العالم العربي
0.43	2384-8990	مجلة العلوم الهندسية (اسنوط)
0.99	2384-9107	مجلة البحوث في المناهج، طرق التدريس وتكنولوجيا التعليم
0.63	2518-0604	مجلة الاطروحة
0.72	2384-9220	المجلة العربية لدراسات وبحوث العلوم التربوية والانسانية
0.38	2368-9921	المجلة الطبية لجمعية اسيا : التربية عن طريق الفن
0.80	2410-292X	مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الطبيعية والهندسية
0.21	2410-2946	مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية
0.75	2410-3160	مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية
1.02	2410-8715	مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإسلامية
0.88	2410-8723	مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية
1.89	2412-5407	مجلة وقاية البئات العربية
2.01	1688 3463	مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية
1.32	7877-2090	لمجلة المصرية للاستزراع المائي
1.33	2314-8721	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

تصنيف المجلة في قواعد المعلومات الرقمية الدولية

Indexed

تصنيف المجلة في قواعد المعلومات الرقمية الدولية Indexed

يهتم مؤسس المجلة وإدارة تحريرها بتصنيفها ونشرها ضمن مختلف قواعد المعلومات الرقمية الدولية لتكون مفهومة ومصنفة Indexed ضمن قواعد البيانات الدولية، وتنفيذاً لمعايير التقييم الموضوعية التي وضعتها لجنة قطاع الإعلام ولجنة الترقيات العلمية بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر، ويتضح ذلك في المادة (٤٠) من قواعد التشكيل والإجراءات المنظمة لعمل اللجان العلمية لفحص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين والمعتمدة بقرار وزاري في ٢٨ فبراير ٢٠١٣، كذلك المادة رقم: (١٨) ضمن القواعد التي تم إقرارها من المجلس الأعلى للجامعات في الجلسة رقم: (٦٤٦) للدورة الثانية عشر ٢٠١٦ - ٢٠١٩ بتاريخ ٠٤ إبريل ٢٠١٦ والتي تشترط لإعطاء درجة تقييم أعلى للدوريات العلمية المحكمة؛ تصنيفها في أكثر من منصة إلكترونية لقواعد البيانات الرقمية.

مادة (٤٠):

- (أ) يتعين على اللجنة العلمية أن تقوم بتقييم المجلات والدوريات العلمية التي قام المتقدم بالنشر فيها وكذلك المؤتمرات العالمية والمحلية التي ساهم فيها ولها في سبيل ذلك أن تستعين بأى معلومات عن الدوريات العالمية التي توفرها وحدة المكتبات الرقمية بالمجلس الأعلى للجامعات ولها أن تطلب من الوحدة عمل استطلاع على شبكة المعلومات عن دوريات بعينها وتحديد معامل التأثير لكل مجلة أو دورية في كل تخصص على حده ومدى انتشارها كما يمكنها الاستفادة من وحدة النشر العلمي بوزارة البحث العلمي لتقييم الدوريات المحلية من ناحية ومدى مطابقتها للمعايير العلمية.
- (ب) يتعين على اللجنة العلمية ترتيب المجلات والدوريات العالمية طبقاً لما يتوافر لديها من معلومات عن ما يلي:
- (معامل التأثير ومدى انتشار المجلة أو الدورية - متخصصة أو عامة - محكمة - مصنفه - الناشر دولي أو محلي - السمعة في التخصص).
 - كما يكون للجنة العلمية الحق في إعادة النظر في التقييم سنوياً وإضافة مجلات ومؤتمرات لم تكن مذكورة من قبل علاوة على ما تقوم بتقييمه بناء على طلب الأقسام العلمية.
 - ويتعين على اللجان العلمية عند تقييمها للمجلات والدوريات والمؤتمرات أن تلتزم بالمعايير الموضحة بالجدول الآتي:

الدرجة	١٠	٩	٨	٧	٦-٥	٤-٣	٢-١
معامل تأثير / IF	تحده اللجنة حسب التخصص	واحد أو أقل	ليس لها IF	ليس لها IF	ليس لها IF	ليس لها IF	ليس لها IF
مجال التخصص	متخصصة	متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة	غير متخصصة	غير متخصصة
محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	غير محكمة
مصنفة/ indexed	مصنفة في ٣ مصادر أو أكثر	مصنفة في ٣ مصادر	مصنفة في مصدرين أو أكثر	مصنفة في مصدرين	مصنفة في مصدر واحد	غير مصنفة	غير مصنفة
لها موقع على Internet	لها	لها	لها	لها	لها	لها	لها
الناشر	عالمي قوي	عالمي نو	عالمي نو	عالمي نو	معهد أو هيئة قومية أو مركز علمي	كلية، قسم علمي	كلية، قسم علمي
السمعة في التخصص	عالمياً	عالمياً	عالمياً	عالمياً	عالمياً	عالمياً	محلياً فقط

قواعد ونظام عمل اللجان العلمية لفحص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين

الدورة الثانية عشر 2016 – 2019

- تحكيم البحث يتضمن العديد من العناصر، ويضع المحكم التقديرات التي يراها لهذه العناصر في كل بحث، ويعد ذلك تقييماً للبحث نفسه دون أي اعتبار لمكان النشر أو دور المتقدم فيه، أي أن التحكيم يتم على مضمون البحث في تخصص المتقدم.
- وتحسب تقديرات الأبحاث بناء على الدرجات الحاصل عليها البحث من 100 درجة، على النحو التالي: بحث ضعيف (أقل من 60)، بحث مقبول (60 – 69)، بحث جيد (70 – 79)، بحث جيد جداً (80 فأكثر)، وعلى المحكم أن يضمن تقريره الفردي حيثيات تقدير كل بحث.
- أما ما يتعلق بمكان النشر، فإنه يعد من صميم أعمال اللجنة العلمية ذاتها، التي تقترح تقييم المجلات والدوريات والمؤتمرات، وذلك في إطار مجموعة من المعايير والضوابط. ويتم مراجعة ذلك من قبل "اللجان التخصصية"، ويعتمد من "اللجنة العليا"،
- كذلك يتعين على اللجنة تحديد دور المتقدم في الأبحاث المشتركة بناء على معايير محددة لذلك.
- لا يعاد تقييم الأبحاث التي سبق تقييمها من اللجنة العلمية في الدورة الحالية أو أي من الدورات السابقة في ذات التخصص، ولكن يحدد دور المتقدم ويقيم مكان النشر لو لم يسبق تقييمه.
- لا يتم إعادة تقييم البحث المنشور في مجلة علمية حصلت على درجة تقييم من اللجنة العلمية بين 9 – 10 نقاط، ويحصل البحث على 15 نقطة إذا نشر في مجلة/دورية علمية حصلت على 10 نقاط، و13.5 نقطة إذا حصلت المجلة العلمية المنشور بها على 9 نقاط، ويحصل أي باحث من المشاركين في هذا البحث على كامل النقاط بغض النظر عن عدد المشاركين حتى لو كانوا في التخصص نفسه.
- تحصل براءات الاختراع المسجلة دولياً على 20 نقطة، والبراءات المسجلة محلياً على 15 نقطة، إذا لم يشتق منها أبحاث أخذت في الاعتبار من خلال أعمال المتقدم، وتحسب له الأعلى في عدد النقاط فقط.
- البحث الحاصل على تقدير (ضعيف) لا يسجل له نقاط ويستبعد من التقييم.

مادة (18): تقييم المجلات والدوريات العلمية والمؤتمرات

- * تستعين اللجنة العلمية بأية معلومات عن الدوريات العالمية التي توفرها وحدة المكتبات الرقمية بمركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية التابع للمجلس الأعلى للجامعات، ولها أن تطلب من الوحدة القيام باستطلاع على شبكة المعلومات عن دوريات بعينها، وتحديد معامل التأثير لكل مجلة أو دورية في كل تخصص على حدة، كذلك يمكن الاستفادة من وحدة النشر العلمي بوزارة البحث العلمي، لتقييم الدوريات المحلية من ناحية التحرير ومدى مطابقتها للمعايير العالمية.
- * يتعين على اللجنة العلمية ترتيب المجلات والدوريات العلمية طبقاً لما يتوافر لديها من معلومات عما يلي: معامل التأثير (إن وجد) – متخصصة/عامة – محكمة – مصنفة – الناشر دولي/محلي – السمعة في التخصص.
- * للجنة العلمية الحق في إعادة النظر في التقييم سنوياً، وإضافة مجلات ومؤتمرات لم تكن مذكورة من قبل، وللأقسام العلمية الحق في أن تطلب من اللجنة المختصة تقييم مجلات ودوريات ومؤتمرات لم تقيم من قبل. ويستعان، كلما أمكن بما لدى المكتبة الرقمية بالمجلس الأعلى للجامعات، من بيانات ومعلومات تفيد في تقييم وترتيب المجلات والدوريات العالمية والمحلية.

قواعد ونظام عمل اللجان العلمية لضص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين
الدورة الثانية عشر 2016 - 2019

- * يعرض تقييم اللجنة العلمية لأماكن النشر على "اللجنة التخصصية" المعنية لمراجعتها، ويعتمد من "اللجنة العليا" لاعتماده.
- * وعلى كل لجنة من اللجان العلمية، تحديد نقاط لكل مجلة أو دورية علمية أو مؤتمر وكذلك مراجعتها سنوياً، ويمكن الاسترشاد بما يلي:

عدد النقاط	نوع المجلة / الدورية أو المؤتمر
10 - 9	1. مجلة دولية متخصصة ذات معامل تأثير قوى ومحكمة ومصنفة في عدة مصادر وتنتشر من خلال دار نشر عالمية لها ثقل دولي.
8	2. مجلة دولية متخصصة أو غير متخصصة لها معامل تأثير معتدل ومحكمة ومصنفة وتنتشر من خلال دار نشر عالمية ذات ثقل معقول.
7	3. مجلة محلية متخصصة ومحكمة ولها محكم خارجي ومصنفة والناشر جامعة أو هيئة قومية وذات سمعة إقليمية ومحلية جيدة في التخصص.
5	4. مجلة محلية متخصصة محكمة داخلياً ومصنفة والناشر كلية أو قسم علمي ولها سمعة محلية جيدة.
2	5. مجلة محلية غير متخصصة والناشر كلية وغير مصنفة ولها سمعة محلية متواضعة.
1	6. مجلة غير مصنفة وغير محكمة وليس لها سمعة محلية واضحة.
8	7. مؤتمر دولي متخصص (منشورة، التحكيم على البحث الكامل)
6	8. مؤتمر دولي متخصص (ألقى البحث والتحكيم على الملخص)
5	9. مؤتمر محلي متخصص (منشورة، التحكيم على البحث الكامل)
3	10. مؤتمر محلي متخصص (ألقى البحث، التحكيم على ملخص البحث)
2	11. مؤتمر محلي غير متخصص (منشورة، التحكيم على البحث لكامل)
1	12. مؤتمر محلي غير متخصص (ألقى البحث، التحكيم على ملخص البحث)

- * يجب ملاحظة ما يلي أثناء تقييم أماكن النشر:
- عند تغيير نقاط المجلة أو الدورية العلمية أو المؤتمر، لا يسرى هذا التعديل على كافة الأبحاث التي نشرت حتى تاريخ آخر بحث قيمته اللجنة نشر بهذه المجلات.
- تضع اللجان للمجلات والدوريات الدولية التي تخصصها، حداً أدنى لمعامل تأثير المجلات التي سيتم تقدير نقاطها من 9 إلى 10 نقاط.
- يعرف المؤتمر الدولي بالمؤتمر المتخصص ذو السمعة الجيدة والذي يتم عقده بشكل دوري، ويشارك في أعماله بالنشر والحضور باحثون من جهات علمية متميزة.

مادة (19): تحديد مشاركة الباحث في الأبحاث المشتركة

- * قد يرفق المتقدم، إقراراً موقعاً من كل المشتركين في البحث، عن دور كل منهم، يعتمد من عميد الكلية، ويعتبر وثيقة تعتد بها اللجنة لهذا المتقدم ولمن شاركه في البحث لو تقدم بهذا البحث عند تقدمه، ويكون على اللجنة تقييم الدور الذي قام به المؤلف في البحث.

وبالفعل قام مؤسس المجلة بالتعاقد على نشر المجلة إلكترونياً على منصات قواعد البيانات الرقمية الدولية بالإضافة إلى نشرها في موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت www.jprr.epra.org.eg ومن ضمن قواعد المعلومات الرقمية التي قامت بتصنيف وفهرسة المجلة ومنشورة على منصاتها الإلكترونية:

- قاعدة المعلومات الرقمية الدولية EBSCO ومقرها: (الولايات المتحدة الأمريكية)
- قاعدة معلومات العلوم الإنسانية بدار المنظومة ومقرها: (المملكة العربية السعودية)

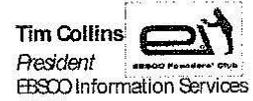


الرواد في قواعد المعلومات العربية

Humanindex
قاعدة معلومات العلوم الإنسانية

Journal
of
PR
research
Middle East

www.jprr.epra.org.eg



December 22, 2016

Mari Bergeron
EBSCO Information Services
10 Estes Street
Ipswich MA 01938 USA

Prof. Dr. Hatem Mohamed Atef,
Chairman of Egyptian Public Relation Association
Ahmed El-Zayat St, Ben Elsrayat.
Dokki, Giza
Egypt

Dear Professor Hatem

It is our pleasure to confirm that *Journal of Public Relations Research Middle East* has been licensed for indexing in EBSCOhost.

EBSCO is the leading provider of databases to thousands of universities, business schools, medical institutions, schools and other libraries worldwide. Indexed content is available only through institutional subscription. Libraries in nearly every country subscribe to one or more EBSCO databases, and in more than 70 countries, all libraries subscribe. EBSCO hosts both peer reviewed and non-peer reviewed titles on our databases. The content serves educational needs of the researchers around the world as well the economic interest of the US.

You are welcome to announce your partnership with EBSCO on your website or in the front matter of your journal as soon as you like

Thank you for contributing your content to our databases.

Sincerely,



Mari Bergeron
Director of International Content Licensing Manager
EBSCO Information Services
mbergeron@ebSCO.com

Headquarters: 10 Estes Street P.O. Box 682 Ipswich, MA 01938 USA
Phone: (978) 356-6500 (800) 653-2726 Fax: (978) 356-6565 E-mail: information@ebSCO.com Web: www.ebSCO.com





www.mandumah.com

بسم الله الرحمن الرحيم

الرقم: م/ع/895

سعادة الأستاذ الدكتور / رئيس مجلس ادارة مجلة بحوث العلاقات العامة
الشرق الاوسط
المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نفيد نحن شركة دار المنظومة لتقنية المعلومات بأن مجلة بحوث العلاقات العامة
الشرق الاوسط مقهرسة ومتاحة بالنص الكامل ضمن قواعد معلومات شركة
دار المنظومة

وتقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،،

مدير التسويق

أ/ صلاح عبد الرحمن ابراهيم



فاعلية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي

"دراسة ميدانية لانتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤م"

إعداد

أ.م.د/ محمد عبد حسن العامري (*)

علي صادق داوود (**)

(*) أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الاعلام - جامعة بغداد

(**) باحث في العلاقات العامة بكلية الاعلام - جامعة بغداد

فاعلية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي "دراسة ميدانية لانتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤م"

أ.م.د/ محمد العامري

Drmohm18@yahoo.com

جامعة بغداد

علي صادق داوود

ahlalkera@yahoo.com

جامعة بغداد

الملخص:

تعالج مشكلة الدراسة ظاهرة مهمة في أوساط المجتمع العراقي ألا وهي: بيان الدور المهم الذي يؤديه الاتصال المواجهي في المشاركة الانتخابية بعهده مصدرًا للمعلومات يعمد إليه المرشح من أجل كسب أصوات الناخبين، فضلا على مدى فاعليته على التأثير في قرار الناخب العراقي، وذلك عن طريق طرح مجموعة من التساؤلات يمكن إجمال أهمها بالآتي:

١- ما انطباعات عينة الدراسة عن المرشحين في أثناء مقابلاتهم ولقاءاتهم، وما الموضوعات التي تم مناقشتها عن طريق الاتصال المواجهي في أثناء الحملات الانتخابية؟

٢- ما مدى تأثير عينة الدراسة بشخصية المرشح، وتقييمهم بصدق وعود وعهود المرشح في أثناء مدة الحملات الانتخابية؟

٣- ما مصادر الاتصال الأكثر تأثيرا في الناخب، والتي تم الاعتماد في أثناء الحملات الانتخابية؟

٤- ما المزايا التي يجب أن يتمتع بها المرشح في الانتخابات؟

٥- ما الأسباب الحقيقية للزيارات التي يقوم بها المرشح لجمهور الناخبين، وما مدى فاعليتها؟

وقد هدف الباحث عن طريق دراسته إلى:

١- معرفة انطباعات عينة الدراسة لعملية الاتصال المواجهي مع المرشحين في أثناء الحملات الانتخابية.

٢- معرفة تقييمات عينة الدراسة من اللقاءات والاجتماعات التي حصلت مع المرشحين، ومدى تأثيرهم فيه.

٣- معرفة وعود المرشحين، ومدى مصداقيتهم في أثناء مدة الحملات الانتخابية.

٤- معرفة أهم الموضوعات التي تم الحديث عنها ومناقشتها مع المرشحين في أثناء الحملات الانتخابية

٥- معرفة أهم الشخصيات المؤثرة في الناخبين، والتي لها دور كبير في عملية الاتصال المواجهي.

وتحقيقا لأهداف الدراسة. فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي اعتمادا على الاستبانة بصفتها أداة لجمع المعلومات والبيانات التي تتعلق بمشكلة الدراسة.

وقد توصل الباحث عن طريق دراسته إلى عدة نتائج نذكر أبرزها:

١- حرص الناخب العراقي على متابعة الحملات الانتخابية؛ لأن ذلك يساعده في اكتساب المعلومات عن المرشحين بصورة أكثر وضوحا، وعن عملية التصويت والانتخابات عن طريق الاتصال المواجهي وما تقدمه وسائل الاتصال.

- ٢- إن أكثر الأسباب التي دعت المواطن العراقي إلى المشاركة في الانتخابات البرلمانية يكمن في مشروعية التصويت، زد على ذلك حب الوطن، والتي أدلى بها أكثر من ثلثي أفراد العينة.
- ٣- أضف إلى ما تقدم ما أظهرته الدراسة من أن نشاط الرجال كان أكثر فعالية في المشاركة بعملية الانتخابات من النساء، إذ إن المؤشرات بينت: أن (الجنس) يُعدّ محددا اجتماعيا في العراق.
- ٤- وأظهرت الدراسة: أن رجال الدين كانوا من أبرز الشخصيات المؤثرة بالمبجوثين في أثناء الحملات الانتخابية أدى ذلك إلى عدم تحقيق الفائدة من اللقاءات والاجتماعات مع المرشحين.

المقدمة :

يُعدّ الاتصال المواجهي الوسيلة الأولى التي بواسطتها تتم عملية التواصل بين البشرية على مر السنين، إذ إنه ومنذ بدا أول حوار بشري ما بين شخصين أو طرفين، هما :ادم وحواء تكونت أول عملية اتصاليه بين طرفين، زد على ذلك : أنه -أي الاتصال المواجهي- يُعدّ الوسيلة الأنجع لإيصال المعلومات والأخبار، فضلا على ما تقدم فإنّه يمثل القناة الاتصالية الفعالة بين الأفراد؛ لأنه وبكل بساطه يعتمد الكلمات المنطوقة والمواجهة المباشرة التي هي أكثر إقناعا من غيرها، وذلك ما يسهل العملية الاتصالية، ويكون أثرها بالغا في المستقبل؛ لذلك يمكن القول: إن الاتصال يُعدّ من الضرورات الحياتية للبشرية، حيث لا يمكن أن تستمر الحياة بدونه، إذ يمكن عدّه -أي الاتصال- سراً من أسرار الحياة وتطورها، بل يمكن القول: هو الحياة نفسها. وللوقوف إزاء فعالية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي عمد الباحث إلى القيام بهذه الدراسة بعد عملية استقراء قام بها الباحث بخصوص موضوع الدراسة.

مشكلة الدراسة:

لقد كان للاتصال على اختلاف أنواعه وأشكاله دور جوهري في المساهمة بفاعلية وبصورة مباشرة وعميقة مع الأجهزة السياسية في المجتمعات كافة على تحقيق قدر كبير من التوعية بالمشاركة الانتخابية، وذلك عن طريق غرس مجموعة من القيم والمبادئ الايجابية ومبادئ الديمقراطية، إذ حافظ (الاتصال المواجهي) على مكان الصدارة بين وسائل الاتصال الأخرى بقوة التأثير في مراحل العصور على الرغم من ظهور وسائل الاتصال الحديثة، وما رافق تلك الوسائل من اتساع دائرة الرسالة الإعلامية وانتشارها بشكل لم يسبق له مثيل. ولكن تلك المكانة والأهمية للاتصال المواجهي تزداد في المجتمعات النامية أكثر مما هو عليه في المجتمعات المتقدمة.

ونتيجة لما تقدم، فإنّ (الاتصال المواجهي) يُعدّ مجالا خصبا للدراسة عن طريق مساهمته في التوعية، وحث الجمهور بالمشاركة الانتخابية في المجتمع العراقي، فضلا على ماهية الدور الذي يقوم به في تلك التوعية، ومن ثم مدى تأثيره في قرار الناخب. فقد أشارت بعض الدراسات العربية والأجنبية إلى

أهمية وسائل الاتصال المختلفة، فضلا على قدرتها الفاعلة على المساهمة في تحقيق المشاركة الانتخابية.

غير أنّ تلك الدراسات لم تركز بشكل أساس وجوهري في دور (الاتصال المواجهي) بعملية المشاركة الانتخابية، ولم توضح إلى أي مدى يمكن أن يُسهم ذلك الاتصال -المواجهي- بالتوعية والتأثير بالجمهور في المشاركة بالعملية الانتخابية في المجتمع العراقي، بل أغفلت دوره وفتحت إلى جزئية ذلك الاتصال في أثناء تناولها لتلك الموضوعات، وهو ما بلور الفكرة بدراسة أكاديمية في موضوع يُلبّي الطموح العلمي، إذ تكمن مشكلة الدراسة في معرفة دور الاتصال المواجهي، وبيان أهميته ومدى فاعلية تأثيره في قرار الناخب العراقي.

أهمية الدراسة:

لا يخفى على الباحثين والدارسين أهمية الموضوعات العلمية، وما يمكن أن يحققه الموضوع من استنتاجات يمكن الاستفادة منها، فضلا على الدور الأساس والفاعل في بيان تلك الأهمية، والتي تحل - أي الأهمية - مكانة بارزة في السلم الهرمي لمفردات منهجية البحث^(١)، إذ أكدت الدراسات العلمية أهمية ذلك الاتصال المواجهي، فضلا على العلاقة ما بين الاتصال المواجهي والجمهور في المجتمعات، زد على ذلك دور الاتصال المواجهي، وتأثيره في قرار الناخب العراقي على وفق المعطيات الآتية:

١- أهمية الاتصال المواجهي؛ وذلك لتأثيره في العملية الانتخابية عن طريق ما يحدثه من عمليات تفاعل وتبادل للمعلومات والأفكار وبلورتها دون الاستعانة بقنوات وسيطة.

٢- بعدّ أول موضوع يعمد فيه الباحث إلى توظيف الاتصال المواجهي بشكل مباشر في الانتخابات للتأثير على قرار الناخب العراقي أولاً، ومن ثم في المشاركة الانتخابية ثانياً.

٣- أهميته -أي الاتصال المواجهي- وتأثيره في العملية الانتخابية على الرغم من المستحدثات، وانتشار التكنولوجيا في مجال الاتصال.

٤- أنّ موضوعة الاتصال المواجهي بحاجة إلى الكثير من الاهتمام على حسب وجهة نظر العديد من المفكرين، وما يزال بحاجة إلى دراسات؛ نظراً لارتباطه بحاجات ودوافع الفرد التي تتغير من فرد إلى آخر ومن وقت إلى آخر، لاسيما مع ندرة الدراسات العلمية التي تهتم بما آلت إليه الانتخابات؛ وذلك لكون تلك الانتخابات تُعدّ عملية مهمة وجوهريّة في حياة الأمم والشعوب عن طريق المشاركة الواعية للناخب.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى:

١- التعرف على انطباعات عينة الدراسة لعملية الاتصال المواجهي مع المرشحين في

أثناء الحملات الانتخابية.

٢- الكشف عن تقييمات عينة الدراسة من اللقاءات والاجتماعات التي حصلت مع المرشحين،

ومدى تأثيرهم بها.

- ٣- معرفة وعود المرشحين، ومدى مصداقيتهم في أثناء مدة الحملات الانتخابية.
- ٤- رصد أهم الموضوعات التي تم الحديث عنها ومناقشتها مع المرشحين في أثناء الحملات الانتخابية.
- ٥- الكشف عن أهم الشخصيات المؤثرة في الناخبين والتي لها دور كبير في عملية الاتصال المواجهي.

