

الترند السياسي ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي ازاء انتخابات مجالس المحافظات العراقية
/ دراسة تحليلية في موقع التواصل (اكس)

م.م مؤمل هاشم عبيد الربيعي
جامعة الكوفة- كلية الاداب – قسم الاعلام

moamelh.alsubaihawi@uokfa.edu.iq

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة بيان الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها موقع (اكس) في تأثيرها على اتجاهات الجمهور العراقي ازاء الانتخابات وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي من خلال تكريس ثقافة المشاركة في الانتخابات والتي تؤدي لتكوين اتجاهات إيجابية تجاه الموضوعات السياسية لتحقيق نجاح العملية السياسية والوصول إلى الديمقراطية. كما لها دور إيجابي من الناحية الاجتماعية من خلال التوعية السياسية، وتساهم في تكريس ثقافة التطوع الاجتماعي، وتبين تأثيرها السلبي على استقرار الدول والمجتمعات العربية من خلال نشر ثقافة العنف المتطرف الإرهابي، إثارة الفتن ونشر الفوضى ولعل أبرز مثال على ذلك استخدام تنظيم داعش لهذه المواقع ونجاحه بالفعل في تجنيد العديد من الشباب من خلالها، وذلك نتيجة لتأثيرها الواسع على كل فئات المجتمع سواء كانت هذه المواقع- فيسبوك ، توتير ، يوتيوب ، واتس أب ، الإنستغرام وغيرها من المواقع المتعددة التي تمتاز بسهولة استخدامها ورخص تكلفتها ، كما توفر خدمات عديدة مثل القدرة على الوصول إلى عدد كبير من الأفراد في زمن قصير، وما تتيحه من خاصية التخفي وعدم إبراز الهوية الحقيقية.

الكلمات المفتاحية: الترند- السياسي- الاتجاهات- الانتخابات- موقع اكس

Political Trend and its Role in Shaping the Iraqi Public Attitudes towards the Iraqi Provincial Council Elections / An Analytical Study on the Social Networking Site (X)

A.L. Moamel Hashim Obaid Al-Rubai'i

University of Kufa - College of Arts - Department of Media

moamelh.alsubaihawi@uokfa.edu.iq

Abstract

This study aims to attempt to clarify the role played by social networking sites, including the (X) site, in influencing the Iraqi public's attitudes towards the elections and developing political and social awareness by devoting a culture of participation in the elections, which leads to the formation of positive attitudes towards political issues to achieve the success of the political process and reach democracy. It also has a positive role from a social perspective through political awareness, and contributes to the consecration of the culture of social volunteering, and shows its negative impact on the stability of Arab countries and societies by spreading the culture of violent extremism, terrorism, inciting sedition and spreading chaos. Perhaps the most prominent example of this is the use of these sites by ISIS and its actual success in recruiting many young people through them, as a result of their wide influence on all segments of society, whether these sites are Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, Instagram and other multiple sites that are characterized by their ease of use and low cost, and they also provide many services such as the ability to reach a large number of

individuals in a short time, and what it provides in terms of the feature of concealment and not revealing the real identity.

Keywords: Trend - Political - Trends - Elections - X site

المقدمة

أدى التطور التقني إلى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت (Social Networks Site) التي سهلت نقل المعلومات والتواصل بين الأفراد فقربت البعيد وقصرت المسافات، فقد أصبحت أحد لوازم الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها، ونقلت الاعلام الى أفق غير مسبوق وظهور مواقع التواصل الاجتماعي اعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة الا بشكل نسبي محدود وابرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الاعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات واعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية وانداز لمنافسة الاعلام التقليدي.

في ظل زخم الأحداث الموجودة على الساحة السياسية تؤدي وسائل الإعلام دورا كبيرا في تشكيل الوعي السياسي لدى قطاع واسع في أي مجتمع ، الذي أصبح يستقي معلوماته ويتعرف على وجهات النظر المختلفة حول ذات الحدث أو القضية السياسية منها ، لذا يمكن القول أن وسائل الإعلام لم تعد تكتفي بنقل الواقع بل تعرض أيضا وجهات النظر المختلفة المحللة لهذا الواقع سواء كانت لناشطين سياسيين أو أحزاب سياسية أو مسؤولين حكوميين أو خبراء وغيره ، فالإعلام لم يعد دوره إنتاج التوعية الثقافية للشأن السياسي فقط ، لكن أصبح دوره نقل هذه التوعية ، وإلقاء الضوء على أنشطة الأطراف الفاعلة المرتبطة بذات الحدث أو القضية ، في إطار ما يسمى بالإعلام التنموي.

تناولنا في هذا البحث فصلان الفصل الاول الاطار المنهجي للدراسة والفصل الثاني الاطار العملي للدراسة اذ اعتمد الباحثون على المنهج الوصفي الذي يستدل في الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب، في تنمية الوعي السياسي لدى الجمهور العراقي، باعتباره المنهج المناسب للوصول الى نتائج دقيقة في التحليل حيث يفسر المتغيرات المكونة والمتحركة في وجودها. وكذلك اعتمد الباحثون على الاستبانة الموزعة على عينة البحث المتمثلة في مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك، تويتر، انستغرام ، يوتيوب، (الجمهور العراقي).

