دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني : دراسة ميدانية على طلبة الجامعات
المصدر:	شؤون العصر
الناشر:	المركز اليمني للدراسات الاستراتيجية
المؤلف الرئيسي:	العزعزي، وديع بن محمد
المجلد/العدد:	مج 12, ع 31
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2008
الشهر:	ديسمبر
الصفحات:	5 - 53
رقم MD:	74585
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	HumanIndex, EcoLink
مواضيع:	طلاب الجامعات، وسائل الإعلام، الوعي السياسي، الاحوال السياسية، اليمن، الشباب، المشاركة السياسية، مصر، الاحزاب السياسية، الديمقراطية، البرامج الإذاعية، القنوات الفضائية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/74585

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

(دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني)

دراسة ميدانية على طلبة الجامعات

إعداد: د. وديع العزعزي*

المقدمة:

شهدت اليمن منذ بداية عقد التسعينيات من القرن الماضي تحولات سياسية مهمة، حيث حدثت تحولات كبيرة وكثيرة فرضتها قيام الوحدة اليمنية التي رافقتها العملية الديمقراطية، فقد سمح بالتعددية السياسية والحزبية، وتم إجراء انتخابات برلمانية ورئاسية ومحلية، وتنوعت منظمات المجتمع المدني.

كما شهدت اليمن تحولات إعلامية ملموسة حيث فتح الباب للتعددية الصحفية، وانتشرت ظاهرة مشاهدة القنوات الفضائية الوافدة ، كما تسنى للأفراد تصفح شبكة الانترنت.

كل تلك ستؤدي في مجملها إلى تحولات في وعي المجتمع اليمني عامة، والشباب اليمني خاصة، فقد بدأ الشباب يتشبعون بوعي سياسي جديد مختلف، لاسيما فيما يتعلق باهتماماتهم للقضايا السياسية والاجتماعية، أو فيما يتعلق بنظرتهم إلى طبيعة التحديات التي أفرزتها هذه التحولات على المستوى الوطني أو المستوى الذاتي.

وبعد الذي تقدم أليس حريًا بنا أن نتأمل في هذه الصورة الجديدة لوعي مختلف ينمو لدى الشباب نتيجة هذه التحولات؟

هنا تكمن أهمية هذا البحث، لاسيما وأن المسألة تتعلق بانبعاث قيم جديدة ووعي جديد عبر تحولات جديدة، كما يعد طلبة الجامعات شريحة متميزة وقادرة على التعبير عن موضوع الوعي السياسي، كما أنهم ينتمون إلى مختلف الفئات الاجتماعية والاقتصادية، وهم أكثر

الشرائح عرضة لمناقشة موضوعات مختلفة، ويمارسون أنشطة متنوعة نظرًا لوجودهم فـــي داخل مؤسسات تعليمية وثقافية.

---

* أستاذ مساعد بكلية الإعلام – جامعة صنعاء.

المبحث الأول
الإطار المنهجي

١-مشكلة البحث

يعد تشكيل الوعي السياسي المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية التي تتدرج من الاهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية ثم التصويت السياسي وأخيرًا المطالب السياسية[١]. وعلى وفق ذلك فإن ارتفاع مستوى وعي الشباب (طلبة الجامعات) بأبعاد الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية تعد من المتطلبات الأساسية للمشاركة السياسية الفاعلة. لاسيما وأن المشاركة السياسية تعد من الإشكاليات المهمة التي تواجه المجتمعات في طريقها نحو التنمية. وفي هذا الإطار يؤدي الإعلام دورًا في تشكيل الوعي السياسي للشباب (طلبة الجامعات) عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية كما يسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام[٢]. وتتعدد المؤسسات الاتصالية التي تساهم في تشكيل الوعي السياسي للشباب سواء كانت مؤسسات مباشرة ينتمي إليها الشباب مثل الأسرة، الجامعة، المنظمات الأهلية والأحزاب السياسية، أو مؤسسات اتصالية غير مباشرة مثل وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة. من هنا نبعت فكرة هذا البحث،خاصة أنه من الملاحظ أن البحوث العربية، واليمنية على وجه الخصوص التي كرست نفسها لدراسة الوعي السياسي للشباب ما زالت في باكوراتها الأولى.

وتأسيسًا على ما سبق فإن مشكلة البحث تتحدد في قياس مستوى الوعي السياسي لطلبة الجامعات ودور وسائل الإعلام في تشكيل هذا الوعي .

٢-تساؤلات البحث وفرضياته

في ضوء مشكلة البحث وأهدافه، تم وضع التساؤلات الآتية، وقد قسمت على ثلاث محاور أساسية:

أولاً: محور الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات السياسية:

في إطار هذا المحور وضع التساؤل الآتي:-

١-ماحجم اعتماد طلبه الجامعات على وسائل الاعلام (الصحافة – الاذاعة – التلفزيون) كمصدر للمعلومات السياسية ؟

ثانيًا: محور المشاركة السياسية

في إطار هذا المحور وضعت التساؤلات الآتية:-

١-هل يهتم طلبة الجامعات بمتابعة القضايا السياسية؟

٢-ما أسباب عدم اهتمام طلبة الجامعات بمتابعة القضايا السياسية؟

٣-هل يمتلك طلبة الجامعات بطائق انتخابية؟

٤-ما أسباب الامتلاك وأسباب عدم الامتلاك للبطاقة الانتخابية؟

٥-ما حجم مشاركة طلبة الجامعات في التصويت في الانتخابات الرئاسية والمحلية لعام ٢٠٠٦م؟

٦-ما الأسباب وراء مشاركة طلبة الجامعات في التصويت من عدمها؟

٧-هل ينتمي طلبة الجامعات إلى الأحزاب السياسية اليمنية؟

٨-ما أسباب عدم انتمائهم للأحزاب السياسية؟

٩-هل ينتمي طلبة الجامعات إلى الاتحادات الطلابية أو الجمعيات والمنظمات الأهلية؟

١٠-ما أسباب عدم انتمائهم للاتحادات والجمعيات؟

ثالثًا: محور المعرفة السياسية

في إطار هذا المحور وضعت التساؤلات الآتية:

١-ما أهم القضايا التي يرى طلبة الجامعات أنها أولى باهتمام الأحزاب السياسية اليمنية؟

٢-ما أهم التحديات التي يواجهها الشباب من وجهة نظر عينة البحث؟

٣-ما الطموحات السائدة اليوم لدى طلبة الجامعات؟

٤-كيف يرتب طلبة الجامعات قيم الولاء وفقًا لقناعاتهم؟

٥-ما المعلومات السياسية لدى طلبة الجامعات عن بعض القضايا الانتخابية والسياسية في اليمن؟

ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة لاختبار صحة الفرضيات الآتية:

الفرضية الأولى:

هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام وحجم المشاركة السياسية لديهم.

الفرضيات الفرعية:

١-هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام واهتمامهم بمتابعة القضايا السياسية.

٢-هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام وامتلاكهم للبطاقة الانتخابية.

٣-هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام ومشاركتهم في التصويت في الانتخابات الأخيرة.

الفرضية الثانية:

هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام والمعرفة السياسية لديهم.

١-هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام ورؤيتهم لأهم القضايا التي ينبغي على الأحزاب والاهتمام بها.

٢-هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام ومعلوماتهم عن الحياة السياسية اليمنية.

الفرضية الثالثة:

هناك علاقة ارتباط بين مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام والمتغيرات التالية: النوع – التخصص-مكان الجامعة-الانتماء للأحزاب-الانتماء للاتحاد والجمعيات.

الفرضية الرابعة:

هناك علاقة ارتباط بين حجم المشاركة السياسية والمتغيرات التالية: النوع-التخصص-مكان الجامعة-الانتماء للأحزاب-الانتماء للاتحادات والجمعيات.

الفرضية الخامسة: هناك علاقة ارتباط بين مستوى المعرفة السياسية والمتغيرات التالية: النوع-التخصص-مكان الجامعة-الانتماء للأحزاب-الانتماء للاتحادات والجمعيات.