تساؤلات الدراسة:

تحدد تساؤلات الدراسة بالآتي:

- ١- ما انطباعات عينة الدراسة عن المرشحين في أثناء مقابلاتهم ولقاءاتهم، وما الموضوعات التي تم مناقشتها عن طريق الاتصال المواجهي في أثناء الحملات الانتخابية؟
- ٢- ما مدى تأثير عينة الدراسة بشخصية المرشح، وتقييمهم بصدق ووعود المرشح في أثناء مدة الحملات الانتخابية؟
- ٣- ما مصادر الاتصال الأكثر تأثيراً في الناخب، والتي تم الاعتماد عليها في أثناء الحملات الانتخابية؟
- ٤- ما المزايا التي يجب أن يتمتع بها المرشح في الانتخابات؟
- ٥- ما الأسباب الحقيقية للزيارات التي يقوم بها المرشح لجمهور الناخبين، وما مدى فاعليتها؟

منهج الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته هذه المنهج المسحي، إذ يمثل المنهج المسحي: جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة^(٢)، حيث يُسهم المنهج المسحي بشكل واضح وكبير في إمكانية تحديد الأرقام والبيانات بهدف الوصول إلى نتائج محددة ومهمة ليس من أجل معرفة وجود متغير معين للدراسة فقط. ولكن للكشف عن درجة تأثيره في المتغيرات الأخرى الخاصة بالدراسة، زد على ذلك أن المنهج المسحي يساعد الباحثين والإحصائيين في إمكانية الوصول إلى بيانات ومعلومات يمكن إخضاعها للتحليل الإحصائي، ومن ثم الوصول إلى معرفة جوانب القوة والضعف عن ظاهرة إعلامية محددة، ومعرفة العلاقة بين متغيراتها ودرجة أو شدة ارتباطها فيما بينها سواء كان ذلك سلباً أم إيجاباً^(٣)

حدود الدراسة :

لدراستنا هذه حدود يمكن إجمالها بالآتي:

- ١- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة على عينة من جمهور محافظة بغداد (الرصافة والكرخ) في المدة من ٢٥/٤/٢٠١٦، وحتى ١٥/٣/٢٠١٦.
- ٢- الحدود المكانية: لقد تم تطبيق الاختبار على ثلاث مناطق من قضاء الرصافة، وهي: (مدينة الصدر، الكرادة، الأعظمية)، فضلاً على ثلاث مناطق من قضاء الكرخ، وهي: (الشعلة، المنصور، حي

الجامعة)، حيث جرى توزيع الإستبانة على المبحوثين الذين شاركوا في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤.

٣- الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على جمهور محافظة بغداد (الرصافة والكرخ) الذين يتجاوز أعمارهم الـ(١٨) عاما فما فوق من الذين يستطيعون التصويت في الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤.

مجتمع الدراسة :

يمثل المجتمع المستهدف في هذه الدراسة بالناخبين الذين صوتوا بالفعل في الانتخابات البرلمانية التي جرت في العام ٢٠١٤، بمحافظة بغداد لقطاعي: الرصافة والكرخ الذي بلغ إجمالي عددهم (٢٦٤٤٦٨) ناخبا، وواقع (١٥٩٢٢٢٢) ناخبا في قضاء الرصافة، و(١٠٥٢٤٦٣) ناخبا في قضاء الكرخ. من المستويات العمرية المختلفة من الـ(١٨) عاما فأكثر من الإناث والذكور على وفق بيانات وإحصاءات معتمدة من المفوضية العليا للانتخابات، وكما مبين في الجدول رقم(١).

جدول (١) يبين مجتمع الدراسة من الناخبين المسجلين في انتخابات العام ٢٠١٤*

ت	المحافظة	النسبة حسب عدد الناخبين الكلي			النسبة حسب عدد مستلمي بطاقة الناخب		
		عدد الناخبين المسجلين	عدد المصوتين	نسبة الإقبال	عدد المقاعد	عدد مستلمي بطاقة الناخب	نسبة الإقبال
١	بغداد - الرصافة	٢٧٦٢٩٧٣	١٥٩٣٩٨٨	%٥٨	٧١	٢٣٣٥٣٢٣	%٦٨
٢	بغداد - الكرخ	٢١٤١٠٨٥	٢٨٧٢٩٣	%٤٩		١٧٦٤٨٢٧	%٦٠
٣	البصرة	١٦١١٧٩٤	١٠٠٦٧٢٨	%٦٢	٢٥	١٢٨٧٤٨٤	%٧٨
٤	ميسان	٦٠٥٠٣١	٣٥١٣٩٦	%٥٨	١٠	٥٠١٩٠٠	%٧٠
٥	القادسية/الديوانية	٦٦٢٧٠٨	٤٧٥٦٠٢	%٧١	١١	٦٠٢٥٣١	%٧٩
٦	ذي قار	١٠٧٥٨٢٤	٧٠٧٠١٣	%٦٥	١٩	٩٠٦٨٧٥	%٧٧
٧	النجف الاشرف	٧٦٨٥١٩	٥٤٦٧٣٧	%٧٥	١٢	٦٧٧٥٨٠	%٧٩
٨	المنجى	٤١٩٤٧١	٣٧٦٠٧٠	%٦٦	٧	٣٥٨٦٨٦	%٧٧
٩	كربلاء المقدسة	٦١٧٨٤٦	٤٢٧٤٧٠	%٦٩	١١	٥٤٨٠٦٤	%٧٨
١٠	بابل	١٠٤١٩٨٩	٧٢٣٦١٨	%٦٩	١٧	٩٤٦٣٤٠	%٧٦
١١	الانبار	٥٣١٠٦٧	٣٨١٤٥٤	%٤٤	١٥	٤٢٩٣٤٤	%٩٢
١٢	واسط	٦٩٠٥٦٦	٤٨٣٤٤٠	%٧٠	١١	٦١٩٩٩٣	%٧٨
١٣	دهوك	٦١٢٠٥٩	٤٦٩٠٤٤	%٧٦	١١	٥٥٩٦٣٦	%٨٣
١٤	اربيل	٩٧١١٩٦	٧١٢٣٦٩	%٧٣	١٥	٨٤٥٣٩٩	%٨٤
١٥	السليمانية	١١٦٨٤٦١	٨٧٢٤٥٨	%٧٤	١٨	٩٨٥٧٠٢	%٨٧
١٦	صلاح الدين	٧٦٩٥٧٢	٤٣٥٢٢٦	%٥٧	١٢	٦٥٧٦٣٩	%٦٦
١٧	كركوك	٨٤١٢٩٧	٥٧٤٤٢١	%٦٨	١٢	٧٥٣٨٢٨	%٧٥
١٨	نينوى	١٩١٢٤٤٧	١٠٣٦٢٣٣	%٥٤	٣١	١٥٧٣١٤٠	%٦٦
١٩	ديالى	٨٨٧٤٩١	٥٣٧٧٥٧	%٦١	١٤	٨٠٤٩٩٨	%٦٧
	المجموع	٢٠٠٩١٣٩٦	١٢٣٨٨٣١٧	%٦٢	٣٢٨	١٧١٥٩٢٨٩	%٥٤ %٧٣

عينة الدراسة: يمكن بيان اسباب اختيار العينة في مدينة بغداد للأسباب الآتية:

أ-تعد محافظة بغداد اكبر تجمع سكاني لمحافظة العراق الأخرى التي تحتوي جميع مكونات الشعب العراقي وأطيافه.

ب-يضم سكان محافظة بغداد طبقات وشرائح متعددة من المجتمع العراقي التي ترجع أصولهم إلى محافظات العراق جميعا والى التنوع العرقي والمذهبي والطائفي.

ج- فضلا على احتوائها على طبقات اقتصادية متنوعة، على الرغم من صغر مساحتها إذ بلغت نسبة الناخبين في مدينة بغداد (٤٩٠٤٠٥٨) مليون نسمة مقسمين على جانبي: الرصافة بنسبة (٢٧٦٢٩٧٣) مليون نسمة، فيما بلغت النسبة بجانب الكرخ (٢١٤١٠٨٥) مليون نسمة ،حيث تم اختيار العينة العشوائية الطبقيّة (stratified sampling) التي تتيح الفرصة بتقسيم المجتمع إلى طبقات منفصلة حسب متغير معين أو متغيرات عدة(٥). ويأتي اختيار نوع العينة من الباحث من نوع الطبقيّة لمزاياها التي تتمثل بـ(٤):

١- تميزها بانخفاض مستوى خطأ المعاينة.

٢-إنّها تمثل المتغيرات المختلفة.

٣-يتم الاختيار في كل طبقة من بين مجموعة متجانسة.

وقد تم تطبيق الدراسة على الناخبين في مدينة بغداد ، وكل ما يتعلق بعدد الناخبين في بغداد ،غير أنها تمثل -أي بغداد -النقل من الناخبين المسجلين (٤٩٠٤٠٥٨) مليون ناخب، وبما نسبته (٢٤.٢ %) من مجموع الناخبين في العراق **

جدول (٢)
يبين عينة الدراسة

ت	المحافظة	النسبة حسب عدد الناخبين الكلي			النسبة حسب مستلمي بطاقة الناخب			
		عدد الناخبين المسجلين	عدد المصوتين	نسبة الإقبال	عدد المقاعد	عدد مستلمي بطاقة الناخب	عدد الذين صوتوا	نسبة الإقبال
١	بغداد الرصافة	٢٧٦٢٩٧٣	١٥٩٣٩٨٨	%٥٨	٧١	٢٣٣٥٣٢٣	١٥٩٢٢٢٢	%٦٨
٢	بغداد الكرخ	٢١٤١٠٨٥	٧٨٧٢٩٣	%٤٩		١٧٦٤٨٢٧	١٠٥٢٤٦٣	%٦٠

اختبار الصدق والثبات:

للتأكد من صدق الاستمارة وثبات المبحوثين على إجاباتهم قام الباحث بما يلي:

- ١- عرض الاستمارة على عدد من أساتذة الاعلام لتحكيمها والتأكد من قدرة الأسئلة على قياس متغيرات الدراسة، ومدى ملاءمة الأسئلة، وقد تم إجراء بعض التعديلات بناءً على رأي المحكمين^(*).
- ٢- تضمنت الاستمارة بعض الأسئلة التأكيدية لاختبار صدق المبحوث. ولذا تم إستبعاد عدد من الاستمارات التي ثبت عدم صدق المبحوثين في إجاباتهم عليها.
- ٣- إجراء اختبار قبلي على ١٠% من العينة، وبناءً عليه تم تعديل صيغ بعض الأسئلة وتبسيطها لأفراد العينة.
- ٤- تم إعادة إجراء الاختبار على ١٠% من المبحوثين (٦٠ مفردة) بعد جمع البيانات بحوالي عشرة أيام، وكانت قيمة معامل الثبات ٠.٩١% وهو ما يشير إلى صلاحية الصحيفة للتطبيق الميداني.

أداة الدراسة وجمع البيانات:

حتى يتسنى للباحث تحقيق أهداف دراسته، لا بد له من أداة يستخدمها في جمع المعلومات والبيانات الميدانية، والتي صممت لذلك الغرض لاستكمال بقية الإجراءات؛ ولذلك اعتمد الباحث إستمارة الاستبانة؛ نظراً لتنوعها وتعدد أشكالها وهو ما يجعلها -أي الاستبانة- تخدم أغراضاً مختلفة في البحوث المختلفة؛ وذلك بعدّها الوسيلة التي تستخدم لجمع المعلومات عن طريق استمارة تشتمل على تساؤلات أو عبارات أو فقرات تدور حول مشكلة بحث جديرة بالاهتمام توجه إلى عينة من المبحوثين ممن لهم صلة بالمشكلة المبحوثة، ويطلب منهم الإجابة أو التأشير أو الاختيار، فضلاً على أنها تُعدّ من أكثر طرق جمع البيانات نجاحاً؛ وذلك بسبب التأكد من مدى فهم المبحوثين للأسئلة التي تضمنتها الاستمارة، ومن ثم العمل على إزالة اللبس أو الغموض فيما يتعلق بالبيان المطلوب، زد على ذلك أنّ مقابلة الباحث للمبحوثين تتيح تجاوز حالات الملل واللامبالاة التي يمكن أن تسيطر أحياناً على بعض المبحوثين.

* الأساتذة المحكمون هم:

- ١- أ.د/ علي جبار الشمري / كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة .
- ٢- أ.م.د/ رشيد حسين الشمري / كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة.
- ٣- أ.م.د/ عبد المحسن الشافعي/كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة.
- ٤- أ.م.د/ رباح فحطان /كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة.
- ٥- أ.م.د/ إرادة زيدان الجبوري / كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة.
- ٦- أ.م.د/ باقر موسى العابد / كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة.
- ٧- أ.م.د/ فاطمة عبد الكاظم الربيعي / كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة.
- ٨- أ.م.د/ بشرى جميل الراوي / كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة.
- ٩- أ.م.د/ سالم جاسم العزاوي / كلية الإعلام / جامعة بغداد / قسم العلاقات العامة.
- ١٠- أ.م.د/ أسعد طارش / كلية العلوم السياسية / جامعة بغداد .
- ١١- أ.م.د/ هشام عز الدين / كلية العلوم السياسية / جامعة بغداد.
- ١٢- أ.م.د/ منى جلال / كلية العلوم السياسية / جامعة بغداد.
- ١٣- أ.م.د/ فراس كوركيس / كلية العلوم السياسية / جامعة بغداد.
- ١٤- د/ وعد سامي / مدير قسم الإجراءات والتدريب في المفوضية العليا للانتخابات.

المعاملات الإحصائية:

لتحليل بيانات الدراسة واختبار نتائجها. عمد الباحث إلى إدخال بيانات الدراسة إلى الحاسب الآلي؛ وذلك عن طريق استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، ومن ثم معالجة وتحليل تلك النتائج باستخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية:

- ١- التكرار والنسبة المئوية.
- ٢- استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري.

تعريف المفاهيم والمصطلحات:

هنالك بعض المفاهيم والمصطلحات التي يجب على الباحث توضيحها؛ حتى يتسنى للقارئ معرفتها ومساعدته في فهم الدراسة، وهو ما سيعمد إليه الباحث على وفق الآتي:

الناخب (Voter)

يُعدّ الناخب المحور الرئيس والشريك الأساس لأية عملية انتخابية، فهو وسيلتها وغايتها في الوقت نفسه، (وسيلتها): كونه أداة نجاحها عن طريق الإدلاء بصوته، واختيار من يراه أصلح ليمثله، و(غايتها): لان هدف الانتخابات هو تحقيق مصلحة الناخب عن طريق اختيار ممثليه الذين سيصلون إلى سدة الحكم سواء كان ذلك على المستوى التشريعي أم التنفيذي^(٥).

٢- الاتصال المواجهي (Interpersonal communication):

هو الاتصال الذي يحدث حين يلتقي شخص بشخص آخر أو أكثر وجها لوجه، فيتبادلون الرموز مستفدين من الحواس الخمس (التي تقوم بدور القناة) والرجع، إذ يعني الرجع (feedback): إفادة المرسل من استجابات المتلقي مما يؤدي إلى ضبط رسائله، وتوضيح معانيها بشكل يحقق الفهم لأفكاره^(٦).

الدراسات السابقة :

أن الأهمية في استعراض الدراسات السابقة تكمن في تقديم المساعدة للباحث على فهم مشكلة دراسته بصورة واضحة، كما تفيد في معرفة ما يكتنف الدراسة من مفاهيم ومصطلحات تفرض على الباحث معرفتها، ومن ثم توضيحها لتشكل إضافة من أجل أن تكون دراسته أكثر عمقا وأوسع معرفة^(٧) وقسم الباحث الدراسات السابقة الى محاور منها:

أ-الدراسات الخاصة بالاتصال المواجهي:

١- دراسة د.محمد حسن العامري،(٢٠١١).^(٨)

وقد هدفت الدراسة إلى معرفة دور الاتصال الشخصي في التوعية بالمشاركة في العملية الانتخابية،انتهج فيها الباحث المنهج المسحي بعده جهداً علمياً منظماً يساعد في التوصل إلى بيانات

ومعلومات عن ماهية الدراسة، كما اعتمد الباحث استمارة الاستبانة القائمة على أساس المقابلات الميدانية المباشرة للحصول على المعلومات. ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث في دراسته: أن الاتصال الشخصي كان فعالاً في تحقيق الفاعلية التي حفزت الأفراد على المشاركة في الانتخابات الخاصة بمجلس النواب، فضلاً على أن الجمهور كان مدركاً لمعنى التصويت في الانتخابات، ولمن سوف يصوت، وهو ما أفصحت عنه نسبة المشاركة التي بلغت (٧٥%)، زد على ذلك بيان دور شيخ العشيرة في مناقشة الموضوعات الانتخابية، والتي كانت تعقد في أكثر الأماكن، والتي تجسدت بالمقهى والبيت والمسجد.

إذ يرى الباحث: أن تلك الدراسة قد اقتربت من موضوع دراسته (فاعلية الاتصال المواجهي وتأثيره في قرار الناخب العراقي)، غير أنها اختلفت في أن تلك الدراسة أكدت مسألة التوعية باستخدام الاتصال الشخصي، فضلاً على أنها اقتصرت على قرية من قرى محافظة بغداد.

٢-دراسة ياسين لاشين، (٢٠٠٨)^(٩). وقد أكدت الدراسة على الآتي:

١-اعتماد الأحزاب المصرية على قنوات الاتصال الشخصي للتأثير في معلومات واتجاهات وسلوك الناخبين نحو الأحزاب ومرشحيها.

٢-اعتماد المرشحين المستقلين بكثافة على الاتصال الشخصي لكسب ثقة الناخبين، والحصول على أصولتهم في انتخابات للعام ٢٠٠٥، بمصر.

إذ يرى الباحث: أن تلك الدراسة تكاد تكون قريبة جداً من دراستنا الحالية باستخدامها الاتصال الشخصي في التأثير على اتجاهات وسلوك الناخبين نحو الأحزاب السياسية ومرشحيها، غير أنها تختلف في كونها طبقت على الأحزاب السياسية ومرشحيها، وذلك بدراسة تطبيقية عكس دراستنا الميدانية التي عمدت إلى بيئات فاعلية الاتصال المواجهي وتأثيره على قرار الناخب العراقي بالانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤.

٣-دراسة مايرز (Myers,R,Kelly,1994):^(١٠)

والتي بحث فيها: (العلاقة بين متغيري المعرفة السياسية لدى الناخبين، والتعرض لنمطين من أنماط الاتصال، هما: الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي في أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية في ولاية(نيوها مشير). وكان من نتائج تلك الدراسة الآتي:

- أن تعرض الناخبين لوسائل الإعلام كان من أجل البحث عن معلومات سياسية،نتيجة لباحث سابق تعزز في أثناء الاتصالات والمناقشات التي تدور بينهم وبين الآخرين على المستوى الشخصي.
- أن الناخبين يكتسبون معلومات سياسية عن بيئتهم المحيطة بهم عن طريق الاتصال الشخصي أكثر مما تقدمه لهم وسائل الاتصال الجماهيري.

وقد لاحظ الباحث: أن التشابه ما بين دراسته وتلك الدراسة تجسد باستخدام الاتصال الشخصي في الانتخابات، غير أن الاختلاف عن دراستنا تركز في أنها استخدمت نوعين من الاتصال، هما: الشخصي والجماهيري.

٤- دراسة محمود احمد عبدالغني، (١٩٨٥)^(١١). وقد هدفت الدراسة إلى:

- من هم القائمون بالاتصال الشخصي في القرية وما صفاتهم؟
 - ما الأماكن التي يتم فيها الاتصال الشخصي بنجاح؟
 - هل تحقق وسائل الإعلام في نشر المعلومات الاجتماعية، إذا لم تتبع بوسائل الاتصال الشخصي؟
 - ما درجة الثقة التي يوليها الجمهور للقائمين بالاتصال الشخصي؟
- وتُعدّ تلك الدراسة من الدراسات الوصفية. أما المنهج الذي استخدمه الباحث، فهو منهج المسح الميداني، والذي عدّه الباحث من أفضل المناهج التي تُسهم في تحديد أهداف الدراسة. أما أدوات جمع البيانات فقد استخدم الباحث أداة المقابلة. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:
- ١- تُعدّ خطبة الجمعة إحدى قنوات الاتصال الشخصي، والتي تُعدّ قناة فعالة في التنمية.
 - ٢- إن الاتصال الشخصي أكثر قدرة من الاتصال الجماهيري في تعريف الجمهور بالمشاريع التنموية.
 - ٣- إن وسائل الإعلام تزود وتمد الاتصال الشخصي بالموضوعات التي تخدم أغراض التنمية.
 - ٤- تُعدّ المناقشة في وسائل الاتصال الشخصي التي أفادت الجمهور من معرفة المعلومات التي تخدم أغراض التنمية.

وفي تلك الدراسة يؤكد الباحث أنّ التشابه بين الدراستين تجسد باستخدام الاتصال الشخصي. ولكن في بيان دوره بالتنمية بعيداً عن ما ذهبت إليه دراستنا في فاعلية الاتصال الموجهي وتأثيره في قرار الناخب، زد على ذلك اقتصار تلك الدراسة على قرية من محافظة باستخدام أداة المقابلة، وذلك ما يختلف مع دراستنا في استخدام الاستبانة على محافظة بأكملها.

ب- الدراسات الخاصة بالانتخابات:

١- دراسة علاء مصطفى داخل (٢٠١١)^(١٢):

تناولت لدراسة وجود حاله من الغموض بخصوص الأساليب الإقناعية المتبعة في الحملات الانتخابية في العراق، ومدى استنادها إلى المعايير العلمية والأسس النفسية والصياغات الفنية القادرة على التأثير في الجمهور المستهدف وإقناعه بشكل يجعل اتجاهاته منسجمة مع هدف القائم بالإقناع. وقد هدفت الدراسة إلى:

- ١- تجديد الأساليب الإقناعية والتقنيات التي اعتمدها القوائم المنافسة في حملاتها الانتخابية.
- ٢- تشخيص أهمية الجوانب الفنية ودورها في تصميم وإيصال الرسالة الإقناعية.
- ٣- الوقوف إزاء المنطلقات السياسية والدينية والقومية والاقتصادية والاجتماعية المعتمدة في بناء المضمون الإقناعي واختيار الأسلوب الأنسب.

وخلص الباحث في دراسته إلى:

أن الإقناع يستند إلى براهين عقلية تعتمد الحجج والإدله والبيانات والوقائع المنسجمة مع المرجعية الفكرية، وأخرى عاطفيه تداعب شعور الفرد وحاكي مخيلته وتتلاعب لغرائزه، وهي يعتمد أسسا ومعايير نفسه وبيكولوجية تنسجم مع طبيعة الجمهور ورغباته ودرجة تجانسه ومستوى تفكيره وتأخذ بطبيعة الحال ما تقدمه النظريات من آراء وحصيلة فكرية في مجال التأثير في الفرد وتغير اتجاهاته، ولما ذلك من اثر في اختيار الأسلوب الأنسب.

إذ نلاحظ: أن هنالك اتفاقا بين دراستنا ودراسة علاء مصطفى داخل في أنها تتناول الحملات الانتخابية، ومن ثم توظيف أساليب الإقناع في تلك الحملات إذا ما عدنا: أن الاتصال المواجهي يتضمن أساليب أقناع للتأثير على قرار الناخب العراقي. لكن الاختلاف بين الدراستين يتجسد في أن دراستنا تناولت مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤، بينما دراسة علاء مصطفى داخل تناولت دراسة تحليلية لانتخابات مجالس المحافظات العراقية ٢٠٠٩. وقد استعان الباحث بالمنهج الوصفي الذي يقوم على وصف ظاهره من الظواهر للوصول إلى استخلاص النتائج والتعميمات من أجل جمع البيانات وتنظيمها وتحليلها.

٢- دراسة الباحثين وسام فاضل راضي، وشريف سعيد حميد (٢٠١١) (١٣).

هدفت الدراسة إلى:

وجود ظاهرة سياسية وإعلامية واجتماعية تغطيها القنوات الفضائية العراقية تتجسد بالحملات الانتخابية البرلمانية. وما ترتب حولها من قرارات وآراء وقناعات لدى الجمهور تمثل كلها منطلقات أساسية للدراسة تقودنا لكشف الغموض عن أهم ما أسهمت فيه التغطية لدى الجمهور في اتخاذ قرارات أو خلق مشاعر. وقد استخدم الباحثان المنهج الإعلامي (الوصفي - التحليلي) لوصف الظاهرة، فضلا على المنهج المسحي في سياق ما يرتبط بمسح الجمهور، زد على ذلك استعمال أداة بناء استمارة استبانة للحصول عن طريقها على المعلومات. وتوصل الباحثان إلى الدور المهم الذي أسهمت به التغطية الإخبارية للحملات الانتخابية البرلمانية للحدث الانتخابي في اتخاذ قرارات معينه أو خلق مشاعر محددة لدى جمهور مدينة بغداد، وهو ما وضحته النسبة البالغة (٩٥,٥%)، حيث جاءت القناة العراقية الفضائية أولا، وبنسبة (٢٧,٤٠%)، ثم جاءت البغدادية ثانيا، وبنسبة (٢٠,٠٧%)، بينما جاءت الشرقية الفضائية ثالثا، وبنسبة (١٩,٩٠%).

إذ يرى الباحث: أن تلك الدراسة عمدت إلى قراءة آراء وقناعات الجمهور وفاعلية التغطية بالتأثير في عملية اتخاذ الجمهور للقرارات أو ابداء المشاعر. فقد كان التشابه مع دراستنا قد تجسد بالاعتماد على تلك التغطية للانتخابات العراقية.

٤-دراسة كريم مشط الموسوي، (٢٠٠٧)^(١٤) :

إذ عمد الباحث في دراسته إلى توظيف الحملات الإعلانية في انتخابات مجلس النواب العراقي الدائم ٢٠٠٧، ٢٠٠٥، وذلك عن طريق استعمال الأساليب التخطيطية في تلك الحملات وتأثيرها في الناخبين عن طريق استخدام التأثيرات المعرفية والعاطفية، فضلا على مدى نجاح تلك الحملات الإعلانية في تحقيق أهداف انتخابات مجلس النواب العراقي الدائم ٢٠٠٧، ٢٠٠٥.

وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي، والذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم بها، واستخلاص النتائج والتعميمات؛ وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها.

ولتحقيق ذلك استعان بطريقة تحليل المضمون التي يعرفها (بيرلسون): بأنها أسلوب للبحث العلمي، يرمي إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال... وخلصت الدراسة إلى:

افتقار وجود معيار تصميمي للحملات الإعلانية في الصحف الثلاث التي خضعت لمتطلبات البحث وقد أدى ذلك إلى تشابك في الإعلانات، وقاد إلى اختلاط في الوظائف الاتصالية لتلك الحملات الإعلانية، ومن النتائج السلبية لذلك التشابك وعدم التصميم هو: غياب التنسيق وعدم اعتماد التخطيط العلمي الصحيح في إعلانات انتخابات مجلس النواب العراقي الدائم. كما أفرزت نتائج التحليل استعمال الصحف الناحية النفسية للحملات الإعلانية، إذ ركزت في التأثير المعرفي والتأثير العاطفي والتأثير السلوكي، وتوظيف تلك الجوانب للتأثير في الناخبين من أجل التصويت في الانتخابات.

