

اعتماد الشباب الجامعي العراقي على إعلام الهواتف الذكية ودورها في مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية لسنة 2018 (دراسة مسحية)

ليث عبد الستار عيادة*

ملخص

يمثل الاتصال السياسي عبر إعلام الهواتف الذكية شكل من اشكال الممارسة السياسية غير التقليدية، ونوع من المشاركة السياسية البديلة التي اتجه إليها الشباب العراقي في ظل شعورهم بعجز القنوات التقليدية عن تحقيق التغيير المنشود في البيئة السياسية، ومع ارتفاع سقف الحرية الشخصية على الوسيط الشبكي، وتطور تكنولوجيا الموبايل التي تمحورت حول الهاتف الذكي Smart Phone، اصبح يمتلك الكثير من الافراد القدرة على الحديث والنقاش عن السياسة والشؤون العامة للتغلب على حالة عدم اليقين نحو كثير من القضايا السياسية، وبالتالي فإن مناقشة الواقع السياسي يعد عاملاً مهماً في التأثير الايجابي على مستوى المشاركة السياسية، كما تخلق سمات التنقل والفورية لوسائل إعلام الهاتف الذكي مساحة للاتصال الفوري والدائم، وطقوساً اتصالية تساعد المجموعات التي تحمل رؤى سياسية موحدة على تشكيل روابط متماسكة بطرق متعددة لم تكن متاحة في الماضي، وبالتالي فإن استخدام اعلام الهواتف الذكية والثقة في ادواته وآلياته الاتصالية والإعلامية يعد من العوامل المؤثرة على المشاركة السياسية، فضلاً عن استخدام أخبار الهاتف الذكي كمتغير مؤثر على مستوى المشاركة السياسية.

وفي هذا السياق يتحدد الهدف الرئيسي لهذا البحث في رصد وتحديد تأثير إعلام الهواتف الذكية على مشاركة الشباب العراقي في الانتخابات البرلمانية لسنة 2018.

ويعد البحث من البحوث الوصفية وتم استخدام المنهج المسحي باستخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (438) مفردة من الشباب العراقي المستخدم لإعلام الهواتف الذكية، وقد حصل منها الباحث على (400) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي، بهدف التعرف على رؤية الباحثين لتأثير إعلام الهواتف الذكية على المشاركة السياسية للشباب العراقي بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 وحتى نهاية الانتخابات البرلمانية لسنة 2018، حيث حظيت هذه الفترة بالعديد من الاحداث السياسية المهمة. وخرج البحث بمجموعة من النتائج والدلالات، وتم تقديم جملة من الاقتراحات.

الكلمات الدالة: إعلام الهواتف الذكية، المشاركة السياسية، الاعتدال السياسي.

المقدمة

تعتبر دراسات الهواتف الذكية من المجالات البحثية التي نالت اهتمام كثير من الباحثين في السنوات القليلة الماضية، وفي ظل الزيادة المضطردة لمستخدمي الهواتف الذكية تحظى دراسات إعلام الهواتف الذكية أو الإعلام المتحرك بأهمية كبيرة في مجال الاتصال السياسي وتشكيل الرأي العام، ومع تزايد استخدام الأجهزة الاتصالية المحمولة، بدأ كثير من الباحثين الغربيين في استكشاف تأثيرات إعلام الهواتف الذكية على الديمقراطية والمشاركة السياسية والمدنية للأفراد، وكان دافعهم لذلك هو ثراء إمكاناته ووظائفه الاتصالية والإعلامية المؤثرة على مختلف نواحي الحياة.

وقد أتاحت تكنولوجيا إعلام الهواتف الذكية قنوات جديدة للتواصل بين الحكومات والشعوب، ووفرت منافذ متعددة للوصول إلى المعلومات ونشرها وتداولها على الوسيط الشبكي، ولم يسبق لأي تكنولوجيا عبر التاريخ الاتصالي أن وصلت إلى أيد كثيرة في دول العالم في فترة زمنية قصيرة كما فعلت تكنولوجيا الاتصال المحمول الأمر الذي اعتبره كثيرون موجة جديدة من ديمقراطية الاتصال.

* كلية التربية الأساسية، جامعة ديالى، العراق. تاريخ استلام البحث 2019/1/7، وتاريخ قبوله 2019/4/28.

ويمثل كشف شركة آبل الأمريكية عن هاتفها المحمول آي فون في يونيو 2007 باكورة الهواتف الذكية التي احدثت تحولاً كبيراً في بيئة الاتصالات العالمية والتكنولوجيا الخلوية، وأسهم هذا التطور في تغير طريقة استهلاك الأخبار والمعلومات بشكل يومي، وأصبح واضحاً للمؤسسات الإعلامية بما فيها الصحف أن حصول الأفراد على الأخبار عبر إعلام الهواتف الذكية - الإعلام المتحرك- يمثل عاملاً مهماً لها، مما دفعها إلى إطلاق تطبيقات إلكترونية خاصة بها تمكن المستخدم من متابعتها على مدار الساعة. (Westlund, 2012)

وعلى المستوى السياسي لعبت وسائل إعلام الهواتف الذكية دوراً بارزاً في احداث إيران 2009، وثورات الربيع العربي 2011، والحركات الاحتجاجية مثل "حركة احتلوا وول استريت" 2011 في الولايات المتحدة الأمريكية، فضلاً عن دورها الداعم لعمليات الانقاذ والاستغاثة خلال الكوارث الطبيعية. (Carl, 2010)

وشمة تطورات كبيرة أدخلت على وظائف وسائل إعلام الهواتف الذكية وحولتها من هواتف اتصال مجردة إلى وسائل إعلام متنقلة متعددة الوظائف توفر للأفراد الوصول إلى منافذ الإعلام المختلفة على الإنترنت. وقد تطورت أنظمة تشغيل الهواتف الذكية بفضل تطبيقات الموبايل Mobile 2.0 Applications وهو وصف مقتبس من مصطلح تطبيقات الويب للدلالة على الامكانيات التفاعلية التي اتاحتها نظم تشغيل الهواتف الذكية للمستخدم في الوصول إلى الإنترنت ودمج وظائف الوسائط المتعددة بها، والوصول إلى مختلف فضاءات الاتصال الاجتماعي ومنصاته، كما طورت تكنولوجيا الهواتف الذكية الكاميرات وأنظمة تحديد المواقع العالمية GPS والشاشات التي تعمل باللمس، الأمر الذي أسهم في انتشار ثقافة الأصابع بين المستخدمين، كما سمحت قدرة التنقل بالهواتف المحمولة وانتشارها بأن افضت اداة مهمة للأفراد للتعبئة الذكية. (Dong, 2013)

ومن الأهمية إلقاء الضوء على مفهوم إعلام الهواتف الذكية كأحد المفاهيم العلمية الجديدة في حقل الدراسات الإعلامية، حيث يشير هذا المصطلح إلى التقارب بين تكنولوجيا الاتصالات المحمولة وبروتوكولات الإنترنت التي تقوم على خدمات نقل البيانات والمعلومات، كما يشير إلى مزيج من الشبكات العادية والبرمجيات (البعد التكنولوجي)، والترابط الفيزيقي (بعد التنقل)، والتكامل (بعد المحتوى)، والتفاعلية (بعد التفاعل)، وإنتاج المحتوى (بعد التنظيم). (Feldmann, 2005)

كما يعرف بأنه وسائل الإعلام المتماثلة التي تؤدي نفس الوظائف، مثل الأجهزة اللوحية المحمولة والقارئ الإلكتروني والهواتف الذكية التي تستحوذ على نصيب الأسد بين اجهزة إعلام الهواتف الذكية التي تتيح للأفراد المشاركة في الاتصالات والتفاعلات وتبادل الخدمات دون التقيد بالمحيط الفيزيقي او التوقيت الزمني. (Chyi & Chadha, 2012)

الأمر الذي أفرز ظاهرة المسافر الرقمي الذي يلتقط الصور مكان تواجده وينشرها على مواقع الإنترنت. (Larissa & sarah, 2014)

وتتجلى أهمية تكنولوجيا إعلام الهواتف الذكية في إمكانية الاتصال والوصول إلى المعلومات بصورة لحظية وأنية، فضلاً عن حرية تنقل الأفراد بها في أي مكان، وقد تصبح في بعض الأماكن الخيار الوحيد المتاح أمام الأفراد، وبوسعها أن تصل إلى المناطق النائية على نحو أكثر فعالية من ناحية الكلفة المادية بالقياس إلى أشكال التكنولوجيا الأخرى، فضلاً عن تدني متطلبات الهواتف المحمولة نسبياً من حيث البنية الأساسية.

وفي هذا السياق تشير بعض الدراسات إلى أن الاهتمام بمجال إعلام الهواتف الذكية يحتاج إلى أن يسير جنباً إلى جنب مع إعادة النظر في الأسس المفاهيمية والنظرية لوسائل إعلام الهواتف الذكية، بيد أن هناك تحديات بحثية تقف أمام الباحثين أهمها التطورات التكنولوجية المتلاحقة وتأثيراتها على عناصر العملية الاتصالية، مما يستدعي الاهتمام بالتأصيل النظري لهذا المجال البحثي.

الإطار الإجرائي للبحث:

أولاً: مشكلة البحث:

لقد لقي إعلام الهواتف الذكية اهتماماً ملحوظاً في الآونة الأخيرة من الباحثين المهتمين بتكنولوجيا الإعلام الإلكتروني كوسيلة للوصول إلى الأخبار والمعلومات السياسية. وقد بدأ الباحثون في البحث في طرق استهلاك أخبار الهواتف الذكية وأنماطها ورصد وتحليل أهم المتغيرات الإيجابية والسلبية المؤثرة على فعالية إعلام الهواتف الذكية في المشاركة السياسية، ورغم ما ناله إعلام الهواتف الذكية من شعبية وأهمية متزايدة خلال السنوات الأخيرة في المدرسة الغربية، غلا أن الحقل الناشئ يتطلب مزيداً من الدراسة والتحليل في الدراسات العربية، ومعالجة أكثر وضوحاً لطبيعته الفريدة ووظائفه المتعددة وتأثيراته على قضايا الشأن العام.

وفي هذا السياق، توفر وسائل الإعلام المتنقلة - إعلام الهواتف الذكية - مجالاً مهماً لدراسة قضايا قيادة التكنولوجيا الحاسوبية للديمقراطية في كثير من بلدان العالم في ظل الآليات الجديدة التي طرحت في سياق الاتصال التشاركي، بيد أن التغلب على هذا التحدي البحثي ينطوي على الانتباه إلى الطبيعة "الحركية" أو المتنقلة لهذه الأجهزة الاتصالية، فضلاً عن مراقبة حركة المجتمع التكنولوجي الذي يعمل دوماً نحو الدفع بابتكارات تنطوي على أجهزة صغيرة وبيانات ضخمة. ونظراً لزيادة المضطربة في عدد مستخدمي الهاتف المحمول في العراق وتعدد وظائفه وخدماته الاتصالية والإعلامية من ناحية، وانخفاض كلفة المرور إلى شبكة الإنترنت من خلال الهاتف المحمول من ناحية أخرى، تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في رصد وتحليل اعتماد الشباب الجامعي العراقي على إعلام الهواتف الذكية ودورها في مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية لسنة 2018 في إطار إعادة رسم ملامح مفهوم المشاركة السياسية المتنقلة.

ثانياً: أهمية البحث:

تأتي أهمية هذا البحث في إطار تناوله لموضوع إعلام الهواتف الذكية كمجال بحثي جديد نال اهتمام كثير من الباحثين الأجانب، حيث يتصف بوظائفه المتعددة وسرعة انتشاره، ودوره في التمكين السياسي للأفراد ومشاركتهم في مناقشة قضايا الشأن العام، وفتح قنوات اتصالية تفاعلية جديدة تساعدهم على المشاركة في وضع السياسات وصنع القرارات. فضلاً عما تمثله الحملات الانتخابية وحملات تسجيل بيانات الناخبين وجمع التبرعات ومراقبة سير عملية الانتخابات ميداناً واحداً ترك فيه إعلام الهواتف الذكية أثراً واضحاً للوصول لدوائر انتخابية يصعب على الإعلام التقليدي الوصول لها لبعدها الجغرافي. كما تتجلى أهمية البحث في أنه يركز على الشباب، بيد أنهم الشريحة العمرية الأكثر استخداماً لتكنولوجيا الاتصال وإعلام الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات وإنتاج المحتوى السياسي، والتعبير عن آرائهم السياسية، خاصة أن السلوك السياسي للشباب يتشكل في وقت مبكر من حياتهم، وبالتالي فإن السلوكيات السياسية لديهم من المرجح أن تستمر معهم في المستقبل.

ثالثاً: أهداف البحث وتساؤلاته:

تحدد الهدف الرئيسي لهذا البحث في رصد وتحديد دور اعتماد الشباب الجامعي العراقي على اعلام الهواتف الذكية ودورها في مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية لسنة 2018 ويثير هذا الهدف جملة من التساؤلات وعلى النحو التالي:

1. تحديد مفهوم إعلام الهواتف الذكية ودورها في مشاركة الشباب الجامعي العراقي في الانتخابات البرلمانية لسنة 2018؟
2. ما أبرز وسائل الإعلام الإلكترونية التي يتابعها الشباب الجامعي العراقي من خلال جهاز الموبايل؟
3. ما أهم أجهزة الاتصال المحمول التي يستخدمها الشباب الجامعي العراقي في متابعة الأخبار والمعلومات؟
4. ما السمات التي يفضلها الشباب الجامعي العراقي في التطبيقات الإعلامية؟
5. هل يستخدم الشباب الجامعي العراقي إعلام الهواتف الذكية كأداة للمشاركة السياسية في الانتخابات؟
6. ما أبرز وسائل إعلام الهواتف الذكية تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي في الانتخابات؟
7. ما العلاقة بين استخدام إعلام الهواتف الذكية والثقة في أدواتها والشعور بالاغتراب السياسي لدى الشباب الجامعي العراقي؟

العراقي؟

رابعاً: فروض البحث:

يحاول البحث اختبار عدد من الفروض العلمية التي تتناول العلاقة بين إعلام الهواتف الذكية والمشاركة السياسية في الانتخابات والاغتراب السياسي، وذلك على النحو التالي:

- الفرض الاول: كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد الشعور بالعجز السياسي.
- الفرض الثاني: كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد الشعور باللامعنى السياسي.
- الفرض الثالث: كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد الشعور باللامعيارية السياسية.
- الفرض الرابع: كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد الشعور بالعزلة السياسية.

- **الفرض الخامس:** كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد الشعور باللامبالاة السياسية.
- **الفرض السادس:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية والثقة فيه ورؤيتهم له كأداة للمشاركة السياسية.
- **الفرض السابع:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم.

