

The Impact of Data Journalism on Jordanian Voters During the 2024 Parliamentary Elections

Weal Ziad Alsharu¹, Mohammad Fawwaz Eneizat², Amjad Safori³

¹ *Journalism & Digital Media Department, Zarqa University, Zarqa, Jordan*

² *TV & Radio Department, Zarqa University, Zarqa, Jordan*

³ *Journalism & Digital Media Department, Zarqa University, Zarqa, Jordan*

Email: walsharu@zu.edu.jo, meneizat@zu.edu.jo, asafori@zu.edu.jo

Received: 30 Sept. 2024 Revised: 15 Oct. 2024 Accepted: 20 Nov. 2024 Published: 01 Jan 2025

Abstract:

The study aimed to identify the impact of data journalism on Jordanian voters during the 2024 parliamentary elections and their attitudes towards using data journalism during the elections, using a field survey method on a relative sample of (500) individuals from the Jordanian public. The study found that (4 1.3%) of respondents rely to a moderate degree on data journalism as a source of information about the 2024 Jordanian parliamentary elections. The most prominent reasons for this reliance were "its contribution to simplifying complex information and making it more understandable to the public," and the most prominent attitudes of respondents towards following data journalism were "it contributed to my knowledge of parties, candidates and their electoral programs," about the 2024 Jordanian parliamentary elections. The most prominent cognitive effects resulting from the respondents' use of these platforms during the 2024 Jordanian parliamentary elections were "It taught me how to choose local and party lists," while the most prominent emotional effects resulting from this use were "I was bored as a result of the repeated display of election campaigns on social media platforms," while the most prominent behavioral effects were "Unwillingness to participate in the elections due to lack of trust in some former representatives".

Keywords: Parliamentary elections, data journalism, Jordan

تأثير صحافة البيانات على الناخب الأردني خلال الانتخابات البرلمانية 2024

*وائل زياد أحمد الشرع،¹ محمد فوز عنيزات،² أمجد الصفوري³

¹أستاذ مساعد، قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن.

²أستاذ مساعد، قسم الصحافة والإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن.

³أستاذ مشارك، قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن.

المخلص:

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير صحافة البيانات على الناخب الأردني خلال الانتخابات البرلمانية 2024 واتجاهاتهم نحو استخدام الصحافة البيانات أثناء الانتخابات، وذلك باستخدام أسلوب المسح الميداني على عينة نسبية مكونة من (500) فرداً من الجمهور الأردني. وتوصلت الدراسة إلى أن (4 1.3%) من المستجيبين يعتمدون بدرجات متوسطة على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات النيابية الأردنية 2024، فكان أبرز أسباب هذا الاعتماد "مساهمتها في تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها أكثر قابلية للفهم للجمهور"، وأبرز اتجاهات المستجيبين نحو متابعة صحافة البيانات "ساهمت في معرفتي بالأحزاب والمرشحين وبرامجهم الانتخابية"، عن الانتخابات النيابية الأردنية 2024. وأبرز التأثيرات المعرفية الناتجة عن استخدام المستجيبين لهذه المنصات خلال الانتخابات النيابية الأردنية 2024 كانت "عرفتني بكيفية اختيار القوائم المحلية والحزبية"، فيما أبرز التأثيرات العاطفية الناتجة عن هذا الاستخدام كانت "كنت أشعر بالملل نتيجة عرض الحملات الانتخابية بشكل متكرر عبر منصات التواصل الاجتماعي"، فيما أبرز التأثيرات السلوكية كانت "عدم الرغبة في المشاركة بالانتخابات بسبب قلة الثقة ببعض النواب السابقين".

الكلمات المفتاحية: الانتخابات البرلمانية، صحافة البيانات، الأردن.

المقدمة

تشهد الصحافة العالمية تطوراً كبيراً في استخدام البيانات كأداة أساسية في إنتاج وتوزيع المعلومات، حيث أصبحت صحافة البيانات (Data Journalism) وسيلة مهمة لتحليل وفهم القضايا المعقدة وتقديمها بطريقة مبسطة للقارئ. في هذا السياق، تلعب صحافة البيانات دوراً محورياً في الانتخابات، من خلال تقديم الإحصائيات والتحليلات التي تساعد الناخبين على اتخاذ قرارات مستنيرة. (Bradshaw & Howard, 2018)

تلعب الصحافة دوراً حيوياً في تشكيل السلوك الانتخابي للناخبين من خلال تقديم معلومات دقيقة وموثوقة حول المرشحين والسياسات الانتخابية. وفقاً لدراسات عدة، تعد وسائل الإعلام المصدر الرئيسي الذي يعتمد عليه الناخبون للحصول على المعلومات الضرورية لتكوين آرائهم السياسية واتخاذ قراراتهم الانتخابية. (Druckman et al., 2005) الصحافة، خاصة صحافة البيانات، تمكّن الناخبين من الاطلاع على تحليلات دقيقة للإحصاءات الانتخابية

واستطلاعات الرأي، مما يعزز من قدرتهم على المقارنة بين المرشحين واتخاذ قرارات مستنيرة (Howard, 2019). من جهة أخرى، يمكن أن تسهم وسائل الإعلام في تشكيل التصورات الانتخابية عبر التركيز على مواضيع أو قضايا معينة وإهمال أخرى، مما يعرف بتأثير "الأجندة الإعلامية" (Agenda Setting) الذي يحدد الأولويات والقضايا التي يجب على الناخبين الاهتمام بها. (McCombs & Shaw, 1972)

على المستوى المحلي، يعتبر الشباب الأردني من الفئات الأكثر تأثراً في العمليات الانتخابية؛ ومع ظهور الأدوات الرقمية وانتشار المعلومات عبر منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية، بات من الضروري دراسة كيفية اعتمادهم على صحافة البيانات في تشكيل قراراتهم الانتخابية. الدراسات السابقة حول تأثير الإعلام على السلوك الانتخابي تظهر أن المعلومات التي يتم تقديمها بشكل موثوق ومدعوم بالبيانات يمكن أن تؤثر بشكل مباشر على سلوك الناخبين، وخاصة الشباب (المومني، 2020). إن الاعتماد على الصحافة، خاصة الرقمية منها، يعد عنصراً رئيسياً في توجيه سلوكهم الانتخابي. الدراسات تشير إلى أن الشباب، وهم الفئة الأكثر نشاطاً على وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية الإلكترونية، يتأثرون بشكل أكبر بالمعلومات التي تقدمها هذه الوسائل، (Eneizat et al., 2024). هذا التأثير يتضاعف نظراً للثقة التي يمنحها الجمهور للمعلومات التي تعتمد على التحليل الإحصائي والبيانات.