إذ يرى الباحث: أن تلك الدراسة أولت أهمية للحملات الإعلانية والدعائية، فضلا على استعمال التأثيرات المعرفية والعاطفية وتأثير تلك الحملات في الانتخابات، أي بمعنى آخر: أن دراسة مشط اهتمت بالشأن الانتخابي، وهي تقترب نوعا ما من دراستنا على أساس أن الباحث افرد محورا لتأثير الحملات الانتخابية في الجمهور.

٥-دراسة رسل جيه دالتون، (١٩٩٦)^(١٥):

أجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من أربع دول هي: الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وألمانيا وفرنسا. وقد طبق الباحث في دراسته تلك المنهج المقارن. وقد صاغ مجموعة من الفرضيات للتعبير عن المشكلة البحثية التي يتصدى لها، أهمها: علاقة التصويت بالمرتبة الإقتصادية والإجتماعية والعمر والجنس، وقوى الإنخراط الحزبي، والتأثير السياسي.

وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

١- يزداد الإقبال على التصويت مع التقدم في السن، إذ تم التوصل إلى أنّ (٨٠%) يشاركون بالعملية الانتخابية في سن الـ(٥٠) عاما، وفي سن الـ(٢٠) عاما، وقد كانت نسبة المشاركة (٢٠%).

٢- إن الرجال أكثر نشاطاً في السياسة من النساء في جميع الدول عينة الدراسة، فالجنس يُعدّ محدداً إجتماعياً مهماً في جميع الديمقراطيات.

٣- إن هناك إحساساً لدى الفرد بالتأثير السياسي، أي أنّ له وزناً سياسياً يدفعه إلى المشاركة في العملية الانتخابية، أما بفقدانه تلك الخاصية فإنه يحجم عن المشاركة، وإن عدم الرضا السياسي يقلل من الإقبال على التصويت في كل الدول الديمقراطية.

ويرى الباحث: إنّ تلك الدراسة تتشابه مع دراستنا في أنها تعاملت مع موضوعة السلوك الانتخابي وكأنه نتاج لدور مؤسسات التنشئة السياسية فقط، غير إنها اختلفت عن دراستنا في عدم توظيفها واستخدامها لموضوع الاتصال المواجهي.

الإطار النظري للدراسة:

الاتصال المواجهي:

قبل أن نلج في تعريف الاتصال المواجهي لابد لنا أن نسلط الضوء أولاً على البدايات الأولى لظهور ذلك المفهوم - أي الاتصال المواجهي- فقد ظهر الاهتمام بدراسة الاتصال المواجهي في منتصف الأربعينات؛ وذلك عقب نتائج الدراسة التي أجراها (بول لازروفيلد) في العام ١٩٤٥، والتي استمرت لمدة عقد بأكمله، إذ ظهرت نتائجها في العام ١٩٥٥، وذلك بتأليف كتاب مشترك مع (كاتز) حمل عنوان (التأثير الشخصي)، وقد تمثلت أهمية ذلك الكتاب بالتركيز في الدور الذي تقوم به الجماعات، ومن ثم تأثيرها القوي في الفرد، إذ تبين: أنّ الرسائل في تحركها من المصدر إلى الجمهور تمر عبر مرحلتين وليس مرحلة واحدة، وإن العلاقات الاجتماعية تمثل عاملاً مهماً ورئيساً في سلوك الأفراد، ومنذ ذلك الوقت كان للاتصال المواجهي دوراً داخل الجماعات التي ينتمي إليها الفرد، وأن الفرد يحصل على معلوماته ومعارفه من جماعته التي ينتمي إليها، ومن قادة الرأي في جماعته، ثم ظهرت دراسات أخرى عن الاتصال المواجهي في منتصف الستينيات وبداية السبعينيات، إذ أصبح الاتصال المواجهي يمثل موضوعاً حيويّاً. فقد كان (جيرالد/ Gerald-R-miller) من الباحثين الذين اهتموا بدراسته- أي الاتصال المواجهي - من الناحيتين: التربوية والعلمية، ولتظهر دراسات متتالية تُولي الاهتمام بالاتصال المواجهي الذي يتم داخل الإطار الأكاديمي خلال الأحاديث التي تجري بين الأساتذة مع بعضهم من جهة، وما بين الطلبة من جهة أخرى، فضلاً على اللقاءات التي كانت تجري ما بين المرسلين، والتي كانت تحدث في الجماعات الصغيرة - التي تتخللها علاقات الوجه بالوجه - لتشتمل على: (الصراحة والمواجهة)، ثم تحول الاهتمام من الإطار الأكاديمي مع التركيز في الهدف من الإيصال والاتصال، فضلاً على ماتضمن من اهتمام الباحثين بالعلاقة الاتصالية التي كانت تربطهم بمعارفهم أو مع الأصدقاء المقربين وشركائهم^(١٦).

ويطلق على الاتصال المواجهي بالاتصال المباشر أو الاتصال الشخصي (Interpersonal Communication)، وهو الاتصال الذي يتم بين فردين أو عدد محدود من الأفراد، ويمكن أن يزداد ذلك العدد ليشمل جمهوراً أو ندوة في موقف اجتماعي يوجد فيه المشاركون في عملية الاتصال (17).

فقد عرف (ميرتون/MERTOUN) الاتصال المواجهي بأنه: "اتصال يتضمن مواجهةً مباشرة بين القائم بالاتصال والمتلقي تؤدي إلى التغيير في سلوك المستقبل واتجاهاته" (18)، إذ نلاحظ في التعريف المذكور أنفاً: أنه يؤكد على الاتصال المواجهي في المواقف واللقاءات غير الرسمية في الوقت الذي نلاحظ فيه العديد من مظاهر الاتصال المواجهي في المواقف الاجتماعية الرسمية.

ويعرف الموسى الاتصال المواجهي بأنه: "اتصال الجماعات أو الفئات الصغيرة، وهو على عكس الاتصال الجماهيري الذي تتم فيه عملية نقل الأفكار والمعلومات - بطريقة غير مباشرة عن طريق وسيلة الاتصال الجماهيري إلى جمهور عريض تتربع رقعته على مسافات بعيدة قد تتعدى الحدود القومية للدولة وفقاً لدرجة التطور التكنولوجي والعلمي" (19)، وبنظرة تحليلية في التعريف أعلاه نلاحظه: أنه يعتمد على مقارنة بين الاتصال المواجهي من جهة، وخصائص الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.

وقد عرفته رشتي بأنه: الاتصال الذي يحدث حين يلتقي شخص بشخص آخر أو أكثر وجهاً لوجه، فيتبادلون الرموز مستفيدين من الحواس الخمس (التي تقوم بدور القناة) والرجع، إذ يعني الرجع (Feedback): إفادة المرسل من استجابات المتلقي بما يؤدي إلى ضبط رسائله، وتوضيح معانيها بشكل يحقق الفهم لأفكاره (20) ويحدث الاتصال الواجهي باستمرار حين يشترك الإنسان في حوار مثلاً، أو حين يتلقي التعليمات أو يجري مقابله مع غيره.

الانتخابات في العراق:

شهد العراق بداية الحياة البرلمانية في أواخر العهد العثماني؛ وذلك على اثر اعلان القانون الاساسي العثماني في العام ١٨٧٦، وقد حدد ذلك القانون السلطات المطلقة بقوانين اشترط عليه مراعاتها؛ لذلك عُرِفَ ذلك القانون بـ " المشروطة "، حيث لم يشهد العراق في دورته الأولى اجراء انتخابات مباشرة، إلا أن دورته الثانية التي تلت الدورة الأولى تم فيها ممارسة الانتخابات عن طريق تدخل المكونات السكانية، وخاصة في ولاية (البصرة)، حيث لم يكن هنالك حياة برلمانية مورست داخل البلاد؛ لأن اجتماعاتها كانت تُعقد خارج البلاد في (اسطنبول) بمنأى عن العراق، فضلاً على أن إخبارها لم تكن تصل بسهولة ويسر (21). وبعدما خرج العراق بولاياته الثلاث: بغداد، الموصل، البصرة " من قبضة الاحتلال العثماني، فقد عمد الى بناء وتشكيل مكونات الدولة العراقية بحدودها الحالية، ومع بداية الاحتلال البريطاني تبلور الوعي السياسي بصورة أكثر سرعة، وهو ما سنوضحه على وفق الآتي:

العهد الملكي (من العام ١٩٢١ - وحتى العام ١٩٥٨):

لقد كان لثورة العشرين دور فاعل في نشر الوعي السياسي بين أفراد الشعب العراقي، وذلك عبر تكتلات وأحزاب مارست دورها في كيفية إدارة وتحقيق مطالب الجماهير. فقد شهدت مرحلة الإعداد لتلك

الثورة واندلاعها ظهور أحزاب سياسية تمتلك برامج وأهدافا سعت لتحقيقها^(٢٢)، وتلك حالة استمرت على الرغم من إلقاء الثوار لسلحهم، وبدء فصول تشكيل حكومة وطنية برعاية بريطانية مرغمة، نتيجة الثورات المسلحة، ومن ثم الأحزاب التي مارست دورا سلميا ضاغطا نيابة عن الثوار، وتلك رغبة ملحة فرضت نفسها من أجل عدم تهميش المكون الشيعي من الشعب العراقي، وصاحب ثورة العشرين حين حرم قادته من التمثيل والمشاركة في مؤتمر القاهرة الذي عقد في العام ١٩٢١، والذي شهدت مقرراته: ترتيب إدارة العراق، وإختيار " فيصل بن الحسين " ملكا عليه بعدما تم إبعاده من سوريا على يد القوات الفرنسية.

وذلك الإبعاد كانت له تداعيات تشكيل حكومة "عبدالرحمن النقيب " وسلطات الاحتلال نتيجة فحواه: الاقصاء والتهميش لتلك الأغلبية^(٢٣)، وبمباركة مقررات مؤتمر القاهرة على ترشيح " فيصل " ملكا على العراق، وقد اتخذ مجلس الأمة بالإجماع في الحادي عشر من تموز العام ١٩٢١، قراراً بالإعلان عن التنصيب بشرط: أن تكون حكومة مستورية ديمقراطية مقيدة بالقانون^(٢٤)، ولم يكن تنصيب فيصل هي رغبة الشعب في إقامة حكم وطني فقط، وإنما اشترط تنفيذه: تنفيذ مجموعة من الأمور كان فيصل قد التزم بتحقيقها في مراحل التفاوض في لندن قبل ترشيحه، والتي تضمنت: موافقة بريطانية على إبرام معاهدة ولاء وتحالف بين الحكومتين: البريطانية والعراقية، تعمل على تأمين امتيازات للحكومة البريطانية، على أن يتم إقرار تلك المعاهدة من مجلس تأسيسي منتخب على وفق دستور تحقيق رغبات الشعب وبراغي مصالحهم، ويضمن لهم تحقيق الحريات، وذلك يؤكد رغبة بريطانيا على تهدئة الأجواء، وإضفاء الشرعية على المعاهدة لضمان تحقيق ماتريده دون اللجوء الى العمل المسلح، وهو أمر جوبه برفض شعبي لتلك المعاهدة التي كانت ترنو لانتخاب مجلس تأسيسي لإقرارها، ومن ثم إقرار مجلس الوزراء عليها في ٢٥ حزيران من العام ١٩٢٢^(٢٥). وقد ظهر حزبان سياسيان أخذوا على عاتقهما إدارة ذلك الرفض الشعبي، وهما: " الحزب الوطني العراقي (*).

وحزب النهضة (**) " اللذان وجها مذكرة احتجاجية الى الملك يؤكدان فيها : عدم عقد تلك المعاهدة الا بوجود مجلس تأسيسي منتخب بحرية تامة، مما حدا بالمندوب السامي البريطاني الى

(*) الحزب الوطني العراقي : هو أحد أعرق الاحزاب السياسية بالعراق أنشأ في العام ١٩٢٢، وكان الوجه البغدادي الاستاذ كامل الجادرجي من ابرز مؤيديه، فضلا على الاقتصادي المعروف محمد حديد ، والمحامي الاستاذ حسين جميل ، والمحامي الاستاذ رسمي العامل ، والشيخ عراك الزكم . شارك الحزب في العمل السياسي بالعراق خلال العهد الملكي ، الا ان دوره برز أكثر بعد ثورة ٤ تموز من العام ١٩٥٨ ، حيث شارك في حكومة الثورة ، فيما امتنع الاستاذ رسمي العامل عن تولي حقيبة وزارة الاعلام . تم حل الحزب بعد سقوط نظام صدام في العام ٢٠٠٣ ، بقيادة نصير الجادرجي ، وهو الان عضو في التيار الديمقراطي العراقي . الموسوعة الحرة [https:// ar. Wikipedia .org](https://ar.wikipedia.org)

(**) حزب النهضة : هو حزب عراقي تأسس في ١٠ اب من العام ١٩٢٢ ، في الكاظمية ببغداد ، أمينه العام محمد امين الجرجفي ، ويضم في عضويته كل من : مهدي الجرجفي وعبد الرسول كبة واسد الله الحسيني ومهدي البير وواصف وفائي وغيرهم . اما الزعيم الحقيقي للحزب ، فهو : محمد الصدر . كان حزب النهضة واحدا من اهم ثلاثة احزاب علنية تأسست في العهد الملكي بموجب قانون الاحزاب الذي صدر في العام ١٩٢٢ ، اما الحزبان الاخران ، فهما : الحزب الوطني بقيادة جعفر ابو الثمن ، وحزب الامة بقيادة ياسين الهاشمي . فتح الحزب له مقرات في البصرة والسماوة وكربلاء والنجف والموصل والحلة والهندية . واصدر جريدة " النهضة " التي كان يرأسها امين الخزار . شارك الحزب في انتخابات العام ١٩٢٤ ، وهي اول انتخابات بالعراق خلال العهد الملكي مع حزبين اخرين ، هما : الحزب الحر برئاسة نجل عبد الرحمن النقيب اول رئيس للحكومة في الدولة العراقية ، والحزب الوطني العراقي . ولم يحقق الحزب اي نتيجة ذات قيمة ؛ بسبب ان الحزب لم تكن له قاعدة جماهيرية حقيقية ، ثم عاود الحزب نشاطه بعد انتخابات العام ١٩٢٧ ، والتي فاز بها امين الجرجفي وعبد الهادي الجلبي وحسن السهيل وعبد المجيد علاوي . وقد اصدر جريدته الرسمية في ١٠ اب من العام ١٩٢٧ ، والتي تعطلت في ايلول من العام ١٩٢٩ ، ثم اصدر بعدها جريدة " صوت القرآن " التي تعطلت هي الاخرى في تشرين الثاني من العام ١٩٢٩ ، أغلق الحزب وتوقف عن ممارسة نشاطه تماما وانتهى أواخر العام ١٩٢٩ ، الموسوعة

اغلاق الحزبين، ومن ثم اعتقال زعماء الحركة الوطنية، وفيهم خارج العراق، ومن ثم إخلاء الساحة من وجود معارضة تحول دون تمشية المعاهدة^(٢٦)، ومن ثم خوض مواجهة مع المعارضة بقيادتها الدينية، والمتمثلة بالمرجعية الدينية في النجف والكاظمية، والتي رفضت إقامة الانتخابات والمشاركة فيها بدعم رئيس الوزراء الجديد آنذاك " عبدالمحسن السعدون " بإجراء الانتخابات، والذي تم بعد إبعاد مراجع الدين عن البلاد^(٢٧).

يتضح مما تقدم: أنّ أول ممارسة انتخابية جاءت قسرية شكلية غير ديمقراطية، وكان من نتائجها: تكوين المجلس التأسيسي في ٢٥ شباط من العام ١٩٢٤، والذي استندت إليه فصول بناء الدولة، وتشكيل المشهد السياسي العراقي. وقد صدر في ٢٢ / ١٠ / ١٩٢٤، أول قانون للانتخابات ينظم عملية انتخاب النواب.

والذي يُعدّ أول تشريع قانوني عراقي ينظم الانتخابات لانتخاب مجلس نواب ليكمل بناء السلطة، وهو: قانون مازال يسوده التغييب والاقصاء التي شهدتها أجواء انتخاب المجلس التأسيسي، وإنما سعى إلى وضع ثغرات يمكن عن طريقها الالتفاف حول ديمقراطية الانتخابات، ومن ثم التدخل في نتائجها، وذلك يتضح في بنود القانون الذي لم يجعل الانتخاب مباشراً، بل على درجتين حيث الاقتراع الخفي، والانتخاب غير المباشر، وبذلك لا يسمح للمواطن با انتخاب من يمثله في مجلس النواب، كما حرم طبقات وشرائح عدّه من الانتخاب حين اشترط في الناخب: تأديّة للضريبة إلى الحكومة والبلدية، أو أن يكون ساكناً في دار تدفع عنه مبالغ ضريبية إلى الحكومة أو البلدية^(٢٨). واستمر ذلك القانون نافذ إلى العام ١٩٤٦، حيث صدر قانون انتخاب مجلس النواب رقم (١١) لعام ١٩٤٦، والذي رفع الشرط الخاص بكون الناخب من دافعي الضرائب، وأصبحت حدود القضاء هي حدود المناطق الانتخابية بدلاً من اللواء. وبقى الانتخاب على درجتين، وهو أمر يعاكس غياب المجتمع، ويعرقل وصول العناصر الوطنية المعارضة إلى مجلس النواب، إذ أنه من الصعب الفوز في الانتخابات للمرشح إن لم يكن مرشحاً من الحكومة^(٢٩). وعلى الرغم من كل الاعتراضات والضغوط الشعبية استمر العمل بذلك القانون حتى كانون الثاني من العام ١٩٥٢، حيث صدر مرسوم الانتخاب المباشر، والذي أنهى حقبة الانتخاب على درجتين، كما ضمن اختيار الهيئات النقابية على وفق مبدأ الانتخاب نزولاً عند رغبة الشعب، وتماشياً مع تطور الانظمة الانتخابية المتبعة، والذي شرع لقانون العام ١٩٥٤، إذ صوت عليه النواب ليتحول المرسوم إلى قانون مشرع^(٣٠).

إن قوانين الانتخاب الصادرة في حقبة الحكم الملكي للعراق، وإن شهدت تطوراً يصب لمصلحة الديمقراطية شكلاً، إلا أنها لم تكن كذلك ممارسة، حيث أن التدخل الحكومي ظل مستمراً حتى فقدّ الناس ثقتهم بالانتخاب لاستنتاجهم بعدم جدوى تصويتهم، حيث النتائج محسومة سلفاً لمن ترشحه الحكومة أو الأحزاب المحسوبة عليه، مما ولد حالة لا مبالاة، وعدم الاكتراث بالانتخاب: كممارسة مهمة تحدد سياسة البلاد ومستقبلها^(٣١)، وأن مسألة تقييد الحريات لم تتحدد بالتدخل بممارسة الانتخابات، والتلاعب في

نتائجها، وإنما امتدت لتصل إلى إسقاط الجنسية العراقية عن المعارضين، وتحاول وزارة الداخلية إبعادهم إلى خارج العراق^(٣٢)، فضلا على وضع شروط قاسية على منح رخص إجازة الأحزاب السياسية كما هو الحال في المرسوم رقم (١٩) لعام ١٩٥٤^(٣٣)، والذي حدد صلاحية منح رخص تأليف الأحزاب بوزير الداخلية، وأعطى حق مراجعتها والإشراف عليها.

كما أنه قيد مسألة الانتماء للأحزاب بحرمانه شرائح وطبقات مهمة من الانتماء، مما أدى ذلك إلى ظهور الأحزاب ذات التنظيم السري، وهو شاهد واضح على تقييد الحريات، فبوجود الأجواء الديمقراطية تنتفي الحاجة إلى ظهور مثل تلك التنظيمات السياسية.^(٣٤) وفي ظل الأجواء فيما تقدم لم يعد ممكنا القول: بوجود ممارسة انتخابية ديمقراطية تشهد تنافسا بين المرشحين والأحزاب يتم فيه توظيف جهود وأساليب متنوعة لغرض إحداث تأثيرات في مواقف الناخبين من أجل الظفر بتأييدهم، وإزاء ما تقدم لم تر الأحزاب السياسية الفاعلة حينها بديلا عن التكتل والتقارب وتنسيق أعمالها بهدف مواجهة تلك القيود، ومجابهة محاولات تغييبها، مما أسفر ذلك عن تشكيل جبهة الاتحاد الوطني في العام ١٩٥٧، والتي تعاونت مع الجيش من أجل إسقاط النظام الملكي، وهو جهد تكال بقيام ثورة ١٤ تموز ١٩٥٨، والتي غيرت نظام الحكم من ملكي إلى جمهوري^(٣٥).

-العهد الجمهوري (من العام ١٩٥٨ - وحتى العام ٢٠٠٣): لدراسة هذا العهد سنعمد إلى تقسيمه على وفق الآتي:

١- المدة من العام ١٩٥٨ - وحتى العام ١٩٦٣: في صبيحة ١٤ تموز من العام ١٩٥٨، تم الاطاحة بالنظام الملكي، وإعلان الجمهورية العراقية بقيادة الزعيم عبدالكريم قاسم، الذي سعى إلى ترسيخ نظام الحكم وتأطيره بأطر قانونية، إذ عمد إلى إعلان دستور الجمهورية العراقية المؤقت لتنظيم الأمور لحين صدور دستور دائم تتم صياغته، ومن ثم عرضه على الشعب للتصويت عليه بحرية وأسلوب ديمقراطي يحدد فيه طبيعة نظام الحكم الأنسب له^(٣٦)، إذ لم يتوقف أمر التشريعات الدستورية في عمر الجمهورية الأولى على الرغم من قصره؛ وذلك بإصدار الدستور المؤقت، وإنما تلاه قانون آخر هو: قانون إجازة الأحزاب السياسية في ١/١/١٩٦٠، والذي سمح للأحزاب بممارسة عملها بحرية مكفولة قانوناً، وربطها بقيود السلطة التنفيذية التي كانت مفروضة عليها إبان العهد الملكي، وهو بذلك منحها حصانة تقيها تدخلات الأجهزة التنفيذية، كما رفع قيود الانتماء للأحزاب، ومكن شرائح لم يكن ممكنا لها ممارسة العمل الحزبي من ممارستها^(٣٧). لقد امتازت الحكومة بزعامة "عبدالكريم قاسم" بتأييد شعبي واسع، لاسيما الطبقات الفقيرة والمحرومة، والتي لمست اهتماما من الحكومة بها، سعى إلى تغيير طبيعة معيشتها، وتخفيف حالة البؤس الذي كان يلازمها، وهو تأييد جعلها تكون غير صارمة في أحكامها تجاه الجهات السياسية التي كانت تعارضها، وتسعى إلى عرقلة خطواتها، حيث امتازت حقبتها بالمسامحة وعدم اللجوء إلى أساليب تعسفية، إلا أنها لم تستطع إصدار قانون انتخابات يثبت مبدأ الثورة على الحكم الشعبي الديمقراطي في إعلانه للدستور، إذ يمكن إرجاع ذلك إلى الأوضاع الصعبة التي عاشتها الثورة، وكثرة

التحديات التي واجهتها، وثقل التركة الملقاة على عاتقها، فضلا على حاجة البلاد إلى الإعمار، ورفع مستوى المعيشة... وغيرها، وما لقيته من الجمهورية العربية المتحدة بزعامة "جمال عبدالناصر"، ومحاولته التدخل في الشأن العراقي (٣٨).

مع كل ما تقدم: لم يفكر عبدالكريم قاسم بإجراء انتخابات رئاسية، إذ كان بصدد استشارة وتكليف شخصيات ذات بعد سياسي وقانوني لتنظيم ذلك (٣٩).

٢ - **إنقلاب العام (١٩٦٣-١٩٦٨):** شهدت صبيحة ٨ شباط من العام ١٩٦٣، أول إنقلاب عسكري يقوده حزب سياسي "البعث". لكنه انقلب وقفت فيه الجماهير مدافعة عن الحكومة بوجه الانقلابيين؛ حتى إن الوحدات العسكرية التي نفذت الانقلاب كانت قد نفذته تحت تهديد السلاح (٤٠). ليتم تشكيل حكومة "أحمد حسن البكر"، والتي ضمت: (١٢) وزيرا شغلوا الوزارات المهمة، في حين أسندت (٧) وزارات إلى القوميين، و(٢) إلى الأكراد (٤١)، وبالمقابل ألغي مجلس السيادة، وعُين "عبد السلام عارف*" رئيساً للجمهورية (٤٢)، وقد شهدت أجواء الانقلاب لهجة تدل على القسوة والبطش، وخاصة مع الحزب الشيوعي (٤٣).

إلا أن سيطرة البعث لم تستمر؛ لأن "عبد السلام عارف*" قام بضرب أحد شقي البعث بالشق الآخر لتتم له السيطرة على السلطة (٤٤). وبانتهاء حكم "عارف" أثر مصرعه بحادث تحطم طائرته في ١٣ / ٤ / ١٩٦٦، تولى شقيقه الأكبر "عبد الرحمن عارف" الحكم، حيث شهدت حقبة تخفيف الضغوط على السياسيين، فأخذت الأحزاب المعارضة تستعيد نشاطها، وتعمل معا في انتخابات نقابة المحامين، وكذلك شهدت مدة حكم "عبد الرحمن عارف" صدور قانون انتخاب أعضاء مجلس الأمة رقم (٧) لعام ١٩٦٧، ليكون بذلك أول قانون انتخابي يتطرق للانتخابات في العهد الجمهوري، وفيه تم تغيير سن التكليف السياسي، حيث جعل (١٨) عاما بدلا من (٢٠) عاما كما كان في النظام الملكي ولكلا الجنسين (ذكور واناث)، وهو بذلك يكون قد منح المرأة حق التصويت في الانتخابات مساويا إياها الرجل، إلا أن مراجعة صفحات التاريخ السياسي لتلك المرحلة لا تؤثر تنظيم أية انتخابات نيابية.

٣- **انقلاب العام ١٩٦٨ - وحتى العام ٢٠٠٣:** انتهت مدة رئاسة "عبد الرحمن عارف" في ١٧ تموز من العام ١٩٦٨، بانقلاب داخلي يمكن تسميته: "الانقلاب على الذات"، ومن ثم اعتلاء "حزب البعث" السلطة عن طريق صفقة أبرمت مع الأقطاب المسئولة عن حماية النظام الحاكم. كان من نتائجها: نزول عارف عن الحكم، ومغادرته البلاد ليبدأ عهد سلطة الحزب الواحد مرة أخرى (٤٥).