خامساً: الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت إعلام الهواتف الذكية ك مجال بحثي جديد ما بين دراسات اهتمت بقياس تأثيره على المشاركة السياسية والمدنية، واخرى حرصت على دراسة ادواته وآلياته وانماط استخدامه في قضايا الشأن العام، وفيما يلي عرض لتلك الدراسات:

1. دراسة (Carl Y. Pick,2010) حول استراتيجيات الموبايل في الاتصال السياسي

استهدفت الدراسة اختبار تأثير إمكانات الهاتف المحمول "الموبايل" على بيئة الاتصال السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية، والتعرف على مدى تأثير توظيف وسائل إعلام الموبايل الثلاثة "الرسائل النصية وتطبيقات الموبايل وتويتر" على الاتصال السياسي، وقد اعتمدت الدراسة على عدد من المقابلات مع خبراء تطوير التطبيقات الالكترونية والخبراء السياسيين للوقوف على مدى إمكانية توظيف الموبايل في الاتصال والمشاركة السياسية، وكشفت نتائج الدراسة ان الرسائل النصية وتويتر من الوسائل المؤثرة بدرجة كبيرة في استراتيجيات الاتصال السياسي المتحرك والتسويق السياسي وجمع التبرعات للمرشحين. كما جاء تطبيق Obama'08 أو ل تطبيقات iphone السياسية على الموبايل في انتخابات الرئاسة الامريكية 2008، والتي لعبت دوراً بارزاً في نجاح حملته الانتخابية. (Carl, 2010)

2. دراسة (Hyun-C.Lim&Joonkoo Lee,2010) عن تأثير اتصال الموبايل على المشاركة السياسية والمجال العام في

كوريا الجنوبية

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير إعلام الموبايل على ديناميكية المشاركة السياسية والمجال العام في كوريا الجنوبية خلال العقد الماضي وعرضت الدراسة ثلاثة نماذج لاستخدام الموبايل في المجال العام، الاول استخدام الرسائل القصيرة في التعبئة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية عام 2002، والثاني استخدام الهواتف المحمولة في تغيير ديناميكية احتجاجات الشارع بالمقارنة بالاحتجاجات التي حدثت في الماضي، والثالث البث المباشر لمظاهرات الشموع عام 2008 ضد استيراد لحوم الابقار الامريكية. وقد توصلت نتائج الدراسة الى ارتباط المردود السياسي الايجابي لإعلام الموبايل بمدى قدرة المجتمع المدني على توظيفه في تقوية المجال العام الديمقراطي. كما اسهم استخدام الاتصالات المتحركة في تعزيز المشاركة السياسية والتعددية داخل المجال العام، وزيادة مشاركة الشباب في المناقشات العامة من خلال الهواتف المحمولة والمجموعات الافتراضية، واتضح ذلك في مظاهرات الشموع 2008. (Hyun & lee, 2010)

3. دراسة (Dong-Hoo Lee, 2013) حول الهواتف الذكية والفضاء الاجتماعي المتحرك والسلوك الاجتماعي الجديد في

كوريا

سعت الدراسة إلى رصد سمات الاتصالات المتحركة في ظل تكنولوجيا الهواتف الذكية على ممارسات الاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي SNS واجرت الدراسة مقابلات مع (49) مستخدماً كورياً جنوبياً لموقع تويتر عبر الهواتف الذكية، وخلصت نتائجها إلى أن الوسائل المتحركة شكلت سلوكاً اجتماعياً جديداً، وممارسات اجتماعية اتصالية لها أهمية ثقافية في كوريا، وشكلت فضاء تشابكياً تداخل مع واقع الحياة اليومية، وسهل التفاعل مع الأفراد من مختلف السياقات الاجتماعية. (Dong, 2013)

4. دراسة (Arulchelvan S., 2014) حول استراتيجيات الاعلام الجديد في الحملات الانتخابية.

سعت الدراسة إلى تقييم فعالية الحملات السياسية التي اعتمدت على الإعلام الجديد خلال الانتخابات الهندية 2009، واعتمدت الدراسة على أداتي تحليل المضمون والاستبيان، لتحليل مضمون بعض المواقع الالكترونية، وطبقت الدراسة الميدانية على 150 مستخدماً لوسائل الإعلام الجديد، وقد كشفت نتائج الدراسة عن محاولة كل حزب سياسي استخدام كل ما هو متاح من أدوات الإعلام الجديد من اجل التواصل مع الناخبين. كما كشفت النتائج أن الهاتف المحمول لعب دوراً بارزاً في الوصول للناخبين وتسجيل بياناتهم وتوعيتهم خلال الحملات الانتخابية. بالإضافة إلى تتبع الأنشطة الانتخابية، مثل جمع الأموال للمرشحين ومراقبة

ورصد التجاوزات الانتخابية. (Arulchelvan, 2014)

5. دراسة البوابة الإحصائية (Statista, 2014) حول عدد مستخدمي الهاتف المحمول حول العالم من 2011 وحتى 2017 والمشاركة السياسية.

هدفت الدراسة إلى اختبار مدى ارتباط الاتصال عبر الهاتف المحمول بالمشاركة السياسية، واستكشاف مدى تأثير استخدام أخبار الهاتف المحمول على المشاركة السياسية. وقد كشفت النتائج أن الاستخدام الإعلامي والحوار السياسي من خلال إعلام الموبايل يرتبط بشكل إيجابي بالمشاركة السياسية وزيادة مستويات المشاركة السياسية. كما وجدت الدراسة فجوات كبيرة في مستوى المشاركة السياسية بين الأفراد وفق متغير التعليم، فالأشخاص الأكثر تعليماً أكثر استخداماً للهاتف المحمول في الحصول على المعلومات والأخبار والمشاركة السياسية من خلال النقاش السياسي القائم على إعلام الهاتف الذكي. (Statista, 2014)

6. دراسة (Michael Chan, 2015) حول العوامل المؤثرة على استخدام أخبار الموبايل: دراسة حالة على هونك كونغ.

هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة على استخدام أخبار الهاتف المحمول "الموبايل"، واستخدام الوسائط الإعلامية الأخرى للوصول إلى الأخبار، وطبقت الدراسة على (503) من المبحوثين الذين يقطنون مدينة هونك كونغ والتي تحظى بأعلى نسبة لانتشار الهواتف الذكية في العالم. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن متغير العمر يلعب دوراً مؤثراً في الحصول على أخبار الموبايل، حيث جاءت الفئات العمرية من (18-34) أكثر الفئات العمرية استخداماً للوسائط المتعددة للحصول على الأخبار، كما أظهرت النتائج أن الإشباع المتحقق توشح على نسبة استخدام الأخبار الجادة والخفيفة من خلال الموبايل. (Michael, 2015)

7. دراسة (Jason A. Martin, 2015) حول استخدام أخبار الموبايل والمشاركة في الانتخابات.

سعت الدراسة لمعرفة دور أخبار الموبايل في العملية الديمقراطية من خلال دراسة التباين في الاستخدام الفردي لأخبار الموبايل وفق معايير ديموغرافية واجتماعية واقتصادية. كما رمت الدراسة إلى التعرف على كيفية ارتباط استخدام أخبار الموبايل بالمشاركة السياسية. وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الأمريكي قوامها (2250) مبحوثاً في انتخابات 2010 لاختبار ومعرفة من يستخدم أخبار الانتخابات المتحركة وهل ترتبط أخبار الموبايل بإقبال الناخبين على المشاركة في الانتخابات، وخلصت النتائج إلى أن استخدام أخبار الحملات الانتخابية المتحركة يعد مؤشراً إيجابياً على استخدام الأفراد لأجهزة الهاتف النقالة في المشاركة السياسية خلال الانتخابات. (Jason, 2015)

8. دراسة (Markus Rohde et al, 2016) حول استخدام إعلام الموبايل خلال الحرب في سوريا.

سعت الدراسة إلى اختبار كيفية استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والهواتف المحمولة من قبل قوات المعارضة والنشطاء السياسيين في سوريا خلال الحرب واستندت الدراسة على أداة المقابلة التي أجريت مع (17) مبحوثاً من الجيش الحر السوري والنشطاء واللاجئين، ومن النتائج التي توصلت لها الدراسة: اختلاف انماط استخدام الموبايل خلال الحرب من قبل النشطاء وأفراد الجيش الحر بسبب اختلاف البنية التحتية للاتصالات في سوريا، فالمناطق التي يسيطر عليها النظام تتوفر بها البنية التحتية، بينما تتدهور البنية التحتية في المناطق التي يسيطر عليها الجيش الحر، كما أظهرت النتائج الدور المهم للهاتف المحمول في تعظيم دور صحافة الفيديو في التوثيق والتعبئة والدعاية خلال الحرب. (Markus, 2016)

سادساً: التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

كشفت الدراسات السابقة عن عدم وجود دراسات عربية تناولت موضوع إعلام الهواتف الذكية، ودوره في التأثير على المشاركة السياسية للشباب، وقد يعزى ذلك إلى حداثة المجال البحثي. واهتمت الدراسات الأجنبية بتناول تأثير إعلام الهواتف الذكية على مشاركة الأفراد سياسياً ومدنياً، ودوره في إثراء الحوار والنقاش وتبادل الآراء كمتغيرات مؤثرة على المشاركة السياسية للأفراد، فضلاً عن دراسة تأثير استخدام أخبار المحمول والخصائص الديموغرافية للمستخدمين على المشاركة السياسية. كما اهتمت ببعض الدراسات الأجنبية بدراسة استخدامات إعلام الهواتف الذكية في أوقات الكوارث الطبيعية والنزاعات وحوادث العنف، خاصة في أحداث سوريا، حيث استخدم إعلام الهواتف الذكية بدرجة كبيرة، ويرجع ذلك لسهولة حمله والتقل به، ووظائفه الاتصالية المتعددة. وتعددت المداخل النظرية في دراسات إعلام الهواتف الذكية ما بين توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع، وثرء الوسيلة، والشبكة، والمجال العام، والموارد الإلكترونية، والاعتراب السياسي، ونموذج قبل التكنولوجيا ونموذج الاتصال السياسي المتحرك ومن الناحية المنهجية، استخدمت هذه الدراسات منهج المسح، وقد استفاد الباحث من المداخل النظرية في تحديد الإطار النظري والمنهجي للدراسة وصياغة الفروض والتساؤلات الخاصة بها.

الإطار النظري للبحث:

شهدت صناعة الإعلام الرقمي نمواً كبيراً خلال العامين الماضيين 2016-2017 بلغت نسبته 49%، حيث نمت صناعة تطبيقات الهواتف الذكية بنسبة 90%، والوقت المنقضي عليها بنسبة 77%، وازدادت نسبة جمهورها بنسبة 22% عن نفس الفترة. (Duggan, 2017)

وقد انعكس ذلك على بسط المعلومات ونشرها وإتاحتها للجميع، وتوفير درجة من المرونة ففي التواصل بين الأشخاص والمشاركة في الحياة العامة. (Scott & Nojin, 2010)

وعلى المستوى الدولي تشير المؤشرات الصادرة عن الاتحاد الدولي للاتصالات (ICT) إلى ان عدد مستخدمي الهاتف الذكي في نهاية عام 2015 بلغ (7.3) مليار مشترك متوقفاً على عدد سكان الكرة الأرضية الذي يبلغ سبعة مليارات نسمة، مع الأخذ في الاعتبار ان المشترك الواحد قد يمتلك أكثر من خطأ واحداً أو خطوطاً غير فعالة، بينما يستخدم (2) مليار الهاتف الذكي في العالم. (Rai & Figures, 2017)

وتعد خدمات الهواتف الذكية واحدة من أسرع التقنيات انتشاراً عبر تاريخ الاتصال، ففي حين استغرقت خطوط الهواتف الثابتة 128 عاماً حتى وصل عدد مستخدميها إلى مليار مستخدم، حققت شبكات الهاتف الذكي هذا الإنجاز في زمن لا يكاد يتجاوز العشرين عاماً. (البنك الدولي، 2017)

الاغتراب السياسي وإعلام الهواتف الذكية:

يعد الاغتراب أحد المداخل النظرية التي تفسر سلوك الفرد السياسي في ضوء ما يحمله من أفكار ورؤى وتصورات إزاء الواقع السياسي، وتعتبر المشاركة السياسية أحد مظاهر السلوك السياسي للأفراد في المجتمع، ووسائل إعلام الهواتف الذكية إحدى مفردات هذه البيئة.

ومن خلال استعراض الأدبيات العلمية التي تناولت العلاقة بين الاغتراب وإعلام الهواتف الذكية، نجد أن هناك ثلاثة اتجاهات متباينة في هذا الشأن، الأول: يرى أن إعلام الهواتف الذكية يعد مؤشراً على معاناة الشباب من الاغتراب، اما الثاني: فيرى أنه يوفر بيئة محفزة على المشاركة السياسية، أما الثالث: فيرى أن نشاط الفرد وتفاعله على وسائل إعلام الهواتف الذكية هو انعكاس لنشاطه السياسي الواقعي وليس العكس.

الاتجاه الاول: إعلام الهواتف الذكية عامل محفز للاغتراب:

تبنت بعض الدراسات اتجاهاً مفاده أن تعرض الأفراد لإعلام الهواتف الذكية لا يرتبط بمستوى مشاركة سياسية أعلى للفرد، بل بالعكس قد يؤدي إلى انعزاله عن واقعه السياسي، فقد قلل (Ran Wei, 2013) من تأثير إعلام الهواتف الذكية على دفع الأفراد للانخراط في العملية السياسية وكسر عزلتهم، بما يقلل من التفاؤل بشأن دوره في تنشيط المشاركة الشعبية ودعم الديمقراطية التشاركية. (Ran, 2013)

ويمكن سرد عدد من الإشكاليات التي افرزها إعلام الهواتف الذكية والتي عززت الاغتراب السياسي للأفراد، على النحو التالي:

- 1. الإشكالية الأولى:** تتمثل في الاستقطاب السياسي الناتج عن حالة التباين وعدم التجانس بين الافراد على الوسيط الشبكي، حيث يحمل الأفراد آراء ووجهات نظر سياسية متباينة لها تأثير سلبي على المشاركة السياسية، وقد اشار (Kwak et al, 2005) إلى ان الخصائص الأيديولوجية والديموقراطية للأفراد تعكس عدم تجانس الشبكة، ويحمل ذلك تأثيراً سلبياً على المشاركة السياسية ويعزز من تنامي ظاهرة الاستقطاب السياسي في المجتمع. (Kwak, 2005)
 - 2. الإشكالية الثانية الاتصال المتنقل:** يتسم بالانتقائية على مستوى المستخدمين وأنماط الاتصال لديهم، وهو ما أطلقت عليه السلوك الاجتماعي الانتقائي. (Matsuda, 2005)
- ويثير هذا السلوك على وسائل إعلام الهواتف الذكية إشكالية تتعلق بتغذية ظاهرة تقوقع وعزلة الأفراد وانغلاقهم على أنفسهم، وزيادة شعورهم بالاغتراب السياسي والاجتماعي على الشبكة، ومن ثم الانفصال عن العملية السياسية.