تعتمد صحافة البيانات على تحليل البيانات الواسعة والضخمة وبيان الحقائق من خلال هذا النوع من الصحافة، مما ساعد في تعزيز مصداقية المعلومات المقدمة للجمهور. (Diakopoulos, 2019) حيث تعمل صحافة البيانات كوسيلة رئيسية لمساعدة المجتمعات في فهم القضايا السياسية والاجتماعية المعقدة، مما جعلها أداة ضرورية لاتخاذ قرارات مصيرية. تعتبر الانتخابات النيابية فرصة للمواطنين للتعبير عن آرائهم السياسية والمشاركة في اتخاذ القرار، وهذا يتطلب أن يكون الناخبون مجهزين بمعلومات حقيقية ومن مصادر موثوقة. حيث تساعد تحليلات البيانات حول البرامج الانتخابية وأداء المرشحين من تمكين الناخبين من تقييم الخيارات بناءً على معلومات حقيقية، بدلاً من الاعتماد على الدعاية أو الشائعات (Coddington, 2015).

مشكلة الدراسة

مع التطور الكبير في وسائل الإعلام والتكنولوجيا، أصبحت صحافة البيانات مصدراً رئيسياً للمعلومات حول القضايا السياسية والانتخابات. يُعتمد على هذه الصحافة لتحليل البيانات والإحصائيات المتعلقة بالسلوك الانتخابي، والتي تُنشر لتوجيه الناخبين نحو اتخاذ قرارات مبنية على معلومات موثوقة. في ظل هذا السياق، يتزايد دور الشباب الأردني في العملية الانتخابية، وهم الفئة الأكثر تعرضاً للمعلومات الرقمية والصحافة الحديثة. لكن على الرغم من الأهمية المتزايدة لصحافة البيانات في الانتخابات، لا يزال هناك نقص في الدراسات التي تتناول مدى تأثير صحافة البيانات على السلوك الانتخابي للشباب في الأردن، ومدى اعتمادهم على هذه الوسيلة الإعلامية في تشكيل توجهاتهم السياسية واتخاذ قراراتهم الانتخابية. هذا يطرح تساؤلاً حول الكيفية التي تؤثر بها البيانات المقدمة من قبل الصحافة على قرارات الشباب الانتخابية، وهل تعتمد اختياراتهم السياسية على هذه البيانات أم أن هناك عوامل أخرى تلعب دوراً أكبر. تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف مدى تأثير صحافة البيانات على السلوك الانتخابي للشباب الأردني. تحديداً، تهدف الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الشباب على صحافة البيانات في اتخاذ قراراتهم الانتخابية، وما إذا كانت المعلومات المستندة إلى البيانات تؤثر على تفضيلاتهم السياسية.

أهمية الدراسة:

- الأهمية العلمية:
 - تسهم الدراسة في إثراء المعرفة حول العلاقة بين الإعلام الرقمي وصحافة البيانات وسلوك الشباب الانتخابي.
 - تقدم هذه الدراسة تحليلاً متعمقاً لدور صحافة البيانات في الأردن، وهو ما يعزز من الفهم العلمي لكيفية استجابة الشباب الأردني للتقارير الصحفية المبنية على البيانات والإحصاءات. توفر الدراسة أساساً للمقارنة بين السياق الأردني وسياقات أخرى مشابهة في المنطقة.

• الأهمية التطبيقية:

- تساعد نتائج الدراسة الأحزاب السياسية والمرشحين في فهم أفضل لكيفية استخدام صحافة البيانات لجذب انتباه الشباب وتوجيه سلوكهم الانتخابي. يمكن للحملات الانتخابية الاستفادة من هذه النتائج لتطوير استراتيجيات تواصل فعالة تستند إلى بيانات موثوقة.
- تقدم الدراسة توصيات لتحسين المحتوى الإعلامي، خاصة في مجال صحافة البيانات، مما يسهم في رفع مستوى الشفافية والدقة في نقل المعلومات. هذا سيساعد وسائل الإعلام الأردنية على تقديم تقارير أكثر شمولية واحترافية تساهم في تعزيز الوعي الانتخابي.
- تسهم هذه الدراسة في توعية الجهات التعليمية والإعلامية حول أهمية إعداد برامج توعوية تستهدف الشباب لتعليمهم كيفية التعامل مع المعلومات المستندة إلى البيانات. الهدف هو تمكينهم من اتخاذ قرارات انتخابية مستنيرة بناءً على معلومات دقيقة وموثوقة.
- توفر الدراسة لصناع القرار توصيات قائمة على نتائج علمية حول كيفية تحسين السياسات العامة المتعلقة بالإعلام والانتخابات، وخاصة فيما يتعلق بدور صحافة البيانات في تعزيز المشاركة السياسية بين الشباب.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس من هذه الدراسة الى معرفة تأثير صحافة البيانات على الناخب الأردني خلال الانتخابات البرلمانية 2024 ويتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية هي:

1. درجة اعتماد الجمهور الأردني على صحافة البيانات كمصدر رئيسي عن الانتخابات البرلمانية 2024
2. أسباب اعتماد الجمهور الأردني على صحافة البيانات للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية 2024
3. اتجاهات الجمهور الأردني نحو متابعة صحافة البيانات للانتخابات البرلمانية الأردنية 2024
4. التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة جراء اعتماد الجمهور الأردني على صحافة البيانات للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية 2024 والإشاعات المتحققة منها.