الاطار المنهجي للدراسة:

اولاً: مشكلة البحث:

تتبلور مشكلة البحث في محاولة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعية موقع (اكس) أنموذجاً في تنمية اتجاهات الجمهور العراقي ازاء الانتخابات، وتمثلت مشكلة الدراسة بالسؤال الاتي:

السؤال الرئيسي: ما دور الترنس السياسي في تشكيل اتجاهات الجمهور العراقي أزاء انتخابات مجالس المحافظات العراقية؟

الأسئلة الفرعية:

- 1- ما دور موقع التواصل الاجتماعي (اكس) في نشر الترنس السياسية في العراق؟
- 2- ما مدى تأثير الترنس السياسي على اتجاهات الجمهور العراقي أزاء انتخابات مجالس المحافظات العراقية؟

3- ما دور الترنندات السياسية في تعزيز أو إضعاف العملية الديمقراطية في العراق؟

ثانياً: أهمية البحث:

تبرز أهمية موضوع البحث من الاستخدام الكثير لمواقع الاتصال الاجتماعي وحضور الجانب السياسي في أغلب مواضيعه وتعد السياسة من أهم المؤثرات الحيوية على حياة الجماهير ومنها الجانب الاقتصادي والاجتماعي ومختلف ميادين الحياة العامة والخاصة التي تعتمد على الوعي السياسي للجماهير، وتأتي أهمية البحث بما يأتي:

من البحوث التي تعني بموضوعات العصر وتزايد دور الجمهور في رسم خريطة التغيير السياسي العراقي. و تعد مواقع التواصل الاجتماعي من المشاريع التنموية السياسية والثقافية. وكذلك تعد مواقع التواصل الاجتماعي اعلاناً بديلاً يمارس فيه النقد وطرف جديد للتنظيم بين افراد المجتمع كذلك يناقش الموضوعات الحساسة في الآليات السياسية والاجتماعية كذلك التوترات بين السيطرة والحرية وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة التواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور.

ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث الى تحقيق الاهداف الاتية:

التعرف على تأثير مواقع تواصل موقع (اكس) على اتجاهات الجمهور العراقي وكذلك التعرف على تناول مواقع التواصل الاجتماعية للرأي السياسي في مضامين نشرها ومن ثم تسليط الضوء على تحقيق مضامين مواقع التواصل الاجتماعي المنشورة وتنمية الوعي السياسي لدى الجمهور. وكذلك التعرف على مواقف مواقع التواصل الاجتماعي ازاء الوعي السياسي.

اولاً: مفهوم الترنند السياسي:

مفردة "ترنند" تعني الأكثر تداولاً، وهي كلمة إنكليزية Trend يجري استعمالها في وسائل التواصل الاجتماعي إشارة إلى الأمور المنتشرة والأحداث الرائجة والموضوعات الشائعة التي يجري تداولها من قبل مستخدمين تلك الوسائل في فترة ما. وتقترب في دلالتها إلى حديث الساعة، الذي قد يكون حدثاً عالمياً أو إقليمياً أو محلياً.

وفي الفترة الأخيرة أدرك الكثير من الناشطين في وسائل فيسبوك وتويتر (اكس) حالياً بسمى أهمية الترنند في توجيه الرأي العام نحو قضايا محددة. والمفارقة هنا، أن الجيوش الإلكترونية لأحزاب وشخصيات سياسية وحتى جهات مقربة من الحكومات، كانت تستخدم منصات التواصل وعبر حسابات وهمية للترويج إلى موضوع محدد أو تسقيط الخصوم. في حين، كان الكثير من الناشطين يركزون اهتمامهم في قضايا وظواهر اجتماعية.

ومن امثلة الترنند المعروفة قضية العفو الرئاسي الخاص عن مدان بتجارة المخدرات، كانت تعبيراً واضحاً عن دور الترنند في تحريك الرأي العام نحو نموذج من الاستخفاف بالقانون والاستهتار بممارسة الصلاحيات الذي مارسه الحكومة في التوصية إلى رئاسة الجمهورية في العفو الخاص عن شخص أدين بالمتاجرة بالمخدرات.

ثانياً: مفهوم الاتجاهات:

يعد الاتجاه احد المحددات والموجهات المهمة لسلوك الانسان في البيئة، فهي عبارة تعبير الفرد عن استحسنه واستيائه نحو شخص او مكان او شيء او جماعة. وهذا الاستحسان او الاستيائه هو التقييم الايجابي او السلبي التي يعبر فيها الناس مع او ضد موضوعات معينة، او هي مشاعر الفرد تجاه الاشياء

او الحوادث او الاشخاص الاخرين او الانشطة ويزداد الاتجاه الفرد باستعداد او تهيؤ عقلي عصبي او نفسي متعلم للاستجابة او التصرف بطريقة معينة تتناسب مع تقييمه للاتجاه وبذلك يعرف الاتجاه بانه: كما يعرف (1999 Zimbardo etal) بانه وجهة النظر الايجابية او السلبية العامة نحو شخص او مكان او شيء.