٣-أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في أن المساءلة تتعلق بانبعاث قيم جديدة ووعي جديد عبر تحولات جديدة، يسعى هذا البحث إلى رصدها. كما تعد شريحة الشباب من أكبر الشرائح داخل المجتمع اليمني من حيث مجموع السكان، وهي عنصر فاعل ومهم في قضايا التنمية كونها تمتلك القدرة على العطاء، ومن هنا تبرز أهمية البحث حيث يلقي الضوء على مجالات جديدة للاهتمام بالشباب وتنمية وعيهم بقضايا مجتمعهم، فضلاً عن التركيز على ثقافة المشاركة (PARTICPATION CULTIPE) باعتبارها دافعًا ومحركًا رئيسيًا في عملية التنمية الشاملة، ومن أهم سمات المجتمعات المتقدمة. واليمن مهتمة بدعم وتفعيل مشاركة الشباب في قضايا وطنهم وربطهم بآليات المشاركة الشعبية بمختلف صورها السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وهذا يعني أننا عندما نتحرى وعي الشباب فإننا نعمل على تحليل الحاضر والمستقبل في المجتمع اليمني، والإسهام في تقديم تصور للروح المستقبلية في المجتمع اليمني.

كما يلقي البحث الضوء على أهمية فرع الإعلام السياسي ودوره في تشكيل الوعي السياسي وتدعيم المشاركة السياسية، لما لها من فائدة على الشباب، والسياسة العامة للدولة.

٤- أهداف البحث

١- التعرف على دور وسائل الاعلام في الوعي السياسي للشباب الجامعي من خلال :

أ- رصد مدى اعتمادية طلبة الجامعات على وسائل الإعلام في استقاء معلوماتهم السياسية.

ب- الكشف عن العلاقات الارتباطية بين مستوى اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام وبين حجم المشاركة السياسية، ومستوى المعرفة السياسية لديهم.

٢- قياس مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

٣- التعرف على حجم المشاركة السياسية لطلبة الجامعات من خلال:

١) الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية.

٢) الحصول على البطاقة الانتخابية.

٣) المشاركة في التصويت في الانتخابات.

٤) الانتماء إلى الأحزاب السياسية.

٥) الانتماء إلى الاتحادات والجمعيات والمنظمات الأهلية.

٤- التعرف على أسباب المشاركة السياسية وأسباب العزوف.

٥- التعرف على مستوى المعرفة السياسية لطلبة الجامعات من خلال:

- القضايا التي ينبغي على الأحزاب الاهتمام بها.
- الطموحات السائدة اليوم عندهم.
- التحديات التي يواجهها الشباب.
- قيم الولاء لدى طلبة الجامعات.
- المعلومات السياسية لدى طلبة الجامعات عن الحياة السياسية اليمنية.

٦- الكشف عن العلاقات الارتباطية بين مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام، وحجم المشاركة السياسية، ومستوى المعرفة السياسية لطلبة الجامعات من جهة وبين المتغيرات الآتية: النوع، والجامعة، والانتماء الحزبي، والتخصص (علمي - إنساني)، والانتماء للاتحادات والجمعيات الأهلية.

٥-نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من نوعية البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة هي الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات. ويعتمد البحث على منهج المسح (الذي يعد جهدًا علميًا منظمًا

للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث)[٣]. بهدف جمع الحقائق والمعلومات الخاصة بوعي طلبة الجامعات السياسي وحجم مشاركتهم السياسية ومستوى معرفتهم السياسية، واعتمادهم على وسائل الإعلام كمصادر لمعلوماتهم السياسية. كما يستخدم البحث منهج دراسة العلاقات المتبادلة، حيث أن الباحث لم يكتف بمجرد الحصول على أوصاف الظاهرة وجمع المعلومات عنها، بل سعى إلى تتبع العلاقات بين مختلف الحقائق. بهدف فهم أعمق للظاهرة، وكذلك بهدف التعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة موضع البحث باستخدام إحدى الطرق الرئيسة لمنهج العلاقات المتبادلة وهي الدراسات الارتباطية.

٦-مجتمع البحث وعينته

تحدد مجتمع البحث طبقًا لأهدافه في طلبة الجامعات الحكومية اليمنية وعددها سبع جامعات، الذكور والإناث، ومن مستويات دراسية متنوعة خلال العام الدراسي ٢٠٠٦/٢٠٠٧م، وتم اختيار العينة على النحو الآتي:

١- اختيار كلية علمية، وكلية إنسانية من كل جامعة بطريقة عشوائية.

٢- بعد الرجوع إلى الإحصائيات الخاصة بالتعليم العالي حول عدد طلبة الجامعات الحكومية[٤]، تم تحديد حجم العينة بـ(٦٠٠) طالب وطالبة، وزعت طبقًا لهذه الإحصائيات بحسب حجم الطلبة في كل جامعة سواء من حيث النوع (ذكور – إناث) أو من حيث التخصص الدراسي (علمي-إنساني)، وبما يحقق التمثيل النسبي لمجتمع البحث. وكانت على النحو الآتي وكما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول (١) يوضح توزيع عينة البحث وفقًا لمتغير النوع والتخصص والجامعة

الجامعة	كلية إنسانية ٧٠%		كلية علمية ٣٠%		المجموع
	ذكور ٧٠%	إناث ٣٠%	ذكور ٧٠%	إناث ٣٠%	
جامعة صنعاء	٧٠	٣٠	٣٥	١٥	١٥٠
جامعة عدن	٥٠	٢٠	٢٠	١٠	١٠٠
جامعة تعز	٥٠	٢٠	٢٠	١٠	١٠٠
جامعة حضرموت	٣٦	١٦	١٧	٦	٧٥
جامعة الحديدة	٣٦	١٦	١٧	٦	٧٥
جامعة ذمار	٢٣	١٢	١٠	٥	٥٠
جامعة إب	٢٣	١٢	١٠	٥	٥٠
المجموع	٢٨٨	١٢٦	١٢٩	٥٧	٦٠٠

٧- أداة جمع البيانات

تم جمع البيانات الميدانية من خلال استمارة استبيان(*)، وقد اشتملت الاستمارة على (٣٠)سؤال، فضلاً عن البيانات الديموغرافية للطلبة، وتضمنت أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة، قسمت على ثلاث محاور، كل محور يتضمن عددًا من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة، وبما يحقق أهداف البحث المختلفة. وتم تصميم الاستمارة بالاستعانة بالإطار النظري للدراسة، والدراسات السابقة. وتم ملء الاستمارات من خلال المقابلة المباشرة مع طلبة الجامعات (عينة البحث)، في شهر فبراير٢٠٠٧، وبعد فرز الاستمارات وجد الباحث أن عددًا منها غير صالحة علميًا. وبالتالي كان إجمالي عينة البحث النهائية هو (٥٧٧) طالب وطالبة.

٨- الصدق والثبات

تم تحقيق الصدق من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والسياسة والاجتماع(**)، وذلك لقياس صدقها والتأكد من صلاحيتها.

كما تم إجراء اختبار قبلي على عينة من مجتمع البحث قدرها (٥%) للتأكد من وضوح أسئلة الاستبيان. وبناءً على الاختبار ورأي المحكمين تم إعادة ترتيب بعض الأسئلة في الاستبيان، كما تم غلق بعض الأسئلة المفتوحة. وتمت إجراءات الثبات من خلال إعادة تطبيق الاستبيان على (٥%) من عينة البحث، بعد أسبوعين من تنفيذ الدراسة الميدانية ، وبعد تطبيق معادلة (كوبر) لحساب النسبة المئوية للاتفاق بين التطبيق الأول والثاني، ثبت وجود معامل ثبات عالي يبلغ (٨٥%).

٩- أساليب المعالجة الإحصائية

تم التعامل إحصائيًا مع بيانات الدراسة الميدانية من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وتمت المعالجة من خلال عدد من الأساليب الإحصائية على النحو الآتي:

-استخراج الجداول التكرارية البسيطة العدد والنسبة المئوية لاستجابات المبحوثين.

-استخراج قيمة مربع كاي (كا^{٢}) Chi spuare لقياس مدى استقلالية المتغيرات عن بعضها وتبين وجود علاقات ارتباطية أم لا، بين استجابات المبحوثين على عدد من الأسئلة والمتغيرات المتضمنة في الدراسة.

١٠- تحديد المفاهيم

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمرًا ضروريًا في البحث العلمي، ولذا قام الباحث بتحديد عدد من المفاهيم المستخدمة في البحث.