تساؤلات الدراسة:

1. ما درجة اعتماد الجمهور الأردني على صحافة البيانات كمصدر رئيسي عن الانتخابات البرلمانية 2024؟
2. ما أسباب اعتماد الجمهور الأردني على صحافة البيانات للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية 2024؟
3. ما اتجاهات الجمهور الأردني نحو متابعة صحافة البيانات للانتخابات البرلمانية الأردنية 2024؟
4. ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة جراء اعتماد الجمهور الأردني على صحافة البيانات للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية 2024 والإشاعات المتحققة منها؟

فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المستجيبين على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات النيابية الأردنية 2024 تعزى لخصائصهم الشخصية.
- الفرضية الثانية:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المستجيبين على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات البرلمانية الأردنية 2024؛ واتجاهات المستجيبين نحو متابعة صحافة البيانات للانتخابات.
- محددات مجتمع الدراسة تشمل:**

1. **العمر:** الشباب من 18 إلى 35 عامًا.
2. **الموقع الجغرافي:** يشمل جميع المحافظات الأردنية (الحضرية والريفية).
3. **المستوى التعليمي:** يشمل مختلف المستويات التعليمية (الثانوي، الجامعي، والدراسات العليا).
4. **الانتماء السياسي:** يشمل الشباب الذين لديهم توجهات سياسية متنوعة (مستقلين، منتمين لأحزاب سياسية، أو غير مهتمين).

النظرية المستخدمة:

تعتمد الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory) حيث أن النظرية هي إحدى النظريات التي تركز على العلاقة الديناميكية بين الأفراد ووسائل الإعلام وتأثير وسائل الإعلام على تشكيل المعرفة، الآراء، والسلوكيات. قدمت هذه النظرية لأول مرة من قبل ساندرابال-روكيغيتش ودي فلوير (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)، وهي تهدف إلى تفسير كيف تؤثر وسائل الإعلام في المجتمعات التي تتسم بتعقيدات اجتماعية وسياسية كبيرة.

النظرية مبنية على فرضية أن وسائل الإعلام تلعب دورًا رئيسيًا في تزويد الأفراد بالمعلومات اللازمة لفهم العالم من حولهم، خاصة في الفترات التي تشهد تغييرات اجتماعية أو أزمات سياسية. يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام بشكل خاص في فترات الاضطراب أو الغموض عندما تقل المعلومات المتاحة من مصادر أخرى (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). في مثل هذه الظروف، تزداد أهمية وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات، وتصبح العلاقة

بين وسائل الإعلام والجمهور أكثر تأثيرًا.

تشير النظرية إلى وجود ثلاثة أنواع من التأثيرات التي تنشأ نتيجة هذا الاعتماد المتزايد:

1. **التأثيرات المعرفية:** حيث تسهم وسائل الإعلام في تشكيل المعرفة لدى الأفراد حول القضايا المختلفة. يعتمد الجمهور بشكل كبير على وسائل الإعلام لفهم التطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
2. **التأثيرات الوجدانية:** تؤثر وسائل الإعلام على مشاعر الأفراد، وتلعب دورًا في إثارة مشاعر القلق أو الأمان، وكذلك تشكيل مواقفهم الوجدانية تجاه القضايا.
3. **التأثيرات السلوكية:** الاعتماد الكبير على وسائل الإعلام قد يؤدي إلى تغيرات في سلوك الأفراد بناءً على ما يتعرضون له من معلومات. (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)

في السنوات الأخيرة، ومع ظهور الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمية، تطورت نظرية الاعتماد لتشمل وسائل الإعلام الجديدة. أصبحت الشبكات الاجتماعية والمنصات الإلكترونية مصادر مهمة للمعلومات، وقد أسهمت في تغيير ديناميكيات الاعتماد الإعلامي، حيث أصبح بإمكان الأفراد المشاركة بشكل أكبر في صنع المحتوى الإعلامي. (Eneizat et al., 2023c; DeFleur & Ball-Rokeach, 2005).

الدراسات السابقة:

- دراسة (المومني، 2020) بعنوان "تأثير وسائل الإعلام على السلوك الانتخابي: دراسة حالة الانتخابات البرلمانية الأردنية" تناولت الدراسة تأثير الإعلام الجديد، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، على السلوك الانتخابي للشباب الأردني في الانتخابات البرلمانية. ركزت على دور الإعلام في تشكيل توجهات الشباب نحو المشاركة السياسية وأظهرت الدراسة أن وسائل الإعلام الرقمي، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، لها تأثير كبير على قرارات الشباب في العملية الانتخابية، حيث يعتمدون بشكل كبير على المعلومات التي تقدمها تلك الوسائل لاتخاذ قراراتهم. وأوصت الدراسة إلى ضرورة تطوير محتوى إعلامي موجه للشباب، يعزز من وعيهم السياسي ويقدم لهم معلومات دقيقة حول المرشحين والبرامج الانتخابية.
- دراسة (احمد، 2020) بعنوان "تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخب الأردني في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة خلال وباء كورونا المستجد" هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخبين الأردنيين المحتملين في الانتخابات البرلمانية الأردنية (2020) واتجاهاتهم نحو استخدام هذه المنصات أثناء الانتخابات، وتمثلت أبرز أسباب هذا الاعتماد في "إمكانية استخدام هذه المنصات في أي وقت وأي مكان"، و تمثلت أبرز اتجاهات الباحثين نحو متابعة المنصات الانتخابية البرلمانية الأردنية في "نقلها لإخبار الانتخابات أولاً بأول بالصوت والصورة والنص كما تمثلت أبرز التأثيرات المعرفية في توفير المعلومات عن العملية الانتخابية، وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية للمواطنين الأردنيين عبر تنفيذ الحملات، وضرورة الاستفادة الحكومية من منصات التواصل الاجتماعي لتوضيح إجراءات العملية الانتخابية.