(Zelley& Elaine,2005) تقييم الفرد نحو تفضيل او عدم تفضيل مافي البيئة.

يشير علماء النفس أن الذات السياسية تبدأ في التشكيل من بداية مرحلة المراهقة المتأخرة ، فيبدأ الفرد في التطلع إلى القادة السياسيين ، ويحاول معرفة الاتجاهات السياسية. (اسماعيل، 1989) وفي هذه المرحلة أيضاً يكتسب الفرد القدرة على استيعاب الموضوعات السياسية التي يتعرض لها من خلال وسائل الإعلام المختلفة خاصة القنوات الإخبارية المتخصصة ، ويستطيع الفرد في هذه المرحلة التمييز بين أدوار سياسية متباينة ، وكيفية حصوله على معلومات أساسية عن حقائق يحتاجها لكي يفهم البيئة السياسية من حوله. (دراسي، 1991) وفي دراسة مليورن Miburn 1979 أثبت فيها أن الزيادة في المعرفة من جانب وسائل الإعلام لها تأثير على الاتجاهات ، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين الزيادة في المعرفة الصحية والاتجاهات الإيجابية نحو السلوكيات الصحية ، وذلك بعد التحكم في تأثيرات كل من متغيرات العمر والجنس والتعليم والدخل والدين.

أهمية الاتجاهات:

تعد الاتجاهات النفسية عنصراً أساسياً في تفسير سلوك الفرد والجماعة الحالي والتنبؤ بالسلوك المستقبلي. فالإتجاهات تساعدنا على توقع سلوك الافراد، وتشكيل جزءاً كبيراً من ادراكنا وعملياتنا.

2- تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات الجمهور:

هناك اتجاهان مختلفان في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام:

الاتجاه الأول : يربط بين التغييرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي والتغييرات التي تحدث في محتوى وسائل الإعلام ، وبالتالي فإنه عندما تقدم وسائل الإعلام اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة ، فإنه من الممكن قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات على الرأي العام ، أما الاتجاه على المستوى الفردي فيوضح اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين وهما : التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقي) ، وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول) هاتان العمليتان بدورهما تتأثران بمستوى الوعي السياسي لدى الفرد (Jones, 1991) .

أما المبدأ التوسطي فيفترض في نموذج "ماكجواير" أن التلقي يعتمد على الانتباه للرسالة وفهم محتواها وأن الفهم يزيد من معدل تغيير الاتجاه ، أما إذا كانت الرسالة تتضمن براهين ضعيفة ، فإنه يؤدي إلى نتائج عكسية ، كما يفترض (مبدأ التوسط) أن القبول يعتمد على مدى قدرة المتلقي على تفنيد محتوى الرسالة ، وعلى قدرته على تحمل الاختلاف مع مصدر الرسالة (Http: www.Dartmouth.edu/chance/course/student) .

وفيفترض النموذج أيضاً أن المتغيرات الخاصة بالفروق الفردية تتدخل في النموذج للتنبؤ بمستوى تلقي وقبول الرسالة (Mark A) .

أما بالنسبة للإضافات التي قدمها "زيللر" على نموذج ماكجواير : تتمثل في أنه حول نموذج ماكجواير من نموذج لتشكيل الاتجاهات على المستوى الفردي إلى نموذج لتشكيل الرأي العام على المستوى الجمعي ، لكنه في الوقت نفسه لم يغفل ميكانيزمات تشكيل الاتجاه على المستوى الفردي ، وقد أضاف زيللر

متغيرين أساسيين على المستوى الفردي وهما الميول السياسية والوعي السياسي ، وكذلك أضاف عنصر خطاب الصفوة في وسائل الإعلام ودوره في تشكيل الرأي العام (Michae & Lionel, 2000) . كما اهتم زيللر بطبيعة البيئة المعلوماتية التي تقدم من خلالها الرسائل الإعلامية واعتبرها عاملاً مهماً في طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام ، ويقوم نموذج زيللر على مجموعة من الافتراضات حول كيفية اكتساب المواطنين للمعلومات وتحويلها إلى إجابات تعبر عن اتجاهاتهم (في استقصاءات الرأي العام) وبذلك يكون نموذج زيللر نموذجاً لمعالجة المعلومات.