(*) عبد السلام عارف: هو عبد السلام محمد عارف الجميلي. ولد في ٢١ مارس من العام ١٩٢١، بمدينة بغداد. لعب دورا مهما في السياسة العراقية والعربية في اوضاع اولية معقدة ابان الحرب الباردة بين المعسكرين: الغربي والشرقي. شغل منصب اول رئيس للجمهورية العراقية في ٨ فبراير من العام ١٩٦٣، بعد ان كان ذلك المنصب مُعلقا منذ حركة تموز من العام ١٩٥٨، والتي اطاحت بالنظام الملكي. اصبح بعد نجاح الحركة الرجل الثاني في الدولة بعد العميد عبد الكريم قاسم رئيس الوزراء وشريكه بالثورة. فتولى منصب نائب رئيس الوزراء ووزير الداخلية، وهو برتبة عقيد اركان حرب، ثم حصل خلاف بينه وبين رئيس الوزراء عبد الكريم قاسم جعل الاخير يُعفي عارف من مناصبه، وأبعد بتعيينه سفيرا للعراق في المانيا الغربية، وبعدها لفق له تهمة محاولة قلب نظام الحكم، فحكم عليه بالاعدام، ثم خفف الى السجن المؤبد، ثم الاقامة الجبرية لعدم كفاية الأدلة. وفي حركة ٨ فبراير / شباط من العام ١٩٦٣، اختير رئيسا للجمهورية برتبة مشير "مهيب" فكان له ان اصبح اول رئيس للجمهورية العراقية. الموسوعة الحرة <https://ar.wikipedia.org>

وقد بدأ البعث حكمه - كما أسلفنا - بالتهديد والوعيد، بل تجاوز ذلك لتصفيته أحزاباً بأكملها، مثل: الإخوان المسلمين في العام ١٩٧١، وانتهت إلى تصفيته في العام ١٩٧٤، ومن ثم التعرض لأعضاء حزب الدعوة الإسلامية، وإعدام أبرز قاداته ما بين العامي (١٩٧٢ - ١٩٧٤)، وقد شهدت تلك الأجواء عودة الانتخابات البرلمانية إلى الظهور مرة أخرى بتشريع قانوني حمل الرقم (٥٥) لسنة ١٩٨٠، لتنظيم انتخابات المجلس الوطني، والتي تم إجراؤها في حزيران من العام ١٩٨٠، ولكن بصيغة سيطرة الحزب الواحد ومن الطبيعي أسفرت النتائج عن فوز حزب البعث بواقع (١٨٧) مقعد من مقاعد المجلس البالغة عددها (٢٥٠) ^(٤٦). وشهد ذلك القانون انتهاك للحريات، إذ نصت على: معاقبة كل مرشح تسلم مبالغ من جهات محلية معادية لمبادئ الثورة أو جهات خارجية من أجل التأثير في نتائج الانتخابات بالعقوبة المنصوص عليها في المادة (١٥٦) من قانون العقوبات، فضلاً على إلغاء ترشيح أي مرشح خالف الأحكام القانونية أو التعليمات الخاصة بالدعاية الانتخابية^(٤٧). وقد استمرت انتخابات المجلس الوطني كل أربع سنوات، حيث نظمت في العام ١٩٨٨، وهي التي مُدّدت إلى العام ١٩٩٦، إذ أُجريت على وفق قانون رقم (٢٦) لعام ١٩٩٥، والذي زيدت مواده إلى (٩١) بعدما كانت (٤٦)، والذي على أساسه نظمت انتخابات العام ٢٠٠٠، والتي لم تكتمل دورتها الانتخابية لسقوط النظام بعد العام ٢٠٠٣^(٤٧)، إذ يمكن أن نلاحظ: أن حقبة حزب البعث قد هيمنت على المجلس الوطني، وأن معظم أعضائه تم انتخابهم من أعضاء الحزب نفسه، أي بمعنى آخر يمكن أن نقول: أن في تلك المرحلة - حقبة حزب البعث - كانت العملية الانتخابية فيها " صورية "؛ لكونها مرحلة سيطر عليها الحزب الحاكم في " التنظيم والترشيح والإشراف "، إذ يمكن أن نستنتج: أن العراق لم يشهد خلال تلك المرحلة أي عملية انتخاب ديمقراطي بالمعنى الحقيقي أو الصحيح ^(٤٨).

٤- **واقع العراق بعد العام ٢٠٠٣**: شهد العراق في التاسع من نيسان العام ٢٠٠٣، تحولاً كبيراً على مستوى الواقع السياسي، حيث تنفست الأحزاب السياسية المكبوتة الصُعداء بعد مدة حرمان دامت (٣٥) عاماً احتكر العمل الحزبي فيها حزب واحد انفرد بالسلطة، ولم يسمح لغيره بالعمل، ذلك الواقع وماشده من خلو البلاد من سلطة محلية أدى إلى تدخل مجلس الأمن الدولي بالشأن العراقي عن طريق إصداره للقرار (١٣٨٣) في ٢٢ / ٥ / ٢٠٠٣، وهو القرار الذي استند إليه السفير " بول بريمر " في تشكيل سلطة الائتلاف المؤقت، والتي عهدت إليها مباشرة السلطات الثلاث: (التنفيذية، والتشريعية، والقضائية) من أجل إدارة البلاد، وتدمير الأمن والاستقرار، ربما يؤدي - أو أدى - إلى أن الشعب العراقي يستطيع تحديد مستقبله في ظل هكذا إجراء وحرية واستقلال ^(٤٩).

وقد تم تشكيل سلطة عراقية تتولى إدارة البلاد بعد ما عمد "بول بريمر" للتشاور مع الأحزاب والقوى السياسية العراقية في طي الصفحة الانتقالية، وقد تكلل ذلك باعلانه في يوم الأحد ١٣ / ٧ / ٢٠٠٣، عن تشكيل مجلس حكم مكون من (٢٥) عضواً تلا فيه العضو الأكبر سناً في المجلس "محمد بحر العلوم" البيان الأول معلناً فيه عن: أن المجلس يجسد الإرادة الوطنية الحرة الكريمة، واستجابة للرغبة الدولية

المتتمثلة بقرار مجلس الامن "١٤٨٣" مؤكدا فيه على أن التشكيل تم بتشاور القوى العراقية وسلطة التحالف وممثل الأمين العام للأمم المتحدة^(١٢). وقد ضم في صفوفه (١٢) شخصية مثلت زعماء أحزاب عراقية تأسست في العراق، وأخرى تشكلت في المنفى، فضلا على (١٣) آخرين تم اختيارهم على أسس اتفقت عليها القوى السياسية العراقية، في حين رفضت تيارات شعبية حينها الدخول في المجلس، مثل: " التيار الصدري ". وقد روعي في تشكيل المجلس أول مرة في تاريخ العراق تمثل مكوناته كافة، فضلا عن محاولة جعل ذلك التمثيل موازيا لحجمها، والتي شملت تشكيلته: التركمان والمسيح، فضلا على المكونات الثلاثة الرئيسية^(٥٠).

وقد تم الاعتراف بالمجلس المذكور آنفا عن طريق إصدار قرار نص على: عدّ المجلس الجهة الرئيسية للإدارة العراقية المؤقتة حتى تأسيس حكومة نموذجية تأخذ على عاتقها مسؤولية حكم العراق، حيث أضحى المجلس مسئولاً عن إدارة الدولة. وقد ركز المجلس في جملة أمور وضحاها ببيانه الأول، تعلق بعضها: " بتوفير الأمن، وانهاش الاقتصاد، وتفعيل مؤسسات الدولة، والسعي إلى إكمال المرحلة الانتقالية؛ وذلك بسن دستور للعراق"، فضلا على إنهاء مرحلة الدساتير المؤقتة التي خيمت على العراق منذ العام ١٩٥٨، وحتى العام ٢٠٠٣، ومن ثم ليتم إعلان قانون إدارة الدولة أو الدستور الانتقالي لينظم أمور البلاد حتى صياغة دستور دائم للبلاد، ومن ثم حصول الشعب على حرية رسم ملامح مستقبله، ووضع آلية إزالة آثار السياسات العنصرية والطائفية، ومعالجة المشكلات المرورية. وقد أشار القانون إلى موعد إجراء الانتخابات التشريعية " الجمعية الوطنية" بنصه على الآتي: أن لا يتجاوز موعد إجرائها ٢٠٠٥/١/٣١، وهو موعد انتهاء المدة الانتقالية، فضلا على ضمانته تمثل للمرأة بنسبة الربع من تشكيلة الجمعية، أي بواقع (٢٥%) بغض النظر عن اصواتهن داخل القوائم. وقد بدأ الإعداد للانتخابات التشريعية في مرحلتها الانتقالية لانتخاب جمعية وطنية مؤلفة من (٢٧٥) عضو تتولى انتخاب مجلس رئاسة مكون من: رئيس ونائبين، وإقرار تسمية "رئيس الوزراء" المقترح من مجلس الرئاسة، وأعضاء حكومة بناءً على توصيته^(٥١).

ومن ثم الرقابة عليهم ومساءلتهم حتى سحب الثقة منهم، وتشريع القانون، وإقرار ميزانية الدولة، فضلا على توكيلها كتابة الدستور الدائم للعراق، وتم ذلك عن طريق تشكيل المفوضية العليا المستقلة للانتخابات من سبعة مفوضين تم تعيينهم من مبعوثه الأمين العام للأمم المتحدة لشؤون الانتخابات، وتماشيا مع أمر سلطة الائتلاف العراقية المؤقتة رقم (٩٢) بتاريخ ٢٠٠٤/٥/٣١، يجعلها إدارة مستقلة غير جزئية، وتتم بالحيادية، وتتولى مسؤولية التحضير للانتخابات وتنظيمها، وهي من أجل ذلك أصدرت مجموعة قواعد وسلوكيات تتعلق بكيفية إجراء الانتخابات وقواعدها وسلوكيات المرشحين وكيفية الترشيح؛ وبذلك تكون الانتخابات قد خط لها مسار مستقل لم تشهد حقب حكم البلاد منذ تأسيس الحكم الوطني في العام ١٩٢١، وحتى سقوط النظام في العام ٢٠٠٣، إذ كانت الدولة مسئولة عن الانتخابات،

وهو تطور مهم جداً؛ كونه يفرز هيئات تشريعية فعالة وليست صورية أو مقيدة، والتي سنوضحها على وفق الآتي:

أ- **انتخابات العام ٢٠٠٥**: شهدت الانتخابات الأولى التي جرت في كانون الثاني من العام ٢٠٠٥، أوضاعاً سياسية بالغة التعقيد، والتي تم إجراؤها من أجل تشكيل جمعية وطنية منتخبة من الشعب مباشرة، والانتقال إلى الحكومات الدستورية الدائمة. وقد تم ذلك عن طريق كتابة مسودة الدستور الدائم، ومن ثم عرضه باستفتاء جرى في العام ٢٠٠٥، وحصل على موافقة الأغلبية ليؤسس إلى إجراء الانتخابات التشريعية الاتحادية الثانية، والتي عُرفت بـ (قانون الانتخابات رقم ١٦) لسنة ٢٠٠٥. وقد تميز القانون الجديد بمميزات عدة، منها: الجمع بين الدائرة الموحدة والدوائر المتعددة، إذ أُطلق على المقاعد البالغ عددها (٢٧٥) للسلطة التشريعية الاتحادية اسم (مجلس النواب)، إذ جرى توزيع (٢٣٠) مقعد منها على دوائر متعددة، وقد تم احتساب كل محافظة دائرة انتخابية واحدة. وقد لوحظ على تلك الانتخابات ارتفاع نسبة المشاركة عما كانت عليه في انتخابات الجمعية الوطنية، وذلك الأمر يعل بمشاركة أوسع للعرب السنة، فضلاً على تحسن الوضع الأمني مما مكن من التوجه إلى مراكز الانتخاب. أما ما تبقى من المقاعد البالغة (٤٥) فجرى احتسابها كدائرة انتخابية واحدة، إلا أن ما تقدم لا يمنع من أن نُؤشر العيوب التي انصف بها ذلك النظام، ومنها: (٥٢)

١- تخليه - أي النظام الانتخابي لعام ٢٠٠٥ - عن التمثيل النسبي، واعتماد (الباقى الأقوى) الذي يسمح للكيانات السياسية التي لم تتجاوز القاسم الانتخابي في دائرة انتخابية من الحصول على مقعد منها، وذلك ما أدى إلى حدوث خلل في موازين القوى السياسية انعكس بدوره على التمثيل البرلماني، إذ حصلت بعض القوى على مقاعد تفوق استحقاقاتها الانتخابية^(*)، وبعضها الآخر خسر جزءاً من مقاعده^(**)، بينما دخلت كيانات سياسية إلى مجلس النواب وهي لم تتجاوز القاسم الانتخابي في أي من الدوائر الانتخابية (المحافظات)^(***)، وكان الأولى أن تأخذ الكيانات السياسية المتنافسة التي اجتازت القاسم الانتخابي في الدوائر الانتخابية كل استحقاقاتها على وفق (التمثيل النسبي)، وأن يتم اعتماد (الباقى الأقوى)، بينما تُشمل الكيانات السياسية التي تجاوزت القاسم الانتخابي بالمقاعد الوطنية (التعويضية) حسب استحقاقها الانتخابي أيضاً.

٢- اعتمد النظام الانتخابي لعام ٢٠٠٥، القائمة المغلقة التي وجّه إليها النقد والظعن، فضلاً عن أن القانون أغفل آلية شغل المقاعد الشاغرة^(٥٣).

(*) ك (القائمة الوطنية العراقية) التي استفادت من ستة مقاعد، و (الاتحاد الإسلامي الكردستاني) الذي استفاد من ثلاثة مقاعد.
(**) ك (الائتلاف العراقي الموحد) الذي خسر تسعة مقاعد، و (التحالف الكردستاني) الذي خسر خمسة مقاعد، و الجبهة العراقية للحوار الوطني التي خسرت مقعدين.
(***) وهي: (كتلة المصالحة والتحرير) التي احزرت ثلاثة مقاعد، و (الجبهة الأيزيدية من أجل الإصلاح والتقدم) وقد احزرت كل منها مقعداً واحداً.

ب- **انتخابات العام ٢٠٠٩**: أقرّ مجلس النواب العراقي قانون انتخابات مجالس المحافظات والأقضية والنواحي في (٢٥) أيلول من العام ٢٠٠٨، بعد تجاذبات تضمنت جدلاً كبيراً ونقاشاً حاداً ومستفيضاً، فضلاً على تأجيلات عدة، تمخضت عن ثمانية فصول و(٥١) مادة تنظم سير تلك الانتخابات^(٥٤). فقد جاء في الفصل الثالث الموسوم بـ (حق الترشيح): أنه تم استبدال نمط (القائمة المغلقة) بما جاء تحت مسمى (القائمة المفتوحة)، والحق أنه يمكن تسميتها بـ "قائمة مغلقة بذيل مفتوح"، علماً: أن نظام القائمة المغلقة يُعدّ النظام الأكثر استجابة والأوفر ميزة للديمقراطية في عالمنا المعاصر، إذ يمكن أن نسجل أبرز مزاياه بالآتي: تجاوز (الشخصانية) نحو (المؤسسية)، إلا أن قوة الشخصية في العقلية الراقية كانت الدافع الأساس وراء استبداله على الرغم من الاعتراضات والتحفظات الكثر من قِبَل قوى التحالف الكردستاني، وبغية الاستفادة من ميزة (القائمة المغلقة) في تجاوز الشخصية والتصويت للكيان ككل جاءت المادة (١٢) / (ثالثاً) ^(*) بمثابة حل توفيق بين النظامين، فهي من جانب تسمح (لأنصار القائمة المغلقة) بانتخاب القائمة ككل، ومن جانب آخر تسمح لانصار القائمة المفتوحة انتخاب (المرشح / الفرد) الذي يريدونه، فضلاً على إدراج اسم الكيان السياسي ورقمه الانتخابي في ورقة الانتخابات، ولذلك يتم إدراج أرقام مرشحي الكيان السياسي جميعاً، ومع ذلك يمكن عدّ ما تقدم ذكره بمثابة تقدم نوعي في النظام الانتخابي العراقي. ولكن ذلك لا يمنع من تسجيل المآخذ الآتية:

١- ينقل الناخب من عشرات الكيانات السياسية المتنافسة إلى مئات الأسماء المرشحة في وقت انتخابي محدد.

٢- جعل عملية فرز الأصوات أكثر صعوبة على ملاك (المفوضية). وقد استغرق الوصول إلى النتائج النهائية للانتخابات وقتاً أطول، واحتسب القانون كل محافظة عراقية بحدودها دائرة انتخابية واحدة، ولم تشمل الانتخابات محافظات إقليم كردستان الثلاث: (إربيل، السليمانية، دهوك)، فضلاً على محافظة كركوك. وإذا كانت النظم الانتخابية التي تبنت (القائمة المغلقة) تأخذ بتسلسل المرشحين في القائمة المنافسة أساساً لفوزهم في عضوية المجالس التمثيلية، فإنّ نظام (القائمة المفتوحة) جاء ليأخذ بتسلسل المرشحين الحاصلين على أعلى الأصوات كأساس لفوزهم في مجالس المحافظات^(**).

ث- **وقد جاءت انتخابات العام ٢٠١٠**: وهي مثقلة بالعيوب والمآخذ التي لا تدانيها مزايا، والتي يمكن أن نُجمل أهم ما وجه إليها من النقد بالآتي:

١- توقّيت إجراء الانتخابات: حيث كان من المفترض أن تجري الانتخابات في موعدها المحدد المفترض دستورياً باحتساب: أن أغلب النظم الديمقراطية تجري كل أربع سنوات، وهو ما نص عليه الدستور العراقي. بيد أن مجلس النواب عطل إرادة الناخب العراقي بمدة تزيد عن الأربع سنوات بأكثر من ثلاثة

(*) حيث نصت المادة (٩) من القانون على أن "يكون الترشيح وفقاً لنظام القائمة المفتوحة".

(**) حيث جاء في (البند / ثانياً) من المادة (١٣) : "توزع المقاعد على مرشحي القائمة المفتوحة ويعاد ترتيب تسلسل المرشحين استناداً إلى عدد الأصوات التي حصل عليها المرشح ، ويكون الفائز الأول هو من يحصل على أعلى عدد من الأصوات ضمن القائمة المفتوحة ، وهكذا لبقية المرشحين ."

أشهر قرر بعدها إجراء الانتخابات في (٧ آذار من العام ٢٠١٠) بعد أن غير موعدين مفترضين لها في كانون الثاني من العام (٢٠١٠)، وقد سوغ المجلس ذلك تسويغياً دستورياً عندما ربط بين فقرتي (المادة ٥٤/٥٤*) من الدستور^(٥٧).

ويمكن بعد قراءتنا للمادتين أن نسجل الآتي:

١- أن مجلس النواب قد التف على الإرادة الشعبية عبر إغفال معنى كلمة (تقويمية) أنه - أي مجلس النواب - حمل الشعب العراقي مسؤولية تأخر المفوضية المستقلة للانتخابات في العراق إعلان نتائج الانتخابات، وتأخر اتفاق الكيانات السياسية بخصوص عقد الجلسة الأولى لمجلس النواب.

ويبدو أن هنالك أسباب أخرى وقفت خلف ذلك، وهي كالآتي:

أ- إخفاق الكتل السياسية في مجلس النواب بإصدار قانون جديد للانتخابات، وذلك نتيجة خلافاتها السياسية.

ب- عدم خبرة مجلس النواب في القضايا والمسائل ذات الطبيعة القانونية، وتغليب غالبية أعضائها لتصوراتهم الشخصية ومصالحهم الفئوية على الجوانب القانونية ذات العلاقة بآليات العمل الديمقراطي.

ت- محاولة الاستفادة من الامتيازات المادية الضخمة التي منحها أعضاء مجلس النواب لأنفسهم لأطول مدة تمكنه.

٢- شكل القانون: مع أن القانون جاء بنظام انتخابي مغاير إلى حد كبير للنظام الانتخابي الذي أجريت بموجبه الانتخابات الاتحادية الثانية، إلا أنه لم يصدر عن طبيعة قانون جديد تحت عنوان قانون رقم (٢٦) لسنة ٢٠٠٩، (قانون تعديل قانون الانتخابات رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥)، وكان الأحرى أن يصدر على شكل قانون جديد ما دام أن مضمونه ألغى مضمون القانون السابق.

وقد احتوى القانون نظام القائمة المفتوحة الذي اعتمد في انتخابات مجلس المحافظات الثانية، وعدت الدعوة إلى (القائمة المغلقة) محط اتهام كبير، ووصم دُعائه بالتآمر على الشعب ومعاداته وتضليله، بل إن الشخصانيين رفضوا التصويت السري للبرلمان على تعديل القانون الانتخابي الرامي إلى الأخذ بالقائمة المفتوحة مع أن الأساس في التصويت يكمن في: سرية، علما: إنهم كانوا قد وصلوا إلى البرلمان من بين ثنايا (القوائم المغلقة)^(٥٨). وقد كرس القانون المحاصصة الأثنية والعرقية رسمياً، ولأول مرة في تاريخ العراق عندما منح حصصاً لما أسماهم بـ (المكونات) حينما منح المسيحيين خمسة مقاعد في كل من: (بغداد ونيوى وكركوك ودهوك وأربيل)، ومقعداً واحداً لكل من: الشبك والأيزيديين في نيوى، ومثله للصابئة المندائيين في بغداد. أما أبرز المآخذ التي يمكن أن تُسجلها على ذلك القانون: أنه زاد عدد مقاعد مجلس النواب من (٢٧٥) إلى (٣٢٥) مقعد في سابقة سلبية أهم ما يؤشر إزاءها الآتي:

(*) التي نصت أولاً على أن " تكون مدة الدورة الانتخابية لمجلس النواب اربع سنوات تقويميه ، تبدأ بأول جلسة له ، وتنتهي بنهاية " والاخرى التي نصت على ان " يجري انتخاب مجلس النواب الجديد قبل خمسة واربعين يوماً من تاريخ انتهاء دورته الانتخابية السابقة " .

١- لا وجود لأي زيادة في عدد مقاعد المجالس التمثيلية مع كل دورة انتخابية. فمزال عدد المجلس النيابي في أعرق البلدان الديمقراطية: كالولايات الأمريكية المتحدة هو العدد ذاته لأكثر من قرنين من الزمان، وقد سوغ مشروع القانون الزيادة بالارتكاز على نص الدستور^(٦٠). وهو ما يمكن الرد عليه على وفق نواح عدة. لعل أبرزها: أن الخلل يكمن أساساً في نص الدستور، إذ لا مسوغ في النص على عدد مقاعد المجلس النيابي فيه، وأنه لم يجر الالتزام بجميع فقرات ومواد الدستور، بل عطل بعضها، ولم ينفذ بعضها الآخر، وكان الأخرى إيقاف العمل بتلك المادة.

وكذلك هنالك دوافع أخرى، وهي^(٦١):

أ- محاولة الاستفادة قدر الإمكان من الامتيازات المادية الضخمة التي يمنحها أعضاء المجلس لأنفسهم.

ب- عدم قدرة تلك الكيانات على التنافس الانتخابي في ضوء إرتفاع القاسم الانتخابي.

ت- تصور كل من تلك الكيانات بأنه سيفوز بتلك المقاعد فيكسب امتيازاتها.

ث- إغفال أن القوة السياسية في المجالس التمثيلية تكمن في النسبة لا في الرقم.

أن النظم الانتخابية المذكورة آنفاً قد أخذت بالمحاصصة النسوية التي تشترط حصول المرأة ما لا يقل عن ربع المقاعد في المجالس التمثيلية المنتجة، ولضمان ذلك فقد جرى اشتراط: أن توضع امرأة مع كل رجلين مرشحين. وقد أعطت القوائم المتنافسة المرأة تسلسل الرقم (٣) ومضاعفاته في قوائمها الانتخابية المغلقة بناءً على نظم الانتخابات الصادرة عن المفوضية المستقلة للانتخابات، وهو ما نصت عليه (المادة ١٣ / ثانياً)^(٦١). ومع أن القانون جاء ليثبت حصة المرأة وإن كانت على حساب الرجال، إلا أنه استخدم مفردة " في نهاية كل ثلاثة فائزين "، وليس بعدهم. ومن المعروف: أن نهاية الشيء وبعده شيء آخر، وفيما يخص مقعدها الشاغر لم يشترط القانون أن تشغله امرأة أخرى " إلا إذا كان ذلك مؤثراً في نسبة تمثيل النساء ". (المادة ١٥ / ثانياً) وختاماً، ومن أجل نظام إنتخابي أنسب في العراق يكون أكثر قرباً إلى تمثيل إرادة الناخب، نتفق مع ما ذهب إليه الحيدري بإقتراح الآتي^(٦٣):

١- ليس من المناسب إحداث تغييرات جذرية في النظم الانتخابية، لأن ذلك يربك الناخبين مما يؤدي إلى فقدان الثقة من الناخب بالنظام الانتخابي.

٢- لا يجوز الجزم: بأن هنالك نصاً قانونياً دائماً وثابتاً لنظام انتخابي معين يصلح أن يكون قانوناً أبدياً، لذلك لا بد من إجراء مراجعة للنظم الانتخابية، وذلك من أجل دراستها ومعرفة مدى توائمتها للتطورات والتغيرات التي تحدث في البلاد.

٣- من المناسب الإبقاء على النظام الحالي لانتخابات مجلس النواب العراقي مع الأخذ بالتعديلات.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

(٦٠) "يكون مجلس النواب من عدد من الاعضاء بنسبة مقعد واحد لكل مائة الف نسمة .."

أولاً: الخصائص الديمغرافية للمبحوثين: إذ إرتأى الباحث دراسة الخصائص الديمغرافية للمبحوثين على وفق الآتي:

١- النوع الاجتماعي:

جدول (٣)

يبين توزيع المبحوثين حسب متغير النوع

النوع (الجنس)	العدد	النسبة
ذكر	٣٢٢	%٥٣.٧
انثى	٢٧٨	%٤٦.٣
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

عن طريق الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين قد توزعوا حسب متغير الجنس (النوع) إلى (٣٢٢) من الذكور، وبنسبة بلغت (%٥٣.٧)، بينما بلغ عدد الإناث اللاتي شاركن في البحث (٢٧٨) مبحوثة، وبنسبة بلغت (%٤٦.٣).