(Scott & Nojin, 2011)

- 3. الإشكالية الثالثة انهيار الاتصال الجماهيري:** لقد ظلت نماذج وسائل الإعلام ومفاهيم الاتصال الجماهيري مستقرة نسبياً على مدى أكثر من خمسين عاماً، ويبدو أن الاتصالات التي يدعمها إعلام الهواتف الذكية قد شكل تحدياً مباشراً لهذه المفاهيم الراسخة، فقد سرعت الاتصالات القائمة على إعلام الهواتف الذكية من وصف علماء الاتصال لإعلام الهواتف الذكية بأنه " نهاية الاتصال الجماهيري" وقد شهدت الفترة من عام 1980 إلى عام 1990 تحولاً كبيراً من عصر الاتصال الجماهيري إلى

عصر مجتمع الشبكات كما أطلق عليه كاستلز (2000)، وتقوم الفكرة الرئيسية للمجتمع الشبكي عند كاستلز على انه ثمة تقدم في وسائل النقل وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات أحدث تحولاً جوهرياً في النظام الاجتماعي على المستويين الجزئي والكلّي، بشكل يتسم بالمرونة واللامركزية بمعنى آخر، تحول العلاقة بين تكنولوجيا الاتصالات ومستخدميها من مجرد تلقي المحتوى الإعلامي إلى السعي الحثيث لدى المستخدم نحو إنتاج ونشر وتوزيع المحتوى. (Chaffee & Metzger, 2001)

الاتجاه الثاني: إعلام الهواتف الذكية يسهم في خلق بيئة تحفز على المشاركة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في إعلام الأفراد بقضايا الشأن العام وتحفيزهم على المشاركة السياسية والمدنية. (Kaid, 2004)

وقد أكدت البحوث التجريبية أن وسائل الإعلام تلعب دوراً إيجابياً في المشاركة السياسية. (Chaffee, 1986)

وبصفة خاصة استخدام وسائل الإعلام في زيادة وعي الجمهور بقضايا الشأن العام السياسي والمشاركة في العملية السياسية. (Drew & Weaver, 1990)

وفي هذا السياق يشير (Scott W.C. Nojin K., 2011) إلى أن النقاش السياسي يعد متغيراً بسيطاً مهماً للعلاقة بين استخدام وسائل إعلام الهاتف الذكي في الحصول على الأخبار والمعلومات وبين المشاركة السياسية للأفراد، إذ يعد الحوار والنقاش وتبادل الآراء حول قضايا الشأن السياسي قلب الديمقراطية القوية. (Scott & Nojin, 2011)

كما يحسب إلى الحملات الانتخابية الناجحة استخدام الهاتف الذكي، بيد أنه أداة لتشجيع المشاركة في الانتخابات، وجمع الأموال للمرشحين، وتسجيل أسماء الناخبين ومراقبة سير العملية الانتخابية وفضح أعمال التزوير الانتخابي. (Duggan, 2017)

كما يمكن للقائمين على الحملات الانتخابية القيام بالتعبئة الذكية، حيث يلجأ المنظمون للحملة الانتخابية إلى خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول لحث الأفراد على المشاركة والتصويت في الانتخابات، ويتسق ذلك مع ما أكدته الدراسات من أن الهاتف المحمول يلعب دوراً مهماً في تدعيم الديمقراطية التشاركية. (ITU, 2013)

وفي هذا الإطار، استخدمت منظمة "موبايل فوتر" وهي منظمة غير ربحية مقرها سان فرانسيسكو تأسست عام 2004 خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف الذكي لتشجيع عملية تسجيل أسماء الناخبين المحليين، وتسهيل المشاركة السياسية والمدنية عبر تكنولوجيا الهواتف الذكية، وقد رصدت المنظمة أوجه استخدام الهاتف الذكي، على النحو التالي: (Comscore, 2015)

- تخلق سمات التنقل والفورية للهواتف الذكية مساحة للاتصال الفوري والدائم، وطقوساً اتصالية تساعد المجموعات التي تحمل رؤى سياسية موحدة على تشكيل روابط متماسكة بطرق متعددة لم تكن متاحة في الماضي. (ling, 2008)
- تعزز الهواتف الذكية من التفاعلات السياسية بين الفرد على شبكات التواصل الاجتماعي، وتوفر المجال لاتساع نطاق تفاعلاتهم الاجتماعية خارج محيطهم المباشر، كما انها تستخدم عادة كأداة لتكثيف التفاعلات الاجتماعية مع المقربين والمعارف. (Dong & Lee, 2013)

الاتجاه الثالث: التفاعل السياسي من خلال إعلام الهواتف الذكية انعكاس لفعالية الفرد السياسية الواقعية وليس العكس:

يرى أنصار هذا الاتجاه أن التفاعل السياسي عبر إعلام الهواتف الذكية انعكاس لفعالية الفرد السياسية على أرض الواقع، أي أن الأفراد ذوي الانتماءات السياسية أو المشاركين حزبياً أو أعضاء منظمات المجتمع المدني هم الأكثر فعالية على الشبكة، وليس بالضرورة العكس.

وأيدت هذه النتائج الدراسة التي أجراها معهد جالوب لقياسات الرأي العام حول "استخدام تكنولوجيا الموبايل في السياسة، والتي أظهرت أن 43% من المبحوثين لديهم نشاط سياسي فعلي على استخدام إعلام الهواتف الذكية في التفاعل والنقاش السياسي مع اصداقائهم". (Frank, 2014)

نموذج الاتصال السياسي المتنقل:

لم تعد ممارسة الاتصال السياسي في اتجاه واحد أو اتجاهين أمراً مقبولاً تكنولوجياً وجماهيرياً على الوسيط الشبكي ونوافذه المتعددة، فقد أطلقت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات العنان للجماهير للمشاركة في إنتاج المحتوى ونشره وتداوله على مستوى قاعدة الاتصالات الشعبية العريضة، وتعزيز الاتصال من الجمهور وإلى الجمهور، بحيث أصبح سريان المعلومات من أسفل الهرم إلى أعلى رأس الهرم السياسي النمط السائد على الشبكات الاجتماعية في كثير من قضايا الشأن السياسي. (Steve, 2009)

وقد عرض (Jason A. Martin, 2014) نموذج الاتصال السياسي المتنقل، وقام بتسليط الضوء على الصفات الفريدة التي يتميز

بها، والآثار المترتبة على تلك الميزات على مستوى المشاركة السياسية وإعادة تعريفها في ضوء المشاركة السياسية المتنقلة، بيد أن نظرية الاتصال السياسي المتنقل تفترض أن إعلام الهواتف الذكية يؤثر على السلوك السياسي للأفراد ويدفعهم للمشاركة السياسية، وأن سماته المتحركة تشكل أساساً للمشاركة السياسية المتحركة. (Jason, 2014)

وفي هذا الإطار، يعزز استخدام إعلام الهواتف الذكية وتطبيقاتها الاتصالية والإعلامية المختلفة أنماطاً سلوكية واتصالية متنوعة تدفع أفراد المجتمع إلى المشاركة في العمل السياسي أو العزوف عنه، لذا فغن استخدام الأفراد لإعلام الهواتف الذكية في العمل السياسي يقدم وسيلة جديدة في المشاركة السياسية.

ويقول كامل وبارك إن الأعوام القادمة ستشهد مزيداً من الاستخدام والاعتماد على تكنولوجيات الاتصال المتنقل كمؤشر على بداية مرحلة جديدة في مجتمع الشبكة، والتي تتميز بصورة رئيسية بالتخصيص المتزايد في العلاقة بين التكنولوجيا والمستخدم، وهو ما أطلق عليه كاستلز (2007) "مجتمع الشبكات المتنقل" مما يسمح للمستخدمين ببناء شبكية تفاعلية في مجال الشؤون اليومية بشكل أكثر سهولة. (Ling, 2010)

بحوث إعلام الهواتف الذكية:

يثير مصطلح إعلام الهواتف الذكية مجموعة واسعة من الأنشطة البحثية التي يمكن تحليلها، وهو ما أطلق عليه هورست (2013) "الجيل الثالث" من دراسات الاتصالات المتنقلة، وقسم بحوث الاتصال المتنقل الى ثلاثة أجيال. (Heather, 2013)

الجيل الاول: ويتضمن بحوث الاتصال المتنقل التي تتعرض لدراسة الآثار التقنية والاقتصادية المترتبة على الاتصال من خلال الهواتف المحمولة.

الجيل الثاني: وشمل بحوث الاتصال المتنقل التي تناولت نماذج التبني والاعتماد على الهواتف المحمولة، بيد أنها أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية.

الجيل الثالث: وتضمن بحوث إعلام الهواتف الذكية التي تتطلب الاهتمام بالمنصات الإلكترونية الجديدة واستخدامات إعلام الهواتف الذكية في قضايا الشأن العام.

وقد استفادت الدراسة الحالية من نظرية الاغتراب السياسي ونموذج الاتصال السياسي المتنقل في صياغة تساؤلات وفروض الدراسة للوقوف على طبيعة العلاقة بين الثقة في وسائل إعلام الهواتف الذكية ومتغيرات الاغتراب السياسي من ناحية، وبين الثقة في وسائل إعلام الهواتف الذكية والمشاركة السياسية من ناحية أخرى.

الإطار المنهجي للبحث:

منهج البحث:

للإجابة على التساؤلات السابقة واختبار الفرضيات الخاصة بالدراسة تعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة، بيد أنه أكثر المناهج المستخدمة في مجال البحوث الوصفية لكونه جهداً علمياً منظماً يهدف إلى الحصول على المعلومات والبيانات والأوصاف الخاصة بظاهرة إعلامية محددة، واستخدم الباحث منهج المسح بالعينة في اختيار عينة الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي العراقي للوقوف على رؤيته تصوراته لتأثير إعلام الهواتف الذكية على المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية لسنة 2018

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في الشباب الجامعي العراقي، وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى الوقوف على مدى اعتماد الشباب الجامعي العراقي على إعلام الهواتف الذكية ودورها في مشاركتهم في الانتخابات البرلمانية لسنة 2018، فقد روعي في بناء عينة الدراسة مجموعة من المعايير والاعتبارات التي حددها الباحث لتلائم طبيعة الدراسة هي:

- ان تجري الدراسة على الشباب الجامعي العراقي في (جامعة ديالى) الذي يمتلك أجهزة اتصال متنقلة- إعلام الهواتف الذكية- مزودة بخدمة الإنترنت، بيد أن الشباب أكثر الشرائح الاجتماعية استخداماً للتكنولوجيا الحديثة.
- تنوع التخصصات العلمية والعملية للشباب الجامعي العراقي عينة الدراسة، الأمر الذي انعكس بصورة إيجابية على تنوع وتعدد الرؤى تجاه تأثير إعلام الهواتف الذكية على المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية لسنة 2018 لديهم.
- طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (438) مفردة من الشباب الجامعي العراقي المستخدم لإعلام الهواتف الذكية في (جامعة ديالى)، وقد حصل منها الباحث على (400) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي، بهدف التعرف على رؤية

المبحوثين لتأثير إعلام الهواتف الذكية على المشاركة السياسية للشباب العراقي بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 وحتى نهاية الانتخابات البرلمانية لسنة 2018، حيث حظيت هذه الفترة بالعديد من الأحداث السياسية المهمة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد البحث على الأدوات التالية:

أداة الاستبيان: وهي إحدى أدوات جمع البيانات التي تستند الدراسة إليها في الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار الموضوع الأساسي للدراسة، وقد تم تطبيقه بمستوييه: الاستبيان بالمقابلة والاستبيان الإلكتروني لجمع بيانات الدراسة واختبار العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية ومدى إقباله على المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية.

ولحساب صدق الاستبيان تم عرضه على مجموعة من المحكمين ذوي التخصصات العلمية المختلفة في مجال الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وفي ضوء الملاحظات التي أبدتها المحكمون تم تعديل بعض العبارات وحذف بعضها، والتي لم تحظ على درجة قبول 90%. وتم اعتماد المعادلة التالية في حساب الصدق:

مجموع الفقرات المتفق عليها بين المحكمين

$$\text{الصدق} = \frac{\text{مجموع الفقرات الكلي}}{100} \times 100$$

مجموع الفقرات الكلي

ولحساب الثبات للاستبيان تم إعادة التطبيق وملتء (40) استمارة بواقع 10% من إجمالي المبحوثين بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول وكانت نسبة الثبات (92%)

• **مقياس الاغتراب السياسي:** قام الباحث بوضع مقياس للاغتراب السياسي والاطلاع على مجموعة من المقاييس.

تكون المقياس من (25) عبارة موزعة على خمسة أبعاد وهي (العجز السياسي، اللامعنى السياسي، اللامعيارية السياسية، العزلة السياسية، اللامبالاة السياسية)، وتم وضع ثلاثة بدائل للإجابة على كل بند من بنود المقياس وهم: (نعم - إلى حد ما - لا) حيث يعطي المبحوث درجة واحدة عن الإجابة الصحيحة والتي تعبر عن مدى وجود الاغتراب السياسي لديه، تمثل الدرجة الأعلى في المقياس شعوراً بالاغتراب السياسي في حين تمثل الدرجة الأقل مستوى أدنى من الشعور بالاغتراب السياسي، وقد بلغ متوسط درجات العينة على المقياس (1.76) والانحراف المعياري (0.16).

وللتأكد من صدق المقياس وصلاحيته للتطبيق تم عرض المقياس على مجموعة من أساتذة الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ولحساب الثبات تم تطبيق المقياس على (40) مفردة من العينة بواقع (10%) من إجمالي المبحوثين بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول وكانت نسبة الثبات (0.94) وهي نسبة مقبولة في الدراسات الإعلامية.