• دراسة (ديكوبولوس، 2019) بعنوان " تأثير صحافة البيانات على التغطية الانتخابية" وهدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية تأثير صحافة البيانات على عملية التغطية الانتخابية، واستخدام الخوارزميات والبيانات لتحليل وتقديم معلومات دقيقة حول الانتخابات. حيث أوضحت أن استخدام تقنيات تحليل البيانات الضخمة واستطلاعات الرأي قد ساهم في تحسين دقة التنبؤ بالنتائج الانتخابية. وأشارت الدراسة إلى أن صحافة البيانات توفر شفافية أكبر للجمهور وتسهم في تعزيز مصداقية المعلومات الصحفية المتعلقة بالانتخابات، وأظهرت الدراسة أن استخدام التحليل الرقمي للخوارزميات والبيانات الضخمة مكّن الصحفيين من تقديم تنبؤات أكثر دقة حول النتائج الانتخابية مقارنةً بالأساليب التقليدية، وأوصت الدراسة بضرورة تقديم تدريب متخصص للصحفيين لتطوير مهاراتهم في تحليل البيانات واستخدام الخوارزميات، مما يمكنهم على كتابة تقارير أكثر دقة في تغطية الأحداث الانتخابية.

• دراسة (Howard and Bradshaw, 2018) بعنوان " The Role of Data Journalism in Election Coverage" تأثير صحافة البيانات على الانتخابات" وتركز هذه الدراسة على كيفية تأثير صحافة البيانات في تغطية الانتخابات، وتسلط الضوء على قدرة هذه الوسيلة الإعلامية على تقديم معلومات دقيقة وشاملة تستند إلى البيانات والإحصاءات وأظهرت الدراسة أن صحافة البيانات تعزز من قدرة الجمهور على فهم المعطيات السياسية المعقدة واتخاذ قرارات مستنيرة. وأوضحت أن الناخبين الذين يتعرضون للمعلومات المستندة إلى البيانات يميلون لاتخاذ قرارات انتخابية مبنية على معطيات علمية وتحليل دقيق. وأوصت الدراسة بضرورة تحسين مهارات الصحفيين في استخدام البيانات وتقديمها بشكل سهل الفهم للجمهور. كما دعت إلى تعزيز الشفافية في الوصول إلى البيانات الحكومية المتعلقة بالانتخابات.

• دراسة (كودينغتون، 2015) بعنوان "صحافة البيانات وصياغة القصص السياسية في الانتخابات الأمريكية" هدفت هذه الدراسة إلى توضيح كيف يمكن للصحفيين استخدام البيانات والخوارزميات لكتابة تقارير تحليلية دقيقة حول الحملات الانتخابية وسلوك الناخبين. كما ركزت الدراسة على توضيح الدور المتزايد للبيانات في عرض صورة أوضح حول الاتجاهات الانتخابية، بالإضافة إلى كيفية تأثير هذه البيانات على القرارات السياسية وصياغة الرأي العام، وأوضحت الدراسة أن هناك اعتماد كبير على صحافة البيانات من قبل الصحفيين السياسيين خلال فترة، وبينت الدراسة إلى أن استخدام البيانات عمل على تغيير الطرق التي يتم بها صياغة القصص السياسية، حيث أصبحت تعتمد على الأرقام والتحليلات الكمية، بدلاً من السرديات التقليدية القائمة على الرأي الشخصي للصحفي.

• دراسة (Al-Kandari and Hasanen, 2012) بعنوان " Digital Media and Youth Political Participation: Evidence from the Arab World" دور وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل الرأي الانتخابي" وتناولت هذه الدراسة دور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز المشاركة السياسية بين الشباب في

العالم العربي، مع التركيز على تأثير الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي. وأظهرت الدراسة أن الشباب في العالم العربي يعتمدون بشكل كبير على الإعلام الرقمي في المشاركة السياسية، ويستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات التي تؤثر على قراراتهم الانتخابية. كما بينت أن المعلومات المستندة إلى البيانات على الإنترنت تلعب دورًا حيويًا في تغيير الرأي الانتخابي. وأوصت الدراسة إلى تحسين جودة المعلومات التي يتم تقديمها عبر وسائل الإعلام الرقمية، مع التركيز على الشفافية والمصداقية، لضمان أن يتلقى الشباب معلومات دقيقة وموثوقة تساهم في تعزيز مشاركتهم السياسية الفاعلة.

- دراسة (Kreiss and Howard, 2010) بعنوان "Data-Driven Campaigns and Voting Behavior: The Impact of Big Data on Elections" تناولت الدراسة تأثير الحملات الانتخابية المستندة إلى البيانات الضخمة (Big Data) على سلوك الناخبين. وأوضحت الدراسة كيفية استخدام الحملات الانتخابية للبيانات الضخمة لاستهداف الناخبين بشكل أكثر موضوعية. وبينت الدراسة أن الحملات الانتخابية المستندة إلى البيانات قادرة على التأثير بشكل أكبر في قرارات الناخبين من خلال الرسائل الهادفة التي تتناسب مع اهتماماتهم الشخصية. كما أوضحت أن هذه الطريقة تعتمد على جمع وتحليل البيانات بطرق دقيقة وأوصت الدراسة بمراجعة أخلاقيات استخدام البيانات الضخمة في الحملات الانتخابية، وضمان حماية الخصوصية للناخبين. كما دعت إلى ضرورة تحديد استخدام البيانات في الحملات السياسية بما يضمن نزاهة العملية الانتخابية.

يمكن تحديد موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في ضوء ما يلي: جميع الدراسات اتفقت على أن صحافة البيانات تساهم في زيادة دقة التغطية الانتخابية، سواء من حيث التنبؤ بنتائج الانتخابات أو تحليل سلوك الناخبين. على سبيل المثال، دراسة ديكوبولوس (2019) أكدت على تحسين الدقة من خلال استخدام البيانات الضخمة، فيما أيدت كودينغتون (2015) هذا الرأي بخصوص الانتخابات الأمريكية. قدمت الدراسات السابقة مثل دراسة McCombs و Shaw (1972) المتعلقة بتحديد الأجندة (Agenda-Setting) أساسًا نظريًا لفهم كيفية تأثير وسائل الإعلام على تحديد أولويات الجمهور. هذا ساعد دراستك في تفسير كيف يمكن لصحافة البيانات أن تؤثر على الأولويات السياسية لدى الشباب الأردني وتوجيه سلوكهم الانتخابي.