٢-التحصيل الدراسي :

جدول (٤)

يبين توزيع المبحوثون حسب التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	العدد	النسبة
بكالوريوس	٣١٣	%٥٢.٢
معهد	٩٩	%١٦.٥
دراسات عليا	٧٦	%١٢.٧
ثانوية	٦٦	%١١.٠
الابتدائية	٣٧	%٦.٢
لا أقرأ ولا أكتب	٩	%١.٥
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

توضح البيانات في الجدول (٢) أعلاه أن التحصيل الدراسي للعينة المشاركة في البحث توزعت على أنواع عدة، إذ حلت شهادة (بكالوريوس) أولاً، وبقوة (٣١٣) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (%٥٢.٢)، بينما حصلت فئة(خريج معهد - دبلوم) على ثانياً، وبقوة (٩٩) مبحوثاً، وبنسبة بلغت(%١٦.٥) . أما ثالثاً فقد كانت من نصيب فئة (دراسات عليا)، وبقوة (٧٦) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (%١٢.٧) .فيما حصلت فئة (خريج ثانوية) على رابعاً، وبقوة (٦٦) مبحوثاً، وبنسبة (%١١) . أما فئة (خريج ابتدائية) فقد جاءت خامساً، وبقوة (٣٧) مبحوثاً، وبنسبة (%٦.٢) . فيما حلت فئة (لايقرأ ولايكتب) سادساً، وبقوة (٩) مبحوثين، وبنسبة (%١.٥)، إذ لاحظ الباحث بعد استقراء ما تقدم من بيانات أن أغلب عينة الدراسة كانت تمتلك مؤهلاً علمياً يتمثل بشهادة (البكالوريوس)، وبنسبة بلغت (%٥٢.٢)، وهي نسبة كبيرة إذا ما قورنت ببقية النسب؛ وذلك يدل على أن عينة الدراسة تمتلك حالة من الوعي المعرفي لممارسة العملية الانتخابية.

٤- حسب العمر:

جدول (٥)
توزيع المبحوثين حسب الفئات العمرية

العمر	العدد	النسبة
٤١-٥٠ عاماً	٢٥٨	%٤٣.٠
٣١-٤٠ عاماً	١٥٢	%٢٥.٣
١٨-٣٠ عاماً	٧٧	%١٢.٨
٥١-٦٠ عاماً	٧٧	%١٢.٨
٦١ عاماً فأكثر	٣٦	%٦.٠
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

إذ تكشف البيانات في الجدول أعلاه عن توزيع المبحوثين المشاركين في البحث على مستويات وفئات عمرية عدة، فقد حلت الفئة العمرية من (٤١-٥٠) عاماً أولاً، وواقع (٢٥٨) مبحوثاً، ونسبة بلغت (%٤٣.٠). أما الفئة العمرية من (٣١-٤٠) عاماً. فقد جاءت ثانياً، وواقع (١٥٢) مبحوثاً، ونسبة بلغت (%٢٥.٣). فيما جاءت كل من: فئة (١٨-٣٠) و (٥١-٦٠) عاماً ثالثاً، وواقع (٧٧) مبحوثاً، ونسبة بلغت (%١٢.٨) لكل منهما، وجاءت فئة (٦١ فأكثر) رابعاً، وواقع (٣٦) مبحوثاً، ونسبة (%٦)، وذلك ما دعى الباحث إلى أن يتوصل أن أغلب عينة الدراسة كانت من الفئة العمرية المحصورة ما بين (٤١-٥٠) عاماً، ونسبة بلغت (%٤٣.٠)، وذلك معناه أن الفئة العمرية المشاركة في الانتخابات كانت أغلبها من كبار السن، إذ يعلل الباحث ذلك على أساس استنهاد أغلب الشباب من أجل الدفاع عن الوطن / أولاً، وللأوضاع الامنية المتمثلة بالانفجارات/ثانياً، ولهجرة الشباب ثالثاً، زد على ذلك السن القانونية للانتخابات.

س١: مامدى حرص عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية ؟

جدول (٦)
يبين مدى حرص عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية

الاجابة	التكرار	النسبة
نادرا ما حرصت عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية	١٩٢	%٣٢.٠
حرصت عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية إلى حد كبير	١٥٥	%٢٥.٨
حرصت عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية إلى حد ما	١٥٥	%٢٥.٨
لم تتابع عينة الدراسة الحملات الانتخابية إطلاقا	٩٨	%١٦.٣
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان (١٩٢) مبحوثاً، ونسبتهم (٣٢.٠%) أكدوا على أن اختيار (نادراً ما حرصت عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية) جاء أولاً من اجابات المبحوثين في ذلك الشأن. أما اختيار (حرصت عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية إلى حد كبير)، وكذلك اختيار (حرصت عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية إلى حد ما) فقد جاء ثانياً وبواقع (١٥٥) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٥.٨%) لكل منهما، بينما أشار (٩٨) مبحوثاً، ونسبتهم (١٦.٣%) إلى أنهم لم يعمدوا إلى إختيار (لم تتابع عينة الدراسة الحملات الانتخابية إطلاقاً)، وبذلك جاء ذلك الاختيار ثالثاً من إجابات المبحوثين، وهو ما جعل الباحث يستنتج أن هنالك أسباب أدت إلى أن عينة الدراسة نادراً ما كانت تحرص على متابعة الحملات الانتخابية، وذلك على وفق النسبة التي بلغت (٣٢.٠%)، وهي نسبة كبيرة إذا ما قورنت بالنسب الأخرى معللا الباحث ذلك بعدم وجود آلية لتوعية وتنقيف الجمهور بماهية العملية الانتخابية.

س٢: ما انطباع عينة الدراسة عن المرشحين في أثناء مقابلتهم بالحملات الانتخابية ؟

جدول (٧)

يبين الانطباعات التي كونتها عينة الدراسة عن المرشحين في أثناء المقابلات بالحملات الانتخابية:

ابداً		نادراً		أحياناً		غالباً		الانطباعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٦.٣%	٣٨	١١.٧%	٧٠	٢٥.٧%	١٥٤	٥٦.٣%	٣٣٨	كان اهتمام المرشح بمظهره الخارجي أكثر من اللازم.
١٠.٨%	٦٥	١٢.٠%	٧٢	٢٣.٢%	١٣٩	٥٤.٠%	٣٢٤	حاول المرشح جذب إنتباه الجمهور بقوة عن طريق مايطرحه من افكار .
١٠.٥%	٦٣	١٨.٧%	١١٢	٣١.٠%	١٨٦	٣٩.٨%	٢٣٩	طرح المرشح موضوعات تهتم المواطنين .
١٤.٨%	٨٩	٢٢.٣%	١٣٤	٢٩.٨%	١٧٩	٣٣.٠%	١٩٨	إمتلاك المرشح للقدرة على التحدث وجها لوجه مع الجمهور بتمكن وكفاءة.
١٤.٧%	٨٨	١٧.٨%	١٠٧	٣٦.٠%	٢١٦	٣١.٥%	١٨٩	كان اختيار المرشح لمكان اللقاءات ناجحاً.

عن طريق الجدول (٧) نلاحظ أن (٣٣٨) مبحوثاً، ونسبتهم (٥٦.٣%): اختاروا (غالباً) ما كان اهتمام المرشح بمظهره الخارجي أكثر، وبذلك فقد جاء ذلك الاختيار أولاً من إجابات المبحوثين. أما اختيار (أحياناً) فقد حل ثانياً، وبواقع (١٥٤) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٥.٧%). فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وبواقع (٧٠) مبحوثاً، وبنسبة (٢٥.٧%). بينما حل اختيار (أبداً) رابعاً، وبواقع (٣٨) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٦.٣%). أما اختيار (حاول المرشح جذب انتباه الجمهور بقوة من خلال ما يطرحه من

أفكار) فقد أشار إليه بـ(غالبا)، وواقع (٣٢٤) مبحوثاً، وبنسبة بلغت(٥٤.٠%) وبذلك فقد جاء ذلك الاختيار أولاً من إجابات المبحوثين بذلك الشأن. فيما حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (١٣٩) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٣.٢%). أما اختيار (نادراً) فقد حل ثالثاً، وواقع (٧٢) مبحوثاً، وبنسبة (١٢%)، فيما حل اختيار (أبداً) رابعاً، وواقع (٦٥) مبحوثاً، وبنسبة (١٠.٨%). أما اختيار (طرح المرشح موضوعات تهم المواطنين). فقد حل اختيار (غالبا) أولاً، وواقع (٢٣٩) مبحوثاً، وبنسبة (٣٩.٨%). أما ثانياً فقد حل فيها اختيار (أحياناً)، وواقع (١٨٦) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣١%). فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (١١٢) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٨.٧%). أما اختيار (أبداً) فقد جاء رابعاً، وواقع (٦٣) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٠.٥%)، بينما اختيار (امتلاك المرشح القدرة على التحدث وجها لوجه مع الجمهور بتمكن وكفاءة) جاء على وفق الآتي: فقد حل اختيار(غالبا) أولاً، وواقع (١٩٨) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣٣%). فيما حل اختيار(أحياناً) ثانياً، وواقع(١٧٩) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٩.٨%). أما اختيار(نادراً) فقد حل ثالثاً، وواقع (١٣٤) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٢.٣%). فيما حل رابعاً اختيار (أبداً)، وواقع (٨٩) مبحوثاً، وبنسبة (١٤.٨%). أما اختيار (كان اختيار المرشح لمكان اللقاءات ناجحاً) فقد جاء حكم (غالبا) أولاً، وواقع (١٨٩) مبحوثاً، وبنسبة (٣١.٥%). فيما حل حكم (أحياناً) ثانياً، وواقع (٢١٦) مبحوثاً، وبنسبة (٣٦%)، وحل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (١٠٧) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٧.٨%)، بينما حل إختيار (أبداً) رابعاً، وواقع (٨٨) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٤.٧%)، وقد توصل الباحث عن طريق ما أظهرته البيانات إلى أن مظهر المرشح كان مهماً في استقطاب الناخبين، وبنسبة بلغت (٥٦.٣%)، فضلاً على قوته في طرح أفكاره والذي اسهم في جلب انتباه الجمهور، وبنسبة بلغت(٥٤.٠%)، ومن ثم حملهم على التصويت لمصلحته، إذ يعزو الناخب ذلك إلى قوة شخصية المرشح وتأثيره بالجمهور.

س٣: ما مدى تقييم عينة الدراسة لشخصية المرشح في أثناء لقاءك به وجها لوجه في الحملات الانتخابية؟

جدول (٨)

يبين تقييم عينة الدراسة لشخصية المرشح في أثناء مقابلته وجها لوجه بالحملات الانتخابية (*)

التقييم	التكرار	النسبة
كان كثير الوعود	٢٥٠	%٣٣.٨
كان مجاملاً حتى يُسوق نفسه	٢٤٦	%٣٣.٣
يتصف بالأمانة في عرضه للمعلومات	١٠٩	%١٤.٧
كان المرشح صادقاً في طرحه للموضوعات	٨٠	%١٠.٩
كل ماسبق	٥٤	%٧.٣
المجموع	٧٣٩	%١٠٠.٠

(*) تم اختيار أكثر من بديل .

إذ نلاحظ عن طريق بيانات الجدول (٨) فيما تقدم أن اختيار (كان كثير الوعود) قد حل أولاً، وبواقع (٢٥٠) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣٣.٨%)، أما اختيار (كان مجاملاً يسوق لنفسه) فقد حل ثانياً، وبواقع (٢٤٦) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣٣.٣%). بينما حل اختيار (يتصف بالامانة في عرضه للمعلومات) ثالثاً، وبواقع (١٠٩) مبحوثين، وبنسبة بلغت (١٤.٧%). فيما حل اختيار (كان المرشح صادقاً في طرحه للموضوعات) رابعاً، وبواقع (٨٠) مبحوثاً، وبنسبة (١٠.٩%). أما اختيار (كل ما سبق) فقد حل خامساً، وبواقع (٤٥) مبحوثاً، وبنسبة (٧.٣%)، بعد استقراء الباحث لما تقدم من بيانات لوحظ أن المرشح لجأ إلى استخدام الوعود الكثيرة للحصول على أصوات عينة الدراسة، وبنسبة بلغت (٣٣.٨%)، معتمداً أسلوب المجاملة، وبنسبة بلغت (٣٣.٣%)، إذ يعلل الباحث ذلك إلى بلاغة المرشح ومقدرته على جذب الجمهور لمصلحته.

س٤: ما مدى تقييم عينة الدراسة لوعود المرشحين في أثناء اللقاء بهم بالحملات الانتخابية؟

جدول (٩)

يبين تقييم عينة الدراسة لوعود المرشحين لهم في أثناء اللقاء بهم بالحملات الانتخابية:

التقييم	التكرار	النسبة
وعود خيالية	٢٣٢	٣٨.٧%
وعود خيالية جداً	٢١٢	٣٥.٣%
وعود واقعية	١٢٠	٢٠.٠%
كانت الوعود واقعية جداً	٣٦	٦.٠%
المجموع	٦٠٠	١٠٠.٠%

إذ تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن (٢٣٢) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣٨.٧%) أشاروا إلى أن اختيار (الوعود كانت خيالية) قد حل أولاً من اجابات المبحوثين. فيما حل اختيار (وعود خيالية جداً) ثانياً، وبواقع (٢١٢) مبحوثاً، وبنسبة (٣٥.٣%). أما اختيار (وعود واقعية) فقد حل ثالثاً من اجابات المبحوثين، وبواقع (١٢٠) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٠%)، بينما حل اختيار (كانت الوعود واقعية جداً) رابعاً، وبواقع (٣٦) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٦%)، إذ لاحظ الباحث عن طريق إطلاعه على البيانات أن أغلب الوعود التي وعد بها المرشح كانت خيالية، بل خيالية جداً، وهو ما أكدته النسبتين (٣٨.٧%) و(٣٥.٣%)، وذلك معناه أن المرشح يعمل لمصلحته المتمثلة بالحصول على أصوات الناخبين، ومن ثم الفوز بالانتخابات.

س٥: مامدى تقييم عينة الدراسة بتأثير شخصية المرشح في الناخبين عند اللقاء بهم؟

جدول (١٠)

يبين تأثير شخصية المرشح في عينة الدراسة عند اللقاء بهم

التأثير	التكرار	النسبة
أثرت بشكل ضعيف	٢٧٨	%٤٦.٣
لم تؤثر إطلاقاً	٢٤٦	%٤١.٠
أثرت بشكل كبير	٧٦	%١٢.٧
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

يتضح من الجدول أعلاه ان (٢٧٨) مبحوثاً، ونسبتهم (%٤٦.٣) أكدوا على أن شخصية المرشح (أثرت بشكل ضعيف)، وبذلك فقد حل ذلك الاختيار أولاً من اجابات المبحوثين في ذلك الشأن، أما اختيار (لم تؤثر إطلاقاً) فقد حل ثانياً، وبواقع (٢٤٦) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (%٤١). أما ثالثاً فقد كان من نصيب اختيار (أثرت بشكل كبير)، وبواقع (٧٦) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (%١٢.٧). إذ توصل الباحث عن طريق ما أشارت إليه البيانات بأنه ونتيجة للوعود الخيالية التي لم يف بها المرشح في الانتخابات فقد أدركت عينة الدراسة أن شخصية المرشح بدت ضعيفة، ولا يمكن الوثوق بها وهو ما أكدته النسبة (%٣٨.٧)، وذلك ما أدى بدوره إلى عدم تأثير شخصية المرشح بالجمهور إطلاقاً على وفق وجهة نظر الباحث.

س ٦: ما أهم الموضوعات التي تمت مناقشتها ما بين الجمهور والمرشحين؟

جدول (١١)

يبين أهم الموضوعات التي تم مناقشتها ما بين الجمهور والمرشحين :

الموضوعات	غالباً		أحياناً		نادراً		أبداً		عدم الاجابة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
المشاركة في الانتخابات والتصويت للمرشح	٢١.٧%	١٣٠	٨.٣%	٥٠	٣.٨%	٢٣	٣.٣%	٢٠	٦٢.٨%	٣٧٧
أنشطة الاحزاب والقوائم الانتخابية	١٥.٣%	٩٢	١٠.٥%	٦٣	٥.٧%	٣٤	٥.٧%	٣٤	٦٢.٨%	٣٧٧
البطالة وتوفير فرص العمل للخريجين	٢١.٢%	١٢٧	٧.٧%	٤٦	٥.٠%	٣٠	٣.٠%	١٨	٦٣.٢%	٣٧٩
الغلاء المعيشي	١٨.٨%	١١٣	٨.٧%	٥٢	٥.٧%	٣٤	٣.٧%	٢٢	٦٣.٢%	٣٧٩
سوء إدارة البلاد	١٨.٣%	١١٠	٩.٢%	٥٥	٤.٥%	٢٧	٤.٢%	٢٥	٦٣.٨%	٣٨٣
الفساد الاداري والمالي	١٨.٥%	١١١	٧.٧%	٤٦	٦.٥%	٣٩	٣.٨%	٢٣	٦٣.٥%	٣٨١
الاصلاح ومحاربه الفساد	١٧.٥%	١٠٥	٩.٣%	٥٦	٦.٢%	٣٧	٣.٧%	٢٢	٦٣.٣%	٣٨٠
حقوق المرأة	١٠.٥%	٦٣	٨.٣%	٥٠	٩.٣%	٥٦	٨.٧%	٥٢	٦٣.٢%	٣٧٩
خصائص قياده واداره البلد	١٥.٠%	٩٠	٨.٨%	٥٣	٧.٣%	٤٤	٦.٠%	٣٦	٦٢.٨%	٣٧٧
تحسين الوضع المعاشي	١٩.٣%	١١٦	٧.٨%	٤٧	٦.٠%	٣٦	٣.٥%	٢١	٦٣.٣%	٣٨٠
طرق مواجهه الارهاب	١٥.٨%	٩٥	٨.٧%	٥٢	٦.٨%	٤١	٥.٥%	٣٣	٦٣.٢%	٣٧٩
الحياة الشخصية للمرشح	١٤.٨%	٨٩	٧.٣%	٤٤	٧.٨%	٤٧	٦.٥%	٣٩	٦٣.٥%	٣٨١
حظوظ المرشح في الفوز	١١.٢%	٦٧	١١.٥%	٦٩	٨.٨%	٥٣	٥.٢%	٣١	٦٣.٣%	٣٨٠
تطوير قطاعات الحياة التعليم والزراعة والصناعه	١٠.٨%	٦٥	١٠.٥%	٦٣	٧.٣%	٤٤	٨.٠%	٤٨	٦٣.٣%	٣٨٠
قرارات المساءلة والعدالة	١٢.٢%	٧٣	٩.٧%	٥٨	٧.٧%	٤٦	٧.٣%	٤٤	٦٣.٢%	٣٧٩
الحديث عن المرشحين المنافسين	١٥.٢%	٩١	٨.٨%	٥٣	٦.٠%	٣٦	٦.٣%	٣٨	٦٣.٧%	٣٨٢
حث الناخبين على المشاركة	٢١.٧%	١٣٠	٦.٥%	٣٩	٥.٨%	٣٥	٢.٨%	١٧	٦٣.٢%	٣٧٩
كل ماسبق	٣٥.٨%	٢١٥	١١.٨%	٧١	١٢.٠%	٧٢	٣.٥%	٢١	٣٦.٨%	٢٢١

إذ تكشف بيانات الجدول فيما تقدم عن أن (٢١٥) مبحوثاً، ونسبتهم (٣٥,٨%) اختاروا غالباً كان (كل ما سبق)، والذي حل أولاً من إجابات المبحوثين، أما ثانياً فقد كان من نصيب حكم (نادراً)، وبواقع (٧٢) مبحوثاً، ونسبة بلغت (١٢,٠%)، بينما حل اختيار (أحياناً) ثالثاً، وبواقع (٧١) مبحوثاً، ونسبة بلغت (١١,٨%). أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وبواقع (٢١) مبحوثاً،

وينسبة (٣,٠%). أما اختيار (المشاركة في الانتخابات والتصويت للمرشح) فقد أشار إليه ب (غالباً)، وواقع (١٣٠) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢١,٧%)، وبذلك حل أولاً من إجابات المبحوثين بذلك الشأن، فيما حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (٥٠) مبحوثاً، وبنسبة (٨,٣%)، أما اختيار (نادراً) فقد حل ثالثاً، وواقع (٢٣) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣,٨%)، فيما حل اختيار (أبداً) رابعاً، وواقع (٢٠) مبحوثاً، وبنسبة (٣,٣%)، فيما أشار إلى اختيار (حث الناخبين في المشاركة) بأولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وواقع (١٣٠) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢١,٧%)، وقد حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (٣٩) مبحوثاً، وبنسبة (٦,٥%)، أما اختيار (نادراً) فقد حل ثالثاً، وواقع (٣٥) مبحوثاً، وبنسبة (٥,٨%). وقد حل اختيار (أبداً) رابعاً، وواقع (١٧) مبحوثاً، وبنسبة (١٢,٨%)، فيما أشار إلى اختيار (البطالة) وتوفير فرص العمل للخريجين) بأولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وواقع (١٢٧) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢١,٢%). أما اختيار (أحياناً) فقد حل ثانياً، وواقع (٤٦) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٧%). فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (٣٠) مبحوثاً، وبنسبة (٥%). أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وواقع (١٨) مبحوثاً، وبنسبة (٣%). فيما أشار إلى اختيار (تحسين الوضع المعاشي) بأولاً، والذي حصل على حكم (غالباً)، وواقع (١١٦) مبحوثاً، وبنسبة (١٩,٣%)، وقد حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (٤٧) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٨%). أما حكم (نادراً) فقد حل ثالثاً، وواقع (٣٦) مبحوثاً، وبنسبة (٦%). فيما حل اختيار (أبداً) رابعاً، وواقع (٢١) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣,٥%). أما اختيار (الغلاء المعيشي) فقد حل أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وواقع (١١٣) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٨,٨%)، فيما حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (٥٢) مبحوثاً، وبنسبة (٨,٧%)، وقد حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (٣٤) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٥,٧%)، وكان رابعاً من نصيب اختيار (أبداً)، وواقع (٢٢) مبحوثاً، وبنسبة (٣,٧%). أما اختيار (الفساد الإداري والمالي) فقد أشار إليه بأولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وواقع (١١١) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٨,٥%)، فيما حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (٤٦) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٧%)، وقد حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (٣٩) مبحوثاً، وبنسبة (٦,٥%)، أما رابعاً فقد حصل عليه اختيار (أبداً)، وواقع (٢٣) مبحوثاً، وبنسبة (٣,٨%). فيما حل اختيار (سوء إدارة البلاد) أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وواقع (١١٠) مبحوثين، وبنسبة (١٨,٣%)، وحل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (٥٥) مبحوثاً، وبنسبة (٩,٢%)، فيما جاء اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (٢٧) مبحوثاً، وبنسبة (٤,٥%). أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وواقع (٢٥) مبحوثاً، وبنسبة (٤,٢%)، فيما أشار إلى اختيار (الاصلاح ومحاربة الفساد) بأولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وواقع (١٠٥) مبحوث، وبنسبة (١٧,٥%)، وحل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (٥٦) مبحوثاً، وبنسبة (٩,٣%)، فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (٣٧) مبحوثاً، وبنسبة (٦,٢%)، وقد حل اختيار (أبداً) رابعاً، وواقع (٢٢) مبحوثاً، وبنسبة (٣,٧%). أما اختيار (طرق مواجهة الارهاب) فقد أشار إليه بأولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وواقع (٩٥) مبحوثاً، وبنسبة (١٥,٨%)، فيما حل اختيار (أحياناً)

ثانياً، وبنسبة (٥٢) مبحوثاً، وبنسبة (٨,٧%)، وقد جاء اختيار (نادراً) ثالثاً، وبنسبة (٤١) مبحوثاً، وبنسبة (٦,٨%)، أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وبنسبة (٣٣) مبحوثاً، وبنسبة (٥,٥%). فيما أشار إلى اختيار (أنشطة الأحزاب والقوائم الانتخابية) أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وبنسبة (٩٢) مبحوثاً، وبنسبة (١٥,٣%)، وقد حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وبنسبة (٦٣)، وبنسبة (١٠,٥%). فيما حل كل من: اختيار (نادراً) واختيار (أبداً) ثالثاً، وبنسبة (٣٤) مبحوثاً، وبنسبة (٥,٧) لكليهما. أما اختيار (الحديث عن المرشحين المنافسين) فقد أشار إليه أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً) وبنسبة (٩١) مبحوثاً، وبنسبة (١٥,٢%)، وحل اختيار (أحياناً) ثانياً، وبنسبة (٥٣) مبحوثاً، وبنسبة (٨,٨%)، فيما حل اختيار (أبداً) ثالثاً، وبنسبة (٣٨) مبحوثاً، وبنسبة (٦,٣%)، أما اختيار (نادراً) فقد حل رابعاً، وبنسبة (٣٦)، وبنسبة (٦%)، وقد أشار إلى اختيار (خصائص القيادة وإدارة البلد) أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وبنسبة (٩٠) مبحوثاً، وبنسبة (١٥%)، فيما حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وبنسبة (٥٣)، وبنسبة (٨,٨%)، أما ثالثاً فقد كان من نصيب اختيار (نادراً)، وبنسبة (٤٤) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٣%)، فيما حل اختيار (أبداً) رابعاً، وبنسبة (٣٦) مبحوثاً، وبنسبة (٦%)، أما اختيار (الحياة الشخصية للمرشح) فقد أشار إليه أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وبنسبة (٨٩) مبحوثاً، وبنسبة (١٤,٨%)، فيما حل اختيار (نادراً) ثانياً، وبنسبة (٤٧) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٨%)، وحل اختيار (أحياناً) ثالثاً، وبنسبة (٤٤) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٣%)، أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وبنسبة (٣٩) مبحوثاً، وبنسبة (٦,٥%)، فيما أشار إلى اختيار (قرارت المساواة والعدالة) أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وبنسبة (٧٣) مبحوثاً، وبنسبة (١٢,٢%)، وحل اختيار (أحياناً) ثانياً، وبنسبة (٥٨) مبحوثاً، وبنسبة (٩,٧%)، أما اختيار (نادراً) فقد حل ثالثاً، وبنسبة (٤٦) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٧%)، فيما جاء اختيار (أبداً) رابعاً، وبنسبة (٤٤) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٣%)، أما اختيار (حظوظ المرشح في الفوز) فقد أشار إليه أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وبنسبة (٦٧) مبحوثاً، وبنسبة (١١,٢%)، فيما جاء اختيار (أحياناً) ثانياً، وبنسبة (٦٩) مبحوثاً، وبنسبة (١١,٥%)، أما اختيار (أحياناً) فقد حل ثالثاً، وبنسبة (٥٣) مبحوثاً، وبنسبة (٨,٨%) وحل اختيار (أبداً) رابعاً، وبنسبة (٣١) مبحوثاً، وبنسبة (٥,٢%). فيما أشار إلى اختيار (تطور قطاعات الحياة: التعليم والزراعة والصناعة) أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وبنسبة (٦٥) مبحوثاً، وبنسبة (١٠,٨%)، فيما حل اختيار (أحياناً) ثانياً، وبنسبة (٦٣) مبحوثاً، وبنسبة (١٠,٥%)، وحل اختيار (أبداً) ثالثاً، وبنسبة (٤٨) مبحوثاً، وبنسبة (٨,٥%)، أما اختيار (نادراً) فقد حل رابعاً، وبنسبة (٤٤) مبحوثاً، وبنسبة (٧,٣%)، فيما أشار إلى اختيار (حقوق المرأة) أولاً، والذي حصل على اختيار (غالباً)، وبنسبة (٦٣) مبحوثاً، وبنسبة (١٠,٥%)، أما اختيار (أحياناً) فقد حل ثانياً، وبنسبة (٥٠) مبحوثاً، وبنسبة (٨,٣%)، فيما كان نصيب اختيار (نادراً) ثالثاً، وبنسبة (٥٦) مبحوثاً، وبنسبة (٩,٣%)، وحل اختيار (أبداً) رابعاً، وبنسبة (٥٢) مبحوثاً، وبنسبة (٨,٧%)، إذ أتضح للباحث عن طريق قراءته للبيانات أن اختيار غالباً (كل ماسبق) من الموضوعات قد حقق أعلى نسبة من

بين الاختيارات الأخرى، وبنسبة بلغت (٣٥,٨%)، مع علم الباحث أن (عدم الإجابة) قد شكل ما نسبته (٨.٣٦%)، وهي نسبة كبيرة إذا ما قورنت ببقية النسب. ويعلل الباحث ذلك للمعاناة التي يعيشها الجمهور، والمتمثلة بالبطالة والغلاء المعيشي، فضلا عن الفساد... وغيرها، والتي كانت مدار نقاش ما بين الجمهور والمرشحين؛ لأن إصلاح ذلك يؤدي إلى تطوير الحياة على الصعود كافة، وهو ما يطمح إليه الجمهور.