الخصائص الديموغرافية لعينة البحث:

جدول (1) يوضح خصائص العينة وتوزيعها وفقاً لمتغيرات البحث

المتغير	المستويات	التكرار	%
النوع	ذكر	200	100
	انثى	200	100
العمر	من 18 الى 24 عاماً	146	36.5
	من 25 الى 29 عاماً	94	23.5
	من 30 الى 34 عاماً	103	25.8
	من 35 الى 40 عاماً	57	14.2
المؤهل التعليمي	ما زلت ادرس في المرحلة الجامعية	76	19
	حاصل على شهادة جامعية	230	57.5
	حاصل على الماجستير	62	15.5
	حاصل على الدكتوراه	32	8
طبيعة التخصص الدراسي او مجال مزاوله المهنة حالياً	المجال الإعلامي	135	33.8
	مجالات الخدمة العامة (المحاماة، التدريس، المحاسبة)	167	41.8

المتغير	المستويات	التكرار	%
	العلوم التقنية مثل علوم الحاسبات والهندسة	64	16
	المجالات الاجتماعية والادبية	34	8.5
مستوى الدخل الشهري	من 25000 الى 50000 الف دينار عراقي	24	6
	اكثر من 50000 الى 100000 الف دينار عراقي	33	8.3
	اكثر من 100000 الى 200000 الف دينار عراقي	187	46.8
	اكثر من 200000 الى 400000 الف دينار عراقي	83	20.8
	اكثر من 400000 الف دينار عراقي	73	18.3

المعالجات الاحصائية المستخدمة:

تم إجراء المقاييس الاحصائية التالية باستخدام برنامج "الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية"، وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الاحصائية المناسبة في تحليل بيانات الدراسة كالآتي:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والجداول ثنائية المتغير، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والوزن المرجح والوزن المئوي، ومقياس ليكرت Likert الثلاثي والخماسي.
- اختبار كاي² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من (0.30) ومتوسطة إذا تراوحت بين (0.30 - 0.70) وقوية إذا ازدادت عن (0.70).
- معامل ارتباط سبيرمان (Spearman) لاختبار شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين ترتيبيين حيث تم اعتبار العلاقة ضعيفة إذا كانت أقل من (0.3) ومتوسطة من (0.3) إلى (0.7) وقوية أكثر من (0.7).

التعريفات الإجرائية للبحث:

- **إعلام الهواتف الذكية:** وهو إعلام متحرك وشكل جديد من أشكال الاتصال الإنساني، وتتمثل رسائله في الأجهزة الحاسوبية المحمولة من الهواتف الذكية، والالواح الالكترونية "التابلت"، واللابتوب، وتقوم هذه الوسائل على قاعدة سيطرة المستخدم على المنصة الإلكترونية المتقلة لإنتاج ونشر وتبادل المعلومات السياسية وتقاسمها مع المستخدمين عبر التطبيقات الإعلامية والاتصالية المختلفة.
- **المشاركة السياسية:** وهي سلوك الفرد السياسي الذي يهدف إلى التأثير على الحياة السياسية، يمارسه بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بهدف لعب دور إيجابي في الحياة السياسية من منطلق شعوره بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع.
- **المشاركة السياسية المتقلة:** وهي سلوك سياسي إلكتروني متحرك يقوم به مستخدم أجهزة الاتصال المحمولة المختلفة بهدف التفاعل مع الحدث السياسي والتأثير بشكل إيجابي أو سلبي في العملية السياسية داخل المجتمع.
- **الاغتراب السياسي:** وهو شعور برفض المسار السياسي للنظام القائم والقيم والمعايير السياسية الحاكمة له والانفصال عنه، ويتمثل ذلك الشعور في الإحساس بالإحباط والعجز عن التأثير في بيئة العمل السياسي نتيجة حالة عدم اليقين والشك في نوايا الإصلاح السياسي وتدعيم قواعد الديمقراطية بعد عام 2003 في العراق.
- نتائج البحث: يعرض الباحث أهم النتائج التي خرج بها من الدراسة في محورين هما:
 - المحور الأول: نتائج عامة للدراسة:
 - المحور الثاني: اختبار فروض الدراسة:

أولاً: المحور الأول: نتائج عامة للدراسة:

1. النتائج المتعلقة بعدد مرات تصفح الشباب الجامعي لشبكة الانترنت عبر وسائل إعلام الهواتف الذكية:

جدول (2) يوضح عدد مرات تصفح الشباب الجامعي للإنترنت عبر وسائل إعلام الهواتف الذكية

مرات التصفح	تكرار	%
أكثر من ثلاث مرات	232	58
ثلاث مرات	105	26.3
مرتين	42	10.5
مرة	21	5.3
الاجمالي	400	100

أسفرت نتائج الجدول السابق عن أن غالبية الشباب الجامعي في العراق يستخدمون أجهزة الاتصال المحمولة لتصفح شبكة الإنترنت أكثر من ثلاث مرات يومياً بنسبة بلغت (58%) من العينة، بينما يتصفح (26.3%) من عينة الدراسة شبكة الإنترنت ثلاث مرات عبر وسائل إعلام الهواتف الذكية يومياً، وفي المرة الثالثة جاء من يتصفح الإنترنت مرتين في اليوم بنسبة (10.5%) وفي المرتبة الاخيرة جاء من يدخل الى شبكة الإنترنت مرة واحدة يومياً من وسائل إعلام الهواتف الذكية بنسبة (5.3%).

2. النتائج المتعلقة بنوعية الأجهزة المحمولة التي يستخدمها الشباب الجامعي في متابعة أخبار الهواتف الذكية:

جدول (3) يوضح نوعية الأجهزة المحمولة التي يستخدمها الشباب الجامعي في متابعة اخبار الهواتف الذكية

نوع الجهاز	ك	%
الهاتف الذكي	198	49.5
التابلت "الجهاز اللوحي"	131	32.8
اللابتوب	38	9.5
النوت بوك	23	5.8
القارئ الالكتروني	10	2.5
الاجمالي	400	100

أظهرت نتائج الجدول السابق ان الهاتف الذكي احتل المرتبة الأولى بين الاجهزة الالكترونية المحمولة التي يستخدمها الشباب الجامعي العراقي في متابعة الأخبار بنسبة بلغت (49.5%)، تلا ذلك التابلت "الجهاز اللوحي" في المرتبة الثانية بنسبة (32.8%) من الشباب العراقي يستخدمون الهاتف الذكي والاجهزة اللوحية الخفيفة في متابعة الأحداث اليومية وتطوراتها، ثم جاء جهاز اللابتوب في المرتبة الثالثة بنسبة (9.5%)، بينما جاء النوت بوك في المرتبة الرابعة بنسبة (5.8%)، وفي المرتبة الاخيرة جاء القارئ الإلكتروني بنسبة (2.5%). وتتفق هذه النتائج مع ما كشف عنه تقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب لعام 2015 أن دخول غالبية المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي يتم عبر اجهزة الهاتف الذكية بنسبة (83%). (TNS,2015).

3. النتائج المتعلقة بمدى الاهتمام بمتابعة أخبار الهاتف الذكي

جدول (4) مدى الاهتمام بمتابعة أخبار الهاتف الذكي(*)

مدى اهتمام الشباب بمتابعة أخبار الهاتف الذكي												
الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	لا اهتم مطلقاً		اهتم قليلاً		اهتم من حين لآخر		اهتم		اهتم كثيراً	
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
اهتم	1.036	3.78	2.5	10	9.8	39	22	88	38.3	153	27.5	110

*قرار الاتجاه تم اخذه ليكرت Likert الخماسي.

تكشف نتائج الجدول السابق عن اهتمام الشباب العراقي بمتابعة أخبار الهاتف الذكي بدرجة كبيرة، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (3.40 إلى 4.19) الأمر الذي يفسر ارتفاع معدل استخدام إعلام الهواتف الذكية في متابعة أخبار الأحداث الجارية وتطوراتها. وتدعم كثير من الدراسات فرضية أن متابعة أخبار الهواتف الذكية تعد أحد المؤشرات المؤثرة على المشاركة السياسية، حيث وجدت دراسة وكشفت نتائج دراسة (Lee,H.,et,2014) التي طبقت على الشباب في كوريا الجنوبية أن استخدام أخبار الموبايل يرتبط ايجابياً بالمشاركة السياسية لديهم. (Lee, 2014)

4. النتائج المتعلقة بمقدار الوقت الذي يقضيه الشباب الجامعي على إعلام الهواتف الذكية:

جدول (5) يوضح الوقت الذي يقضيه الشباب الجامعي على إعلام الهواتف الذكية

الوقت يومياً	ك	%
من وقت لآخر على مدار ساعات اليوم	154	38.5
لا يوجد لدي فترة زمنية محددة يومياً في الاستخدام	120	30
أكثر من ساعة	68	17
من نصف ساعة إلى ساعة	44	11
أقل من نصف ساعة	14	3.5
الإجمالي	400	100

أسفرت نتائج الجدول السابق المتعلقة بالوقت الذي يقضيه الشباب الجامعي على وسائل إعلام الهواتف الذكية عن أن الدخول من وقت لآخر على مدار ساعات اليوم جاء في المرتبة الأولى بنسبة (38.5%)، ثم جاء عدم وجود فترة زمنية محددة يومياً لمتابعة المواقع والتطبيقات على الموبايل بنسبة بلغت (30%) في المرتبة الثانية، تلا ذلك من يستخدم تلك المواقع والتطبيقات أكثر من ساعة يومياً بنسبة بلغت (17%)، بينما من يستخدمها من نصف ساعة إلى ساعة بنسبة (11%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء من يستخدمها أقل من نصف ساعة بنسبة (3.5%).

5. السمات التي يفضلها الشباب الجامعي في التطبيقات الإعلامية:

جدول (6) السمات التي يفضلها الشباب الجامعي في التطبيقات الإعلامية المتميزة (اختيار أكثر من بديل)

سمات التفضيل	ك	%
سرعة تغطية الاخبار وارسالها للمشاركين فور وقوع الحدث	358	11.5
سهولة تنزيلها واستخدامها	351	11.3
الاطلاع على الاخبار المرشحة من الآخرين	342	11
إمكانية التحكم في اختيار نوعية الاخبار التي اتلقاها منها	338	10.9
انخفاض الكلفة المادية لاستخدامها	319	10.3
أبقى على دراية بتطورات الاحداث بفضل التنبيهات الاخبارية	265	8.5
وجود تصميم مميز لعرض الاخبار يناسب الهاتف الذكي	240	7.7
إمكانية تخزين الاخبار والصور والاحتفاظ بها لفترة من الوقت	235	7.6
وجود روابط مع الخبر لمعرفة مزيد من المعلومات والتفاصيل	205	6.6
الاشتراك في مجموعات ترتبط باهتماماتي وتخصصي	185	6
إمكانية تلقي الخدمة الإخبارية بلغات مختلفة	139	4.5
إمكانية مشاهدة الاخبار وموضوعاتها بدلاً من قراءتها	126	4.1

كشفت نتائج الجدول السابق المعنية بالسمات التي يفضلها الشباب الجامعي في التطبيقات الإعلامية المتميزة عن أن سرعة

تغطية الاخبار وإرسالها للمشاركين فور وقوع الحدث، وسهولة تنزيلها واستخدامها، والاطلاع على الاخبار المرشحة من الآخرين سواء بمشاركة الآخرين أو اعجابهم بها، وإمكانية التحكم في اختيار نوعية الاخبار التي اتلقاها منها، ورخص تكلفة استخدامها من اهم السمات التي يفضلها الشباب الجامعي العراقي عينة الدراسة في التطبيقات الإعلامية المتميزة بنسبة (11.5%)، (11.3%)، (11%)، (10.9%)، (10.3%) على التوالي. كما جاءت ميزة الإبقاء على معرفة ودراية بتطورات الاحداث بفضل التنبيهات الاخبارية بنسبة (8.5%) من السمات التي يفضلها الشباب الجامعي في التطبيقات الإعلامية المتميزة، تلا ذلك وجود تصميم مميز لعرض الاخبار يناسب الهاتف الذكي بنسبة (7.7%)، ثم جاءت إمكانية تخزين الاخبار والصور والاحتفاظ بها لفترة من الوقت بنسبة (7.6%)، تلا ذلك وجود روابط مع الخبر لمعرفة مزيد من المعلومات والتفاصيل (6.6%)، ثم جاءت سمة الاشتراك في مجموعات ترتبط باهتماماتي وتخصصي بنسبة (6%)، ثم إمكانية تلقي الخدمة الاخبارية بلغات مختلفة بنسبة (4.5%)، وفي المرتبة الاخيرة جاءت إمكانية مشاهدة الاخبار وموضوعاتها بدلاً من قراءتها بنسبة (4.1%).

6. النتائج المتعلقة بمشاركة الشباب الجامعي بالتعليق على ما يقرأ على التطبيقات الإعلامية:

جدول (7) يوضح مشاركة الشباب الجامعي بالتفاعل مع ما يقرأ على التطبيقات الإعلامية

مدى مشاركة الشباب بكتابة تعليق على ما يقرأ على التطبيقات الإعلامية							
دائماً		أحياناً		ولا مرة		المتوسط المرجح	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
261	65.3	120	30	19	4.8	2.61	0.579
الاتجاه							
دائم المشاركة والتفاعل							

تكشف نتائج الجدول السابق عن مشاركة الشباب الجامعي العراقي بالتفاعل مع ما يقرأ على التطبيقات الإعلامية بشكل دائم، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (من 2.34 إلى 3) الأمر الذي يفسر درجة تفاعل الشباب مع التطبيقات الإعلامية لوسائل الاعلام والمنصات الاجتماعية.

7. النتائج المتعلقة باستخدام الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية كأداة للمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية

جدول (8) يوضح استخدام الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية كأداة للمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية

المشاركة	ك	%
نعم	325	81.25
لا	75	18.75
الاجمالي	400	100

اظهرت نتائج الجدول السابق أن غالبية الشباب الجامعي العراقي يستخدم إعلام الهواتف الذكية كأداة للمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية بنسبة (81.25%)، بينما وجد ان (18.75%) لم يستخدموا إعلام الهواتف الذكية كأداة للمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية.

8. اسباب رؤية الشباب الجامعي لإعلام الهواتف الذكية كوسيلة للمشاركة السياسية:

جدول (9) يوضح اسباب رؤية الشباب الجامعي لإعلام الهواتف الذكية كوسيلة للمشاركة السياسية (اختيار اكثر من بديل)

الاسباب	ك	%
الاحتكاك والتفاعل مع الاصدقاء والنخبة السياسية والاستفادة من رؤيتهم	259	15.9
يمكنني من تكوين رأي عن مختلف القضايا السياسية	259	15.9
من اجل الحصول على أهم الاحداث السياسية فور وقوعها	249	15.3
املك المهارات اللازمة لتصفح الاخبار عبر الهاتف الذكي	245	15
تنمية مستوى معارفى ومعلوماتى السياسية	212	13
تكلفة اشتراك الانترنت لمتابعة الاخبار من خلال الهاتف الذكي مناسبة	207	12.7
نشر الوعي السياسى وتنظيم صفوف الناخبين في المناطق النائية	199	12.2

تظهر نتائج الجدول اعلاه المتعلقة بأسباب رؤية الشباب الجامعي لإعلام الهواتف الذكية كوسيلة للمشاركة السياسية تصدر الاحتكاك والتفاعل مع الاصدقاء والنخبة السياسية والاستفادة من رؤيتهم للأحداث، وتكوين رأي عن مختلف القضايا السياسية مقدمة الاسباب بنسبة متساوية بلغت (15.9%)، ثم جاء الحصول على اهم الاحداث السياسية فور وقوعها بنسبة (15.3%)، تلا ذلك امتلاك المهارات اللازمة لتصفح الاخبار عبر الهواتف الذكية بنسبة (15%)، ثم تنمية مستوى معارفي ومعلوماتي السياسية بنسبة (13%)، تلا ذلك تكلفة اشترك الانترنت لمتابعة الاخبار من خلال الهاتف الذكي مناسبة بنسبة (12.7%)، وفي المرتبة الاخيرة جاء نشر الوعي السياسي وتنظيم صفوف الناخبين في المناطق النائية بنسبة (12.2%).