١- الوعي السياسي

يشار إلى الوعي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني. وتأسيسًا على هذا يتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالاً متنوعة من الوعي، كالوعي الديني والوعي العلمي والوعي السياسي والوعي الأخلاقي. ومن هذا المنطلق يمكن القول أن الوعي السياسي هو الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتخذون من هذه القضايا موقفًا معرفيًا ووجدانيًا في الآن الواحد(٥).

كما يعرف الوعي السياسي بأنه (مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته: يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها)[٦].

وطبقًا لأهداف البحث يأخذ الباحث بالتعريف السابق.

٢- المشاركة السياسية

يعد مفهوم المشاركة السياسية من المفاهيم التي أثارت الجدل والتساؤل حول ماهيته والأنشطة السياسية المختلفة التي تنضوي تحته ويقوم بها الأفراد المشاركون. وقدم علماء السياسة وباحثيها –أجانب وعرب– العديد من التعريفات لهذا المفهوم منها:–

"تُعرف المشاركة السياسية بأنها: الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارت والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية والانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقليد المناصب السياسية كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون"[٧].

ويتناول آلان بيك وسينيمج Beek & Senimgs مجالات المشاركة السياسية بمفهوم أوسع من خلال تعريفهما لها بأنها "العملية التي يحدث فيها إشراك المواطن في صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر على كافة مستويات النظام السياسي ويكون تحديد المشاركة السياسية من خلال متصل متدرج يمثل أقصى درجات المشاركة السياسية وأقل درجة منها مثل تقلد منصب سياسي، السعي نحو منصب سياسي، العضوية الإيجابية في التنظيم السياسي، العضوية السلبية في التنظيم شبه السياسي، المشاركة في الاجتماعات السياسية والمظاهرات والمشاركة في المناقشات السياسية والرسمية والاهتمام العام بالسياسة والتصويت"[٨].

ويذكر بعض الباحثين أن هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية هي[٩]:

-مرحلة الاهتمام السياسي: أي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.

-مرحلة المعرفة السياسية: بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي.

-مرحلة التصويت السياسي: ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية والمشاركة في التصويت.

-مرحلة المطالب السياسية: وتتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية.

ومن استقراء التعريفات السابقة لمفهوم المشاركة السياسية، ووفقًا لحدود هذا البحث فإن ما نقصده بالمشاركة السياسية -كمفهوم إجرائي يستخدمه هذا البحث- يتضمن ما يلي:-

-كل نشاط أو سلوك سياسي علني طوعي يقوم به طلبة الجامعات بهدف لعب دور في الحياة السياسية لمجتمعهم.

-سواء كان هذا السلوك عرضيًا يحدث في أوقات بعينها مثل التصويت والمشاركة في الانتخابات أو سلوكًا مستمرًا مثل الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية، والعضوية في الأحزاب السياسية، والانتماء للاتحادات والمنظمات الأهلية.

٣-المعرفة السياسية

يتبنى هذا البحث تعريفًا إجرائيًا لمفهوم المعرفة السياسية لدى طلبة الجامعات هو: اكتساب طلبة الجامعات المعارف والمعلومات الخاصة بالحياة السياسية والنظام السياسي القائم، وقضايا مجتمعهم، والتحديات التي تواجههم، والطموحات السائدة اليوم عندهم.

٤- طلبة الجامعات

لما كان من الصعب التوجه إلى عينة الشباب في مجمله على أساس أنه قطاع أفقي يتغلغل داخل كل الشرائح والطبقات الاجتماعية في المجتمع، فقد رأى الباحث أنه من الممكن التركيز على قطاع طلبة الجامعة انطلاقًا من الفرضية التي تقوم على أن طلبة الجامعة يشاركون

الشباب في الخصائص العمرية والبيولوجية والنفسية والاجتماعية، وإن كانوا يتميزون عن عامة الشباب بأنهم أكثر وعيًا وثقافة.

ويقصد بطلبة الجامعات في هذا البحث طلبة الجامعات الحكومية (جامعة صنعاء-جامعة عدن-جامعة تعز-جامعة حضرموت-جامعة الحديدة-جامعة ذمار-جامعة إب)، الدارسين خلال العام ٢٠٠٦/٢٠٠٧م.

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية موضوع الوعي السياسي والمشاركة السياسية وعلاقته بوسائل الإعلام بشكل عام، والوعي السياسي للشباب الجامعي بشكل خاص، نذكر منها:-

١.دراسة (نادية حسن سالم – تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصري) [١٠].

هدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية لدى المواطن المصري، وتبنت منهج المسح الإعلامي، واستخدمت استمارة استبيان طبقت على عينة من المواطنين المصريين في الريف. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

-تبين أن هناك علاقة طردية بين التعرض لوسائل الإعلام ومعلومات المواطن المصري الريفي عن الأجهزة السياسية.

-أن دور وسائل الإعلام غير أساسي في ارتفاع نسبة المشاركة السياسية للمواطن المصري الريفي.

-تبين أنه كلما تعرض المواطن للوسيلة الإعلامية كلما زادت رغبته في المشاركة الفعلية في الانضمام للأحزاب السياسية.

٢.دراسة (محمد سيد عتران – دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية)[١١].

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي يقوم به الاتصال المباشر والجماهيري في دفع الجماهير إلى المشاركة وخلق اتجاه إيجابي نحوها. واستخدمت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن، وصحيفة استبيان طبقت على قريتين مصريتين. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها:

-تقوم وسائل الاتصال الجماهيري بدور كبير في خلق المعرفة والوعي لدى الجماهير بمجالات المشاركة السياسية، في حين يكون للاتصال المباشر الدور الأكبر في قيام الفرد بسلوك إيجابي مشارك.

-أوضحت النتائج أن لوسائل الاتصال الجماهيرية وخاصة الصحف دور كبير في قيام الأفراد بالمشاركة في المناقشات السياسية والندوات السياسية وعضوية الأحزاب.

٣.دراسة (حنان محمد يوسف – دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى) [١٢].

هدفت الدراسة للتعرف إلى أي مدى تساعد المادة الخبرية التلفزيونية في تدعيم المشاركة السياسية لدى الشباب، واستخدمت الدراسة منهج المسح حيث تم مسح عينة من شباب القاهرة (٤٢٠) من خلال استمارة استبيان.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

-اعتماد أفراد العينة على التلفزيون للحصول على الأخبار حيث يعتمد جدًا (٢٧%)، ويعتمد لحد ما (٦٤%).

-يشاهد (٥٩%) من العينة أحيانًا البرامج السياسية والإخبارية بينما يشاهدها نادرًا (٣٠%)، وكانت نسبة المشاهدة الدائمة هي أقلها حيث بلغت (٨%) من إجمالي العينة.

-أثبتت النتائج ارتفاع نسبة الاهتمام السياسي لدى أفراد العينة حيث أن (٣٠%) مهتمون جدًا، بينما نحو (٦٠%) من أفراد العينة يهتمون لحد ما.

-أظهرت النتائج انخفاض نسبة القيام بالتصويت بين أفراد العينة (٧٥%)، بينما قام (٢٥%) بالتصويت في الانتخابات الأخيرة.

-أبرزت النتائج ضعف دور متابعة الأخبار التلفزيونية في التصويت في الانتخابات حيث ذكر (٤٣%) من أفراد العينة أن الدور ضعيف، وذكر (٤١%) من أفراد العينة أن الدور متوسط، بينما أجاب (١٦%) فقط بأن لمتابعة الأخبار دور كبير في قيامهم بالتصويت في الانتخابات.

-أظهرت النتائج ضعف نسبة العضوية في الأحزاب السياسية، حيث أن نسبة (٧%) من عينة الدراسة هم الذين ينتمون لأحزاب سياسية.

٤.دراسة (محمد عبدالوهاب الفقيه – دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية) [١٣].

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي يؤديه التلفزيون في معارف الشباب اليمني السياسية، كما سعت إلى معرفة القضايا التي تستحوذ على اهتمامات الشباب اليمني، واستخدمت منهج المسح من خلال مسح تحليلي للمضمون الإخباري والسياسي بالتلفزيون اليمني، بالإضافة إلى مسح عينة من شباب مدينة صنعاء (٤٠٠) مفردة. كانت نسبة طلبة الجامعة في العينة (١٣%). وقد توصلت إلى عدة نتائج من أبرزها:

-بلغت نسبة المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون اليمني (٨٤%)، في بلغت نسبة مشاهدي النشرة والبرامج الإخبارية (٩٧%).