دراسات مثل دراسة Al-Kandari و Hasanen (2012) وفرت فهماً أعمق لدور الإعلام الرقمي في تعزيز المشاركة السياسية للشباب. هذا يتيح لدراستك فرصة للتركيز على دور صحافة البيانات، كجزء من الإعلام الرقمي، في التأثير على قرارات الشباب الانتخابية. ودراسة Bradshaw و Howard (2018) حول تأثير صحافة البيانات في تغطية الانتخابات قدّمت رؤى مهمة حول كيفية تقديم البيانات للجمهور وتأثيرها على قراراتهم الانتخابية. ساعدت هذه الدراسة في فهم كيف يمكن لصحافة البيانات أن تساهم في تقديم معلومات موثوقة تؤثر على سلوك الشباب الأردني في التصويت. بالإضافة إلى دراسة Kreiss and Howard (2010) and Eneizat et al., 2023a, 2023b حول الحملات الانتخابية المستندة إلى البيانات الضخمة وفرت لدراستك منظورًا مهمًا حول كيفية استهداف الناخبين بشكل

فعال باستخدام البيانات. يمكن لدراستك الاستفادة من هذه النتائج لاستكشاف كيفية استثمار الحملات الانتخابية في الأردن لصحافة البيانات لجذب الشباب.

ركزت دراسة كودينغتون (2015) على كيف غيرت صحافة البيانات أسلوب صياغة القصص السياسية باستخدام التحليل الكمي، لم تركز دراسة ديكوبولوس (2019) بشكل كبير على التغيير في صياغة القصص بقدر ما ركزت على دقة التنبؤات وزيادة الشفافية. كما اتفقت الدراسات على أن استخدام البيانات يزيد من شفافية التغطية السياسية ويعزز المصداقية. أظهرت دراسة ديكوبولوس (2019) كيف أن البيانات تتيح شفافية أكبر للجمهور، وهو ما أيدته أيضًا أحم، عامر على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واستخدام الأساليب الحديثة في عرض المعلومات، خاصة أثناء فترة الانتخابات الأردنية. إن الدراسة المحلية للمومني (2020) التي تناولت تأثير الإعلام الجديد على السلوك الانتخابي للشباب الأردني قَدّمت معلومات مباشرة تتعلق بالسياق الأردني. دراستك تستفيد من نتائجها لتوسيع الفهم حول تأثير وسائل الإعلام الحديثة، مع تركيز خاص على صحافة البيانات، على السلوك الانتخابي للشباب.

نوع الدراسة ومنهجها:

تُعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى الوصول إلى فهم دقيق للظواهر والأحداث من خلال تحليل عناصرها، متغيراتها، وخصائصها. وتهدف إلى توفير معلومات كافية لتفسير هذه الظواهر وتحليلها بغرض تقييم آثارها ودلالاتها، ووضع التوصيات المناسبة لمعالجتها، أو تطويرها، أو تعديلها، أو استكمالها، أو التنبؤ بمستقبلها. وفي إطار هذا النوع من الدراسات، اعتمد الباحث على منهج مسح جمهور وسائل الإعلام بهدف تقديم توصيف لاتجاهات مجموعة من الناخبين الأردنيين، والتعرف على آرائهم وأفكارهم حول تأثير صحافة البيانات خلال الانتخابات البرلمانية لعام 2024.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الأردنيين الذين متاحين للمشاركة في الانتخابات البرلمانية (2024)، حيث تم اختيار عينة متاحة على عينة قوامها (500 مفردة) من كافة فئات المجتمع الأردني. تم استخدام استبانة لجمع بيانات الدراسة، عبر تصميمها إلكترونياً وإرسالها عبر منصات التواصل الاجتماعي بعد انتهاء الانتخابات الأردنية في شهر 9.

اختبار الصدق والثبات:

ولقياس مدى صدق الاستبانة، تم إجراء الاختبار القبلي من خلال توزيع الاستبانة على عينة جزئية من الناخبين الأردنيين، مكونة من (50) فرداً، تمثل (10%) من إجمالي العينة البالغة (500) فرداً، وذلك بهدف التعرف على استجاباتهم وملاحظاتهم حول الاستبانة، وإجراء التعديلات اللازمة بناءً على ذلك؛ للتأكد من وضوحها اللغوي، وصلاحياتها للتطبيق الميداني.

كما تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) باستخدام معامل ألفا كرونباخ، ولقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة والتأكد من ثباتها، بلغت قيمة معامل الثبات لمحور أسباب تأثير صحافة البيانات على الناخب الأردني خلال الانتخابات النيابية 2024 ($\alpha = 0.84$)، ومحور الاتجاهات نحو متابعة صحافة البيانات على الناخب الأردني خلال الانتخابات النيابية 2024 ($\alpha = 0.89$)، ومحور التأثيرات المعرفية ($\alpha = 0.87$)، ومحور التأثيرات العاطفية (0.90)

$\alpha =$ ، ومحور التأثيرات السلوكية لمتابعة صحافة البيانات على المستجيبين ($\alpha = 0.86$)، حيث تعد قيم معامل الثبات المرتفعة قيم مقبولة لإجراء الدراسة.

المقاييس الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

وقد تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة بعد جمعها، حيث تم استخدام المقاييس الإحصائية التالية لتحليل البيانات: التكرارات، النسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، اختبار (ت) للعينات المستقلة، تحليل التباين الأحادي (Anova)، تحليل التباين البعدي (LSD)، ومعامل ارتباط سبيرمان.

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً: درجة الاعتماد على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات البرلمانية 2024:

وجاء في المرتبة الأولى من يعتمدون باعتدال على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات النيابية الأردنية 2024، بنسبة 41%، يليهم من يعتمدون على هذه المنصات بشكل كبير بنسبة 27.8%، وفي المرتبة الأخيرة من يعتمدون عليها قليلاً بنسبة 31.2%، حيث تم استبعاد من لا يعتمدون على صحافة البيانات من مجموع المستجيبين.