س٧: هل حاولت عينة الدراسة الاتصال بشخص معين لمناقشته بخصوص موضوع الانتخابات؟

جدول (١٢)

يبين محاولة عينة الدراسة الاتصال بشخص معين لمناقشته بخصوص موضوع الانتخابات:

الاجابة	التكرار	النسبة
كلا	٣٣٥	%٥٥.٨
نعم	٢٦٥	%٤٤.٢
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

عن طريق بيانات الجدول أعلاه ظهر لنا أن عينة الدراسة لم تحاول الاتصال بشخص معين لمناقشته بموضوع الانتخابات، وبنسبة أكثر من نصف العينة، والبالغة (٥٥.٨%) من حجمها. بينما بين (٤٤.٢%) من حجم العينة أنهم قد اتصلوا بأشخاص لمناقشتهم بموضوع الانتخابات.

س٨: لماذا تحاول عينة الدراسة الاتصال بشخص آخر بخصوص الانتخابات؟

جدول (١٣)

يبين الاسباب التي دعت عينة الدراسة للاتصال بشخص آخر بخصوص الانتخابات:

الاسباب	التكرار	النسبة
لانه يعمل بالاحزاب	٥٧	%٢١.٥٢
لان لديه علاقات مع المسؤولين	٣٧	%١٣.٩٦
لانه على اطلاع ودراية بالانتخابات	٣٥	%١٣.٤٣
لانه صاحب شهادة عليا	٣١	%١١.٤٧
لانه يعمل بوظيفة مهمة في الدولة	٢٩	%١٠.٩٤
لانه صاحب مبادئ	٢٨	%١٠.٥٧
لانه يقول الحق ولا يخاف	٢٣	%٨.٦٨
لانه سبق وأن شارك في الانتخابات	١٨	%٦.٧٩
لانه كبير في السن، وله معرفة واسعة	٧	%٢.٦٤
المجموع	٢٦٥	%١٠٠.٠

إذ يتضح من الجدول فيما تقدم أن اختيار (لأنه يعمل في الأحزاب) أولاً، وبقوة (٥٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩.٥%). أما ثانياً فقد كان من نصيب اختيار (لأن لديه علاقات مع المسؤولين)، وبقوة (٣٧) مبحوثاً، وبنسبة (٦.٢%). فيما حل إختيار (لأنه على إطلاع ودراية بالانتخابات) ثالثاً،

وبواقع (٣٥) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٨%). أما اختيار (لأنه صاحب شهادة عليا) فقد حل رابعاً، وبواقع (٣١) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٢%)، بينما حل اختيار (لأنه يعمل بوظيفة مهمة في الدولة) خامساً، وبواقع (٢٩) مبحوثاً، وبنسبة (٤.٨%). فيما حل اختيار (لأنه صاحب مبادئ) سادساً وبواقع (٢٨) مبحوثاً، وبنسبة (٤.٧%). أما اختيار (لأنه يقول الحق ولا يخاف) فقد حل سابعاً وبواقع (٢٣) مبحوثاً، وبنسبة (٣.٨%)، فيما حل اختيار (سبق وإن شارك في الانتخابات) ثامناً وبواقع (١٨) مبحوثاً، وبنسبة (٣%). وقد كان نصيب اختيار (لأنه كبير في السن وله معرفة واسعة) تاسعاً، وبواقع (٧) مبحوثين، وبنسبة (١.٢%)، إذ توصل الباحث بعد الإطلاع على البيانات ما للأحزاب السياسية من دور وأهمية بالغين في دعم المرشح للاتصال بالجمهور، ومن ثم توضيح برنامجه الانتخابي حتى يتسنى له بناء قاعدة يستند إليها لمناقشة موضوع الانتخابات مع الجمهور، وذلك ما أكدته النسبة البالغة (٢١.٥٢%) مقارنة بنسب الخيارات الأخرى.

س٩- ما الفائدة من استشارة عينة الدراسة لبعض الأشخاص بخصوص موضوع الانتخابات؟

جدول (١٤)

يوضح ما الفائدة من استشارة عينة الدراسة لبعض الأشخاص بخصوص موضوع الانتخابات:

الاجابة	التكرار	النسبة
كلا	٢٣٦	٣٩.٤%
احياناً	٢٠٦	٣٤.٣%
نعم	١٥٨	٢٦.٣%
المجموع	٦٠٠	١٠٠.٠%

إذ لاحظ الباحث من بيانات الجدول أعلاه أن عينة الدراسة لم تستشر أي شخص بخصوص موضوع الانتخابات، وبنسبة (٣٩.٤%)، من حجم العينة. بينما أشار (٣٤.٣%) من حجم العينة إلى أنهم قد استشاروا أحياناً شخصيات للحدث معهم بخصوص الانتخابات. فيما بين (٢٦.٣%) من العينة أنهم استشاروا شخصيات بخصوص موضوع الانتخابات.

س ١٠: ما الأماكن التي تم التواصل عن طريقها مع المرشحين لمناقشة موضوع الانتخابات؟

جدول (١٥)

يبين الأماكن التي تم التواصل عن طريقها مع المرشحين لمناقشة موضوع الانتخابات:

الاماكن	التكرار	النسبة
المسكن	٤٧	٧.٨%
المقهى	٧٥	١٢.٥%
شارع المتنبي	٧٥	١٢.٥%
المسجد	٣٤	٥.٧%
مسكن شيخ العشيرة	٥٠	٨.٣%
الدائرة (مكان العمل)	٧٣	١٢.٢%
السوق	٣٦	٦.٠%
الباص	٢١	٣.٥%
القرية	٢٥	٤.٢%
المنتديات	٤١	٦.٨%
المكتبات	٣١	٥.٢%
الملاعب	١٠	١.٧%
كل ما سبق	٨٢	١٣.٧%
المجموع	٦٠٠	١٠٠.٠%

إذ تشير بيانات الجدول أعلاه أن اختيار (كل ما سبق) أولاً، وبقوة (٨٢) مبحوثاً، وبنسبة (١٣,٧%). أما ثانياً فقد كان من نصيب اختيار كل من: (المقهى، وشارع المتنبي)، وبقوة (٧٥) مبحوثاً، وبنسبة (١٢.٥%) لكليهما. فيما حل اختيار (الدائرة/مكان العمل) ثالثاً، وبقوة (٧٣) مبحوثاً، وبنسبة (١٢.٢%)، بينما كان رابعاً من نصيب اختيار (مسكن شيخ العشيرة)، وبقوة (٥٠) مبحوثاً، وبنسبة (٨.٣%). أما اختيار (المسكن) فقد حل خامساً، وبقوة (٤٧) مبحوثاً، وبنسبة (٦.٨%)، فيما حل اختيار (المنتديات) سادساً، وبقوة (٤١) مبحوثاً، وبنسبة (٦.٨%)، بينما كان نصيب اختيار (السوق) سابعاً، وبقوة (٣٦) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٧%). أما ثامناً فقد كان من نصيب اختيار (المسجد)، وبقوة (٣٤) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٧%)، فيما حل اختيار (المكتبات) تاسعاً، وبقوة (٣١) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٥.٢%)، وحل اختيار (القرية) عاشراً، وبقوة (٢٥) مبحوثاً، وبنسبة (٤.٢%). أما الحادي عشر فقد كان من نصيب اختيار (الباص)، وبقوة (٢١) مبحوثاً، وبنسبة (٣.٥%)، فيما حل اختيار (الملاعب) الثانية عشرة، وبقوة (١٠) مبحوثين، وبنسبة (١.٧%)، وبعد استقراء الباحث لبيانات الجدول فيما تقدم تبين له أن اختيار (كل ما سبق) من الأماكن كان لها الأثر البالغ والأهمية الكبيرة التي ساعدت عينة الدراسة على الاتصال والتواصل مع المرشحين لمناقشة الموضوعات الخاصة بالانتخابات بصورة أكثر حرية، وبنسبة بلغت (١٣.٧%)، وذلك يدل على سعة قاعدة التواصل ما بين الجمهور والمرشحين.

س ١١: هل كانت هنالك شخصيات مؤثرة تعتمد إلى الاتصال بالجمهور في أثناء الحملات الانتخابية من أجل التأثير في شخصية الناخب؟

جدول (١٦)

يبين وجود شخصيات مؤثرة تعتمد إلى الاتصال بالجمهور في أثناء الانتخابات من أجل التأثير في شخصية الناخب

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	٣٤١	%٥٦.٨
كلا	٢٥٩	%٤٣.٢
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

إذ تكشف بيانات الجدول أعلاه أن عينة الدراسة أكدت وجود شخصيات مؤثرة تحاول الاتصال بها، وبواقع (٣٤١) مبحوثاً، وبنسبة (٦٥,٨%)، كرجال الدين مثلاً، والعاملين في مفوضية الانتخابات، ورؤساء الأحزاب - حسب وجهة الباحث - لمناقشة موضوعات بخصوص العملية الانتخابية. فيما أشار ما نسبته (٤٣,٢%) من عينة الدراسة أنه ليس هناك شخصيات مؤثرة يمكن الاتصال بها وبواقع (٢٥٩)، إذ يعلل الباحث ذلك إلى عدم وجود رغبة لدى هذه العينة للمشاركة في الانتخابات.

س ١٢ أي من الشخصيات الآتية حاولت الاتصال بعينة الدراسة أو التأثير فيها لمصلحة المرشحين؟

جدول (١٧)

يبين الشخصيات التي كانت مؤثرة بعينة الدراسة في أثناء الحملات الانتخابية :

الشخصيات	التكرار	النسبة
رجل الدين	١٣٢	%٣٨.٧
ذو شهادة عليا	٤٧	%١٣.٨
المعلم	٤٦	%١٣.٥
شيخ العشيرة	٣٨	%١١.١
مسئول سابق في الحملة	٣٨	%١١.١
وجه اجتماعي	٣٣	%٩.٧
كل ماسبق	٧	%٢.١
المجموع	٣٤١	%١٠٠.٠

إذ نلاحظ عن طريق بيانات الجدول أعلاه أن اختيار (رجل الدين) حل أولاً، وبواقع (١٣٢) مبحوثاً، وبنسبة (٣٨.٧%). أما ثانياً فقد كان من نصيب اختيار (ذو شهادة عليا)، وبواقع (٤٧) مبحوثاً، وبنسبة (١٣,٨%). فيما حل اختيار (المعلم) ثالثاً، وبواقع (٤٦) مبحوثاً، وبنسبة (١٣,٥%). وحل اختيار كل من: (شيخ العشيرة، ومسئول سابق في الحملة) رابعاً، وبواقع (٣٨) مبحوثاً، وبنسبة (١١.١%) لكل منهم. أما خامساً فقد كان من نصيب اختيار (وجه اجتماعي)، وبواقع (٣٣) مبحوثاً،

وينسبة (٩,٧%). فيما حل اختيار (كل ما سبق) سادساً، وواقع (٧) مبحوثين، وبنسبة (٢,١%)، إذ توصل الباحث إلى أن لرجل الدين مكانة مهمة، وشخصية قوية للتأثير في عينة الدراسة، واستمالتهم للتصويت لمصلحة المرشحين أو لمرشح ما، وبنسبة بلغت (٣٨.٧%)، وذلك عن طريق تمثيله للمرجعيات العليا أو المؤسسات الدينية، والتي لها كلمة الفصل في إحداث التأثير، ومن ثم التغيير.

س١٣: مانوع الحديث أو الحوار الذي دار بين عينة الدراسة في أثناء المقابلات والاجتماعات مع المرشحين؟

جدول (١٨)

(*) يبين انواع الحديث أو الحوار الذي دار في أثناء المقابلات والاجتماعات مع المرشحين(*)

النسبة	التكرار	الانواع
٢٥.٧%	١٧٣	طلب المرشح ان يصوتوا الى قائمته في الانتخابات
٢٤.٧%	١٦٦	عرض المرشح ايجابيات قائمته
٢٢.٩%	١٥٤	أن تكون قائمته لمصلحة البلد، وتعمل على تشكيل الحكومة
١٥.٨%	١٠٦	إلزام المرشح بالحصول على حقوق الناخبين
١٠.٩%	٧٣	كل ما سبق
١٠٠.٠%	٦٧٢	المجموع

إذ نلاحظ عن طريق بيانات الجدول أعلاه أن اختيار (طلب المرشح أن يصوتوا إلى قائمته في الانتخابات) حل أولاً، وواقع (١٧٣) مبحوثاً، وبنسبة (٢٥,٧%). فيما حل اختيار (عرض المرشح ايجابيات قائمته) ثانياً، وواقع (١٦٦) مبحوثاً، وبنسبة (٢٤,٧%). وقد حل اختيار (أن تكون قائمته لمصلحة البلد، وتعمل على تشكيل الحكومة) ثالثاً، وواقع (١٥٤) مبحوثاً، وبنسبة (٢٢,٩%)، فيما حل اختيار (إلزام المرشح بالحصول على حقوق الناخبين) رابعاً، وواقع (١٠٦) مبحوثين، وبنسبة (١٥,٨%). أما خامساً فقد كان من نصيب اختيار (كل ما سبق)، وواقع (٧٣) مبحوثاً، وبنسبة (١٠,٩%)، إذ استنتج الباحث عن طريق استقراء البيانات أن طلب المرشح أن يصوت الجمهور إلى قائمته في الانتخابات يُعدّ من أكثر وأهم أنواع الحديث أو الحوار الذي دار ما بين عينة الدراسة والمرشح، وذلك للحصول على أصوات الناخبين، وهو ما أكدته النسبة البالغة (٢٥,٧%) مقارنة بالنسب الأخرى، والتي يرى الباحث أنها تصب كلها - أي الخيارات في الجدول أعلاه - في مصلحة الاختيار الأول لتقارب النسب.

(*) تم اختيار اكثر من بديل .

س ١٤: إلى أي مدى استفادت عينة الدراسة من اللقاءات والاجتماعات مع المرشحين؟

جدول (١٩)

يبين مدى إستفادة عينة الدراسة من اللقاءات والاجتماعات مع المرشحين:

الاجابة	التكرار	النسبة
كلا	١٩١	%٣١.٨
نادرا	١٤٤	%٢٤.٠
غالبا	١٣٥	%٢٢.٥
احيانا	١٣٠	%٢١.٧
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

إذ تشير البيانات في الجدول أعلاه إلى أن عينة الدراسة لم تستفد من اللقاءات والاجتماعات مع المرشحين، وذلك ما تؤكدته النسبة البالغة (٣١.٨%)، وواقع (١٩١) مبحوثاً، فيما أكدت عينة أخرى على أنه (نادراً) ما كانت هنالك فائدة من اللقاءات والاجتماعات مع المرشحين، وواقع (١٤٤) مبحوثاً، ونسبة (٢٤%)، فيما حلت الإجابة بـ(غالبا) ثالثاً، وواقع (١٣٥) مبحوثاً، ونسبة (٢٢.٥%)، أما الإجابة بـ(أحياناً) فقد كانت من نصيب رابعاً، وواقع (١٣٠) مبحوثاً، ونسبة (٢١.٧%)، إذ يرى الباحث عن طريق إطلاع على البيانات إلى أن الناخبين لم يقتنعوا بالمرشحين عبر اللقاءات والاجتماعات معهم على أساس أن أكثر من نصف العينة المشاركة في الدراسة، وتحديداً (٣٣٥)، ونسبتهم (٥٥.٨%) لم يقتنعوا بالمرشحين عبر إجاباتهم بـ(كلا، نادراً).

س ١٥: ما الوسائل الدعائية التي أثرت بالناخبين أكثر من غيرها في أثناء الحملات الانتخابية

جدول (٢٠)

يبين الوسائل الدعائية التي أثرت في المبحوثين:

الوسائل	التكرار	النسبة
القنوات الفضائية	١٥٦	%٢٦.٠
الإذاعة	١٢٠	%٢٠.٠
الصحف	٧٤	%١٢.٣
المنشورات والمطبوعات الانتخابية	٧٠	%١١.٧
اللافتات	٥٣	%٨.٨
الزيارة الشخصية	٣٥	%٥.٨
الندوات	٣٣	%٥.٥
المؤتمرات	٢٠	%٣.٣
كل ما سبق	٢٠	%٣.٣
المناظرات الانتخابية	١٩	%٣.٢
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

تكشف بيانات الجدول فيما تقدم أن اختيار (القنوات الفضائية) حل أولاً، وواقع (١٥٦) مبحوثاً، وبنسبة (٢٦%) . أما ثانياً فقد كان من نصيب اختيار (الإذاعة)، وواقع (١٢٠) مبحوثاً، وبنسبة (٢٠%). فيما حل اختيار (الصحف) ثالثاً، وواقع (٧٤) مبحوثاً، وبنسبة (١٢.٣%). أما اختيار (المنشورات والمطبوعات الانتخابية) فقد كان من نصيب رابعاً، وواقع (٧٠) مبحوثاً، وبنسبة (١١.٧%)، وحل اختيار (اللافتات) خامساً، وواقع (٥٣) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٨.٨%). أما اختيار (الزيارة الشخصية) فقد حل سادساً، وواقع (٣٥) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٨%)، فيما حل اختيار (الندوات) سابعاً، وواقع (٣٣) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٥%). وحل اختيار كل من: (المؤتمرات) (وكل ما سبق) ثامناً، وواقع (٢٠) مبحوثاً، وبنسبة (٣.٣%) لكل منهما، بينما حل اختيار (المناسبات الانتخابية) تاسعاً، وواقع (١٩) مبحوثاً، وبنسبة (٣.٢%)، إذ تبين للباحث عن طريق البيانات أنه ونظراً للتقدم الذي شهدته وسائل الاتصال، والمتمثلة ب(القنوات الفضائية)، التي حصلت على أعلى نسبة من بقية الوسائل، وذلك لإقبال عينة الدراسة عليها؛ بسبب ردة فعل الاستجابة المباشرة، فضلاً على التواصل والتفاعل مع الآخرين بصورة سريعة، وهو ما أظهرته النسبة (٢٦.٠%) مقارنة بالنسب الأخرى.

س١٦: ما الفوائد التي حققها الاتصال المواجهي عن طريق اتصالك وجها لوجه مع المرشحين؟

جدول (٢١)

يبين الفوائد التي حققها الإتصال المواجهي لعينة الدراسة مع المرشحين :

النسبة	التكرار	الفوائد
٢٥.٥%	١٥٣	تلقائية الحوار والكلام بشكل مباشر وعفوي وخال من التكلفة
٢٤.٠%	١٤٤	الاتصال وجها لوجه، ويعطي الفرصة للمناقشة بين الرأي والرأي الآخر
١٨.٣%	١١٠	حدوث الاتصال في اتجاهين بين المرشح وجمهوره وبالعكس
١٦.٨%	١٠١	حدوث رجوع صدى (اجابات) فورية ومباشرة، ومعرفة رد فعل الجمهور المباشر
١٥.٣%	٩٢	يُعدّ الاتصال المواجهي أقوى وسائل الاتصال وأشدّها اقناعاً من تقديم وعرض الرسالة؛ لان الكلمة المسموعة او المنطوقة أكثر فاعلية وتأثيراً وتصديقاً للجمهور.
١٠.٠%	٦٠٠	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن اختيار (تلقائية الحوار والكلام بشكل مباشر وعفوي وخال من التكلفة) حل أولاً، وواقع (١٥٣) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٥.٥%). أما ثانياً فقد كان من نصيب اختيار (الاتصال وجهاً لوجه)، ويعطي الفرصة للمناقشة بين الرأي والرأي الآخر، وواقع (١٤٤) مبحوثاً، وبنسبة (٢٤%). فيما حل اختيار (حدوث الاتصال في اتجاهين بين المرشح وجمهوره وبالعكس) ثالثاً، وواقع (١١٠) مبحوثين، وبنسبة (١٨.٣%)، بينما كان رابعاً من نصيب اختيار (حدوث رجوع الصدى وإجابات فورية ومباشرة ومعرفة رد الفعل)، وواقع (١٠١) مبحوثاً، وبنسبة (١٦.٨%). أما خامساً فقد كان من نصيب اختيار (يُعدّ الإتصال المواجهي أقوى وسائل الاتصال وأشدّها إقناعاً من

حيث تقديم وعرض الرسالة؛ لأن الكلمة المسموعة والمنطوقة أكثر فاعلية وتأثيراً وتصديقاً للجمهور)، وواقع (٩٢) مبحوثاً، وبنسبة (١٥.٣%)، إذ استنتج الباحث بعد قراءة البيانات أن الانصات والاستماع للآخرين من المرشح الذي يعتمد التلقائية بعيداً عن التكلف معتمداً الاتصال المباشر مع الناخبين هو السبيل الوحيد والفائدة المبتغاة من الاتصال المواجهي، وهو ما أكدته النسبتين (٢٥.٥%) و(٢٤%) مقارنة مع بقية النسب.

س١٧: ما الاستنتاجات التي توصلت إليها عينة الدراسة عند لقاءاتها واجتماعاتها الشخصية مع الأصدقاء والمهتمين بموضوع المرشحين، وما مدى تأثيرهم في الناس.