-فيما يخص ترتيب وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات السياسية جاء التلفزيون اليمني في المرتبة الأولى، ثم الراديو اليمني، ثم القنوات العربية.

-فيما يتعلق بقائمة أولويات الشباب اليمني للقضايا العامة، فقد جاءت القضايا السياسية اليمنية في الترتيب الأول بنسبة (٣٢%)، ثم القضايا الاقتصادية المحلية (٣١%)، ثم القضايا الاجتماعية (٢٩%)، ثم القضايا العربية (٦%)، ثم الدولية (٢%).

٥.دراسة (أميمة محمد عمران – دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية)[١٤].

استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في مجال المشاركة السياسية للمرأة الريفية. استخدمت الدراسة منهج المسح، والمنهج المقارن.

واستخدمت استمارة استبيان طبقت على عينة من السيدات العاملات الريفيات بلغت(١١٠).

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها:

-تحرص المرأة الريفية على متابعة ما تعرضه وسائل الإعلام من مواد وموضوعات سياسية، وجاء التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تعتمد عليها المرأة ويليه الصحف ثم الراديو.

-أن هناك عزوفًا من جانب المرأة الريفية عن ممارسة أشكال المشاركة السياسية.

-هناك علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للراديو ومعدل المشاركة السياسية للمرأة الريفية.

-توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام ومعدل المشاركة في العمل السياسي.

٦.دراسة (إيناس أبويوسف – الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات) [١٥].

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوعي السياسي والانتخابي لطلاب جامعة القاهرة قبيل الانتخابات البرلمانية في مصر ٢٠٠٠م، كما سعت الدراسة إلى إبراز دور وسائل الإعلام في تشكيل وعي الطلاب والمشاركة السياسية. واستخدمت منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة (١٧٠) مفردة من خلال استمارة استبيان.

ومن أبرز نتائج الدراسة:

-أن هناك إحجامًا من طلاب الجامعات عن المشاركة في عضوية اتحاد الطلبة.

-أكد الطلاب المبحوثون أن الوعي السياسي لطلاب الجامعات ضعيف بصفة عامة.

-تشير النتائج إلى وعي أغلب الطلاب المبحوثين بالعمر القانوني للحصول على البطاقة الانتخابية ومعرفتهم بالأحزاب السياسية الكبرى في مصر، إلا أنه على الرغم من ذلك فإن هناك إحجامًا منهم عن المشاركة في العملية الانتخابية لشعورهم بالإحباط وعدم جدوى العملية الانتخابية.

-أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من طلاب العينة لا يمتلكون بطاقات انتخابية بنسبة (٨٧%)، وكان من أهم أسباب ذلك اقتناعهم بعدم جدوى الانتخابات، وأن النتيجة معرفة مسبقًا، وبالتالي لا يوجد مبرر للاشتراك في الانتخابات.

-أكدت الدراسة ضعف مشاركة الشباب في عضوية الأحزاب السياسية بنسبة (٩٠%) من عينة الطلاب، وسببوا ذلك إلى عدم المعرفة بهذه الأحزاب وبرامجها وأهدافها، ولضعف الديمقراطية، وعدم اهتمام الأحزاب بالشباب.

-أجابت الغالبية العظمى من طلاب العينة أنها تحرص على قراءة الصحف بنسبة (٨٦%) من مجموع العينة، وجاءت الصحف القومية (الحكومية) في مقدمة الصحف المقروءة، فيما أبرزت النتائج أن (٦٥%) من الطلاب نادرًا ما يقرأون الصحف الحزبية، وأن (٢٥%) منهم لا يقرأونها، وعن أهم القضايا التي تابعها الطلاب في الصحف الحزبية هي: قضايا الفساد، والمشكلة الفلسطينية، وقضايا الديمقراطية.

-أوضحت الدراسة أن (٨٣%) من الطلاب المبحوثين لا يستمعون للبرامج السياسية في الإذاعة، فيما أشار (٧٢%) من الطلاب إلى حرصهم على مشاهدة البرامج السياسية التلفزيونية.

٧.دراسة (أميرة محمد العباسي – المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة) [١٦].

سعت الدراسة إلى التعرف على واقع المشاركة السياسية للمرأة المصرية ومعوقات هذه المشاركة، فضلاً عن التعرف على مدى فاعلية وسائل الإعلام في دعم مشاركتها السياسية، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال استمارة استبيان طبقت على عينة من النساء (٢٠٠) من سكان مدينتي القاهرة والجيزة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها:

-ضعف مستوى المشاركة السياسية لدى المرأة المصرية في مختلف الأنشطة (كالمشاركة في الانتخابات – الانتماء الحزبي – الاهتمام السياسي).

-نسبة من يمتلكن بطاقة انتخابية في عينة الدراسة ١١%.

-نسبة من تنوي المشاركة منهن في التصويت في الانتخابات التشريعية القادمة ١٣%.

-نسبة من تفكر في الانتساب لعضوية حزب سياسي ٢٥%.

-كان عدم جدوى الممارسة الانتخابية في ظل الأوضاع القائمة،وتدني الوعي السياسي بين جمهور النساء، وخضوعهن للعادات والتقاليد، من أهم الأسباب عزوف المرأة عن التصويت في الانتخابات أو الانتساب لعضوية الأحزاب.

-عكست النتائج محدودية مستويات المعرفة السياسية للمرأة المصرية سواء بالمؤسسات السياسية أو الأحزاب.

-يمثل التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر استخدامًا من المرأة المصرية، تليها الصحف ثم الإذاعة، كما تصدر التلفزيون وسائل الإعلام التي يمكن أن تؤدي دور في دفع الوعي السياسي للمرأة.

-أظهرت النتائج الإقبال الضعيف للمرأة على متابعة المواد الإخبارية والبرامج السياسية والأعمدة الصحفية ومقالات كبار الكتاب والصحفيين.

٨.دراسة (نائلة إبراهيم عمارة – دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية ٢٠٠٥)[١٧].

هدفت الدراسة إلى رصد تأثير التغطية الإعلامية على معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو المرشحين في الانتخابات الرئاسية في سبتمبر ٢٠٠٥م. واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة عشوائية طبقية تم سحبها من محافظات القاهرة الكبرى حجمها (٤٠٠) مفردة. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

-توجد تباينات بين المعتمدين على وسائل الأعلام في مستوى المعرفة بالانتخابات الرئاسية، فالأكثر اعتمادًا على القنوات الفضائية العربية أكثر عمقًا في المعرفة بالانتخابات المصرية، والأكثر اعتمادًا على الصحف أكثر معرفة بشكل عام.

-الأكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام الحكومية (صحافة – تلفزيون – راديو) أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية، بينما الأكثر اعتمادًا على الصحف المستقلة والحزبية أكثر سلبية في اتجاهاتهم.

-الأعلى في المستوى الاقتصادي والتعليمي هم الأكثر معرفة بالانتخابات الرئاسية المصرية، وهم الأقل إيجابية في اتجاهاتهم نحو هذه الانتخابات.

٩.دراسة (محمود منصور هيبة – دور الصحافة المصرية في دعم المشاركة السياسية)[١٨].

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل علاقة التفاعل أو التأثير والتأثر بين قراءة المضمون الصحفي ومشاركة طلاب الجامعة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٥م.

واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه، المسح الشامل للمضمون، والمسح بالعينة للجمهور، كما استخدمت المنهج المقارن. وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في (٣) صحف حكومية وحزبية وخاصة هي (الأهرام – الوفد – الأسبوع)، والتي اشتملت على (١٢٠)عدد.

بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية لطلاب جامعة بنها حيث تم اختيار كليتين نظريتين وكليتين عمليتين ممثلة للجامعة. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

-أوضحت الدراسة الميدانية أنه كلما زاد التعرض للمضمون الصحفي السياسي كلما زادت حدة المشاركة السياسية بكافة أشكالها، وهو ما توصلت إليه الدراسة التحليلية في إطار تفعيل المشاركة.