3- دور وسائل الاعلام في اتجاهات الجمهور:

تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دوراً كبيراً في تكوين اتجاهات فكرية لدى الأفراد ، يراها المجتمع صالحة ومحقة لأهدافه حيث تقوم وسائل الإعلام بدور في عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد ، وتسهم في إكسابهم المعارف والمعلومات حول موضوعات معينة ، كما تساعد على تكوين آراء واتجاهات وقيم الأفراد بما يؤدي إلى وجود رأى عام حول هذه الموضوعات¹. هذا فضلاً عن أن وسائل الإعلام وما تحمله من معلومات لها تأثير قوى على قيم واتجاهات الفرد ويعتبر مواقع تواصل الاجتماعي من أهم وسائل الإعلام التي تترك أثراً في تقديم الصورة الإعلامية لجميع فئات وشرائح قطاعات المجتمع (درويش، 1999) حيث أكدت العديد من الدراسات الإعلامية أن مواقع التواصل الاجتماعي بعروضها المختلفة في الشكل والمضمون يلعب دوراً هاماً في إمداد المراهقين بالمعلومات عن القضايا والأحداث الجارية ، وكذلك في تشكيل اتجاهاتهم نحو هذه القضايا والأحداث المختلفة ، لذا فإن وسائل الإعلام خاصة مواقع التواصل ومنها موقع (اكس) لها دور كبير في تكون وتغيير الاتجاهات خاصة في مرحلة المراهقة.

ثالثاً: مفهوم الجمهور:

تعريف الجمهور لغة: لفظ الجمهور مشتق من الفعل جهر، يجهر، جهره، جهر الشيء: جمعه، تجمهر يتجهر، تجمهرا، تجمهر الناس: اجتمعوا، جمهور جمع جماهير وجمهور من الناس، جلهم وعامتهم.

جمهرت القوم اذا جمعتهم، وجمهرت الشيء اذا جمعته، وعدد مجهر (مكثر) والجمهرة (المجتمع) ، كما استخدم لفظ الجمهور كترجمة للمصطلحين الانجليزيين: public- Audience رغم ما بينها من اختلاف فكلمة pulic تشير الى المجموع العام للأفراد الذين يقرؤون او يستمعون او يشاهدون ايا من وسائل الاعلام او وحدثاته.

اصطلاحاً: لقد تنوعت التعاريف التي تناولت مفهوم الجمهور، واختلفت باختلاف السياق الذي نشأ فيه هذا الاخير الذي ارتبط تارة بالحدث الثقافي من خلال العروض المسرحية، وتارة اخرى بالسوق، ولهل اهم سياق نشأ فيه الجمهور هو ذلك المتعلق بنشأ وسائل الاعلام والاتصال على خلاف مراحلها فليس هنالك تعريف كامل للجمهور، لكن ربما اسهل طريقة لوصفه هو انه: مجموعة من الاشخاص يتشاركون في حالة او وضع واحد، ومن هنا فقد نظرت النظريات الاجتماعية والتي اهتمت بمجال الاعلام والاتصال الجماهيري في الاربعينات الى الجمهور على انه حشد، ونجد هربرت يلوم يرى في هذا الشأن ان الجمهور يختلف عن الحشد، فالجمهور اكثر تفككا، واقل اندماجا، وان افراده ليسو متماسكين، ولا يقوم بينهم التماسك الانفعالي الذي يتوفر في حالة الحشد.

خصائص الجمهور:

1- الجماهير النشطة: Active Public

وهي الجماهير التي يكون لديها درجة عالية من المعرفة، والانخراط في المنظمة أو في قضية ما ومن ثم يكونون مهئين لمراقبة تصرفات المنظمة والمشاركة فيها إذا لزم الأمر. ومن أمثلة ذلك قادة الحركات الاجتماعية وجماعات المصالح.

2- الجماهير المدركة: Aware Publics

وتتضمن الجماعات التي يكون لديها معرفة ودراية بالمنظمة أو مواقفها، ولكنها لا تتأثر بمواقف المنظمة بطريقة مباشرة. فهذه الجماهير لديها معرفة عامة ومرتفعة بالعالم المحيط وبالشؤون العامة، ويعملون كقادة رأي من خلال المواقع التي يشغلونها في المجتمع والمؤسسات العامة. لذلك يطلق عليهم: جماهير القضايا لانهم يدركون جيدا القضايا المطروحة ويمكنهم التعبير عنها، وتوضيح أسبابها وتفاعلاتها والنتائج المترتبة عليها.

3- الجمهور المستثار: Aroused Public

يكون لدى هذا الجمهور درجة منخفضة من المعرفة بالمنظمة وعملياتها، ولكنه يكون على دراية بالقضايا المحتملة أو المتوقعة، لأن مستوي تورطه وانخراطه يكون مرتفعة، يمكن استثارة هذا الجمهور ولفت انتباهه بعوامل عديدة منها: الخبرة الشخصية، وتقارير ورسائل الإعلام عن القضية المطروحة، والمناقشات مع الأصدقاء، وجماعات المصالح، أو الأحزاب السياسية.

4- الجمهور غير النشط: Inactive Public

هو الجمهور الذي تكون لديه درجة منخفضة من المعرفة، والتفاعل في المنظمة سواء بمنتجاتها أم خدماتها أم القضايا المطروحة. ويتضمن تلك الجماهير والجماعات المتنوعة التي قد تتأثر بمخرجات المنظمة، وقد تدرك هذه الجماهير، أو لا تدرك النتائج التي تعود عليهم من سلوكيات المنظمة. ويكون لدى هذه الجماهير نوع من الرضا عن العلاقة بينهم وبين المنظمة لأنها تلبي بعض احتياجاتهم، وفي الوقت نفسه يرون أنه من غير المفيد الوقوف في وجه هذه العلاقة أو عدم أخذها بعين الاعتبار، وبعض هذه الجماهير تأخذ موقفا سلبية أو قدرية معنقين بعدم قدرتهم على فعل شيء لتغيير توجهات المنظمة (دز خيار).