جدول (٢٢)

يوضح الاستنتاجات التي توصلت إليها عينة الدراسة عن طريق اللقاءات والاجتماعات الشخصية مع الاصدقاء بخصوص المرشحين

الاستنتاجات		غالباً		أحياناً		نادراً		أبداً	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ان صوتي امانه، ويجب ان اصوت لمن يستحق	٣٨٥	٦٤.٢%	١٥٣	٢٥.٥%	٦٠	١٠.٠%	٢	٠.٣%	
كل مرشح يحاول كسب الصوت له	٣٣١	٥٥.٢%	١٧٣	٢٨.٨%	٩٣	١٥.٥%	٣	٠.٥%	
ادركت ان التصويت بالانتخابات لا بد ان يكون لمستحقه	٣٢٢	٥٣.٧%	١٧٠	٢٨.٣%	١٠٦	١٧.٧%	٢	٠.٣%	
حث الناس على المشاركة واختيار الافضل	٣١٦	٥٢.٧%	١٨٣	٣٠.٥%	٩٩	١٦.٥%	٢	٠.٣%	
اغلب المرشحين كانوا دون المستوى في الشعور ب هموم المواطن	٣١٥	٥٢.٥%	١٧٦	٢٩.٣%	١٠٧	١٧.٨%	٢	٠.٣%	
المؤسسات الدينية والمرجعية العليا حثت الناس على اختيار الافضل مع ضرورة المشاركة في الانتخابات	٣٠٧	٥١.٢%	١٨٣	٣٠.٥%	١٠٧	١٧.٨%	٣	٠.٥%	
ضرورة تشجيع الجميع للمشاركة والتصويت في الانتخابات	٢٨٥	٤٧.٥%	٢٢٨	٣٨.٠%	٨٥	١٤.٢%	٢	٠.٣%	

إذ نلاحظ عن طريق بيانات الجدول فيما تقدم أن (٣٨٥) مبحوثاً، وبنسبة (٦٤.٢%) اختاروا (غالباً) ماكان (صوتي أمانة، ويجب أن أصوت لمن يستحق) وقد حل ذلك الاختيار أولاً في إجابات المبحوثين. أما اختيار (أحياناً) فقد حل ثانياً، وواقع (١٥٣) مبحوثاً، وبنسبة (٢٥.٥%). فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (٦٠) مبحوثاً، وبنسبة (١٠%). أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وواقع مبحوثين اثنين، وبنسبة (٠.٣%). حل اختيار (كل مرشح يحاول كسب الصوت له) فقد أشار إليه (غالباً) بأولاً، وواقع (٣٣١) مبحوثاً، وبنسبة (٥٥.٢%)، وحل حكم (أحياناً) ثانياً، وواقع (١٧٣) مبحوثاً، وبنسبة (٢٨.٨%). فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (٩٣) مبحوثاً، وبنسبة (١٥.٥%)، بينما

حل اختيار (أبداً) رابعاً، وواقع ثلاثة مبحوثين، وبنسبة (٠.٥%). أما اختيار (أدركت أن التصويت بالانتخابات لابد أن يكون لمستحقه) فقد أشار إليه بـ(غالباً)، وواقع (٣٢٢) مبحوثاً، وبنسبة (٥٣.٧%)، وبذلك احتل أولاً، وحل اختيار (أحياناً) ثانياً، وواقع (١٧٣) مبحوثاً، وبنسبة (٢٨.٣%). فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (١٠٦) مبحوثين، وبنسبة (١٧.٧%)، بينما كان نصيب اختيار (أبداً) رابعاً، وواقع مبحوثين اثنين، وبنسبة (٠.٣%). فيما حل اختيار (حث الناس على المشاركة واختيار الأفضل) فقد أشار إليه بـ(غالباً)، وواقع (٣١٦) مبحوثاً، وبنسبة (٥٢.٧%) وحل أولاً. أما ثانياً فقد كان من نصيب اختيار (أحياناً)، وواقع (١٨٣) مبحوثاً، وبنسبة (٣٠.٥%)، فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (٩٩) مبحوثاً، وبنسبة (١٦.٥%). أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وواقع مبحوثين اثنين، وبنسبة (٠.٣%). فيما أشار اختيار (أغلب المرشحين كانوا دون المستوى في الشعور بهموم المواطن) بـ(غالباً) إلى أولاً، وواقع (٣١٥) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٥٢.٥%). أما ثانياً فقد كان من نصيب اختيار (أحياناً)، وواقع (١٧٦) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٩.٣%). فيما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (١٠٧) مبحوثاً، وبنسبة (١٧.٨%). أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وواقع مبحوثين اثنين، وبنسبة (٠.٣%)، وأن اختيار (المؤسسات الدينية والمرجعية العليا حثت الناس على اختيار الأفضل مع ضرورة المشاركة بالانتخابات) فقد حل اختيار (غالباً) أولاً، وواقع (٣٠٧) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٥١.٢%)، أما اختيار (أحياناً) فقد حل ثانياً، وواقع (١٨٣) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣٠.٥%)، بينما حل اختيار (نادراً) ثالثاً، وواقع (١٠٧) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٧.٨%). أما رابعاً فقد كان من نصيب اختيار (أبداً)، وواقع (٣) مبحوثين، وبنسبة (٠.٥%). فيما حل اختيار (ضرورة تشجيع الجميع للمشاركة والتصويت في الانتخابات) فقد حل اختيار (غالباً) أولاً، وواقع (٢٨٥) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٤٧.٥%)، بينما كان ثانياً من نصيب اختيار (أحياناً)، وواقع (٢٢٨) مبحوثاً، وبنسبة (٣٨%). أما حكم (نادراً) فقد حل ثالثاً، وواقع (٨٥) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٤.٢%)، وحل اختيار (أبداً) رابعاً، وواقع مبحوثين اثنين، وبنسبة بلغت (٠.٣%)، إذ توصل الباحث إلى أن على عينة الدراسة تقع مسؤولية التصويت بعد صوته يمثل أمانة يجب أن يمنحه لمن يستحق من أجل تحقيق حاجات المواطنين على الصعد كافة، وهو ما أكدته النسبة البالغة (٦٤.٢%) مقارنة بالنسب الأخرى.

س١٨: هل استخدام المرشح للاتصال المواجهي مع الجمهور يؤدي إلى إقناعهم بالانتخابات ؟ (رتب العبارات الآتية حسب الأهمية من وجهة نظرك).

جدول (٢٣)

يبين قناعة المبحوثين بالمرشحين للانتخابات فيما بينهم عبر الاتصال المواجهي :

العبارة	الاهتمام الاول		الاهتمام الثاني		الاهتمام الثالث		الاهتمام الرابع		الوزن	الوسط الحسابي
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار		
عن طريق الاتصال غير اللفظي: كالابتسامة وتعبيرات الوجه والاشارات يستطيع المرشح ان يؤثر تأثيراً ايجابياً في الجماهير	٢٩.٧%	١٧٨	٢٣.٠%	١٣٨	٢١.٠%	١٢٦	٢٦.٣%	١٥٨	١٥٣٦	٢.٥٦٠٠٠
يستطيع المرشح عن طريق اللقاءات وجها لوجه مع الجمهور والناخبين ان يظهر بوجه مبتسم ومتواضع، ويظهر لباقته مع الجمهور	٢٥.٥%	١٥٣	٢٥.٣%	١٥٢	٢٢.٢%	١٣٣	٢٧.٠%	١٦٢	١٤٩٦	٢.٤٩٣٣٣
لان اللقاء المباشر وجها لوجه مع الجمهور أو الناخبين يعكس انسانية المرشح	٢٤.٠%	١٤٤	٢٥.٧%	١٥٤	٢٥.٣%	١٥٢	٢٥.٠%	١٥٠	١٤٩٢	٢.٤٨٦٦٧
يستطيع المرشح عن طريق الاتصال المواجهي التعرف والاختلاط بالجمهور ومعرفة طلباتهم	٢١.٨%	١٣١	٢٥.٨%	١٥٥	٣١.٢%	١٨٧	٢١.٢%	١٢٧	١٤٩٠	٢.٤٨٣٣٣

أظهرت البيانات فيما تقدم من الجدول الآتي:

- ١- فقد جاء الاهتمام الأول من عينة الدراسة، والذي يكمن في استخدام المرشح عند لقائه الجمهور الاتصال غير اللفظي، إذ يستطيع المرشح أن يؤثر تأثيراً إيجابياً في الجمهور، وذلك عن طريق الابتسامة وتعبيرات الوجه والإشارات، حيث حصل على وسط حسابي قدره (٢.٥٦ %)، وبنسبة بلغت (٢٩.٧%) من حجم العينة.
 - ٢- بينما جاء الاهتمام الثاني لعينة الدراسة، والبالغ (٢٥.٥%) من حجم العينة، وبوسط حسابي بلغ مقداره (٢.٤٩%)، وذلك عن طريق اللقاءات وجهاً لوجه ما بين الجمهور والمرشحين. على أن يظهر المرشح بوجه مبتسم ومتواضع، مظهرًا لباقتة مع الجمهور وحسن إصغائه.
 - ٣- في حين جاء الاهتمام الثالث لعينة الدراسة، والبالغ (٢٤.٠%) من حجم العينة، وبوسط حسابي بلغ مقداره (٢.٤٨%)، وذلك عن طريق اللقاء المباشر وجهاً لوجه بين الجمهور والمرشحين، والذي يعكس ذلك إنسانية المرشح.
 - ٤- فيما حل الاهتمام الرابع لعينة الدراسة، والبالغ (٢١.٨%) من حجم العينة، وبوسط حسابي مقداره (٢.٤٨%)، وذلك عن طريق الاتصال المواجهي للتعرف إلى الجمهور، والاختلاط بهم، ومعرفة طلباتهم.
- إذ لاحظ الباحث عن طريق إطلاعه على ما تقدم أن الاتصال غير اللفظي يُعدّ أكثر فاعلية وتأثيراً، وذلك عن طريق ما يقوم به المرشح من إيماءات وتعبيرات بالوجه فضلاً على الإشارات، واتقانه لتلك التعبيرات وجهاً لوجه مع الجمهور تجعله أكثر تأثيراً واتصالاً، ومن ثم تحقيق مبتغاه للحصول على أصوات الناخبين.
- س١٩- من هم الأكثر تأثيراً من المصادر التي تم الاعتماد عليها من عينة الدراسة في متابعة واختيار المرشحين؟

جدول (٢٤)

يبين المصادر الأكثر تأثيراً في عينة الدراسة من التي تم الاعتماد عليها في متابعة واختيار المرشحين:

المصادر	التكرار	النسبة
الاسرة	١٠١	١٦.٨%
الاصدقاء	٩٢	١٥.٣%
الاقارب	٧٩	١٣.٢%
التلفزيون	٦٧	١١.٢%
الزوجة او الزوج	٦٢	١٠.٣%
الاذاعة	٥١	٨.٥%
الندوات	٣٤	٥.٧%
الانترنت	٣٣	٥.٥%
المؤتمرات	٢٥	٤.٢%
شيخ مسجد	١٧	٢.٨%
شيخ العشيرة	١٦	٢.٧%
اللافتات	١٢	٢.٠%
الحزب السياسي	١١	١.٠%
المجموع	٦٠٠	١٠٠.٠%

إذ كشفت بيانات الجدول أعلاه أن اختيار (الأسرة) قد حل أولاً، وواقع (١٠١) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٦.٨%). أما ثانياً فقد كان من نصيب (الأصدقاء)، وواقع (٩٢) مبحوثاً، وبنسبة (١٥.٣%)، بينما حل (الأقارب) ثالثاً، وواقع (٧٩) مبحوثاً، وبنسبة (١٣.٢%). أما (التلفزيون) فقد حل رابعاً، وواقع (٦٧) مبحوثاً، وبنسبة (١١.٢%). فيما حل (الزوجة أو الزوج) خامساً، وواقع (٦٢) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٠.٣%). أما سادساً فقد كان من نصيب (الإذاعة)، وواقع (٥١) مبحوثاً، وبنسبة (٨.٥%)، بينما حلت (الندوات) سابعاً، وواقع (٣٤) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٧%). أما (الإنترنت) فقد حل ثامناً، وواقع (٣٣) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٥%)، بينما كان تاسعاً من نصيب (المؤتمرات)، وواقع (٢٥) مبحوثاً، وبنسبة (٤.٢%). فيما حل (شيخ المسجد) عاشراً، وواقع (١٧) مبحوثاً، وبنسبة (٢.٨%) أما الحادية عشرة فقد حصل عليها (شيخ العشيرة)، وواقع (١٦) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢.٧%)، بينما الثانية عشرة كانت من نصيب (اللافتات)، وواقع (١٢) مبحوثاً، وبنسبة (٢%). وقد حصل (الحزب السياسي) على الثالثة عشر، وواقع (١١) مبحوثاً، وبنسبة (١.٨%). إذ توصل الباحث بعد استقراء البيانات أنه ونتيجة للتواصل الأسري والمناقشات المستمرة والمستفيضة بين أفراد الأسرة، فضلاً على ما تنتجه الحوارات من آراء بخصوص هذا المرشح أو ذلك قد عُدَّ من أكثر المصادر التي تم الاعتماد عليها في متابعة واختيار المرشحين، والاتفاق على المرشح الذي يلبي طموح الجمهور.

س ٢٠: ما أهم الأسباب التي دعت عينة الدراسة إلى المشاركة في الانتخابات؟

جدول (٢٥)

(*) يبين الأسباب التي دعت الناخبين إلى المشاركة بالانتخابات*

النسبة	التكرار	الاسباب
١٨.٩%	٢٣٨	أن التصويت حق مشروع
١٧.٤%	٢١٩	حبي للوطن
١٣.٩%	١٧٥	نزاهة الانتخابات
١١.٩%	١٥٠	المشاركة في الانتخابات واجب شرعي
٨.٧%	١٠٩	إستجابة لفتوى المرجعية بالمشاركة واختيار الأفضل
٣.٦%	٤٥	أدركت من شيخ المسجد أن المشاركة قضية وطنية
٣.٣%	٤١	لان احد اقرباني كان مرشحاً
٣.٣%	٤١	ارتباطهم بمرشح معين ودعمهم له
٣.١%	٣٩	ايمانهم العميق باهمية المشاركة السياسية
٣.١%	٣٩	تأثير المرشح ومراجعتة وزيارته لي اكثر من مرة
٢.٩%	٣٦	ضغط من العائلة للمشاركة
٢.٩%	٣٦	تأثير وسائل الاتصال، واقتناعهم: بان التصويت واجب وطني
٢.٦%	٣٣	لوجود حافز للمشاركة السياسية
٢.٤%	٣٠	أحد المرشحين زارني في بيتي
٢.٠%	٢٦	لتحقيق الذات وكسب الاحترام
١٠٠.٠%	١٢٥٧	المجموع

(*) تم اختيار اكثر من بديل .

إذ يتضح من الجدول فيما تقدم أن اختيار (أن التصويت حق مشروع) حل أولاً، وبواقع (٢٣٨) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٨٠٩%). أما ثانياً فقد كانت من نصيب اختيار (حبي للوطن)، وبواقع (٢١٩) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٧٠٤%)، بينما حل اختيار (نزاهة الانتخابات) ثالثاً، وبواقع (٢١٩) مبحوثاً، وبنسبة (٢٠.٢%)، في حين حل اختيار (المشاركة في الانتخابات واجب شرعي) رابعاً وبواقع (١٥٠) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١١.٩%). فيما كان نصيب اختيار (استجابة لفتوى المرجعية بالمشاركة واختيار الأفضل) خامساً، وبواقع (١٠٩) مبحوث، وبنسبة بلغت (٨.٧%). أما اختيار (أدركت من شيخ المسجد أن المشاركة قضية وطنية) فقد حل سادساً، وبواقع (٤٥) مبحوثاً، وبنسبة (٣.٦%)، بينما كان سابعاً لكل من الاختيارين: (لأن أحد أقربائي كان مرشحاً) و(ارتباطهم بمرشح معين ودعمهم له) وبواقع (٤١) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٣.٣%) لكل منهما. أما ثامناً فقد كان لكل من الاختيارين: (إيمانهم العميق بأهمية المشاركة السياسية) و(تأثير المرشح ومراجعته وزيارته لي أكثر من مرة)، وبواقع (٣٩) مبحوثاً، وبنسبة (٣.١%)، بينما كان تاسعاً للاختيارين: (ضغط من العائلة للمشاركة) و(تأثير وسائل الاتصال واقتناعهم بأن التصويت واجب وطني)، وبواقع (٣٦) مبحوثاً، وبنسبة (٢.٩%). أما الاختيار (لوجود حافز للمشاركة السياسية) فقد حل عاشراً، وبواقع (٣٣) مبحوثاً، وبنسبة (٢.٦%). فيما كان الحادي عشر من نصيب اختيار (أحد المرشحين زارني في بيتي)، وبواقع (٣٠) مبحوثاً، وبنسبة (٢.٤%)، وحل اختيار (لتحقيق الذات وكسب الاحترام) الثانية عشرة، وبواقع (٢٦) مبحوثاً، وبنسبة (٢.٠%)، عن طريق البيانات التي اطلع عليها الباحث استنتج أن اختيار (التصويت حق مشروع) سيؤدي إلى انتخاب من يأخذون على عاتقهم المطالبة بحقوق المواطنين والدفاع عنها، وبنسبة بلغت (١٨٠٩%)، ولأنه سيسهم في تحقيق ما يطمح إليه المواطنون، وسيحثهم على ممارسة الديمقراطية المتمثلة بالتصويت في الانتخابات، وذلك ما يمثل حب المواطن للوطن، وبنسبة مقارنة للاختيار الأول بلغت (١٧٠٤%).

س٢١: ما الاسباب الحقيقية للزيارات التي يقوم بها المرشحون الى الناخبين في منازلهم أو مكان العمل ؟.

جدول (٢٦)

(*) يبين الأسباب الحقيقية للزيارات التي يقوم بها المرشحون إلى الناخبين في منازلهم*

النسبة	التكرار	الأسباب
٢٩.٢%	٢١٧	بتصوري ان اللقاءات والزيارات وجها لوجه مع المرشحين يحاول بها المرشح ان يعكس الجوانب الاخلاقيه له.
٢٥.٥%	١٨٩	يستطيع المرشح عن طريق الزيارات ان يظهر تواضعه، وبعدها يتوضح تأثيره الشخصي في العمل السياسي مستقبلاً.
٢١.٢%	١٥٧	يحاول تقديم وعود في أثناء حملته الانتخابية، ويتعهد بتوفير حاجات الناس وتنفيذ طلباتهم.
١٣.٣%	٩٩	يحاول ان يعبر عن حبه للناس؛ وذلك عن طريق الابتسامه وتعبيرات الوجه والاشارات التي يحاول ان يؤثر بها في الجمهور.
١٠.٨%	٨٠	يحاول عن طريق الاتصال المواجهي في الزيارة ان يكون الحوار او الحديث بدون تكليف، ويعطي فرصه للنقاش وتبادل في الرأي مع الرأي الاخر.
١٠.٠%	٧٤٢	المجموع

(*) (يمكن اختيار اكثر من بديل)

إذ نلاحظ عن طريق البيانات في الجدول أعلاه أن اختيار (بتصوري أن اللقاءات والزيارات وجهًا لوجه مع المرشحين يحاول فيها المرشح أن يعكس الجوانب الأخلاقية له) حل أولاً، وواقع (٢١٧) مبحوثاً، وبنسبة (٢٩.٢%). أما ثانياً فقد حصل عليه الاختيار (يستطيع عن طريق الزيارات أن يظهر تواضعه وبعدها يتوضح تأثيره الشخصي في العمل السياسي مستقبلاً)، وواقع (١٨٩) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٥.٥%). فيما حل اختيار (يحاول تقديم وعود في أثناء حملته الانتخابية، ويتعهد بتوفير حاجات الناس وتنفيذ طلباتهم) ثالثاً، وواقع (١٥٧) مبحوثاً، وبنسبة (٢١.١%)، بينما حل اختيار (يحاول أن يعبر عن حبه للناس؛ وذلك عن طريق الابتسامة وتعبيرات الوجه والإشارات التي يحاول أن يؤثر بها في الجمهور) رابعاً، وواقع (٩٩) مبحوثاً، وبنسبة (١٣.٣%). أما خامساً فقد كان من نصيب الاختيار (يحاول عن طريق الاتصال المواجهي في الزياره أن يكون الحوار أو الحديث بدون تكليف، ويعطي فرصة للنقاش وتبادلاً في الرأي مع الرأي الآخر)، وواقع (٨٠) مبحوثاً، وبنسبة (١٠.٨%)، إذ توصل الباحث إلى أن قيام المرشح بزيارة الناخبين إلى منازلهم، ومن ثم اللقاء بهم وجهًا لوجه سيتيح عكس الجوانب الأخلاقية للمرشح من تواضع ومشاركة لواقع المواطنين، فضلاً على الشعور بمعاناتهم، زد على ذلك أن الكلمة المنطوقة والمباشرة تعد من أكثر الرسائل وصولاً إلى الناخبين، بل أكثرها فاعلية في تحقيق التأثير.

س٢٢: هل شارك الناخبون وصوتوا في يوم الانتخابات؟

جدول (٢٧)

يبين مدى مشاركة الناخبين في الانتخابات :

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	٣٨٦	%٦٤.٣
كلا	٢١٤	%٣٥.٧
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

إذ تبين للباحث عن طريق بيانات الجدول أعلاه أن أقبال عينة الدراسة على المشاركة في الانتخابات كانت تشكل نسبة كبيرة تقدر بنحو (٦٤.٣%). فيما امتنع ما نسبته (٣٥.٧%) من العينة عن المشاركة في الانتخابات، إذ يعزو الباحث التفاوت ما بين النسبتين إلى وعي الجمهور بالعملية الانتخابية، فضلاً على تطلع إلى الإصلاح والتغيير لتحقيق مطالبه.

س٢٣: ما أسباب عدم المشاركة في الانتخابات ؟

(للذين لم يشاركوا في الإدلاء بأصواتهم يوم الانتخابات).

جدول (٢٨)

(*) يبين أسباب عدم مشاركة بعض عينة الدراسة في الانتخابات *

النسبة	التكرار	الاسباب
١٦.٢ %	٢٠٥	عدم اقتناعي بالانتخابات
١٣.٢ %	١٦٧	أداء البرلمان السابق ضعيف
١٠.٥ %	١٣٢	إفرازات المرحلة السابقة كانت سيئة
٩.٢ %	١١٦	أغلب السياسيين أداؤهم ضعيف
٧.١ %	٨٩	عدم قناعتي بأي مرشح
٦.٣ %	٨٠	لوجود فجوة بين أقوال وأفعال المرشحين
٥.٤ %	٦٨	لا أملك بطاقة التصويت
٤.٦ %	٥٨	متكاسل وليس لدي رغبة بالمشاركة
٤.١ %	٥٢	تهميش المرشحين للشعب بعد الفوز بالانتخابات
٤.١ %	٥٢	لعدم ثقتهم بنزاهة الانتخابات
٣.٦ %	٤٦	الشعور: بأن أصوات الناخبين غير مؤثر سواء صوتوا أم لم يصوتوا
٣.٦ %	٤٥	المركز الانتخابي بعيد عن بيتي
٣.٤ %	٤٣	عدم جدوى المشاركة والتصويت؛ لان النتائج معروفة مسبقاً
٢.٩ %	٣٧	فشل العملية السياسية برمتها
٢.٩ %	٣٧	لم أعتز على اسمي في قوائم الناخبين بالمركز الانتخابي
٢.٠ %	٢٥	لانشغالي بالحياة ومشكلاتها
٠.٩ %	١١	عدم الاهتمام بالسياسة
١٠٠.٠	١٢٦٣	المجموع

إذ كشفت البيانات في الجدول أعلاه أن الاختيار (عدم اقتناعي بالانتخابات) حل أولاً، وواقع (٢٠٥) مبحوثاً، وبنسبة (١٦.٢%). أما الاختيار (أداء البرلمان السابق ضعيف) فقد حل ثانياً، وواقع (١٦٧) مبحوثاً، وبنسبة (١٣.٢%). فيما حل الاختيار (إفرازات المرحلة السابقة كانت سيئة) ثالثاً، وواقع (١٣٢) مبحوثاً، وبنسبة (١٠.٥%)، بينما حل الاختيار (أغلب السياسيين أداؤهم ضعيف) رابعاً، وواقع (١١٦) مبحوثاً، وبنسبة (٩.٢%). أما خامساً فقد كان من نصيب الاختيار (عدم قناعتي بأي مرشح)، وواقع (٨٩) مبحوثاً، وبنسبة (٧.١%). بينما حل الاختيار (لوجود فجوة بين أقوال وأفعال المرشحين) سادساً، وواقع (٨٠) مبحوثاً وبنسبة (٦.٣%). فيما كان سابعاً من نصيب الاختيار (لا أملك بطاقة الناخب)، وواقع (٦٨) مبحوثاً، وبنسبة (٥.٤%). في حين حل اختيار (متكاسل وليس لدي رغبة في المشاركة) ثامناً، وواقع (٥٨) مبحوثاً، وبنسبة (٤.٦%). أما الاختيارين: (تهميش المرشحين للشعب بعد الفوز بالانتخابات) و(لعدم ثقتهم بنزاهة الانتخابات) فقد حلا تاسعاً، وواقع (٥٢) مبحوثاً، وبنسبة (٤.١%) لكليهما. فيما حصل اختيار (شعوري أن أصوات الناخبين غير مؤثرة سواء صوتوا أم لم

(*) (يمكن اختيار أكثر من بديل) .

يصوتوا) على عاشرًا، وبواقع (٤٦) مبحوثًا، وبنسبة (٣.٦%) فيما حل اختيار (المركز الانتخابي بعيد عن بيتي) الحادي عشر، وبواقع (٤٥) مبحوثًا، وبنسبة (٣.٦%). بينما كان نصيب الاختيار (عدم جدوى المشاركة والتصويت بالانتخابات؛ لأن النتائج معروفة مسبقًا) الثانية عشرة، وبواقع (٤٣) مبحوثًا، وبنسبة (٣.٤%). فيما حصل كل من الاختيارين: (لم أعر على اسمي في قوائم الناخبين في المركز الانتخابي) و(فشل العملية السياسية برمتها) على الثالثة عشر، وبواقع (٣٧) مبحوثًا، وبنسبة (٢.٩%) لكليهما. وقد حل اختيار (لانشغالي بالحياة ومشكلاتها) الرابعة عشر، وبواقع (٢٥) مبحوثًا، وبنسبة (٢.٠%).

فيما كان اختيار (عدم اهتمامي بالسياسة) من نصيب الخامسة عشر، وبواقع (١١) مبحوثًا، وبنسبة (٠.٩%)، إذ يشير الباحث بعد اطلاعه على البيانات إلى أن افرازات الإنتخابات السابقة، وما ولدته من تناقضات في العملية الانتخابية كان له الأثر البالغ والتأثير المهم في عدم اقتناع عينة الدراسة بالمشاركة في الانتخابات، وذلك ما تؤكد النسبة (١٦.٢%) مقارنة بالنسب الأخرى.

س٢٤: ما مدى تمتع المرشح بقوة تأثير في أثناء اللقاءات والاجتماعات التي جرت مع الجمهور في الانتخابات العراقية ؟

جدول (٢٩)

يبين مدى تمتع المرشحين بقوة التأثير:

الاجابة	التكرار	النسبة
كلا	٥١١	%٨٥.٢
نعم	٨٩	%١٤.٨
المجموع	٦٠٠	%١٠٠.٠

إذ اتضح للباحث بعد إطلاعه على بيانات الجدول (٢٩) أن عدم الوفاء بالوعد من المرشحين / أولاً، ولضعف شخصيتهم / ثانياً، زد على ذلك ما شهدته الإنتخابات من خروقات / ثالثاً أدى إلى اتفاق عينة الدراسة على أن المرشحين لا يتمتعون بقوة التأثير، وذلك ما أكدته النسبة البالغة (٨٥.٢%)، وبواقع (٥١١) مبحوثًا.