-اتفقت نتائج الدراسة الميدانية مع ما توصلت إليه الدراسة التحليلية في أن فئات تفعيل المشاركة السياسية للانتخابات البرلمانية تمثلت في: المراقبة ونزاهة الانتخابات، الإشراف القضائي، الحياد الحكومي.

١٠.دراسة (Robert,E,Lane- تأثير وسائل الإعلام في المشاركة السياسية للأفراد)[١٩].

استهدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام في حث الأفراد على المشاركة السياسية، واستخدمت منهج المسح من خلال دراسة ميدانية طبقت على عينة من الأفراد، ودراسة تحليلة

طبقت على عينة وسائل الإعلام (الراديو والصحف والتلفزيون والمجلات)، للتعرف على مدى تأثير المضمون على الجمهور. وكان من أبرز نتائج الدراسة:

-هناك ارتباط قوي بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة السياسية، حيث أثبتت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ووعيهم للقضايا السياسية، ومشاركتهم في صنع القرار السياسي.

١١.دراسة (Jems Strouse – تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي)[٢٠].

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي، واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن، وطبقت على عينة من الأفراد من الحضر والريف. ومن أبرز نتائج الدراسة:

-أن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال تزيد من الدافعية السياسية لديه، كما أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال تزيد من الاهتمام السياسي للفرد.

-يزداد تأثير وسائل الاتصال على المشاركة السياسية للفرد في المناطق الريفية عنها في المناطق الحضرية.

١٢.دراسة (Sidny Kraus, Dennis Davis – تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على السلوك السياسي)[٢١].

استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية على السلوك السياسي للمواطن الأمريكي، واستخدمت منهج المسح من خلال استمارة استبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها:

-أن لوسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة تأثير كبير على المواطنين الأمريكيين فيما يتعلق بقرار التصويت في الانتخابات.

-أن دور الراديو والتلفزيون في خلق المعرفة السياسية أكثر تأثير من الصحف.

-تبين أن الصحف أكثر تأثير من الراديو والتلفزيون فيما يتعلق بالمشاركة السياسية وإثارة المناقشات السياسية.

١٣.دراسة (Glenn Leshner, Michael Mekean – تأثير الأخبار التلفزيونية على المعرفة السياسية) [٢٢].

استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير الأخبار التلفزيونية على المعرفة السياسية للمواطن الأمريكي، واستخدمت منهج المسح من خلال استمارة استبيان طبقت على عينة من المواطنين الأمريكيين في ولاية ميزوري.

وتوصلت إلى أن الأخبار التلفزيونية قد دعمت من معرفة جمهور المشاهدين بمرشحي مجلس الشيوخ.

١٤.دراسة (Berkowitz, Pretehard – دور مصادر الاتصال والمعرفة السياسية)[٢٣].

هدفت الدراسة لاختبار العلاقة بين الاعتماد على مصادر المعلومات واكتساب المعرفة لدى الأفراد عن الأحداث السياسية، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال استمارة استبيان على عينة قوامها (٣٤٨)مفردة، وتوصلت إلى أن الصحف كانت في المرتبة الأولى في الاعتماد عليها للحصول على المعلومات.

١٥.دراسة (Steren, Kasleen – دور وسائل الاتصال في تنمية المعلومات السياسية للمراهقين) [٢٤].

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الاتصال في تنمية المعلومات السياسية لدى المراهقين وأثر ذلك على مستوى الثقافة السياسية لديهم. واستخدمت منهج المسح من خلال استمارة استبيان طبقت على عينة عشوائية مكونة من (١٥٠٠)مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين ١٤-١٨سنة.

وتوصلت الدراسة إلى: أن التلفزيون يلعب دورًا كبيرًا في تنمية الوعي السياسي لدى المراهقين، وأن مستوى الوعي السياسي كان مرتفعًا لدى الإناث أكثر من الذكور.

*التعليق على الدراسات السابقة:

-وهكذا من خلال استعراض الدراسات السابقة نلاحظ ندرة البحوث التي تتناول الوعي السياسي لدى الشباب ودور وسائل الإعلام في تشكيل هذا الوعي، والمشاركة السياسية، وطبقت معظمها على جمهور عام أو جمهور الإناث.

-تظهر نتائج بعض الدراسات العربية أن وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في تشكيل الوعي السياسي، وارتفاع حجم المشاركة السياسية في مجالاتها المتنوعة، وخلق المعرفة السياسية.

-فيما تظهر نتائج البعض الآخر أنه على الرغم من اعتماد الجمهور بشكل عام والشباب بشكل خاص على وسائل الإعلام، لاسيما الصحف والتلفزيون في الحصول على المعلومات السياسية إلا أن حجم المشاركة السياسية ضعيف لاسيما في ما يتعلق بالتصويت وامتلاك البطاقة الانتخابية والانتماء للأحزاب السياسية.

-وفيما يتصل بالدراسات السابقة الأجنبية فقد تبين منها اهتمامًا ملحوظًا بقياس التأثير المعرفي لوسائل الإعلام على الجمهور المدروس من خلال استخدامه للمعلومات السياسية التي تقدمها الوسيلة الإعلامية، وأثر ذلك على الجانب السلوكي المرتبط بعملية التصويت الانتخابي.

-لقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بناء أداة بحثه المستخدمة (الاستبيان)، كما استفاد من نتائج هذه الدراسات في صياغة مشكلة البحث وأهدافه.

المبحث الثاني

الإطار النظري للدراسة

تستفيد هذه الدراسة في إطارها النظري على بعض المداخل النظرية نظرًا لطبيعة موضوع الدراسة الذي يمكن تناوله بشيء من التكاملية، وتشتمل هذه النظريات على:

- مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام **Media Dependency**.
- مدخل التهيئة المعرفية.

مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام:

اتخذ الباحث من مدخل (الاعتماد على وسائل الإعلام) إطارًا نظريًا باعتباره يركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي معلوماته منها. وكما يوحي إسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزاءها مثل: الصحف – الراديو – التلفزيون[٢٥].

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحيانًا تأثيرات قوية ومباشرة، وأحيانًا أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعًا ما[٢٦].

وتعد التأثيرات المعرفية أحد هذه التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام، وتتمثل في مجالات عديدة منها: تجاوز الغموض الناتج عن نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث وتحديد التفسيرات الصحيحة لهذه الأحداث، وكذلك تشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع، والتأثير على معتقدات الأفراد وتوضيح القيم[٢٧].

وقد استفادت الدراسة النموذج الخاص بالتأثيرات المعرفية التي تحدد إلى مدى يعتمد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام في استقاء معلوماته السياسية.

مدخل التهيئة المعرفية

الذي قدمه كل من (شانتو إينجار ورونالدكانيدر) على أساس إضافة مفهوم التهيئة Primino إلى مجال الإعلام السياسي عام ١٩٨٧، كامتداد وتطور لأدبيات وضع الأجندة والذي ينطوي على أسلوبين للتقييم[٢٨]:

١. التقييم المؤجل (القائم على الذاكرة). ٢. التقييم الفوري (الانطباعي)

وقد استفادت هذه الدراسة من هذا المدخل في دراسة مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي حول بعض المؤسسات السياسية والحزبية، كما استفادة في دراسة القضايا السياسية أو المضمون الذي يشكل الوعي السياسي للشباب الجامعي.

المبحث الثالث

نتائج البحث

خصائص العينة الديمغرافية

- **حسب النوع:**

جدول رقم (٢) يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى النوعي

الفئة العمرية	العدد	النسبة المئوية
ذكور	٣٥٧	%٦٢
إناث	٢٢٠	%٣٨
المجموع	٥٧٧	%١٠٠

- **حسب الفئة العمرية:**

جدول رقم (٣) يبين توزيع أفراد العينة حسب فئاتهم العمرية

الفئة العمرية	العدد	النسبة المئوية
١٨-٢٠	١١٣	%٢٠
٢١-٢٣	٣٤٦	%٦٠
٢٤+	١١٨	%٢٠
المجموع	٥٧٧	%١٠٠

ويتبين من الجدول أعلاه أن (٦٠%) من أفراد العينة كانت فئتهم العمرية عند الفئة الوسطية كما بينت النتائج على وجود تجانس كبير بين الفئات العمرية بسبب صغر مدى تلك الفئات.