مفهوم الانتخابات:
 انها نمط من انماط عملية المشاركة السياسية حيث يعبر عنه فيما يعرف بالتصويت وهو يشير الى قيام النواظن بالمفاضلة بين متقدمين او مرشحين للانتخابات العامة او الدورية (خشيم، 2004).

فائدة هز العملية من الناحية السياسية انها تضمن حق التداول السلمي للسلطة وضمان حصول النخب الحاكمة على تفويض شرعي من الشعب بشكل دوري ومنتظم من خلال عملية انتخابية حرة عادلة ونزيهة تضمنها سرية ونزاهة تلك العملية الانتخابية (<http://www.elstasi.com/article-detail.aspx?id=788>).

أنواع الانتخابات:

ينقسم الانتخابات الى الانتخاب المقيد والانتخاب العام وكذا الانتخاب المباشر وغير المباشر واخيرا الانتخاب الفردي والانتخاب بالقائمة.

الانتخاب المقيد والانتخاب العام

- الانتخاب المقيد: هو طريقة تحصر حق الانتخاب في اصحاب الثروة او اولئك الذين يتمتعون بمستوى ثقافي معين اي تقرير حق الانتخاب بدون تقييده بشرط نصاب مالي او شرط الكفاءة (مولود).

- الانتخابات العام: هو انتخاب عام سري ومتساو، وهو حق من حقوق التي تمارس من قبل كل المواطنين، وهو عكس الانتخاب المقيد لانه اكثر ديمقراطية وشروطه خارجة عن النصاب المالي والكفاءة العلمية.

- الانتخاب المباشر والانتخاب غير مباشر

الاطار العملي

المحور الأول: المعلومات الديمغرافية

جدول رقم (1) الجنس

ت	الفقرة	التكرار	النسبة
1	ذكر	251	%58.2
2	أنثى	180	%41.8
	المجموع	431	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ نسبة (%58.2) وبتكرار (251) من العينة هم الذكور، كما أنّ نسبة (%41.8) وبتكرار (180) من العينة تحمل جنس الإناث، وهذا يدل على أنّ نسبة الذكور هم أكثر المشاركين في الاستبيان.

جدول رقم (2) العمر

ت	الفقرة	التكرار	النسبة
1	من 18-28	258	%59.9
2	من 29-39	129	%29.9
3	من 40-49	24	%5.6
4	من 50 فأكثر	20	%4.7
	المجموع	431	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه فقد بلغت الفئة العمرية "من 18-28" نسبة (%59.9) وبتكرار (258) من العينة وهي في المرتبة الأولى من الاستبيان، وجاءت بعدها في المرتبة الثانية من الاستبيان فئة "من 39-29" بنسبة (%29.9) وبتكرار (129) من العينة، وجاءت بعد ذلك في المرتبة الثالثة من الاستبيان فئة "من 40-49" بنسبة (%5.6) وبتكرار (24) من العينة، وجاءت في المرتبة الأخيرة من الاستبيان فئة "من 50 فأكثر" بنسبة (%4.7) وبتكرار (20) من العينة، وهذا يدل على أنّ الفئة العمرية "من 18-28" هي أكثر مشاركة في الاستبيان.

جدول رقم (3) التحصيل الدراسي

ت	الفقرة	التكرار	النسبة
1	ابتدائي	4	%1.0
2	ثانوية	9	%2.1
3	بكالوريوس	368	%85.4
4	دراسات عليا	50	%11.6
	المجموع	431	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة (85.4%) وبتكرار (368) من العينة تحصيلهم الدراسي درجة البكالوريوس، وجاءت بعدها نسبة (11.6%) وبتكرار (50) من العينة تحصيلهم الدراسي دراسات عليا، في حين حصلت نسبة من هم تحصيلهم الدراسي ثانوية على (2.1%) وبتكرار (9)، وجاءت بعدها نسبة (1.0%) وبتكرار (4) من العينة تحصيلهم الدراسي (ابتدائي) وهذا يدل أن من كانت تحصيلاتهم الدراسية بكالوريوس هي الفئة الأكبر المشاركة في الاستبيان.

المحور الثاني: دور الترنند السياسي

جدول رقم (4) هل تعتقد أن موقع "إكس" يلعب دوراً مهماً في نشر الترنندات السياسية في العراق؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	73	16.9%
2	كثير	108	25.1%
3	أحياناً	137	31.8%
4	قليل	93	21.6%
5	قليل جداً	20	4.6%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (31.8%) وبتكرار (137) من المشاركين خيار "أحياناً" لعبارة "هل تعتقد أن موقع "إكس" يلعب دوراً مهماً في نشر الترنندات السياسية في العراق". وقال (25.1%) وبتكرار (108) "كثير" وقال (21.6%) وبتكرار (93) "قليل". وذكر (16.9%) منهم وبتكرار (73) خيار "كثير جداً" وقال (4.6%) وبتكرار (20) صرحوا "قليل جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "هل تعتقد أن موقع "إكس" يلعب دوراً مهماً في نشر الترنندات السياسية في العراق" "أحياناً".