9. اسباب عدم رؤية الشباب الجامعي لإعلام الهواتف الذكية كوسيلة للمشاركة السياسية
جدول (10) يوضح اسباب عدم رؤية الشباب الجامعي لإعلام الهواتف الذكية كوسيلة للمشاركة السياسية
(اختيار اكثر من بديل)

الاسباب	ك	%
أخشى من التصادم مع الآخرين بأرائي وأفكاري السياسية	59	17.6
توجد وسائل أخرى أكثر تأثيراً في المشاركة السياسية	57	17
أرى أنه لا جدوى من المناقشة في الشأن السياسي	56	16.7
أرى أنه وسيلة غير مؤثرة في العمل السياسي	56	16.7
أفضل في المناقشات السياسية التحاور وجهاً لوجه	55	16.4
متابعة الأخبار على أجهزة الهاتف الذكي ترهقني ذهنياً وبصرياً	52	15.5

تكشف نتائج الجدول اعلاه أن الشباب الجامعي العراقي عينة الدراسة يرى ان هناك جملة من اسباب عدم رؤية الشباب لإعلام الهاتف الذكي كوسيلة للمشاركة السياسية، حيث جاءت كالتالي، الخوف من التصادم مع الآخرين بأرائي وأفكاري السياسية بنسبة (17.6%) ووجود وسائل أخرى أكثر تأثيراً في المشاركة السياسية بنسبة (17%) تلا ذلك عدم وجود جدوى من المناقشة في الشأن السياسي، وأنها وسيلة غير مؤثرة في العمل السياسي بنسبة متساوية بلغت (16.7%)، ثم جاء تفضيل التحاور وجهاً لوجه في المناقشات السياسية بنسبة (16.4%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت متابعة الأخبار على أجهزة الهواتف الذكية ترهقني ذهنياً وبصرياً بنسبة (15.5%).

10. ترتيب وسائل إعلام الهواتف الذكية الأكثر تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي تنازلياً:

جدول (11) الأوزان المرجحة لوسائل إعلام الهواتف الذكية المؤثرة على المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي

الوسائل	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس		السادس		السابع		الثامن		التاسع		العاشر		اجمالي الوزن المرجح	
	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	النسبة	الوزن
تطبيقات الشبكات الاجتماعية	214	2140	0	0	108	864	4	28	2	12	2	10	1	4	221	663	98	196	0	0	3197	21.9
تطبيقات المواقع الاخبارية	0	0	209	1881	5	40	108	756	0	0	1	5	1	4	1	3	0	0	0	0	2689	15
تطبيقات البريد الالكتروني	0	0	106	954	116	928	101	707	1	6	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0	2600	14.5
التطبيقات الاتصالية	107	1070	0	0	0	0	0	0	0	121	726	96	480	0	0	1	3	0	0	0	2279	12.7
تطبيقات الصحف والمجلات	4	40	9	81	95	760	107	749	98	588	0	0	6	24	3	9	3	6	0	0	2257	12.6
الرسائل النصية	0	0	1	9	1	8	1	7	102	612	117	585	103	412	0	0	0	0	0	0	1633	9.1
تطبيقات	0	0	0	0	0	0	0	28	4	6	1	107	535	212	848	1	3	0	0	0	1420	7.9

الوسائل	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس		السادس		السابع		الثامن		التاسع		العاشر		اجمالي الوزن المرجح		
	ك	الوزن (10×)	ك	الوزن (9×)	ك	الوزن (8×)	ك	الوزن (7×)	ك	الوزن (6×)	ك	الوزن (5×)	ك	الوزن (4×)	ك	الوزن (3×)	ك	الوزن (2×)	ك	الوزن (1×)	النسبة	الوزن	
الفضائيات والاذاعات																							
تطبيقات وكالات الأنباء	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.2	749
تطبيقات المرشحين السياسيين	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.9	331
																						100	17875

وللتعرف على رؤية المبحوثين حول أهم وسائل إعلام الهواتف الذكية تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي، طلب الباحث منهم ترتيب مجموعة من الوسائل من حيث أهميتها في التأثير على مشاركة الشباب الجامعي في الحياة السياسية، وتم استخدام أسلوب الأوزان المرجحة للحصول على تقييم إجمالي لترتيب هذه الوسائل من وجهة نظر العينة، بحيث يحصل الترتيب رقم (1) على أعلى وزن (10)، فيما يحصل الترتيب رقم (10) على أقل وزن (1)، وبالنظر إلى الجدول رقم (12) الذي يوضح الأوزان التي حصل عليها كل خيار، نجد أن:

- جاءت تطبيقات الشبكات الاجتماعية وأهمها (فيس بوك -تويتر- وكوكل بلاص) في المرتبة الأولى بين وسائل إعلام الهواتف الذكية الأكثر تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي بنسبة (21.9%)، ثم تطبيقات المواقع الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة (15%)، تلا ذلك تطبيقات البريد الالكتروني بالمرتبة الثالثة بنسبة (14.5%).
- ثم جاءت التطبيقات الاتصالية (واتس اب، وفاير، ولين، وايمو، وماسنجر فيس بوك) في المرتبة الرابعة بنسبة (12.7%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت تطبيقات الصحف والمجلات بنسبة (12.6%)، ثم جاءت الرسائل النصية في المرتبة السادسة بنسبة (9.1%)، تلا ذلك تطبيقات الفضائيات والاذاعات في المرتبة السابعة بنسبة (7.9%)، بينما جاءت تطبيقات وكالات الأنباء في المرتبة التاسعة بنسبة (4.2%)، وفي المرتبة الاخيرة جاءت تطبيقات المرشحين السياسيين بنسبة (1.9%).

11. طرق اختيار الشباب الجامعي العراقي للتطبيقات الإعلامية على الهواتف الذكية لمتابعة الأخبار السياسية:

جدول (12) يوضح طرق اختيار الشباب الجامعي العراقي للتطبيقات الاعلامية لمتابعة الاخبار السياسية (اختيار اكثر من بديل)

الطرق	ك	%
سمعت عنها وعن شهرتها ونجاحها بالصدفة	241	31.5
من الاعلانات والمواقع الالكترونية	154	20.1
ترشيحات من الاصدقاء والمعارف	147	19.2
بالبحث في مستودعات التطبيقات الالكترونية App store, Google	44	5.7

يتبين من نتائج الجدول السابق أن السمعة الطيبة والشهرة والنجاح للتطبيقات الاعلامية من اهم طرق اختيار الشباب الجامعي للتطبيقات الاعلامية لمتابعة الاخبار السياسية بنسبة (31.5%)، تلا ذلك خيار الصدفة بنسبة (23.5%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت المتابعة من خلال الاعلانات والمواقع الالكترونية بنسبة (20.1%)، وجاءت ترشيحات الاصدقاء والمعارف في المرتبة الرابعة بنسبة (19.2%)، وفي المرتبة الاخيرة جاء البحث في مستودعات التطبيقات الالكترونية بنسبة (5.7%)

12. ردود فعل الشباب الجامعي العراقي تجاه الاخبار السياسية عبر التطبيقات الاعلامية على الهاتف الذكي:
جدول (13) يوضح ردود فعل الشباب الجامعي العراقي في التعرض للأخبار السياسية عبر التطبيقات الاعلامية

رد الفعل	ك	%
اتأكد منها من خلال المصادر الاخرى	173	53.2
اتأكد منها من خلال تعليقات القراء والمشاهدين	114	35.1
لا اصدقها	22	6.8
اصدقها واثق في مضمونها	16	4.9
الاجمالي	325	100

نستخلص من نتائج الجدول اعلاه ان ردود فعل الشباب الجامعي تجاه الاخبار السياسية عبر التطبيقات الاعلامية تتمثل في التأكد من الاخبار من خلال المصادر الاخرى بنسبة (53.2%)، ثم جاء التأكد من خلال تعليقات القراء والمشاهدين في المرتبة الثانية بنسبة (35.1%)، وفي المرتبة الثالثة جاء عدم تصديقها بنسبة (6.8%)، وفي المرتبة الاخيرة اصدقها واثق في مضمونها بنسبة (4.9%).

13. اسباب تفاعل الشباب الجامعي العراقي مع الاخبار السياسية عبر التطبيقات الاعلامية على الهاتف الذكي:

جدول (14) يوضح اسباب تفاعل الشباب الجامعي العراقي مع الاخبار السياسية عبر التطبيقات الاعلامية

رد الفعل	ك	%
اقوم بذلك للتعبير عن رأيي فقط	259	79.7
انتظر تعليقات الاصدقاء لمتابعتهم	53	16.3
لا اهتم كثيراً بأراء الآخرين	13	4
الاجمالي	325	100

خلصت نتائج الجدول السابق المتعلقة إلى أن تعبير الشباب الجامعي العراقي عن رأيهم فقط جاء في المرتبة الاولى لأسباب تفاعل الشباب الجامعي مع القضايا السياسية عبر التطبيقات الاعلامية بنسبة (79.7%)، ثم جاء انتظار الشباب الجامعي العراقي لتعليقات الاصدقاء لمتابعتهم بنسبة (16.3%)، وفي المرتبة الاخيرة جاء عدم اهتمام الشباب الجامعي العراقي كثيراً بأراء الآخرين بنسبة (4%).

14. النشاط السياسي الذي يمارسه الشباب الجامعي العراقي:

جدول (15) يوضح النشاط السياسي الذي يمارسه الشباب الجامعي العراقي (اختيار أكثر من بديل)

النشاط	ك	%
أدلى بصوتي في الانتخابات	172	26.5
شاركت في حملة مرشح	128	19.7
احضر الندوات والمحاضرات السياسية	95	14.6
عضو في جمعية مدنية معينة بالعمل الديمقراطي والحقوقي	63	9.7
الانضمام إلى صفحات الاحزاب السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي	61	9.4
عضو في حزب سياسي	49	7.5
اشارك في مظاهرات ومسيرات واعتصامات سلمية	31	4.8
الانضمام الى صفحات جماعات سياسية على مواقع التواصل الاجتماعي	26	4
عضو في حركة سياسية غير حزبية	25	3.8

تظهر نتائج الجدول السابق المتعلقة بالنشاط السياسي الذي يمارسه الشباب الجامعي العراقي ان الإدلاء بالصوت في الانتخابات جاء أكثر الأنشطة السياسية التي يمارسها الشباب الجامعي العراقي، ثم المشاركة في حملة مرشح بنسبة (19.7%). وفي المرتبة الثالثة جاء حضور الندوات والمحاضرات السياسية بنسبة (14.6%)، بينما جاء خيار عضو في جمعية مدنية معينة

بالعمل الديمقراطي والحقوق في المرتبة الرابعة بنسبة (9.7%)، ثم الانضمام الى صفحات الاحزاب السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (9.4%)، تلا ذلك العضوية في حزب سياسي بنسبة (7.5%)، بينما جاءت المشاركة في مظاهرات ومسيرات واعتصامات سلمية بنسبة (4.8%)، تلا ذلك الانضمام على صفحات جماعات سياسية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (4%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء عضو في حركة سياسية غير حزبية بنسبة (3.8%).

15. هل شاركت في أنشطة سياسية دعت إليها جهات ما عبر إعلام الهواتف الذكية:

جدول (16) يوضح مشاركة الشباب الجامعي العراقي في أنشطة سياسية دعت إليها جهات عبر إعلام الهواتف الذكية

مشاركة الشباب الجامعي العراقي	ك	%
نعم	192	59.1
لا	133	40.9
الإجمالي	325	100

يوضح الجدول السابق نسبة مشاركة الشباب الجامعي العراقي في أنشطة سياسية دعت إليها جهات عبر إعلام الهواتف الذكية، حيث جاء من يشارك في أنشطة سياسية دعت إليها جهات عبر إعلام الهواتف الذكية في المرتبة الأولى بنسبة (59.1%)، بينما جاء من لا يشارك في أنشطة سياسية دعت إليها عبر إعلام الهواتف الذكية بنسبة (40.9%)، وتشير هذه النتيجة إلى أن دور إعلام الهاتف الذكي في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي العراقي من خلال تشكيل السلوك السياسي تجاه القضايا السياسية.

16. عدد مشاركات الشباب الجامعي العراقي السياسية لدعوات جهات عبر إعلام الهواتف الذكية:

جدول (17) يوضح مشاركة الشباب الجامعي العراقي السياسية لدعوات جهات ما عبر إعلام الهواتف الذكية

مشاركة الشباب الجامعي العراقي	ك	%
مرة واحدة	125	65.1
مرتين	58	30.2
ثلاث مرات	9	4.7
الإجمالي	192	100

تظهر نتائج الجدول السابق المتعلقة بعدد مرات مشاركة الشباب الجامعي العراقي السياسية لدعوات جهات عبر إعلام الهواتف الذكية بأن غالبية الشباب الجامعي شاركوا مرة واحدة في أنشطة سياسية بنسبة (65.1%) من إجمالي المبحوثين، بينما جاء من شارك مرتين في المرتبة الثانية بنسبة (30.2%)، ومن شارك ثلاث مرات في المرتبة الأخيرة بنسبة (4.7%).

17. هدف آخر نشاط سياسي شارك فيه الشباب الجامعي العراقي:

جدول (18) يوضح هدف آخر نشاط سياسي شارك فيه الشباب الجامعي العراقي (يمكن اختيار أكثر من بديل)

الهدف	ك	%
تأييد مرشح انتخابي	60	31.3
إصلاح سياسي	43	22.4
مطالب فئوية	35	18.2
تأييد موقف أو شخص أو حدث سياسي	30	15.6
مكافحة الفساد	11	5.7
احتجاج على قرارات رسمية ومواقف سياسية	10	5.2
الأفراج عن معتقلين سياسيين	3	1.6
الإجمالي	192	100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أهم هدف آخر نشاط سياسي شارك فيه الشباب الجامعي العراقي هو تأييد مرشح انتخابي بنسبة (31.3%)، في المرتبة الاولى، ثم إصلاح سياسي بنسبة (22.4%)، تلا ذلك مطالب فئوية بنسبة (18.2%)، في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة جاء تأييد موقف أو شخص أو حدث سياسي بنسبة (15.6%)، يليه مكافحة الفساد بنسبة (5.7%)، ثم الاحتجاج على قرارات رسمية ومواقف سياسية بنسبة (5.2%)، وفي المرتبة الاخيرة جاء الافراج عن معتقلين سياسيين بنسبة (1.6%).