- **حسب التخصص:**

جدول رقم (٤) يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص

المؤهل	العدد	النسبة المئوية
علمي	١٨٢	%٣٢
إنساني	٣٩٥	%٦٨
المجموع	٥٧٧	%١٠٠

- **حسب مكان الجامعة**

جدول رقم (٥) يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص

الجامعة	صنعاء	عدن	تعز	حضرموت	الحديدة	اب	ذمار	المجموع
العدد	١٤٥	٩٧	٩٨	٧٣	٦٩	٤٧	٤٨	٥٧٧
النسبة	%٢٥	%١٧	%١٧	%١٣	%١٢	%٨	%٨	%١٠٠

ويلاحظ أن نسب العينة كانت موزعة بحسب حجم الطلبة في تلك الجامعات وكانت الأعداد كبيرة كبرا كافيا كونها تزيد عن (٣٠) مفردة

أ. تحليل النتائج العامة

أولا: الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات السياسية

١.مدى قراءة الصحف اليمنية

أظهرت نتائج التحليل أن (٧٧%) من أفراد عينة الدراسة يقرؤون الصحف اليمنية في حين أن (٢٣%) لا يقرؤونها. وأظهرت النتائج أن الصحف الحكومية تحظى بأفضلية القراءة لدى طلبة الجامعات تليها الصحف الخاصة ثم الحزبية. وتفاصيل ذلك كما في الجدول رقم (٦)

جدول رقم (٦)يوضح مدى قراءة عينة الدراسة لأنواع الصحف اليمنية

نوع الصحف	التكرار			النسبة		
	دائما	أحيانا	لا	دائما %	أحيانا%	لا %
حكومية	١٠٧	٣٣٦	١٣٤	١٩	٥٨	٢٣
حزبية	٦٩	١٩١	٣١٧	١٢	٣٣	٥٥
خاصة	٨٢	٢٥٦	٢٣٩	١٤	٤٤	٤٢

وبالنظر إلى الجدول أعلا يتبين أن (١٩%) يطلعون على الصحف الحكومية بشكل دائم،(١٢%) للصحف الحزبية، (١٤%) للصحف الخاصة، في حين أن(٢٣%) لا يطلعون على الصحف الحكومية (٥٥%) للصحف الحزبية، (٤٢%) للصحف الخاصة. وقد يرجع ذلك إلى رخص الصحف الحكومية مقارنة بغيرها، بالإضافة إلى سعة انتشارها وحجم توزيعها.

وقد بينت أراء العينة أن الصحف الحكومية التي يتم إطلاعها هي صحيفة الثورة و٢٦ سبتمبر، الجمهورية على التوالي، ومن الصحف الخاصة صحيفة الأيام، صحيفة الناس، صحيفة الوسط. فيما كانت أهم الصحف الحزبية التي يقرأها أفراد العينة هي: صحيفة الصحوة، الثوري، الميثاق، الوحدوي، على التوالي. (أنظر الملحق رقم ٢).

كما يؤكدون على قراءة الموضوعات المتعلقة بالأخبار السياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية، على التوالي، (أنظر الملحق رقم٢).

٢.مدى الاستماع إلى البرامج السياسية الإذاعية

أظهرت نتائج التحليل أن(٥١%) يستمعون إلى برامج الإذاعات المحلية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية، في حين أن (٤٩%) لا يستمعون إلى تلك البرامج. والجدول التالي يبين حجم الاستماع للبرامج السياسية لدى طلبة الجامعات ونوع الإذاعة التي يستمعون لها.

جدول رقم (٧) يوضح حجم استماع العينة للبرامج السياسية الإذاعية

نوع الإذاعة	التكرار			النسبة		
	دائما	أحيانا	لا	دائما %	أحيانا%	لا%
محلية	٦٦	٢٠١	٣١٠	١١	٣٥	٥٤
عربية	٧٦	٢١٧	٢٨٤	١٤	٣٨	٤٨
أجنبية ناطقة باللغة العربية	٤٠	١٤٨	٣٨٩	٧	٢٦	٦٧

وبالنظر إلى الجدول أعلاه يتبين أن (١١%) فقط يستمعون إلى الإذاعات اليمنية بصفة دائمة و(١٤%) إلى الإذاعات العربية، (٧%) إلى الأجنبية الناطقة باللغة العربية. وهذا يشير إلى تدني مستوى الاستماع للبرامج السياسية عبر الإذاعات المحلية والعربية والأجنبية. والسبب في ذلك قد يكون نتيجة توفر وسائل إعلامية مرئية أكثر جذبًا وتشويقًا.

وقد كانت نسبة البرامج الإخبارية والسياسية التي يتابعها أفراد العينة (٥٣%)، أنظر الملحق رقم ٢.

٣.مدى المشاهدة للبرامج السياسية في الفضائيات اليمنية والعربية.

أما عن مشاهدة البرامج السياسية التلفزيونية فقد أظهرت النتائج أن (٨٨%) من أفراد عينة الدراسة يتابعون البرامج السياسية عبر الفضائيات اليمنية والعربية، في حين أن (١٢%) فقط لا يتابعون تلك البرامج والجدول رقم (٨) يبين تفاصيل تلك النسب

جدول رقم (٨) التكرار والنسب لأفراد عينة الدراسة عن مستوى متابعتهم إلى البرامج السياسية في الفضائيات اليمنية والعربية

نوع القناة	التكرار			النسبة		
	دائما	أحيانا	لا	دائما %	أحيانا%	لا%
الفضائية اليمنية	٦٧	٢٣٤	٢٧٦	١٢	٤١	٤٧
الفضائيات العربية	٢٠٢	٣٠٥	٧٠	٣٥	٥٣	١٢

وبالنظر إلى الجدول أعلا يتبين أن (١٢%) من عينة الدراسة يتابعون البرامج السياسية عبر الفضائية اليمنية على الدوام، و(٣٥%) على الفضائيات العربية، ولاسيما قناة الجزيرة والعربية. وتؤكد عينة الدراسة بأن أهم البرامج السياسية التي يتم متابعتها هي الاتجاه المعاكس، بلا حدود من (قناة الجزيرة)، وجها لوج (الفضائية اليمنية)، (بانو راما) قناة العربية، انظر الملحق رقم (٣).

٤.مصادر المعلومات السياسية

بالنظر الى الجدول رقم (٢) في الملحق (٣) يتبين أن (٧٢%) من أفراد العينة يحصلون على معلوماتهم السياسية من الفضائيات العربية ،(٥٤%) من الانترنت كما يؤكد (٥١%) أن مصدر معلوماتهم الأصدقاء والزملاء، (٤١%) من الصحف الحكومية وهناك فئة قليلة جدا تعتمد على مصادر مختلفة كالأحزاب والكتب السياسية، الندوات السياسية.

وعند قياس معدل حجم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الشباب الجامعي (عينة الدراسة)، بلغ المعدل (٧٢%)، أنظر الملحق رقم (٧).

ثانيا: المشاركة السياسية

١.مدى الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية

بالنظر إلى الجدول رقم (١) الملحق رقم (٤) أظهرت النتائج بأن (٨٨%) من عينة الدراسة يهتمون بمتابعة القضايا السياسية، في حين أن (١٢%) فقط لا يهتمون مطلقاً ويرون بعدم الجدوى من المتابعة للقضايا السياسية.

٢.مدى امتلاك أفراد عينة الدراسة للبطاقة الانتخابية

بالنظر إلى الجدول رقم (١) في الملحق (٤) بينت النتائج بأن (٨٤%) منهم يمتلكون للبطاقة الانتخابية ويؤكدون بأن أسباب امتلاكهم للبطاقة الانتخابية هي:

- من اجل تغيير وتحسين أوضاع البلاد.
- أن المشاركة واجب وطني.

بالإضافة إلى أسباب أخرى مبينة بالجدول رقم (٢) بالملحق (٤).

في حين ذكر (١٦%) عدم امتلاكهم للبطاقة الانتخابية ويرجعون أسباب ذلك إلى (شعورهم بعدم جدوى البطاقة الانتخابية، وعدم قناعتهم بأهمية العملية الانتخابية بالإضافة إلى أسباب أخرى موضحة بالجدول رقم (٣) بالملحق (٤).