جدول رقم (5) ما مدى تأثير الترنندات السياسية على موقع "إكس" في تشكيل رأيك السياسي؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	70	16.2%
2	كثير	114	26.5%
3	أحياناً	123	28.5%
4	قليل	92	21.3%
5	قليل جداً	32	7.4%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (28.5%) وبتكرار (123) من المشاركين خيار "أحياناً" لعبارة "ما مدى تأثير الترنندات السياسية على موقع "إكس" في تشكيل رأيك السياسي". وقال (26.5%) وبتكرار (114) "كثير" وقال (21.3%) وبتكرار (92) "قليل". وذكر (16.2%) منهم وبتكرار (70) خيار "كثير جداً" وقال (7.4%) وبتكرار (32) صرحوا "قليل جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "ما مدى تأثير الترنندات السياسية على موقع "إكس" في تشكيل رأيك السياسي" "أحياناً".

جدول رقم (6) هل قمت بتغيير رأيك السياسي بناءً على ترند سياسي شاهدته على موقع "إكس"؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	71	16.5%
2	كثير	84	19.5%
3	أحياناً	125	29.0%
4	قليل	104	24.1%
5	قليل جداً	47	10.9%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (29.0%) وبتكرار (125) من المشاركين خيار "أحياناً" لعبارة "هل قمت بتغيير رأيك السياسي بناءً على ترند سياسي شاهدته على موقع إكس". وقال (24.1%) وبتكرار (104) "قليل" وقال (19.5%) وبتكرار (84) "كثير". وذكر (16.5%) منهم وبتكرار (71) خيار "كثير جداً" وقال (10.9%) وبتكرار (47) صرحوا "قليل جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "هل قمت بتغيير رأيك السياسي بناءً على ترند سياسي شاهدته على موقع إكس" "أحياناً".

جدول رقم (7) هل شاركت في نقاشات أو مناقشات سياسية على موقع "إكس"؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	59	13.7%
2	كثير	110	25.5%
3	أحياناً	105	24.4%
4	قليل	109	25.3%
5	قليل جداً	48	11.1%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (25.5%) وبتكرار (110) من المشاركين خيار "كثير" لعبارة "هل شاركت في نقاشات أو مناقشات سياسية على موقع إكس". وقال (25.3%) وبتكرار (109) "قليل" وقال (24.4%) وبتكرار (105) "أحياناً". وذكر (13.7%) منهم وبتكرار (59) خيار "كثير جداً" وقال (11.1%) وبتكرار (48) صرحوا "قليل جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "هل شاركت في نقاشات أو مناقشات سياسية على موقع إكس" "كثير".

جدول رقم (8) إلى أي مدى تعتقد أن الترنندات السياسية على موقع "إكس" تعكس الرأي العام في العراق؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	53	12.3%
2	كثير	98	22.7%
3	أحياناً	134	31.1%
4	قليل	101	23.4%
5	قليل جداً	45	10.4%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (31.1%) وبتكرار (134) من المشاركين خيار "أحياناً" لعبارة "إلى أي مدى تعتقد أن الترنادات السياسية على موقع "إكس" تعكس الرأي العام في العراق". وقال (23.4%) وبتكرار (101) "قليل" وقال (22.7%) وبتكرار (98) "كثير". وذكر (12.3%) منهم وبتكرار (53) خيار "كثير جداً" وقال (10.4%) وبتكرار (45) صرحوا "قليل جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "إلى أي مدى تعتقد أن الترنادات السياسية على موقع "إكس" تعكس الرأي العام في العراق" "أحياناً".

جدول رقم (9) ما مدى تأثير الترنادات السياسية على موقع "إكس" في قرارك بالتصويت لمرشح معين؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	51	11.8%
2	كثير	94	21.8%
3	أحياناً	125	29.0%
4	قليل	100	23.2%
5	قليل جداً	61	14.2%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (29.0%) وبتكرار (125) من المشاركين خيار "أحياناً" لعبارة "ما مدى تأثير الترنادات السياسية على موقع "إكس" في قرارك بالتصويت لمرشح معين". وقال (23.2%) وبتكرار (100) "قليل" وقال (21.8%) وبتكرار (94) "كثير". وذكر (14.2%) منهم وبتكرار (61) خيار "قليل جداً" وقال (11.8%) وبتكرار (51) صرحوا "كثير جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "ما مدى تأثير الترنادات السياسية على موقع "إكس" في قرارك بالتصويت لمرشح معين" "أحياناً".