وتشير أهمية النسب أعلاه إلى الدور الذي لعبته صحافة البيانات في الانتخابات النيابية الأخيرة، حيث تم استخدامها بشكل ملحوظ لتنفيذ الحملات الانتخابية وعرض البرامج السياسية للمرشحين، مع تطور صحافة البيانات مؤخرًا واستخدامها لعناصر الجذب المرئية؛ مما أدى إلى انتقال الترويج السياسي للمرشحين من الطرق التقليدية إلى الإلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي. كما ساهمت خصائص هذه الصحافة، كالتفاعلية، في جذب الناخبين وإشراكهم في عملية الحوار السياسي مع المرشحين، والمشاركة في التعليق والمناقشة وإبداء الآراء حول العملية الانتخابية ككل. وتتفق النتائج أعلاه مع دراسة (Siraki, 2020) التي وجدت أن الغالبية العظمى من المستجيبين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة المواضيع السياسية، كما تتفق مع دراسة (Balo & Shawon, 2018)، التي وجدت أن الغالبية العظمى من المستجيبين يعتمدون على هذه المنصات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات البرلمانية.

ثانياً: أسباب اعتماد الجمهور الأردني على صحافة البيانات للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية 2024

جدول رقم (1): أسباب متابعة الجمهور الأردني لصحافة البيانات للانتخابات البرلمانية الأردنية 2024

#	أسباب الاعتماد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	مساهمتها في تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها أكثر قابلية للفهم للجمهور	1.73	0.59
2	إمكانية التفاعل مع على الموضوعات ذات الصلة بالأنشطة الانتخابية.	1.71	0.57
3	مساهمتها في تعريف المرشحين في دائرتي الانتخابية	1.62	0.64
4	أستطيع عبر صحافة البيانات مناقشة آرائي مع الآخرين حول الانتخابات.	1.59	0.65
5	استخدامها الوسائط المتعددة صوت وصورة وفيديو	1.55	0.58

0.72	1.51	تتوعها في عرض المعلومات ذات الصلة بالعملية الانتخابية	6
0.75	1.46	مساهمتها في تحديد قراري حول العملية الانتخابية	7
0.69	1.43	مساهمتها في تعريفها بالأحزاب والمرشحين	8
0.66	1.38	أستطيع من خلالها مناقشة آرائي مع الآخرين حول الانتخابات	9
0.67	1.33	أثق بالمعلومات التي تقدمها حول العملية الانتخابية	10
0.71	1.31	لأنها تساعد على تحليل مجموعات كبيرة من البيانات الخاصة بالانتخابات التي قد يصعب تحليلها بشكل تقليدي	11

يتضح من بيانات الجدول ذي الرقم (1)، أن أبرز أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة البيانات للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية 2024، قد تمثلت في " مساهمتها في تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها أكثر قابلية للفهم للجمهور" ($M=1.73$)، يليه " إمكانية التفاعل مع على الموضوعات ذات الصلة بالأنشطة الانتخابية" ($M=1.71$)، ومن ثم "لأنها تسهم في تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها أكثر قابلية للفهم للجمهور" ($M=1.62$) فيما تمثلت أقل أسباب الاعتماد بـ "استطيع من خلالها مناقشة آرائي مع الآخرين حول الانتخابات" ($M=1.38$)، فيما يليه "أثق بالمعلومات التي تقدمها حول العملية الانتخابية" ($M=1.33$)، ومن ثم "لأنها تساعد على تحليل مجموعات كبيرة من البيانات الخاصة بالانتخابات التي قد يصعب تحليلها بشكل تقليدي" ($M=1.31$).

ويمكن تفسير النتائج أعلاه في ضوء مساهمة صحافة البيانات في تقديم معلومات مبسطة لكافة أفراد المجتمع، كما تعتمد صحافة البيانات على عناصر جذب مهمة مثل استخدام الصورة والرسوم البيانية التي من شأنها تبسيط المعلومات واستخدام النسب المئوية والتي تعد من إيجابيات صحافة البيانات وبالتالي تتيح إمكانية تفاعل الجمهور الأردني فيما يتعلق بالانتخابات البرلمانية 2024، كما يعتمد المرشحون على هذه الوسائل من أجل تعريف الناخبين بهم كما ذكر احمد (2020) إن الجمهور الأردني في السنوات القليلة الأخيرة اعتمد بشكل كبير على منصات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن الانتخابات النيابية الأردنية. كما تتفق هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة (دراسة المومني 2020 ودراسة احمد 2020) والتي تشير أهمية استخدام صحافة البيانات في المشاركة السياسية.

ثالثاً: اتجاهات الجمهور الأردني نحو متابعة صحافة البيانات للانتخابات البرلمانية الأردنية 2024

جدول رقم (2): اتجاهاتك نحو متابعة صحافة البيانات للانتخابات البرلمانية الأردنية 2024

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات
1.01	3.76	سأهت في معرفتي بالأحزاب والمرشحين وبرامجهم الانتخابية
1.09	3.71	توفير مختلف أشكال المعلومات حول العملية الانتخابية والمرشحين وأصبحت منتشرة أكثر كونها تقدم تلك المعلومات بقالب صحفي جديد
1.12	3.70	شجعت الناخبين على المشاركة في الحوار السياسي الانتخابي.
1.15	3.67	نقلت معلومات حول الانتخابات بطريقة جذابة ومختصرة
1.07	3.61	سأهت في تعزيز المشاركة الديمقراطية بين المواطنين.
1.05	3.55	سأهت في نشر الإرشادات وآلية التصويت بطريقة جذابة ومختصرة وواضحة
1.18	3.50	سأعدت المرشحين في التواصل مع الناخبين عبر الإنترنت.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات
1.03	3.44	توفير المعلومات مختلفة حول العملية الانتخابية والمرشحين في الدوائر الانتخابية المختلفة.

يوضح الجدول رقم (2)، أن أبرز اتجاهات الجمهور الأردني نحو متابعة صحافة البيانات للانتخابات البرلمانية الأردنية 2024، قد تمثلت في "توفير مختلف أشكال المعلومات حول العملية الانتخابية والمرشحين وأصبحت منتشرة أكثر كونها تقدم تلك المعلومات بقالب صحفي جديد" ($M=3.71$)، يليه "شجعت الناخبين على المشاركة في الحوار السياسي الانتخابي" ($M=3.70$)، ومن ثم "نقلت معلومات حول الانتخابات بطريقة جذابة ومختصرة" ($M=3.67$) فيما تمثلت أقل هذه الاتجاهات بـ "ساعدت المرشحين في التواصل مع الناخبين عبر الإنترنت" ($M=3.70$)، فيما يليه "توفير المعلومات مختلفة حول العملية الانتخابية والمرشحين في الدوائر الانتخابية المختلفة" ($M=3.44$).