18. مستوى مشاركة الشباب الجامعي السياسية في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014

جدول (19) يوضح مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014

مستوى المشاركة	ك	%
قوي	239	59.8
ضعيف	161	40.3
الاجمالي	400	100

توضح نتائج الجدول السابق قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 بنسبة (59.8%)، بينما جاءت نسبة من يرى ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 بنسبة (40.3%).

19. اسباب قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014

جدول (20) يوضح اسباب قوة مستوى المشاركة السياسية في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014

(اختيار اكثر من بديل)

اسباب قوة المشاركة	ك	%
رغبة الشباب في التغيير	192	18.8
إدراك الشباب لحقوقه وواجباته بشكل أكبر من ذي قبل	157	15.4
حرية الرأي والتعبير للأفراد ووسائل الإعلام	131	12.8
كسر حاجز الخوف بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014	127	12.4
وجود احزاب سياسية ذات تأثير وفاعلية على الساحة السياسية اكثر من ذي قبل	103	10.1
إدراك النظام السياسي لأهمية الشباب ككتلة متجانسة وقوية في المجتمع	85	8.3
احتلال الشباب الصف الثاني في إدارة شؤون الدولة	85	8.3
النظام السياسي يتيح فرصة كبيرة للجميع لتبادل الآراء والاستماع الى الآخر	73	7.1
ظهور حركات احتجاجية جديدة	69	6.8

من نتائج الجدول السابق نلاحظ مجموعة من الدلالات والمؤشرات كالتالي:

- من اهم اسباب قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 هو رغبة الشباب الجامعي في التغيير بنسبة (18.8%)، ثم إدراك الشباب لحقوقه وواجباته بشكل أكبر من ذي قبل في المرتبة الثانية بنسبة (15.4%)، تلا ذلك حرية الرأي والتعبير للأفراد ووسائل الإعلام بنسبة (12.8%).
- كما حصل سبب كسر حاجز الخوف بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 على المرتبة الرابعة بنسبة (12.4%)، ثم جاء وجود احزاب سياسية ذات تأثير وفاعلية على الساحة السياسية بنسبة (10.1%)، يليه إدراك النظام السياسي لأهمية الشباب الجامعي ككتلة متجانسة وقوية في تدعيم الحكم الديمقراطي واحتلال الشباب الصف الثاني في إدارة شؤون الدولة بنسبة (8.3%). ثم جاء خيار النظام السياسي يتيح فرصة كبيرة للجميع لتبادل الآراء والاستماع اليهم بنسبة (7.1%)، وظهر حركات احتجاجية جديدة بنسبة (6.8%).

20. اسباب ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014
جدول (21) يوضح اسباب ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي في العراق بعد الانتخابات البرلمانية
لسنة 2014 (اختيار أكثر من بديل)

اسباب ضعف المشاركة	ك	%
انتشار الفساد وعدم وجود جدية في إصلاح أجهزة الدولة	139	13.6
التشكيك في الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 وعدم الاتفاق على نتائجها حتى اللحظة	138	13.5
تراجع مستوى حرية الرأي والتعبير واحترام حقوق الانسان	125	12.2
ارتباك الاستحقاق الانتخابي بتأجيل الانتخابات البرلمانية	122	11.9
عدم ثقة الشباب في النظام السياسي والاحزاب السياسية	116	11.3
تبرئة بعض رموز من النظام الحاكم وعودتهم لممارسة العمل السياسي	93	9.1
صدور احكام قاسية بحق بعض الشباب المشاركين في المظاهرات ضد الحكم	90	8.8
انسداد الافق السياسي	85	8.3
حادثة التجربة الديمقراطية	71	6.9
سيطرة الحلول الامنية على حساب الحلول السياسية	45	4.4

تشير نتائج الجدول السابق الى جملة من الملاحظات والدلالات كالتالي:

- احتل انتشار الفساد وعدم وجود جدية في إصلاح أجهزة الدولة المرتبة الاولى ضمن اهم اسباب ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي في العراق بعد الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 بنسبة بلغت (13.6%)، ثم جاء التشكيك في الانتخابات البرلمانية لسنة 2014 وعدم الاتفاق على نتائجها حتى اللحظة في المرتبة الثانية بنسبة (13.5%)، تلا ذلك تراجع مستوى حرية الرأي والتعبير واحترام حقوق الانسان بنسبة (12.2%) في المرتبة الثالثة.
- ثم جاء ارتباك الاستحقاق الانتخابي بتأجيل الانتخابات البرلمانية في المرتبة الرابعة بنسبة (11.9%)، ثم عدم ثقة الشباب الجامعي في النظام السياسي والاحزاب السياسية بنسبة (11.3%)، يليه تبرئة بعض رموز من النظام الحاكم وعودتهم لممارسة العمل السياسي بنسبة (9.1%)
- كما جاء صدور احكام قاسية بحق بعض الشباب الجامعي المشاركين في المظاهرات ضد الحكم في المرتبة السابعة بنسبة (8.8%)، ثم انسداد الافق السياسي بنسبة (8.3%)، وحداثة التجربة الديمقراطية بنسبة (6.9%)، وفي المرتبة الاخيرة جاءت سيطرة الحلول الامنية على حساب الحلول السياسية بنسبة (4.4%).

21. ترتيب الحقوق التالية من 1 إلى 9 من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية للمشاركة السياسية:
جدول (22) الأوزان المرجحة لمجموعة من الحقوق السياسية

الحقوق	الاول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس		السادس		السابع		الثامن		التاسع		اجمالي الوزن المرجح		
	ك	10×	ك	9×	ك	8×	ك	7×	ك	6×	ك	5×	ك	4×	ك	3×	ك	2×	الوزن	النسبة	
الشعور بالأمن والامان في بيتي وعملي	140	1260	73	584	100	100	100	72	432	0	0	0	0	8	24	7	14	0	0	3014	16.7
عمل يضمن لي حياة كريمة	73	657	172	1376	1	7	53	318	86	430	0	0	7	21	8	16	0	0	2825	15.7	
جودة التعليم	65	585	72	576	213	1491	26	156	0	0	2	0	0	0	0	0	0	22	22	2830	15.7
جودة الرعاية الصحية	71	639	68	544	15	105	141	846	72	360	0	0	24	72	0	0	0	9	9	2629	14.6
سهولة الحصول على حقوقي القانونية	3	27	0	0	0	0	71	497	25	150	219	1095	75	300	0	0	0	7	7	2076	11.5
حرية الرأي والتعبير	0	0	0	0	0	0	15	90	1	5	294	1176	68	204	22	44	0	0	1519	8.4	

الحقوق	الاول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس		السادس		السابع		الثامن		التاسع		اجمالي الوزن المرجح		
	ك	10×	ك	9×	ك	8×	ك	7×	ك	6×	ك	5×	ك	4×	ك	3×	ك	2×	الوزن	النسبة	
المشاركة في مناقشة قضايا الشأن العام	33	297	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	28	212	636	72	144	76	76	1181	6.5
الأدلاء بصوتي في الانتخابات	0	0	15	120	0	0	0	0	0	0	0	22	88	72	216	291	582	0	0	1006	5.6
المشاركة في التجمع والتظاهر السلمي	15	135	0	0	0	0	68	408	22	110	0	9	0	27	0	0	286	286	966	5.4	
																				18046	100

وللتعرف على رؤية المبحوثين حول أهم الحقوق السياسية، طلب الباحث منهم ترتيب مجموعة من الحقوق من حيث أهميتها لهم من ناحية المشاركة السياسية، وتم استخدام أسلوب الأوزان المرجحة للحصول على تقييم إجمالي لترتيب هذه الحقوق من وجهة نظر العينة، بحيث يحصل الترتيب رقم (1) على أعلى وزن (9)، فيما يحصل الترتيب رقم (9) على أقل وزن (1)، وبالنظر إلى الجدول رقم (23) الذي يوضح الأوزان التي حصل عليها كل خيار، نجد أن:

- استحوذ خيار المشاركة في مناقشة قضايا الشأن العام على المرتبة الأولى في قائمة الحقوق السياسية بالمناسبة للشباب الجامعي العراقي بنسبة (16.7%).
- وجاء الحق في العمل الذي يضمن حياة كريمة وحق جودة التعليم في المرتبة الثانية بنسبة متساوية بلغت (15.7%).
- واحتل حق جودة الرعاية الصحية في المرتبة الثالثة بنسبة (14.6%)، وجاء حق سهولة الحصول على حقوقي القانونية في المرتبة الرابعة بنسبة (11.5%)، تلا ذلك حق حرية الرأي والتعبير بنسبة (8.4%).
- وجاء حق المشاركة في مناقشة قضايا الشأن العام في المرتبة السادسة بنسبة (6.5%)، يليه حق الإدلاء بصوتي في الانتخابات بنسبة (5.6%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء حق المشاركة في التجمع والتظاهر السلمي بنسبة (5.4%) من إجمالي الحقوق.

جدول (23) الوسط المرجح والوزن المنوي لأبعاد الاغتراب السياسي

الابعاد الاغتراب السياسي	رقم العبارة	الجملة	نعم	إلى حد ما	لا	الوسط المرجح	الوزن المنوي
العجز السياسي	1	مشاركتي في التصويت الانتخابي مهم	193	141	66	0.66	33%
	2	الاحتجاجات الشعبية وسيلة فعالة في التأثير على القرارات الحكومية	218	160	22	0.51	25.5%
	3	يمكنني الحصول على حقوقي كمواطن بسهولة	12	38	350	1.84	92%
	4	مشاركتي السياسية مؤثرة في المجتمع	148	167	85	0.84	42%
	5	مشاركتي في اتخاذ القرار مهمة ومؤثرة	94	89	217	1.31	65.5%
الوسط المرجح والوزن النسبي لبعدها السياسي							
اللامعنى السياسي	6	المواد الدستورية تمثل نصوصاً واضحة بالنسبة لي	231	128	41	0.52	26%
	7	تحرص الحكومة على تبرير وشرح اهداف القرارات التي تتخذها	15	106	279	1.66	83%
	8	تقدم الاحزاب برامج واضحة للإصلاح وتغيير الأوضاع القائمة	49	126	225	1.52	76%
	9	أنا على دراية كاملة بحقوقتي وواجباتي كمواطن	39	217	144	1.26	63%
	10	أحرص على المشاركة في مناقشة مشاريع الحكومة المطروحة للنقاش المجتمعي	130	41	229	1.25	62.5%
الوسط المرجح والوزن النسبي لبعدها اللامعنى السياسي							
اللامعيارية السياسية	11	يحرص المسؤولون على الحفاظ على المال العام والمصلحة العامة	108	141	151	1.11	55.5%
	12	الشفافية والنزاهة والمساواة هي قيم المجتمع السائدة	37	54	309	1.68	84%
	13	الجميع متساوي امام القانون	301	35	64	0.41	20.5%
	14	الكفاءة والحرص على المصلحة العامة هي شروط اساسية لتقلد المناصب في البلد	10	117	273	1.67	83.5%
	15	الجميع ملتزم بقواعد واخلاقيات العمل السياسي	6	88	306	1.75	87.5%

الوسط المرجح والوزن النسبي لبعده اللامعيارية السياسية					
%66	1.32	1103	435	462	
%54	1.08	125	184	91	16 أنا منضم/ افكر في الانضمام لحزب او حركة سياسية
%99.5	1.99	394	6	0	17 أنا أرسل خطابات للمسؤولين للتعقيب على سياساتهم
%46	0.92	109	149	142	18 سأدلي بصوتي في انتخابات مجلس النواب
%28.5	0.57	55	117	228	19 سأشارك في مظاهرة أو اعتصام ضد الأخطار التي تهدد المجتمع
%52.5	1.05	144	132	124	20 سأشارك في مناقشات المشروعات التنموية القومية في المؤتمرات
الوسط المرجح والوزن النسبي لبعده العزلة السياسية					
%56	1.12	827	588	585	
%45.5	0.91	14	337	49	21 أناقش الموضوعات السياسية مع أصدقائي وزملائي
%27	0.54	16	185	199	22 أهتم بمتابعة الأخبار والأحداث السياسية الداخلية
%44.5	0.89	108	139	153	23 أحرص على متابعة تصريحات المسؤولين في وسائل الإعلام
%12	0.24	33	31	336	24 اهتم بمعرفة من الفائز في دائرتي الانتخابية
%89.5	1.79	321	73	6	25 أحرص على التفاعل الإلكتروني مع الكتاب والنخبة السياسية
الوسط المرجح والوزن النسبي لبعده اللامبالاة السياسية					
%39	0.78	492	765	743	

- مقياس الاغتراب السياسي:

قام الباحث بتصميم مقياس للاغتراب السياسي - اعتماداً على ما طرحته الدراسات السابقة في هذا الشأن - يتضمن خمساً وعشرين عبارة، تعني كل خمس منها بقياس بعد من ابعاد الاغتراب السياسي الخمسة المتمثلة في: العجز، اللامعنى، اللامعيارية، العزلة، اللامبالاة السياسية، بحيث يحقق اختيار (لا) أعلى قيمة للاغتراب السياسي، و(نعم) أقل قيمة لتحقيقه. ويظهر جدول رقم (24) التكرارات البسيطة لكل جملة من جمل المقياس ونسبتها من إجمالي العينة.

وبالرغم من الدلالات والملاحظات التي تحملها لنا النسب المئوية لعبارات ابعاد الاغتراب السياسي، إلا انها لا تمكننا من اتخاذ قرار محدد بشأن تحقق قيم الاغتراب من عدمه، وهو ما سعى الباحث إليه باستخدام اسلوب إحصائي يعتمد على حساب الوسط الحسابي المرجح والوزن المئوي، للوصول إلى دلالات أكثر عمقاً لكل عبارة من هذه العبارات، وبالتالي لكل خمس عبارات مجتمعة تعبر عن بعد معين من أبعاد الاغتراب السياسي، ما يمكننا في النهاية من الحكم على مدى تحقق أبعاد الاغتراب الخمسة سالفة الذكر والوزن المئوي لتحقيق كل منها، كما يتبين من الجدول رقم (25).