جدول رقم (10) إلى أي مدى تؤثر الترنادات السياسية على موقع "إكس" في مشاركتك في الانتخابات (زيادة أو تقليل الرغبة في التصويت)؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	90	20.9%
2	كثير	121	28.1%
3	أحياناً	108	25.1%
4	قليل	87	20.2%
5	قليل جداً	25	5.8%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (28.1%) وبتكرار (121) من المشاركين خيار "كثير" لعبارة "إلى أي مدى تؤثر الترنادات السياسية على موقع "إكس" في مشاركتك في الانتخابات (زيادة أو تقليل الرغبة في التصويت)". وقال (25.1%) وبتكرار (108) "أحياناً" وقال (20.9%) وبتكرار (90) "كثير جداً". وذكر (20.2%) منهم وبتكرار (87) خيار "قليل" وقال (5.8%) وبتكرار (25) صرحوا "قليل جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "إلى أي مدى تؤثر الترنادات السياسية على موقع "إكس" في مشاركتك في الانتخابات (زيادة أو تقليل الرغبة في التصويت)" "كثير".

جدول رقم (11) هل تساعد الترنندات السياسية على موقع "إكس" في زيادة الوعي السياسي لدى الناخبين في العراق؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	59	13.7%
2	كثير	110	25.5%
3	أحياناً	105	24.4%
4	قليل	109	25.3%
5	قليل جداً	48	11.1%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (25.5%) وبتكرار (110) من المشاركين خيار "كثير" لعبارة "هل تساعد الترنندات السياسية على موقع "إكس" في زيادة الوعي السياسي لدى الناخبين في العراق". وقال (25.3%) وبتكرار (109) "قليل" وقال (24.4%) وبتكرار (105) "أحياناً". وذكر (13.7%) منهم وبتكرار (59) خيار "كثير جداً" وقال (11.1%) وبتكرار (48) صرحوا "قليل جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "هل تساعد الترنندات السياسية على موقع "إكس" في زيادة الوعي السياسي لدى الناخبين في العراق" "كثير".

جدول رقم (12) ما مدى تأثير الترنندات السياسية على موقع "إكس" على سلوك الناخبين خلال الانتخابات؟

ت	الفقرات	التكرار	النسبة
1	كثير جداً	45	10.4%
2	كثير	124	28.8%
3	أحياناً	101	23.4%
4	قليل	113	26.2%
5	قليل جداً	48	11.1%
	المجموع	431	100%

يبين الجدول أعلاه، اختار (28.8%) وبتكرار (124) من المشاركين خيار "كثير" لعبارة "ما مدى تأثير الترنندات السياسية على موقع "إكس" على سلوك الناخبين خلال الانتخابات". وقال (26.2%) وبتكرار (113) "قليل" وقال (23.4%) وبتكرار (101) "أحياناً". وذكر (11.1%) منهم وبتكرار (48) خيار "قليل جداً" وقال (10.4%) وبتكرار (45) صرحوا "كثير جداً". يمكن أن نستنتج أن إجابة معظم العينات على عبارة "ما مدى تأثير الترنندات السياسية على موقع "إكس" على سلوك الناخبين خلال الانتخابات" "كثير".

النتائج العامة

1. أن نسبة الذكور هم أكثر المشاركين في الاستبيان.
2. أن الفئة العمرية "من 18-28" هي أكثر مشاركة في الاستبيان.

3. أن من كانت تحصيلاتهم الدراسية بكالوريوس هي الفئة الأكبر المشاركة في الاستبيان.
4. أن معظم المشاركين في الاستبيان يعتقدون أن موقع "إكس" يلعب دوراً مهماً في نشر الترنندات السياسية في العراق.
5. هناك تأثير للترنندات السياسية على موقع "إكس" في تشكيل الرأي السياسي للجمهور العراقي.
6. أن معظم المشاركين في الاستبيان قاموا بتغيير رأيهم السياسي بناءً على ترند سياسي شاهدوه على موقع إكس.
7. أن معظم المشاركين في الاستبيان شاركوا في نقاشات أو مناقشات سياسية على موقع إكس.
8. أن معظم المشاركين في الاستبيان يعتقدون أن الترنندات السياسية على موقع "إكس" تعكس الرأي العام في العراق.
9. هناك تأثير للترنندات السياسية في موقع "إكس" على قراراتهم بالتصويت لمرشح معين من مرشحي مجالس المحافظات.
10. هناك تأثير للترنندات السياسية على موقع "إكس" في مشاركتك في الانتخابات من خلال زيادة أو تقليل الرغبة في التصويت.
11. أن معظم المشاركين في الاستبيان تساعد الترنندات السياسية على موقع "إكس" في زيادة الوعي السياسي لدى الناخبين في العراق.
12. هناك تأثير للترنندات السياسية على موقع "إكس" على سلوك الناخبين خلال الانتخابات.

التوصيات

1. يجب أن تكون هناك حملات توعية مستمرة توضح أهمية انتخابات مجالس المحافظات ودورها في تحسين الخدمات المحلية.
2. يجب أن يكون الإعلام نزيهاً وشفافاً في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالانتخابات.
3. الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع، خاصة الشباب.
4. تحفيز الشباب والنساء على المشاركة الفعالة في العملية السياسية والترشح للانتخابات.
5. إجراء استطلاعات رأي دورية لفهم توجهات الجمهور واهتماماتهم.
6. استخدام تحليل البيانات لفهم الاتجاهات وتحسين الحملات الانتخابية بناءً على معطيات دقيقة.