بعد ظهور قانون الأحزاب الجديد، أدت صحافة البيانات دورا هاما في تعريف الناخبين الأردنيين حول قانون الأحزاب الجديد، لجئ العديد من من المرشحين المستقلين والأحزاب على استخدام صحافة البيانات من أجل تقديم معلومات هامة تعرف الناس بأهمية الأحزاب في المرحلة القادمة والتي سعت الى تقديم معلومات بقالب صحفي جديد وبسيط مثل الأرقام والصور لجذب الجمهور الأردني. تتفق الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات السابقة التي أشارت على أهمية استخدام عناصر الصورة والأرقام والتي تعتبر من العناصر التي تجذب الجمهور (دراسة المومني 2020 ودراسة احمد 2020 وديكوبولوس، 2022)

رابعا: ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة جراء اعتماد الجمهور الأردني على صحافة البيانات للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية 2024 والإشباع المتحققة منها.

الجدول رقم (3): أثر استخدام صحافة البيانات على الناخبين خلال الانتخابات النيابية الأردنية 2024

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات
التأثيرات المعرفية		
0.99	3.92	عرفتني بكيفية اختيار القوائم المحلية والحزبية
0.96	3.89	عرفتني بأهمية المشاركة في انتخاب القوائم الحزبية
1.06	3.81	زودتني بمعلومات هامة حول المرشحين في دائرتي الانتخابية
1.11	3.77	زادت معرفتي بقوانين الانتخاب والترشح.
0.93	3.70	زادت قدرتي على المقارنة بين المرشحين من خلال برامج الانتخابية.
0.97	3.66	زادت قدرتي على تحليل البرامج الانتخابية لكل مرشح.
0.91	3.64	عرفتني بدور المواطن في المشاركة في الانتخابات الحالية
التأثيرات الوجدانية		
1.03	3.97	كنت أشعر بالملل نتيجة عرض الحملات الانتخابية بشكل متكرر عبر منصات التواصل الاجتماعي.
1.04	3.95	كنت أشعر بعدم الرضا عن البرامج الانتخابية للمرشحين.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات
0.96	3.93	كنت قلقاً من الممارسات غير القانونية في الانتخابات مثل إهانة المرشح المنافس ومحاولة تشويه سمعته.
0.99	3.89	كنت أشعر بالقلق بشأن استخدام منصات التواصل الاجتماعي في عملية شراء الأصوات.
1.10	3.87	كنت قلقاً من انتخاب الأشخاص غير الأكفاء
التأثيرات السلوكية		
0.95	4.14	عدم الرغبة في المشاركة بالانتخابات بسبب قلة الثقة ببعض النواب السابقين
0.99	4.03	تغيير رأبي حول بعض المرشحين في منطقتي الانتخابية
0.97	3.93	إقناع عائلتي ومعارفي بعدم المشاركة في الانتخابات بسبب ضعف المجالس النيابية السابقة
10.5	3.91	البحث عن مزيد من المعلومات حول المرشح الذي أريد التصويت له
1.06	3.87	مناقشة موضوع الانتخابات مع الآخرين إلكترونياً
0.98	3.84	أصبح التواصل مع المرشحين ومناقشة برامجهم الانتخابية إلكترونياً.

يتبين من الجدول رقم (3)، أن أبرز التأثيرات المعرفية للجمهور الأردني نحو متابعة صحافة البيانات للانتخابات البرلمانية الأردنية 2024، قد تمثلت في "معرفتي بكيفية اختيار القوائم المحلية والحزبية" ($M=3.92$)، يليه " معرفتي بأهمية المشاركة في انتخاب القوائم الحزبية" ($M=3.89$)، كما تمثلت أبرز التأثيرات الوجدانية المبنية على هذا الاستخدام في " الشعور بالملل نتيجة عرض الحملات الانتخابية بشكل متكرر عبر منصات التواصل الاجتماعي". ($M=3.97$) و " الشعور بعدم الرضا عن البرامج الانتخابية للمرشحين". ($M=3.95$)، فيما تمثلت أبرز التأثيرات السلوكية في "عدم الرغبة في المشاركة بالانتخابات بسبب قلة الثقة ببعض النواب السابقين" ($M=4.14$)، و " تغيير رأبي حول بعض المرشحين في منطقتي الانتخابية" ($M=4.03$).

ويمكن تفسير النتائج في الجدول السابق في ضوء الكم الكبير من المعلومات والأخبار المتعلقة بالانتخابات النيابية 2024، والتي استخدم المرشحون والناخبون والمؤسسات الرسمية صحافة البيانات، حيث اهتمت العديد من الجهات الرسمية وغير الرسمية بالعملية الانتخابية خصوصاً بعد تفعيل قانون الأحزاب في الانتخابات الأخيرة، وتأثيرات قانون الانتخاب الجديد الذي اشتمل القوائم المحلّة والقوائم الحزبية في الأردن على المشاركة في التصويت؛ مما دفع العديد من المواطنين للبحث عن معلومات وإرشادات تتعلق بكيفية التعامل مع الية الانتخاب الجديدة. ودعا العديد من الناشطين من خلال صحافة البيانات إلى أهمية الانتخابات في ظل وجود أحزاب مختلفة لأول مره في الأردن.