٣. المشاركة في التصويت في الانتخابات الأخيرة

وعن مشاركة أفراد عينة الدراسة في الانتخابات الأخيرة فقد بينت النتائج الواردة في الجدول رقم (١) الملحق (٤) أن (٧١%) ممن شملهم الاستقصاء أكدوا على مشاركتهم في العملية الانتخابية الأخيرة ويرون بأن مشاركتهم تمت بناءًا على الأسباب التالية:-

١- ممارسة حقوقهم الدستورية.

٢- أن المشاركة واجب وطني.

٣- تعزيز العملية الديمقراطية.

٤- من اجل تغيير وتحسين أوضاع البلاد. انظر الجدول رقم (١) الملحق (٥).

في حين أكدت النتائج أن (٢٩%) من عينة الدراسة لم يشاركوا في العملية الانتخابية الأخيرة، ويرون أن عدم مشاركتهم كانت للأسباب التالية:

١- لظروف خاصة بهم.

٢- لضعف الثقة في نزاهة الانتخابات .

٣- لعدم قناعتهم بالمرشحين. انظر الجدول رقم (٢) الملحق (٥).

٤.الانتماء إلى الأحزاب السياسية

وبالعودة إلى الجدول رقم (١) الملحق (٤) تؤكد النتائج أن (٥٤%) من عينة الدراسة ينتمون إلى بعض الأحزاب السياسية، في حين أن (٤٦%) لا ينتمون إلى أي حزب سياسي، ويرون أن عدم انتماءهم نتيجة للأسباب التالية:

١- عدم قناعتهم بالعمل الحزبي.

٢- كون الأحزاب لا تعبر عن القضايا الحقيقية للمجتمع.

٣- غياب الديمقراطية داخل الأحزاب.

بالإضافة إلى بعض الأسباب الأخرى انظر الجدول رقم (٣) الملحق (٥).

٥.مدى الانتماء إلى الاتحادات أو الجمعيات الأهلية

بالنظر إلى الجدول رقم (١) في الملحق (٤) تؤكد نتائج التحليل أن (٢٨%) فقط ممن شملهم الاستقصاء ينتمون إلى الاتحادات أو الجمعيات، فيما (٧٢%) لا ينتمون إلى أي جمعية أهلية أو اتحاد ويرون أن عدم انتمائهم يرجع إلى الأسباب التالية:

١-عدم معرفتهم بالمنظمات والجمعيات الأهلية

٢-عدم قناعتهم بالعمل فيها

٣-عدم وجود منظمات وجمعيات في مناطقهم.

بالإضافة إلى بعض الأسباب الأخرى انظر الجدول رقم (٤) الملحق (٥).

وعند قياس معدل حجم المشاركة السياسية للشباب الجامعي (عينة الدراسة)، بلغ المعدل(٦٦%)، انظر الملحق رقم (٧).

-ورغم أنه يوجد اتفاق واسع على أن ارتفاع معدلات المشاركة السياسية يدعم النظام الديمقراطي ويساعد على استقراره، ولكنها ليست شرطًا لوجوده، وفي المقابل فإن المشاركة السياسية تكون أكثر حرية كلما زاد مستوى التطور الديمقراطي، ولكن هذا لا يعني أنها لا تتوفر إلا عند مستوى مرتفع من هذا التطور. ولذلك يمكن أن توجد مشاركة سياسية مرتفعة في الدول التي قطعت شوطًا في التطور الديمقراطي والتي تسعى إلى استكمال عناصره.

-وعلى الرغم من أن معدل حجم المشاركة السياسية للشباب الجامعي (عينة الدراسة) أعلى في معدل مستوى معرفتهم السياسية، إلا أن مسألة توافر المعرفة السياسية لم تعد عنصرًا حاسمًا في تفسير المشاركة السياسية، فقد تتوافر المعرفة دون أن تؤدي إلى سلوك أو تدفع إلى المشاركة. وقد أثبتت الدراسات أن الرغبة في المشاركة السياسية هي التي تدفع إلى المعرفة السياسية، وهذا الأمر مرهون بدرجة التعددية المجتمعية، فكلما شهد المجتمع نوعًا من التعددية ارتفعت فيه معدلات المشاركة، بينما يرى البعض الآخر أن معدلات المشاركة ترتهن بالسياسات العامة، فكلما كانت الأخيرة مرتبطة مباشرة بالحياة اليومية للمواطن، كلما أدى ذلك إلى ارتفاع معدلات المشاركة[٢٩].

ثالثا : محور المعرفة السياسية

١.القضايا التي ينبغي على الأحزاب الاهتمام بها من وجهة نظر عينة الدراسة

يركز أفراد عينة الدراسة على مجموعة من القضايا التي ينبغي على الأحزاب الاهتمام بها من وجهة نظرهم كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (٩) التكرار والنسب لأفراد عينة الدراسة عن رؤيتهم بالقضايا التي ينبغي على الأحزاب الاهتمام بها

القضية	التكرار	النسبة
الديمقراطية وحقوق الإنسان	٣٦٣	%٦٣
الصحة	٤٢٥	%٧٤
التعليم	٤٦١	%٨٠
الوضع الاقتصادي	٤٥٠	%٧٨
الأمن	٣٩٥	%٦٨
البطالة	٤٥٥	%٧٩
ارتفاع الأسعار	٤٤٧	%٧٧
الفقر	٤٣٦	%٧٦
الفساد	٤٢٧	%٧٤

وبالنظر إلى الجدول أعلاه فإن عينة الدراسة قد اعتبرت قضية التعليم القضية الأولى يليها قضية البطالة ثم الوضع الاقتصادي، ثم ارتفاع الأسعار، ثم الفقر، ثم الفساد.

في حين جاءت قضية الأمن، الديمقراطية وحقوق الإنسان آخر القضايا التي ينبغي علـــى الأحزاب الاهتمام بها من وجهة نظر عينة الدراسة.

٢.مدى التحديات التي تواجه الشباب من وجهة نظر عينة الدراسة:

تؤكد النتائج بأن (٧٩%) من أفراد عينة الدراسة قد ركزت على أن البطالة أهم تحدي بالنسبة للشباب وأن (٤١%) من العينة أكدت على أن غلاء المهور يعتبر تحدي كبير، والجدول التالي يوضح أهم التحديات التي تواجه الشباب من وجهة نظر عينة الدراسة.

جدول رقم (١٠) التكرار والنسب لأفراد عينة الدراسة عن رؤيتهم بأهم التحديات التي تواجه الشباب

التحديات	التكرار	النسبة
البطالة	٤٤٠	%٧٩
غلاء المهور	٢٢٨	%٤١
ضعف التعليم	١٥٠	%٢٦
المماحكات السياسية بين الأحزاب والابتعاد عن الشباب	٢٢٥	%٣٩
عدم المساواة في فرص التعليم بين الشباب	٦٣	%١١

٣.الطموحات السائدة لدى طلبة الجامعات

بالنظر إلى الجدول رقم (١) الملحق (٦) بينت نتائج التحليل الإحصائي:

أن ضمان كرامة المواطن وحرياته جاء في المرتبة الأولى وأن تحسن المستوى المعيشي في المرتبة الثانية ووطن خالي من الفساد في المرتبة الثالثة.

في حين أن منح المرأة دورا أكبر في المشاركة السياسية والمناصب القيادية، والتمكن من الزواج، والحد من تلوث البيئة جاءت في المراتب الأخيرة.

٤.قيم الولاء لدى طلبة الجامعات

وعن رؤية العينة لترتيب الو لاءات وفقا لقناعتهم فقد بينت النتائج من خلال النظر إلى الجدول رقم (٢) الملحق (٦) أن الولاء للدين والعائلة والوطن جاء في المراتب الأولى والثانية والثالثة على التوالي. في حين أن الولاء للإنسانية والقومية والحزب جاء في المراتب الأخيرة.

٥.المعلومات السياسية لدى طلبة الجامعات عن الحياة السياسية اليمنية

وبالنظر إلى الجدول رقم (٣) الملحق (٦) يتبين أن (٤٨%) من عينة الدراسة قد أعطوا إجابات صحيحة فيما يتعلق بالسن القانونية لامتلاك البطاقة الانتخابية وأن (٣١%) قد أعطوا إجابات خاطئة، في حين أن (٢١%) ليس لديهم معرفة.