س٢٥: ما المزايا التي يتمتع بها المرشحون للانتخابات ؟

جدول (٣٠)

يبين المزايا التي يتمتع بها المرشح:

المزايا	التكرار	النسبة
تاريخه الحافل بالانجازات	٣٢	%٣٦.٠
قوة أسلوبه في الاقناع والتأثير	٢٧	%٣٠.٣
بلاغته ومقدرته على استخدام العبارات المقنعة	١٨	%٢٠.٢
معرفته بالجمهور المخاطب	١٢	%١٣.٥
المجموع	٨٩	%١٠٠.٠

إذ نلاحظ عن طريق بيانات الجدول أعلاه أن الاختيار (تاريخه الحافل بالانجازات) حل أولاً، وبواقع (٣٢) مبحوثًا، وبنسبة بلغت (٣٦.٠%). أما الاختيار (قوة أسلوبه في الاقناع والتأثير) فقد حل ثانياً،

وبواقع (٢٧) مبحوثاً، وبنسبة (٣٠.٣%)، فيما حل الاختيار (بلاغته ومقدرته على استخدام العبارات المقنعة) ثالثاً، وواقع (١٨) مبحوثاً، وبنسبة (٢٠.٢%)، بينما كانت رابعاً من نصيب الاختيار (معرفته بالجمهور المخاطب)، وواقع (١٢) مبحوثاً، وبنسبة (١٣.٥%)، إذ توصل الباحث عن طريق إطلاعه على البيانات أن تاريخ المرشح الحافل بالإنجازات يُعدّ من المميزات التي يجب أن تتوفر في المرشح، والذي حصل ذلك الاختيار على نسبة بلغت (٣٦.٠%)، وهو متأ من قوة أسلوب المرشح في الإقناع والتأثير، وبنسبة بلغت (٣٠.٣%) لبلاغته ومعرفته بالجمهور الذي يخاطب.

الاستنتاجات والتوصيات:

- توصل الباحث عن طريق مناقشة وتحليل دراسته إلى مجموعة من الاستنتاجات تُعدّ بمثابة أجوبة عن تساؤلات دراستنا التي طرحناها في بداية الدراسة. والتي يمكن إجمالها بالآتي:
- ١- أوضحت الدراسة: أن من أهم الانطباعات التي تكونت لدى المبحوثين جاءت بأعلى نسبة لاختيار اهتمام المرشح بمظهره الخارجي على حساب جوانب أخرى مهمة تمس هموم الناخبين.
 - ٢- وبينت الدراسة: أن تلقائية المرشح في إيصال وتوضيح برنامج الانتخابي، فضلاً على تبادل الرأي مع الرأي الآخر عن طريق الاتصال المواجهي أدى إلى حدوث رجوع الصدى ومعرفة رد فعل الجمهور، وهو ما يعني: أن الاتصال المواجهي يُعدّ من أكثر وسائل الاتصال إقناعاً في تقديم الرسالة؛ لأن الكلمة المنطوقة أكثر فعاليةً وتأثيراً وتصديقاً من الجمهور؛ يدل ذلك الفائدة المتوخاة من استعمال الاتصال المواجهي.
 - ٣- ووضحت الدراسة أيضاً أهم الموضوعات التي تم مناقشتها والتحاور بها ما بين المرشحين والناخبين، وذلك تم عن طريق الاتصال المواجهي في أثناء الحملات الانتخابية، والتي تمحورت بخصوص المشاركة في الانتخابات والتصويت للمرشح، ويدل ذلك على مصلحة المرشح في تحقيق أهدافه بالحصول على أكبر عدد ممكن من أصوات الناخبين للفوز بالانتخابات.
 - ٤- وبينت الدراسة: أن من أبرز المزايا التي كان يتمتع بها المرشح، والتي أثرت بالناخبين تكمن في: تاريخه الحافل بالإنجازات، وقوة أسلوبه في الإقناع، زد على ذلك معرفته بمن يخاطب من الجمهور.
 - ٥- أوضحت الدراسة: أن متوسط عمر مجتمع الدراسة قد تركز بالفئة العمرية (٤١-٥٠) سنة، وذلك يدل على أن الناخبين يتمتعون بمستوى جيد من الخبرة والمعرفة بالانتخابات وبعملية التصويت فيها.
 - ٦- وبينت الدراسة: أن غالبية المبحوثين يمتلكون الوعي التام والمعرفة الواسعة بالعملية الانتخابية؛ فأغلبهم من حملة الشهادات، وهو ما ينعكس بصورة إيجابية على نتائج العملية الانتخابية ونزاهتها.
 - ٧- أظهرت نتائج الدراسة: أن الرجال كانوا أكثر إدراكاً ونشاطاً بالمشاركة في العملية الانتخابية من النساء، وذلك على أساس: أن المؤشرات كانت تدل على أن النوع (الجنس) يُعدّ محدداً اجتماعياً في الانتخابات بالعراق.
 - ٨- وبينت الدراسة أيضاً: أن الأسرة تُعدّ من المصادر التي تم الاعتماد عليها في متابعة واختيار المرشحين، وذلك يُعدّ من الأسباب التي أسهمت بشكل فعال وفاعل في المشاركة الانتخابية على أساس: أن التصويت حق مشروع.

- ٩- أوضحت الدراسة: أن من أهم الشخصيات المؤثرة في التحفيز على المشاركة بالانتخابات قد تمثلت برجال الدين، وذلك يدل على أثر المرجعية في سلوك الناخبين، ومن ثم التأثير في قراراتهم بعملية الإدلاء بأصواتهم لمصلحة مرشحين بعينهم أو قائمة بعينها.
- ١٠- ومن نتائج الدراسة: أن أكثر الأماكن تحقيقاً للاتصال المواجهي بالدرجة الأساس كان يتمثل بالمقاهي وشارع المتنبي مقارنة بالأماكن الأخرى، إذ يمكن أن نعلل ذلك بكون مساحة الاتصال المواجهي في مخاطبة الناخبين بتلك الأماكن، فضلاً على تحقيق التوعية بأهمية الانتخابات والمشاركة فيها.
- ١١- أما بخصوص تقييمات المبحوثين بشخصيات المرشحين في أثناء لقاءاتهم وجهًا لوجه فقد أظهرت النتائج: أن المرشح كان كثير الوعود، مجاملاً، يُسوق لنفسه على حساب المصداقية والأمانة في عرضه للمعلومات، مما أوجد انطباعات لدى الناخب العراقي: بأن وعود المرشحين كانت خيالية وغير واقعية، وأن نتائج الانتخابات محسومة مقدماً، ولا داعي للمشاركة فيها.
- ١٢- وبينت الدراسة: أن أهم ما يمكن استنتاجه من تأثير الاتصال المواجهي للناخب فاعليته التي تتجسد بإدراك الناخب: أن صوته أمانة يحتم عليه أن يمنحه لمن يستحق؛ لأن ذلك يجسد حبه لوطنه.
- ١٣- أوضحت الدراسة: أن للمقابلات واللقاءات التي كان المرشح يحرص على إقامتها مع الناخبين كان لها الأثر البالغ في تحقيق أهدافه المتمثلة بالحصول على أكبر عدد ممكن من الأصوات في الانتخابات، وذلك له دلالة مهمة في نجاح أسلوب الاتصال المواجهي بفاعليته وتأثيره في الناخب.
- ١٤- ومن نتائج الدراسة أيضاً: أن القنوات الفضائية كانت بمثابة الآلية التي اعتمدها المرشح في حملته الانتخابية، فضلاً على شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) لمعرفة جمهوره، والتقرب إليه بعدة الوسيلة الحديثة في عالم الاتصال في يومنا هذا، والتي تستقطب أكبر عدد من الجمهور.
- ١٥- وأوضحت الدراسة كذلك: أن هنالك مجموعة من العوامل التي تؤثر في سير العملية الانتخابية، منها ما يرتبط بالتركيبة الشخصية للمرشح، فضلاً على عوامل متأسلة بشخصية الدولة، زد على ذلك وجود عوامل تفرضها البيئة الانتخابية.
- ١٦- كما أظهرت نتائج الدراسة: أن عينة المجتمع قد شاركت في انتخابات سابقة، مما أكسبها ذلك مؤهلات عدة: كالمعرفة والخبرة في كيفية التعامل مع تلك الفعاليات، زد على ذلك فاعلية الاتصال المواجهي ودوره في إدارة الحملات الانتخابية.

توصيات الدراسة:

- في ضوء نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها عمد الباحث إلى وضع مجموعة من التوصيات التي تسهم في تطوير أسلوب الاتصال المواجهي، ومن ثم نجاحه في خدمة العملية الانتخابية، ويمكن توضيح ذلك على النحو الآتي:
- ١- يوصي الباحث بضرورة المشاركة الفاعلة لجميع أفراد المجتمع بالانتخابات البرلمانية في ظل النظام الديمقراطي ولكلا الجنسين وبمختلف الأعمار.
- ٢- تأكيد أن مصداقية نتائج الانتخابات البرلمانية هي أن تتولد لدى المواطن العراقي قناعه بنزاهة الانتخابات.

- ٣- يوصي الباحث بضرورة عقد اللقاءات المباشرة ما بين المرشح للانتخابات البرلمانية والناخبين على أساس: أن الاتصال المواجهي يُعدُّ أكثر تأثيراً وفاعلية من بقيه الوسائل الاتصالية الأخرى.
- ٤- تأكيد فتح دورات للمرشحين لمعرفة أهمية الاتصال المواجهي بالجمهور وجهاً لوجه ليتسنى للناخب العراقي معرفة المرشح عن قرب.
- ٥- اعتماد الاتصال المواجهي آلية لمعرفة الأفكار والآراء وجهاً لوجه من حيث كثرة الفضاءات عن طريق إقامة الندوات والمؤتمرات والمهرجانات، فضلاً على الأماكن التي يتم التواصل فيها، مثل: المساجد والمقاهي.

هوامش الدراسة:

- (١) محمد بكر نوفال، فريال محمد أبو عواد، التفكير والبحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠١٠، ص ٢٠٠-٢٠١.
- (٢) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٩، ص ١٣٣.
- (٣) روجر ويمر دومينك، مقدمة في أسس البحث العلمي - مناهج البحث الإعلامي، ترجمة وتقديم: د. صالح أبو أصبع، ط ٢، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٣، ص ١٤٥.
- * نقلا عن: رياض غازي البدران، سوسيولوجيا السلوك الانتخابي في العراق، مؤسسة ثائر العصامي، ٢٠١٦، ص ٣٦٠.
- (٤) ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهوم وأدواته وأساليبه، الطبعة الخامسة، (دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٦)، ص ١١٣.
- * المفوضية العليا للانتخابات، التقرير الشامل لإدارة العمليات، للانتخابات مجلس النواب ومجلس المحافظات، ٢٠١٤، ص ٦٨.
- (٥) رعد سامي التميمي، الانتخابات كأداة المشاركة السياسية، بحث منشور في وقائع المؤتمر العلمي الأول للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات العراقية (٢٠٠٥-٢٠١٠): الواقع والتحديات، أربيل - العراق، ٢-٣ نيسان/ ٢٠١١، ص ٣٨٢.
- (٦) جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٨، ص ١٣٦.
- (٧) سحر محمد وهبي، بحوث جامعيه في الصحافة والإعلام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٢٣.
- (٨) محمد حسن العامري، دور الاتصال الشخصي في التوعية بالمشاركة في العملية الانتخابية/دراسة ميدانية على إحدى القرى الريفية في مدينة بغداد، وقائع المؤتمر العلمي الأول للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات، أربيل، ٢٠١١.
- (٩) ياسين لاشين، دور الاتصال المباشر في التأثير على اتجاهات وسلوك الناخبين المصريين نحو الأحزاب السياسية ومرشحيها: دراسة تطبيقية على انتخابات ٢٠٠٥، رسالة ماجستير غير منشورة في كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٨.
- (١٠) Myers, R, Kelly, (1994). (Inter personal and mass Media Communication: Political learning in new hamp shier.s First in the nation Pridential Primary). Sociological Spectrum,
- (١١) محمود احمد عبد الغني، دور الاتصال الشخصي في التنمية الاجتماعية في المجتمع المحلي/ دراسة ميدانية في إحدى قرى محافظه سوهاج، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، مصر، ١٩٨٥.
- (١٢) علاء مصطفى داخل، أساليب الإقناع في الحملات الانتخابية /دراسة تحليلية للانتخابات مجالس المحافظات العراقية ٢٠٠٩، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠١١.
- (١٣) وسام فاضل راضي، شريف سعيد حميد، رأي جمهور مدينة بغداد بالتغطية الإخبارية للانتخابات العراقية، وقائع المؤتمر العلمي الأول للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات، أربيل، ٢٠١١.
- (١٤) كريم مشط الموسوي، الحملات الإعلانية في انتخابات مجلس النواب العراقي الدائم ٢٠٠٥، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، ٢٠٠٧.
- (١٥) رسل جيه دالتون، (Russell .H.Dalton)، دور التنشئة السياسية في تحديد السلوك الانتخابي، ١٩٩٦، متاح على الرابط : <http://www.marocdroit.com>
- (١٦) فؤاده عبد المنعم البكري، الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ٢٩-٣٠.
- (١٧) نقلا عن : فؤاده عبد المنعم البكري، الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، مصدر سبق ذكره، ص ٣٢-٣٣.
- (١٨) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مدخل إلى الاتصال ...، مصدر سبق ذكره، ص ٢٣.
- (19)ernest.G.bormann, nancy bormamm"Speech communication : A basic Approach"4th ed (neu york :harper and row publeshers,1996)pp:114-115.**
- (٢٠) عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكنائس للنشر والتوزيع، ط ٤، الأردن، ١٩٩٨، ص ٥٠.
- (٢١) د. وائل عبداللطيف، اصول العمل النيابي (البرلماني) : دراسة على ضوء دستور جمهورية العراق لعام ٢٠٠٥، (د.ن)، بغداد، ٢٠٠٦، ص ٥٦ و ٥٨.
- (٢٢) أكرم وحيد صالح، من ايام ثورة العشرين، نجم البقال، مطبعة النعمان، النجف، ١٩٨٠، ص ٦٥-٦٦.

- (٢٣) احسان الجرججي ، انتخابات المجالس النيابية في العهد الملكي ، المنبر المدني ، ملحق مجاني عن الانتخابات يصدر عن جريدة الصباح الجديد ، العدد (٢) ، ٢٩ تشرين الثاني ٢٠٠٤ ، ص ٥ .
- (٢٤) نزار توفيق سلطان الحسو ، الصراع على السلطة في العراق الملكي ، المكتبة الوطنية ، بغداد ، ١٩٨٤ ، ص ٤٣ .
- (٢٥) المصدر نفسه ، ص ٤٣ .
- (٢٦) هنري فوستر ، نشأة العراق الحديث ، ترجمة وتعليق : سليم طه التكريتي ، ج ٢ ، الفجر للنشر والتوزيع ، بغداد ، ١٩٨٩ ، ص ٣٧٨ .
- (٢٧) حسين بركة الشامي ، حزب الدعوة الاسلامية ، دراسه في الفكر والتجربة ، دار الاسلام ، بغداد ، ٢٠٠٦ ، ص ٥٨ و ص ٦٠ .
- (٢٨) ينظر : هنري فوستر ، تكوين العراق الحديث ، مصدر سبق ذكره ، ص ٣٢٣ ؛ وكذلك : نزار توفيق سلطان الحسو ، الصراع على السلطة في العراق الملكي ، مصدر سبق ذكره ، ص ٥ .
- (٢٩) عادل غفوري ، احزاب المعارضة العلنية في العراق (١٩٤٦-١٩٥٤) ، منشورات وتوزيع المكتبة العامة بغداد ، ١٩٨٤ ، ص ٢١ .
- (٣٠) حسين حميل ، الحياة النيابية في العراق (١٩٢٥-١٩٤٦) ، مكتبة المثني ، بغداد ، ١٩٨٣ ، ص ٥٨ .
- (٣١) المصدر السابق نفسه ، ص ٢٠١ .
- (٣٢) عبدالرزاق الحسيني ، تاريخ الوزارات العراقية ، ج ٨ ، مطبعة العرفان ، صيدا ، ١٩٦٨ ، ص ٣٧ .
- (٣٣) جريدة الوقائع العراقية ، العدد (٣٤٦٧) ، ١٩٥٤/٩/٢٢ .
- (٣٤) حسن العلوي ، اسوار الطين في عقدة الكويت وايدولوجية الضم ، دار الكنوز الادبية ، بيروت ، ١٩٩٥ ، ص ٣٧ .
- (٣٥) عبدالرزاق الحسني ، تاريخ الاحزاب السياسية العراقية ، مركز الابجدية ، بيروت ، ١٩٩٠ ، ص ٣٥٤ .
- (٣٦) شامل عبد القادر ، عبد الكريم قاسم : البداية والنهاية ، الاهلية للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٢ ، ص ٣١ .
- (٣٧) احمد فوزي ، ابن الحقيقة في مصرع عبدالكريم قاسم ؟ ، مطبعة الدار العربية للنشر ، بغداد ، ١٩٩٠ ، ص ١٣٢ .
- (٣٨) عبد الرزاق الحسني ، تاريخ الوزارات العراقية في العهد الجمهوري ، مصدر سبق ذكره ، ص ٣٨ .
- (٣٩) د. حيدر ابراهيم الطائي ، الانتخابات البرلمانية في العراق ، القسم الثاني ، الانتخابات في العراق الجمهوري ، جريدة الصباح ، العدد (٤٩٥) ، ٢٠٠٥/٣/١٩ .
- (٤٠) جريدة الوقائع العراقية ، العددان (٢-٣) ، ١٩٦٠/١/٢ ؛ وكذلك : نص قانون الجمعيات والاحزاب ، مطبعة الحديث ، بغداد ، ١٩٦٠ .
- (٤١) ليث عبد الحسين الزبيدي ، ثورة ١٤ تموز ١٩٥٨ في العراق ، ط ٢ ، مكتبة اليقظة العربية ، بغداد ، ١٩٨١ ، ص ٧١ .
- (٤٢) جريدة الوقائع العراقية ، العدد (٧٧١) ، ١٩٦٣/٢/١٨ .
- (٤٣) للمزيد ينظر : حنا بطاطو ، العراق ، الطبقات الاجتماعية والحركات الثورية من العهد العثماني حتى قيام الجمهورية ، الكتاب الثالث ، ترجمة : عفيف الرزاز ، ط ٢ ، مؤسسة الابحاث العربية ، بيروت ، ١٩٩٥ ، ص ١٥٥ .
- (٤٤) سعد ناجي جواد ، العراق والمسألة الكردية (١٩٥٨-١٩٦٠) ، دار السلام ، لندن ، ١٩٩٠ ، ص ١٠٣ .
- (٤٥) طارق حرب ، من احكام الانتخابات ، مجلة الاسلام والديمقراطية ، بغداد ، العدد السابع ، السنة الاولى ، ١٠/١٠/٢٠٠٤ ، ص ٨٨ .
- (٤٦) عادل رءوف ، محمد باقر الصدر بين ديكتاتوريتين ، المركز العراقي للاعلام والدراسات ، بيروت ، ٢٠٠١ ، ص ١٠٠-١٠١ .
- (٤٧) رعد ناجي الجده ، التطورات الدستورية في العراق ، بيت الحكمة ، بغداد ، ٢٠٠٤ ، ص ٥٠٥-٥٠٦ .
- (٤٨) حيدر المعتصم ، الانتخابات التشريعية في العراق ، تاريخ وجذور ، مجلة الرائد ، العدد (٥١) ، ٢٠١٠/٢٤ .
- (٤٩) الوقائع العراقية ، العدد (٣٩٧٧) ، ١٧/٦/٢٠٠٣ .
- (٥٠) جريدة التأخي ، العدد (٤٠٢٩) ، ٢٠٠٣/٧/١٤ .
- (٥١) جريدة الوقائع العراقية ، المجلد (٤٤) ، العدد (٣٩٧٨) ، ٨/١٧/٢٠٠٣ ، ص ٢٣ .
- (٥٢) للاطلاع على نص القانون ينظر على سبيل المثال : الموقع الرسمي للمفوضية العليا للانتخابات في العراق على شبكة المعلومات الدولية : www.ihec.iq
- (٥٣) انور سعيد الحيدري ، النظم الانتخابية في العراق ... قراءة نقدية ، كلية العلوم السياسية جامعة بغداد ، نقلا عن : وقائع المؤتمر العلمي الاول للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات ، اربيل- العراق للمدة من ٢-٣ نيسان ٢٠١١ ، ص ٢٧٥-٢٧٦ .
- (٥٤) للاطلاع على نص القانون ينظر على سبيل المثال الموقع الرسمي لمجلس النواب العراقي على شبكة المعلومات الدولية : www.parliament.iq
- (٥٥) للاطلاع على نص الدستور جمهورية العراق ينظر على سبيل المثال : دستور جمهورية العراق موقع مجلس النواب العراقي ، الدائرة الانتخابية ، الطبعة (٤) ، ٢٠١٠ .
- (٥٦) انور سعيد الحيدري ، الشخصية ... او الانتخابات العراقية الثالثة . ورقة مشاركة في الندوة الفصليية لفرع الفكر السياسي ، كلية العلوم السياسية جامعة بغداد ، ٣ اذار ٢٠١١ .
- (٥٧) انور سعيد الحيدري ، النظم الانتخابية في الطراق ، مصدر سبق ذكره ص ٢٨٠ .
- (٥٨) للمزيد من التفاصيل عن تلك الانتخابات ينظر على سبيل المثال : انور سعيد الحيدري ، المحافظات العراقية : نحو انتخابات ثانية ، مجلة شؤون عراقية ، مركز العراق للدراسات ، العدد (٥) ، بغداد ، شباط ٢٠٠٩ ، ص ١٠٩ و ص ١٢٦ .
- (٥٩) المصدر نفسه ، ص ١٧٨ .

- 2- Identifying the assessment of the study sample out of interviews and meetings that took place with the candidates, and the extent of its influence.
- 3- Identifying the promises of the candidates and the extent of their credibility during the period of election campaigns.
- 4- Identifying the most important issues that have been talked about and discussed with candidates during election campaigns.
- 5- Identifying the most influential figures over the electorate, and which had a significant role in the communication process.

In order to achieve the objectives of the study. The researcher depended on the descriptive approach which in turns depended on Survey Method as a tool to collect information and data relating to the problem of the study.

The researcher reached through his study a several results, most notably:

1. Keeness of the Iraqi voter to follow the election campaigns; because that helps him to gain information about the candidates more clearly, and the process of voting and elections by direct communication and what they offer the means of communication.
- 2-Most of the reasons for the Iraqi citizens to participate in the parliamentary elections lies in the legitimacy of the vote, moreover, love of country according to what have been shown by more than two-thirds of respondents.
3. In addition the above; is what has been shown by the study that, the activity of men was more effective in participation in the election process in comparison to the women, as the indicators have shown: that (sex) is a social determinant in Iraq.
4. The study showed: that the clergymen were the most influential figures in sample during election campaigns, which led in turn to a lack of interest from interviews and meetings with the candidates.

Effectiveness of direct communication by influence upon decision of Iraqi voter (survey study) of election of parliament in 2014

Dr. Mohammed Hassan AlAmeri

dr.mohammedh@yahoo.com

Assistant Prof. & Chairman of Public Relations Dep.

Mass Communication College

Baghdad University

Ali Sadeq Dawood AL-Saedi

ahalkera@yahoo.com

Mass Communication College

Baghdad University

Abstract

The problem of the study is an important phenomenon among the Iraqi society, namely; Statement of the important role played by the Direct Communication in electoral participation considering it as a reliable source of information for the candidate to win the votes of the electorate, as well as on its effectiveness to influence the decision of the Iraqi voters, and this can be summed up by asking a group questions the most important of which are the following:

1. What the study sample impressions about the candidates during their interviews and meetings, and the issues that were discussed through Direct Communication during election campaigns?
2. What is the extent of the study sample influenced the character of the candidate, and their honestly assessment of the candidate's promises and covenants during the period of election campaigns?
3. What are the most influential sources of contact in the electorate, which has been relying on during election campaigns?
- 4- What are the benefits to be enjoyed by the candidate in the elections?
- 5- What are the real reasons for the visits by the candidate to the electorate, and how effective they are?

This study examined the effect of Direct Communication and its effectiveness in the decision of the voters of Iraq's parliamentary elections in 2014.

The researcher aimed through his studies at:

- 1- Identifying the study sample impressions to the communication process with the candidates during election campaigns.

Copyright © EPRA 2016

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, or info@epra.org.eg, chairman@epra.org.eg,
 after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

- Thirteenth issue - Fourth Year - October / December 2016 -

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi

Assistant Professor & Head of Public Relations Dep.
College of Mass Communication - Al Ghurair University

Dr. Mohammed Al-Aamri

Assistant Professor & Head of Public Relations & Advertising Department
College of Mass Communication - Baghdad University

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Sabry Solaiman

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of P R research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Fourth year - Thirteenth issue - October / December 2016

Arab Impact Factor 2016 = 1.33

Researches in French:

- **Professeur DR. Redouane Boudjema** - Université d'Alger3
Bouzegaou Nour El Houda - Université d'Alger3
Le service public de la télévision:
Les origines du concept, et les défis de la responsabilité publique 7

Abstracts Researches in Arabic:

- **Dr. Mohammed Hassan AlAmeri** - Baghdad University
Ali Sadeq Dawood AL-Saedi - Baghdad University
Effectiveness of direct communication and its influence on decision of Iraqi voters
(a survey study) of Iraqi Parliament Elections in 2014 28
- **Dr. Ahmed Salim Essawi** - Umm Al Qura University
The effect of media materials issued by the Presidency of the Two Holy Mosques affairs
and its impact on the awareness of visitors from Arab Countries - Field Study 30
- **Dr. Thoraya Mohammed Sanusi** - Al Ghurair University in Dubai
When the Media becomes a partner in Terrorism Crises industry: A Trial of Semiotic
Reading 32
- **Dr. Ghada Mostafa Elbatrik** - Zagazig University
Arab youth exposed to extremist websites intellectually and relationship to
recognize propaganda for terrorist organizations: a field study in the framework of
the third person effect theory 33
- **Dr. Lobna Masoud Abd El-Azem Salem** - Sinai University
Social Networking Sites and their role in supporting the purchasing behavior of the
Egyptian audience - A Field Study 35
- **Dr. Ayman Mohamed Ibrahim Borik** - Al Azhar university
The Role of Social Media Websites in raising the awareness among Egyptian Youth
of Sustainable Development Issues - A Field Study 37
- **Awatif Hassan Haidar Alyafei** - Sanaa University
Commercial advertising applications related to the support of the social issues in
Egypt - Analytical Study 38

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright 2016@EPRA

www.epra.org.eg