جدول (24)الوسط المرجح والوزن المئوي لأبعاد الاغتراب السياسي لدى مفردات العينة

الوزن المئوي	الوسط المرجح	لا	إلى حد ما	نعم	ابعاد الاغتراب السياسي
%66	1.32	1103	435	462	اللامعيارية السياسية
%61.5	1.23	918	618	464	اللامعنى السياسي
%56	1.12	827	588	585	العزلة السياسية
%51.5	1.03	740	595	665	العجز السياسي
%39	0.78	492	765	743	اللامبالاة السياسية
%54.80	1.096	4080	3001	2919	الاجمالي (أبعاد الاغتراب السياسي)

ومن خلال الجدول السابق نجد أن:

- بعد اللامعيارية السياسية كان أعلى قيمة في أبعاد الاغتراب السياسي تحقيقاً بوسط حسابي (1.32) ووزن مئوي %66، وهو ما يؤثر بقوة إلى الخلل في العلاقة بين الحاكم والمحكوم لدى عينة الدراسة، وعدم الاتساق بين ما يعتقد الفرد بأنه صحيح من قيم العدالة والصدق والمساواة، وما يشعر به ويتحقق على أرض الواقع بالفعل، وبالتالي انهيار المعايير في العلاقات بين المسؤولين السياسيين والأفراد، وشعور بالأفراد بأن المسؤولين السياسيين ينتهكون الإجراءات القانونية في

- التعامل مع الأفراد، او في الوصول إلى القرارات السياسية كل ذلك أدى إلى ارتباك الاستحقاق الانتخابي وقلص فرصة المشاركة في الانتخابات والتشكيك في جدواها.
- بعد اللامعنى السياسي جاء بوسط حسابي (1.23) ووزن مئوي (61.5%)، وهو ما يدل على ضبابية البيئة السياسية لدى المبحوثين، وشعورهم بسيطرة الغموض على الخطط والبرامج السياسية والأطر التشريعية المنظمة للبيئة السياسية في إطار يكفل الحقوق ويحدد المسؤوليات، وهو الواقع الذي يجعلهم عاجزين عن التفاعل معها، ومن ثم الإحجام عن المشاركة السياسية.
 - بعد العزلة السياسية جاء بوسط حسابي (1.12) ووزن مئوي (56%)، وهو ما يؤشر بقوة إلى وجود حالة من الانفصال عن الواقع السياسي والإحجام عن الفعاليات السياسية المختلفة، وهو ما يتسق مع وجود (40.6%) لم يشاركوا في الفعاليات السياسية التي دعت إليها وسائل إعلام الهواتف الذكية، الامر الذي يعكس حالة الغموض واللامعيارية التي تسود الواقع السياسي، وتدفع الشباب للعزوف عن المشاركة السياسية.
 - جاء بعد العجز السياسي بوسط حسابي (1.03) ووزن مئوي (51.5%)، وعلى الرغم من أن هذا الوزن يعني تحقق ذلك البعد إلا انه يتحقق بفارق (1.5%) عن الوزن المفترض، وهي أقل نسبة مقارنة بالأبعاد الثلاثة السابقة، أي إن المبحوث أكثر ثقة في قدرته في التأثير من ثقته في نزاهة المعايير والقيم التي تنظم البيئة السياسية المحيطة به.
 - بعد اللامبالاة السياسية جاء بوسط حسابي (0.78) ووزن مئوي (39%)، وهو ما يشير إلى شعور العينة بالخلل القيمي والغموض وضعف القدرة على التأثير السياسي والعزوف عن المشاركة لم يمنعها من الاهتمام بمجريات الأحداث ومتابعتها على إعلام الهواتف الذكية، وهو ما يعني أن اهتمام المبحوث بالشأن السياسي لا يعني بالضرورة استعداده للمشاركة السياسية في نطاق عينة الدراسة، ويعزى ذلك على افتقاد القيم والمعايير والضمانات التي تنظم البيئة السياسية، وسيطرة الضبابية والغموض والخلل في المنظومة القيمية التي تحكم المشهد السياسي العراقي.

المحور الثاني: اختبار فروض الدراسة:

ترمي الدراسة إلى اختبار العلاقة بين رؤية الشباب العراقي لتأثير إعلام الهواتف الذكية على المشاركة السياسية، وكذلك ثقة الشباب الجامعي العراقي في إعلام الهواتف الذكية وشعورهم بالاغتراب السياسي، ولقياس هذه العلاقة تحاول الدراسة اختبار وقياس صحة الفروض التالية:

وقد وضعت الدراسة سبعة فروض رئيسية مرتبطة بالعلاقة بين إعلام الهواتف الذكية والمشاركة السياسية، في إطار ما يطرحه مدخل الاتصال السياسي المتنقل ونظرية الاغتراب السياسي، والتي تتيج أبعاداً متعددة لتوصيف العلاقة تشمل: تصورات الفرد واهتمامه وسلوكه إزاء الواقع السياسي، فضلاً عن ادراكه لحدود دوره وتأثيره فيه أيضاً، وهو المنظور الذي يفتح آفاقاً أرحب تتجاوز حدود تفسير حالة "اللامشاركة" إلى ما يكمن وراءها من تصورات الفرد وقناعاته التي يتخذ بناءً عليها قراره بالمشاركة من عدمه، وهو هدف الدراسة الأساسي من منطلق التعريف الإجرائي الذي يرى في المشاركة سلوكاً إرادياً وطوعياً يستهدف التأثير على القرار السياسي، وفيما يلي استعراض لنتائج اختبار الفروض وفق ما أظهره التحليل الإحصائي لبيانات العينة.

- الفرض الأول: كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي وثقته في إعلام الهواتف الذكية أزداد شعوره بالعجز السياسي. ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية وثقته فيه ومدى شعوره بالعجز السياسي، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة، تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما يتضح من الجدول رقم (25).

جدول (25) الارتباط بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيه ومدى الشعور بالعجز السياسي

معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho		متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها		العجز السياسي
متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها	معامل الارتباط Correlation Coefficient	-	0.414-	العجز السياسي
	الدلالة الاحصائية Sig.(2-tailed)	-	0.000	
	إجمالي العينة	400	400	
العجز السياسي	معامل الارتباط Correlation Coefficient	0.414-	-	
	الدلالة الاحصائية Sig.(2-tailed)	0.000	-	
	إجمالي العينة	400	400	

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01

ويوضح الجدول السابق انتفاء وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيه والشعور بالعجز السياسي لدى الشباب العراقي عينة الدراسة، فيما يظهر وجود ارتباط عكسي بين المتغيرين بلغت قيمته (-0.414)، أي أنها علاقة عكسية بين المتغيرين وبلغت قيمته (-0.414) أي أنها علاقة متوسطة، عند مستوى معنوية (0.01). وبالتالي... ترفض الدراسة الفرض الأول القائل بـ(كلما ازدادت متابعة الشباب العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية أزداد شعوره بالعجز السياسي)، فيما تثبت وجود علاقة عكسية بين المتغيرين، أي انه (كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الهواتف الذكية قل شعوره بالعجز السياسي).

- الفرض الثاني: كلما ازدادت متابعة الشباب العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية أزداد شعوره باللامعنى السياسي. ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب العراقي لإعلام الهواتف الذكية وثقته فيها ومدى شعوره باللامعنى السياسي، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط "سبيرمان" كما يتضح من الجدول رقم (26).

جدول (26) الارتباط بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ومدى الشعور باللامعنى السياسي

اللامعنى السياسي	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها	معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها
0.028	-	معامل الارتباط Correlation Coefficient	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها
0.580	-	الدلالة الاحصائية Sig.(2-tailed)	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها
400	400	إجمالي العينة	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها
-	0.028	معامل الارتباط Correlation Coefficient	اللامعنى السياسي
-	0.580	الدلالة الاحصائية Sig.(2-tailed)	اللامعنى السياسي
400	400	إجمالي العينة	اللامعنى السياسي

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01

ويوضح الجدول السابق وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها والشعور باللامعنى السياسي لدى الشباب العراقي عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (0.028) أي أنها علاقة سلبية ولكنها ضعيفة للغاية، عند مستوى معنوية (0.01). وبالتالي.. تقبل الدراسة الفرض القائل بـ(كلما ازدادت متابعة الشباب العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية أزداد شعوره باللامعنى السياسي).

- الفرض الثالث: كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية أزداد شعوره باللامعيارية السياسية.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب الجامعي لإعلام الهواتف الذكية وثقته فيها ومدى شعوره باللامعيارية السياسية، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما يتضح من الجدول رقم (27).

جدول (27) الارتباط بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ومدى الشعور باللامعيارية السياسية

اللامعيارية السياسية	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها	معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها
0.236-	-	معامل الارتباط Correlation Coefficient	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها
0.000	-	الدلالة الاحصائية Sig.(2-tailed)	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها
400	400	إجمالي العينة	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها
-	0.236-	معامل الارتباط Correlation Coefficient	اللامعيارية السياسية
-	0.000	الدلالة الاحصائية Sig.(2-tailed)	اللامعيارية السياسية
400	400	إجمالي العينة	اللامعيارية السياسية

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01

ويوضح الجدول السابق انتفاء وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها والشعور باللامعيارية السياسية

لدى الشباب الجامعي العراقي عينة الدراسة، فيما يظهر وجود ارتباط عكسي بين المتغيرين بلغت قيمته (-0.236)، أي أنها علاقة عكسية بين المتغيرين بلغت قيمته (-0.236) أي أنها علاقة ضعيفة، عند مستوى معنوية (0.01). وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الثالث القائل ب(كلما ازدادت متابعة الشباب العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره باللامعيارية السياسية)، فيما تثبت وجود علاقة عكسية بين المتغيرين، أي انه (كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الهواتف الذكية قل شعوره باللامعيارية السياسية).

- الفرض الرابع: كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره بالانعزلة السياسية.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية وثقته فيها ومدى شعوره بالانعزلة السياسية، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما يتضح من الجدول رقم (28).

جدول (28) الارتباط بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ومدى الشعور بالانعزلة السياسية

العزلة السياسية		معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho	
متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها	العزلة السياسية	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها	العزلة السياسية
-0.238	-	Correlation Coefficient	معامل الارتباط
0.000	-	Sig.(2-tailed)	الدلالة الاحصائية
400	400	إجمالي العينة	
-	-0.238	Correlation Coefficient	معامل الارتباط
-	0.000	Sig.(2-tailed)	الدلالة الاحصائية
400	400	إجمالي العينة	
الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01			

ويوضح الجدول السابق انثناء وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها والشعور بالانعزلة السياسية لدى الشباب الجامعي العراقي عينة الدراسة، فيما يظهر وجود ارتباط عكسي بين المتغيرين بلغت قيمته (-0.238)، أي أنها علاقة عكسية بين المتغيرين بلغت قيمته (-0.238) أي أنها علاقة ضعيفة، عند مستوى معنوية (0.01). وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الرابع القائل ب(كلما ازدادت متابعة الشباب العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره بالانعزلة السياسية)، فيما تثبت وجود علاقة عكسية بين المتغيرين، أي انه (كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الهواتف الذكية قل شعوره بالانعزلة السياسية).

- الفرض الخامس: كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره باللامبالاة السياسية.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية وثقته فيها ومدى شعوره باللامبالاة السياسية، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل ارتباط سبيرمان، كما يتضح من الجدول رقم (29).

جدول (29) الارتباط بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ومدى الشعور باللامبالاة السياسية

اللامبالاة السياسية		معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho	
متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها	اللامبالاة السياسية	متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها	اللامبالاة السياسية
-0.208	-	Correlation Coefficient	معامل الارتباط
0.000	-	Sig.(2-tailed)	الدلالة الاحصائية
400	400	إجمالي العينة	
-	-0.208	Correlation Coefficient	معامل الارتباط
-	0.000	Sig.(2-tailed)	الدلالة الاحصائية
400	400	إجمالي العينة	
الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01			

ويوضح الجدول السابق انتفاء وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الهواتف الذكية والثقة فيها والشعور باللامبالاة السياسية لدى الشباب الجامعي العراقي عينة الدراسة، فيما يظهر وجود ارتباط عكسي بين المتغيرين بلغت قيمته (-0.208)، أي أنها علاقة عكسية بين المتغيرين بلغت قيمته (-0.208) اي انها علاقة ضعيفة، عند مستوى معنوية (0.01). وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الخامس القائل ب(كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره باللامبالاة السياسية)، فيما تثبت وجود علاقة عكسية بين المتغيرين، أي انه (كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الهواتف الذكية قل شعوره باللامبالاة السياسية).

- الفرض السادس: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين ثقة الشباب الجامعي العراقي في إعلام الهواتف الذكية ورؤيتهم لها كأداة للمشاركة السياسية.

لدراسة واختبار هذه العلاقة استخدم الباحث اختبار كاي-سكوير χ^2 للاستقلالية وذلك لاختبار العلاقة بين ثقة الشباب الجامعي العراقي في إعلام الهواتف الذكية ورؤيتهم لها كأداة للمشاركة السياسية، وقد جاءت النتائج كما موضح في الجدول رقم (30):

جدول (30) اختبار كاي² للعلاقة بين ثقة الشباب الجامعي العراقي في إعلام الهواتف الذكية ورؤيتهم لها كأداة للمشاركة السياسية

معامل التوافق Contingency Coefficient	مستوى الدلالة Sig الاحصائية	درجة الحرية	قيمة كاي ²	رؤية الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية كأداة للمشاركة السياسية		متابعة وثقة الشباب العراقي في إعلام الهواتف الذكية
				لا	نعم	
0.182	0.008	4	13.734	0	10	اتابعها وأثق فيها كثيراً
				2	38	أتابعها وأثق فيها
				10	78	أتابعها من حين لآخر
				34	118	أثق فيها قليلاً
				26	84	لا أثق فيها ابداً
				72	328	الاجمالي

حسب مستوى الدلالة الاحصائية عند $\infty = 0.05$

أظهرت نتائج اختبار الفرض السادس إلى ان قيمة كاي² المحسوبة بلغت (13.734)، وهي قيمة أكبر عن كاي² الجدولية والبالغة (9.49)، عند مستوى دلالة (0.008) وهي قيمة اصغر من مستوى دلالة ($\infty = 0.05$)، مما يعني وجود علاقة بين المتغيرين، وبذلك يتضح وجود دلالة إحصائية، ما يعني قبول الفرض البديل ورفض الفرض العدم، أي أنه توجد علاقة بين المتغيرين وللتأكد من النتيجة تم اختبار قوة تلك العلاقة، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.128)، أي ان العلاقة بين المتغيرين ضعيفة، وبذلك يتضح وجود علاقة بين متابعة الشباب لإعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ورؤيتهم لها كأداة للمشاركة السياسية. وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض العدم القائل ب(لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ورؤيتهم لها كأداة للمشاركة السياسية)، وتقبل الفرض البديل القائل ب(توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ورؤيتهم لها كأداة للمشاركة السياسية).

- الفرض السابع: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم.