وعلى ذلك؛ انعكس تفاعل التأثيرات المعرفية والعاطفية لاستخدام صحافة البيانات على المستجيبين، إذ ساهمت المعلومات المتعلقة بإجراء الانتخابات والمشاركة فيها في ظل قانون الانتخاب الأردني في تعزيز مشاعر الملل من تكرار الحملات الانتخابية بدون رؤية واضحة للناخبين، والتي انعكست جميعها كتأثيرات سلوكية من خلال عدم الرغبة في المشاركة في العملية الانتخابية في ٢٠٢٤، كما أثر استخدام صحافة البيانات على المشاركة السياسية للمستجيبين في الانتخابات النيابية 2024 من خلال تعزيز مشاركتهم في التصويت، أو من خلال مقاطعة الانتخابات والامتناع عن التصويت نتيجة لفقد الثقة بالمجالس النيابية السابقة

فرضيات الدراسة:

وتشير نتائج اختبار الفرضية الأولى المتعلقة بتأثير الخصائص الشخصية للمستجيبين على درجة اعتمادهم على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات النيابية الأردنية 2024:

1. **الجنس:** أظهر الاختبار (t-test) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المستجيبين على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات النيابية الأردنية تعزى لمتغير الجنس، حيث بلغت القيمة التائية (-2.723) عند مستوى الدلالة (0.73)، وهي غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).
2. **العمر:** أظهر اختبار (One Way Anova) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المستجيبين على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات النيابية الأردنية 2024 تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة F (23.15) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05). ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD) اتضح أن من تتراوح أعمارهم بين (24 - 29 سنة) جاءوا في مقدمة المستجيبين الذين اعتمدوا على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات، يليهم من تتراوح أعمارهم بين (أكثر من 40 سنة)، ثم من تتراوح أعمارهم بين (35 - 39 سنة)، ثم من تتراوح أعمارهم (18 - 23 سنة) وفي المرتبة الأخيرة من تتراوح أعمارهم بين (30-34 سنة).
3. **جهة العمل:** أظهر اختبار (One Way Anova) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المستجيبين على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات النيابية الأردنية 2024 تعزى لصاحب العمل، إذ بلغت قيمة F (1.152) عند مستوى الدلالة (0.453)، وهي غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

وقد ثبت صحة الفرضية الثانية، والمتعلقة بوجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المستجيبين على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول الانتخابات النيابية الأردنية 2024 واتجاهات المستجيبين نحو متابعة هذه المنصات للانتخابات، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (***) $\rho = 0.365$ عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.04).

المقترحات:

- ضرورة أن يركز القائمون على تخطيط وتنفيذ الحملات الانتخابية على تطوير استراتيجية تسويقية تستخدم صحافة البيانات بالدرجة الأولى كأداة اتصال، نظراً لأهميتها، حيث أظهرت نتائج الدراسة الحالية أن الغالبية العظمى من المستجيبين يعتمدون على صحافة البيانات كمصدر للمعلومات حول المشاركة في العملية الانتخابية
- ضرورة استغلال صحافة البيانات لتعزيز المشاركة الانتخابية للمواطنين الأردنيين من خلال تنفيذ حملات ونشر معلومات تسلط الضوء على أهمية المشاركة في الانتخابات، وإجراء حوارات سياسية بقدر كبير من الحرية والشفافية بين المرشح والناخب.

- ضرورة استفادة الجهات الحكومية من صحافة البيانات لتوضيح إجراءات العملية الانتخابية والمشاركة فيها، ونشر المعلومات والبيانات الكافية والضرورية لتوظيف عملية التصويت والعملية الانتخابية بعد دخول القوائم الحزبية في الانتخابات الأخيرة.

المصادر والمراجع

- المومني، خالد. (2020). تأثير الإعلام الجديد على السلوك الانتخابي للشباب في الأردن. *المجلة الأردنية للعلوم السياسية*، 2(8)، 134-155.
- المومني، خالد. (2020). تأثير الإعلام الجديد على السلوك الانتخابي للشباب في الأردن. *المجلة الأردنية للعلوم السياسية*، 2(8)، 134-155.
- احمد، عامر خالد. (2021). تأثير استخدام منصات التواصل الاجتماعي على الناخب الاردني في الانتخابات البرلمانية الأردنية التاسعة عشرة خلال وباء كورونا المستجد (كوفيد_19). *مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الانسانية*، 2(2)، 334.
- Bradshaw, P., & Howard, A. (2018). **The Data Journalism Handbook: Towards a Critical Data Practice**. O'Reilly Media.
- Druckman, J. N., Kuklinski, J. H., & Sigelman, L. (2005). The Unmet Potential of Interdisciplinary Research: Political Psychological Approaches to Voting Behavior. *Political Psychology*, 26(4), 489-494.
- Howard, A. (2019). *The Promise and Peril of Data Journalism*. Data Journalism Handbook. O'Reilly Media.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331-348. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Al-Kandari, A., & Hasanen, M. (2012). Digital Media and Youth Political Participation: Evidence from the Arab World. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 5(3), 257-272.
- Kreiss, D., & Howard, P. N. (2010). Data-Driven Campaigns and Voting Behavior: The Impact of Big Data on Elections. *Journal of Communication*, 60(4), 729-741.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3-21.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (2005). *Theories of mass communication* (5th ed.). Longman.
- Lowery, S. A., & DeFleur, M. L. (1995). *Milestones in mass communication research: Media effects* (3rd ed.). Longman.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Siraki, G. K. (2018). The Role of Social Networks on Socialization and Political Participation of Political science Students of Islamic Azad University, South Tehran Branch (2007-2017).
- Balo, B. K., & Shawon, N. M. (2019). Use of social media in Election Marketing in Bangladesh: Its impact on Voting Behavior. *Khulna Univ. Bus. Rev.*
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press.
- Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331-348.

- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- Eneizat, M., Alrababah, O., & Alnawafah, M. (2024). The Mediating Role of Normative Beliefs about Aggression on the Relationship between Violent Digital Games and Students' Aggressive Behaviour. *Journal of Intercultural Communication*, 24(3).
- Eneizat, M. F., Halim, H., & Dalib, S. (2023a). Moderating effect of gender and socioeconomic status on the relationship between media exposure and violent behaviour. *Media Literacy and Academic Research*, 6(1), 155-173.
- Eneizat, M. F., Halim, H., & Dalib, S. (2023b). Determinants of violent behaviour among Jordanian adolescents: The propositions. *SEARCH Journal of Media and Communication Research (SEARCH)*, 45.
- Eneizat, M. F., Halim, H., & Dalib, S. (2023c). Effects of Media Exposure and Family Communication on Violent Behaviour of Jordanian Adolescents. In *International Conference on Communication and Media 2022 (i-COME 2022)* (pp. 31-43). Atlantis Press.