قائمة المصادر المراجع:

- محمد عبد الحميد. دراسة الجمهور في بحوث الاعلام. لبنان: دار الفكر، 1987.
- جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- الجبوري، خ. س. ع. 2019. مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية. عمان: دار الاكاديميون للنشر والتوزيع.
- ابو جادو، صالح محمد: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة، ط2، عمان، الاردن، 200.
- الرضا، هاني، عمار رامز: الرأي العام والاعلام والدعاية، المؤسسة الجامعة للدراسات والنشر، لبنان 1998.
- العيسوي، عبد الرحمن: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر الجامعي، مصر.
- داود، للي خليل، الاصفر، احمد عبد العزيز: الجماعات وخصائص التفاعل الجماعي، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2005.

- عبد العزيز السيد الشخص (2001): علم النفس الاجتماعي. القاهرة: دار القاهر للكتاب.
- علي قسايسية، السمات الديموغرافية للجمهور، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الثاني، دار هومة، الجزائر. 2003.
- اولبغ عوكي. (2009). فيس بوك للجميع. بيروت: مطابع الدار العربية للعلوم.
- بشرى جميل الراوي. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير. مجلة الباحث الاعلامي، العدد/18. بغداد، بغداد، العراق: جامعة بغداد /كلية الاعلام.
- تيسير ابو ساكور. (2009). دور الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية في تنمية الوعي السياسي ونشره لدى الشباب الجامعي. مجلة جامعة الخليل للبحوث. الخليل، فلسطين، فلسطين: جامعة الخليل /العدد 1 المجلد 4/.
- حسن مكاي و عاطف العبد. (2007). نظريات الاعلام. القاهرة: جامعة القاهرة.
- حسن مكاي وليلى السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حنان يوسف. (2006). الاعلام والسياسة مقاربة ارتباطية. بيروت: اطلس للنشر والتوزيع.
- رضا امين. (2015). الاعلام الجديد. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ريهام عودة. (2021). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الحراك الشبابي من اجل انهاء الانقسام الفلسطيني. مجلة سياسات. فلسطين، فلسطين: مجلة سياسات العدد 2 المجلد 5.
- زاهر راضي. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي/ مجلة التربية العدد 15. عمان: جامعة عمان الاهلية.
- سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث العلمي. الامارات: دار ابن الكثير.
- سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث العلمي. الامارات: دار الكتاب الجامعي.
- شيرين الضاتي. (2010). دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة جامعات غزة /اطروحة دكتوراه. غزة /فلسطين: جامعة الازهر.
- شيماء ذوالفقار. (2009). مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية. القاهرة: دار المصرية اللبنانية.
- صالح العلي. (2010). التواصل الاجتماعي المفاهيم والقيم. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- عادل صادق. (2007). الصحافة وادارة الأزمات مدخل نظري تطبيقي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- عبد الامير الفيصل. (بلا تاريخ). دراسات في الاعلام الالكتروني. الامارات: دار الكتاب الجامعي.
- عبد العظيم كامل الجميلي. (بلا تاريخ). الاعلام الجديد واشكاليات التوصل الرقمي. عمان: دار الايام للنشر والتوزيع.
- عبد الغني عماد. (بلا تاريخ). سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والاشكاليات من الحداثة الى العولمة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

- عبد الله الرعود. (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين/رسالة ماجستير . عمان: جامعة الشرق الأوسط.
- عبد الملك ردمان الدنانى. (2009). الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت. الرياض: دار الراتب الجامعية.
- عرفات خليل. (1994). دور المدرسة الثانوية في تنمية الوعي السياسي. المؤتمر السابع للبحوث السياسية (صفحة 89). القاهرة: جامعة القاهرة / قسم العلوم السياسية.
- عقيل حسين عقيل. (2014). خطوات البحث العلمي. الامارات: دار بن كثير.
- علي وطفة. (بلا تاريخ). التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي. بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت (صفحة 681). دمشق: جامعة دمشق / كلية التربية.
- ليث الكبيسي و محمد النعامنة. (2010). تكنولوجيا الاتصالات والشبكات الاجتماعية. عمان: دار الثراء للنشر والتوزيع.
- مجموعة مؤلفين. (2008). التقرير العربي للتنمية الثقافية . بيروت: مؤسسة الفكر العربي.
- محمد الحورش. (2012). الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني/ اطروحة الدكتوراه. عمان: جامعة الشرق الأوسط/ كلية العلوم السياسية.
- مصعب حسام الدين. (2014). ثورات الفيس بوك: مستقبل رسائل التواصل الاجتماعي في التعبير. بيروت: شركة المطبوعات للنشر والتوزيع.
- مهند حميد التميمي. (2017). التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.