لدراسة واختبار هذه العلاقة استخدم الباحث اختبار كاي-سكوير χ^2 للاستقلالية وذلك لاختبار العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم، وقد جاءت النتائج كما في الجدول رقم (31).

جدول (31) اختبار كا2 للعلاقة بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم

معامل التوافق Contingency Coefficient	مستوى الدلالة الاحصائية Sig	درجة الحرية	قيمة كا ²	لا	نعم	المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي
0.213	0.015	8	18.939	3	7	اهتم كثيراً
				18	19	أهتم
				38	39	أهتم من حين لآخر
				46	75	أهتم قليلاً
				28	52	لا أهتم ابداً
				133	192	الإجمالي

حسب مستوى الدلالة الاحصائية عند $\infty = 0.05$

أظهرت نتائج اختبار الفرض السابع إلى أن قيمة كا² المحسوبة بلغت (18.939) وهي قيمة أكبر عن (كا²) الجدولية وبالباغعة (15.51)، وعند مستوى دلالة (0.015) وهي قيمة أصغر من مستوى دلالة ($\infty = 0.05$)، مما يعني وجود علاقة بين المتغيرين، وبذلك يتضح وجود دلالة احصائية ما يعني قبول الفرض البديل ورفض الفرض العدم، أي أنه توجد علاقة بين المتغيرين، وللتأكد من النتيجة تم اختبار قوة تلك العلاقة، حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.213) أي ان العلاقة بين المتغيرين ضعيفة، وبذلك يتضح وجود علاقة بين استخدام الشباب العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم. وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض العدم القائل ب(لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم)، وتقبل الفرض البديل القائل ب(توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم).

خاتمة البحث:

- توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج والدلالات أهمها:
- حصلت الشبكات الاجتماعية على أعلى مرتبة في قائمة وسائل الإعلام الالكترونية التي يحرص الشباب الجامعي العراقي على متابعتها بنسبة (23.3%)، بينما جاءت الصحف الإلكترونية في المرتبة الثانية بنسبة (20.8%) من إجمالي الوسائل من حيث درجة المتابعة والأهمية للشباب الجامعي العراقي.
 - أظهرت النتائج أن الهاتف الذكي Smart Phone احتل المرتبة الأولى بين الأجهزة الإلكترونية المحمولة التي يستخدمها الشباب الجامعي العراقي في متابعة الأخبار بنسبة بلغت (49.5%)، تلا ذلك التابلت "الجهاز اللوحي" في المرتبة الثانية بنسبة (32.8%).
 - اهتم الشباب الجامعي العراقي بمتابعة أخبار الهواتف الذكية بدرجة كبيرة، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (3.40 إلى 4.19) الأمر الذي يفسر ارتفاع معدل استخدام إعلام الهواتف الذكية في متابعة أخبار الأحداث الجارية وتطوراتها.
 - يتفاعل الشباب الجامعي العراقي مع ما يقرأ على التطبيقات الإعلامية بشكل دائم، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (من 2.34 إلى 3) الأمر الذي يفسر درجة تفاعل الشباب الجامعي العراقي مع التطبيقات الإعلامية لوسائل الإعلام والمنصات الاجتماعية.
 - جاء الاحتكاك والتفاعل مع الأصدقاء والنخبة السياسية والاستفادة من رؤيتهم للأحداث وتكوين رأي عن مختلف القضايا السياسية في مقدمة أسباب رؤية الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية كأداة للمشاركة السياسية بنسبة متساوية بلغت (15.9%)، ثم جاء الحصول على أهم الأحداث السياسية فور وقوعها بنسبة (15.3%)، تلا ذلك امتلاك المهارات اللازمة لتصفح الاخبار عبر الهواتف الذكية بنسبة (15%).
 - جاءت تطبيقات الشبكات الاجتماعية وأهمها (فيس بوك، تويتر، وكوكل بلس) في المرتبة الأولى بين وسائل إعلام الهواتف الذكية الأكثر تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي بنسبة (21،9%)، ثم تطبيقات المواقع الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة (15%).

- رأى (59.8%) من الشباب الجامعي العراقي عينة الدراسة قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي في العراق بعد انتخابات 2014، بينما جاءت نسبة من يرى ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب الجامعي العراقي في العراق بعد انتخابات 2014 بنسبة (40.3%).
- استحوذ خيار المشاركة في مناقشة قضايا الشأن العام على المرتبة الأولى في قائمة الحقوق السياسية بالنسبة للشباب الجامعي العراقي بنسبة (16.7%)، وجاء الحق في العمل الذي يضمن حياة كريمة، وحق جودة التعليم في المرتبة الثانية بنسبة (15.7%) متساوية بلغت.
- تحقق الاغتراب السياسي لدى مفردات العينة بوسط (1.096) ووزن مؤوي (54.80%)، بيد أن تحقق أبعاده يتفاوت من بعد لأخر، سواء من حيث مدى تحققها او درجتها.
- وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض خلصت الدراسة إلى ما يلي:**
- ثبت عدم صحة الفرض الاول القائل ب(كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره بالعجز السياسي)، وتم قبول الفرض البديل القائل ب(كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الهواتف الذكية قل شعوره بالعجز السياسي).
- ثبت صحة الفرض الثاني القائل ب(كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره باللامعنى السياسي).
- ثبت عدم صحة الفرض الثالث القائل ب(كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره باللامعيارية السياسية)، وتم قبول الفرض البديل القائل ب(كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الهواتف الذكية قل شعوره باللامعيارية السياسية).
- كما لم تتحقق صحة الفرض الرابع القائل ب(كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره بالعزلة السياسية)، وتم قبول الفرض البديل القائل أنه (كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الهواتف الذكية قل شعوره بالعزلة السياسية).
- ثبتت عدم صحة الفرض الخامس القائل ب(كلما ازدادت متابعة الشباب الجامعي العراقي وثقته في إعلام الهواتف الذكية ازداد شعوره باللامبالاة السياسية)، وتم قبول الفرض البديل القائل انه (كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الهواتف الذكية قل شعوره باللامبالاة السياسية).
- لم تتحقق صحة الفرض السادس القائل ب(لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ورؤيتهم لها كأداة للمشاركة السياسية)، وتم قبول الفرض البديل القائل (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب الجامعي العراقي لإعلام الهواتف الذكية والثقة فيها ورؤيتهم لها كأداة للمشاركة السياسية).
- ثبت عدم صحة الفرض السابع القائل ب(لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم)، وتم قبول الفرض البديل القائل (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي العراقي لأخبار الهواتف الذكية والمشاركة السياسية لديهم).
- مقترحات البحث وما يثيره من دراسات مستقبلية:**
- بناءً على ما تقدم من نتائج البحث وما اقترحه الباحثون وأيضاً أفراد العينة من الشباب الجامعي العراقي، يتقدم الباحث بجملة من الاقتراحات تتمثل في الآتي:
- ضرورة استفادة الدولة والمؤسسات الرسمية والاحزاب السياسية في العراق من ميزات إعلام الهواتف الذكية في نشر التوعية السياسية، والترويج لبرامج الحكومة والاحزاب السياسية والتواصل مع أفراد المجتمع، وتشجيع الشباب الجامعي العراقي على المشاركة السياسية وادماجهم في رسم السياسات وصنع القرارات المختلفة.
- الاستمرار في البحث والدراسة في آليات إعلام الهواتف الذكية ووسائطه المتعددة (الرسائل النصية، الاتصال الصوتي والمرئي، التطبيقات الاتصالية، تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي) المؤثرة على المشاركة السياسية.
- ضرورة البحث في تأثير إعلام الهواتف الذكية في إعادة تعريف المشاركة السياسية، ومواصلة تطوير اسئلة البحث والنظريات التي تعنى بالبحث والدراسة في المشاركة السياسية المتقلة.

المصادر والمراجع

- TNS. (2015). تقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، التقرير الاول. البنك الدولي. (2017)، تقرير المعلومات والاتصالات من اجل التنمية تعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول.
- Arulchelvan S., New Media communication Strategies for Election campaigns: Experiences of Indian political, Online Journal of communication & Media Technologies, Vol. 4, No. 3.
- Carl Y. Pick, (2010), Mobile Strategies in Political Communication, MA Theses Faculty of the school of communication in partial, P.2.
- Chaffee, S. H., &Schleuder, J., (1986), Measurement & Effects of Attention to Media News, Human communication Research, Vol. 13, No. 1, PP.76-82.
- Chaffee, S., & Metzger, M., (2001), The End of Mass communication ?. Mass communication & society, Vol. 4, No. 4, P.367.
- Chyi, H. I., & Chadha, M., (2012), News on New Devices: Is Multi-Platform News Consumption A reality?, Journalism Practice, Vol.6, No.4, P.433.
- Dong-HOO Lee, (2013), Smartphones, Mobile Social Space, & New sociality in korea, Mobile Media & communication, Vol.1, No.3, PP. 269-270.
- Drew, D., & Weaver, D., (1990), Media Attention, Media Exposure & media Effect, Journalism & Mass communication Quarterly, Vol. 67, No. 4 PP. 740-748.
- Feldmann Valerie, (2005), Information Age Economy: Leveraging Mobile Media: Cross- Media strategy & innovation policy for mobile media communication, New York: Physica-Verlag Heidelberg, PP. 6-7.
- Heather A. Horst, (2013), The Infrastructures of mobile media: towards A future research Agenda, mobile media & communication, Vol. 1, No. 1, PP.147-148.
- Hyun-C. Lim &Joonkoo L., (2010), Mobile communication, political participation & the public sphere south korea's Experiences, Media Asia, Vol. 37, No. 4.
- Jason A. Martin, (2014), Mobile media & political participation: Defining & Developing an Emerging field, Op.Cit, P.181.
- Jason A. Martin, (2015), Mobile News Use & participation in elections: A bridge for the democratic divide?, Mobile Media & communication, Vol. 3, No. 2.
- Kaid, L. L. (Ed.), (2004), Handbook of Political communication Research, (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates), P. 41.
- Kwak, N. & Williams, A., wang, X. & Lee, H. (2005), Talking politics & Engaging Politics: An Examination of the Interactive Relationships Between Structural features of Political Talk & Discussion Engagement, Communication Research, 32, PP.87-90.
- Larissa Hjorth& Sarah Pink., (2014), New Visualities& the Digital Wayfarer: Reconceptualizing Camera Phone Photography & Locative Media, Mobile Media & communication, Vol.2, No.1, P.40.
- Lee, H., et al, (2014), mobile communication & Political Participation in south korea: Examining the Intersections between informational & relational Uses, Computers in Human behavior, Vol.38, p.87.
- Ling, R., (2010), New tech, New Ties: How Mobile communication is reshaping social cohesion, (Cambridge, MA: MIT press), p.124.
- Ling, R., New Tech, (2008), New Ties: How mobile communication is Reshaping Social cohesion, (Cambridge, MA: The MIT press, P. 186.
- Markus Rohde et al, (2016), Out of Syria: Mobile in use at the time of civil war, International Journal of Human- Computer Interaction, Vol. 32, Issue 7.
- Matsuda, M., (2005), Mobile communication & Selective Sociality, In M. Ito, D. Okabe, & M. Matsuda (Eds), Personal, Portable, Pedestrian: Mobile phones in Japanese life, cambridge, MA: MIT press, PP. 123-142.

- Michael chan, (2015), Examining the Influences of News Use patterns, Motivations, & Age Cohort on Mobile News Use: The case of Hong Kong, Mobile Media & communication, Vol. 3, No. 2.
- Ran Wei, (2013), Mobile Media: Coming of Age with a big splash, mobile media & communication, Vol. 1, No. 1, P.53.
- Scott W. Campbell &NojinKwak, (2010), Mobile communication & Civic Life: Linking Patterns of use to Civic & Political Engagement, Journal of communication, Vol. 60, No. 3, PP.536-539.
- Scott W. Campbell &NojinKwak, (2011), Political Involvement in "mobilized" society: The Interactive relationships among mobile communication, Network Characteristics, & Political Participation, OP.Cit, P. 1005.
- Westlund, O., (2012), Producer-Centric vs. Participation- Centric: On the Shaping of Mobile Media, Northern Lights, Vol. 10, No.1, PP. 107-109.

مواقع الانترنت:

- ComScore, The (2015), U.S. mobile App Report, Available at: <http://www.comscore.com/Insights/Presentations-&-Whitepapers/2015/The-2015-USmobile-App-Reportz>
- Duggan. Maeve, (2017), Mobile Messaging & social Media- 2017, pew Research Center, August 2017, Available at: <http://www.pewinternet.org/2017/08/19/mobile-messaging-&-social-media-2017>.
- ITU, ICT facts & figures (2013), Available at: <http://www.itu.int/en/ITU-D/statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013-e.pdf>
- Rai ICT Facts & Figures, (2017), The word in 2017, Available at: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2017pdf>.
- Statista, (2014), Number of mobile phone users worldwide from 2013 to 2019, Available At: <http://www.statista.com/statistics/274774/forecast-of-mobile-phone-users-worldwide>.
- Steve cohen, (2009), The Impact of Technology on Political communication, New York Observer, Available at: <http://observer.com/2009/06/the-impact-of-technology-on-political-communication>

Iraqi University Youth Relying on the Smart Phones and their Role in their Participation in the Parliamentary Elections of 2018 (Survey Study)

*Laith A.Eyada**

ABSTRACT

Political communication through smart phone communication is a form of non-traditional political practice, a form of alternative political participation for Iraqi youth as they feel the inability of traditional channels to achieve the desired change in the political environment, Mobile phone that has focused on the Smart Phone, many people have the ability to talk about politics and public affairs to overcome the uncertainty of many political issues, so discussing the political reality is an important factor in the The immediate and lasting features of smart phone media create a space for instant and permanent communication and communication themes that help groups with unified political visions form coherent links in many ways that were not available in the past. Its tools and mechanisms of communication and media are factors affecting political participation, as well as the use of smart phone news as an influential variable in the level of political participation.

In this context, the main objective of this research is to monitor and determine the impact of smart phone communication on the participation of Iraqi youth in the 2018 parliamentary elections.

The research was carried out from descriptive research and the survey method was used by using the survey paper as a data collection tool. The study was applied to a sample of 438 young Iraqis used to inform smart phones. The researcher obtained (400) valid forms for statistical analysis, The respondents' view of the impact of smart phone communication on the political participation of Iraqi youth after the 2014 parliamentary elections and the end of the 2018 parliamentary elections. This period was marked by many important political events. The research came out with a set of results and indications, and a number of suggestions were presented.

Keywords: Smart Phones, Political Participation, Political Alienation.

* College of Basic Education, Diyala University, Iraq. Received on 7/1/2019 and Accepted for Publication on 28/4/2019.