وعن معلوماتهم حول موعد الانتخابات القادمة (انتخابات مجلس النواب) فقد بينت النتائج أن (٣٧%) من عينة الدراسة كانت إجاباتهم صحيحة وأن (٤٣%) أعطوا إجابات خاطئة، في حين أن(٢٠%) ليس لديهم معرفة.

أما عن اسم الحزب الذي تنتمي إليه صحيفة الميثاق فقد بينت النتائج أن (٤٣%) أعطوا إجابات صحيحة، وأن (١٩%) أعطوا إجابات خاطئة، في حين أن (٣٨%) ليس لديهم معرفة.

وبالنسبة لصحيفة الوحدوي فقد كانت (٢٤%) من عينة الدراسة إجاباتهم صحيحة وأن(١٣%) كانت إجاباتهم خاطئة في حين أن (٦٣%) ليس لديهم معرفة عن اسم الحزب الذي تنتمي إليه صحيفة الوحدوي .

كذلك الحال لكل من صحيفة الثوري والصحوة والتجمع والأمة حيث كانت نسب الإجابات الصحيحة لكل صحيفة هي (١٨%) ،(٣٩%)،(٩%)،(١١%) على التوالي، ونسب الإجابات الخاطئة (١٢%)،(١٧%)،(٤%)،(٦%)، في حين (٧٠%) لا يعرفون عن انتماء صحيفة الثوري،(٤٤%) عن انتماء صحيفة الصحوة ،(٨٧%) عن صحيفة التجمع،(٨٣%) عن صحيفة الأمة.

ونستنتج مما سبق أن اغلب عينة الدراسة ليس لديهم معرفة عن انتماء الصحف الحزبية وهذا مؤشر على عدم إطلاعهم على الصحف الحزبية، وهو ما يتوافق مع النتيجة السابقة التي أظهرت ضعف قراءة الصحف الحزبية. على الرغم من أن ٥٤% من العينة ينتمون لبعض الأحزاب.

وفيما يتعلق بإجاباتهم حول عدد أعضاء مجلس النواب فقد أجاب (٧١%) إجابة صحيحة،(٤%) أجاب إجابة خاطئة، (٢٥%) ليس لديهم معرفة.

وعن قائمة المرشحين للانتخابات الرئاسية الأخيرة فقد أجاب (٨٨%) إجابة صحيحة،(٨%) إجابة خاطئة، و(٤%) ليس لديهم معرفة.

وعند قياس معدل مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة)، بلغ المعدل (٣٩%)، مما يعني ضعف المعلومات السياسية عند طلبة الجامعات حول الحياة السياسية اليمنية.

ومن خلال النتائج الخاصة بمعدل حجم المشاركة السياسية (٦٦%) ومعدل مستوى المعرفة السياسية (٣٩%) للشباب الجامعي (عينة الدراسة)، يمكن لنا قياس مستوى الوعي السياسي لديهم، حيث بلغ (٥٢,٥%)، وهكذا نستنتج أن مستوى الوعي السياسي للشباب الجامعي ضعيف بصفة عامة.

ب.نتائج اختبار فرضيات البحث

- الفرضية الأولى:

الفرضية الرئيسية الأولى تقيس العلاقة بين معدل الاعتماد على وسائل الإعلام ومعدل المشاركة السياسية. وتم تجزئة الفرضية الرئيسية إلى فرضيات فرعية وكما يلي:

١. الفرضية الفرعية (١) تقيس العلاقة بين معدل الاعتماد على وسائل الاعلام المقروؤة والمسموعة والمرئية والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية.

بالنظر الى الجدول رقم (١) الملحق (٨) بينت النتائج أن قيم المختبر الاحصائي K^2 المحسوبة كانت (٥,٢٣٩) بالنسبة للعلاقة بين(قراءة الصحف الحكومية والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية)، (٥,٧١٢) لقياس العلاقة بين(الصحف الحزبية ومتابعة القضايا السياسية)، (٤,٥٢٦) لقياس العلاقة بين (الصحف الخاصة ومتابعة القضايا السياسية) وبمقارنة تلك القيم مع القيمة الجدولية (٣,٨٤) بمستوى معنوية (٠,٠٥) كانت جميعها أكبر من القيمة الجدولية وهذا يعني أن تلك العلاقات كانت معنوية ونستنتج بأن متابعة القضايا السياسية يعتمد على وسائل الإعلام المقروءة.

وبالنسبة لقياس العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام المسموعة ومتابعة القضايا السياسية فقد بينت النتائج في الجدول رقم (١) الملحق (٨) أن قيم المختبر K^2 كانت (٢,٤١٥)،(١,١١٧)،(٠,١٥٨) لقياس العلاقة بين (متابعة القضايا السياسية و الاستماع إلى

البرامج السياسية في الإذاعات المحلية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية) على التوالي وبمقارنة تلك القيم مع القيمة الجدولية (٣,٨٤) كانت جميعها اقل من القيمة الجدولية بمستوى معنوية (٠,٠٥) وهذا يعني بأن العلاقة كانت غير معنوية أي أن متابعة القضايا من قبل أفراد عينة الدراسة لا يعتمد على البرامج السياسية الإذاعية المحلية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية.

وبالنسبة لقياس العلاقة بين الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاعتماد على الفضائية اليمنية والفضائيات العربية بالرجوع إلى الجدول رقم (١) الملحق (٨) يتبين أن قيم المختبر المحسوبة كانت (٢,٩٣٠)،(٧,٥٢٦) والتي تقيس العلاقة بين متابعة القضايا السياسية ومشاهدة البرامج السياسية في كل من الفضائية اليمنية والفضائيات العربية على التوالي وبمقارنة تلك القيم مع القيمة الجدولية يتبين أن قيمة المختبر المحسوبة الأولى اقل من الجدولية، في حين أن القيمة الثانية كانت اكبر من القيمة الجدولية. وهذا يعني بأن العلاقة كانت غير معنوية بين مشاهدة البرامج السياسية في الفضائية اليمنية ومتابعة القضايا السياسية في حين أن الفرق كان معنوي (إثبات وجود علاقة) بين مشاهدة أفراد عينة الدراسة للبرامج السياسية في الفضائيات العربية ومتابعتهم للقضايا السياسية .

ونستنتج مما سبق أن الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية من قبل أفراد عينة الدراسة له علاقة بمشاهدتهم للبرامج السياسية في الفضائيات العربية فقط وعلى الرغم من قراءة أفراد عينة الدراسة للصحف الحكومية والحزبية والخاصة وكذلك استماعهم إلى البرامج الإذاعية.

٢.الفرضية الفرعية (٢) تقيس العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام (المقروءة والمسموعة والمرئية) وامتلاك البطاقة الانتخابية.

بالنظر الى الجدول رقم (٢) الملحق (٨) يتبين أن قيم المختبر المحتسبة كانت (٣,٧٩١)،(٢,٩٨٤)،(٥,٤٩٩) وتلك القيم تقيس العلاقات بين امتلاك البطاقة الانتخابية وبين كل من الاطلاع على الصحف الحكومية والحزبية والخاصة وبمقارنة تلك القيم مع القيمة الجدولية (٣,٨٤) بمستوى معنوية (٠,٠٥) كانت جميع تلك القيم اقل من الجدولية بإستثناء القيمة الاخيرة حيث كانت اكبر من الجدولية وهذا يعني أن العلاقة كانت غير معنوية بين

امتلاك البطاقة الانتخابية وقراءة الصحف الحكومية، وبين امتلاك البطاقة الانتخابية وقراءة الصحف الحزبية، في حين كانت العلاقة معنوية (إثبات وجود علاقة ارتباط) بين قراءة الصحف الخاصة والامتلاك للبطاقة الانتخابية.

-وعن قياس العلاقة بين الاستماع إلى البرامج الإذاعية (المحلية – العربية – الأجنبية الناطقة باللغة العربية) ومعدل امتلاك البطاقة الانتخابية فقد بينت النتائج أن قيم المختبر كانت (١,٨٨١)،(٣,٦٤٠)،(٠,٦٧٦) وبمقارنة تلك القيم مع القيمة الجدولية يتبين أن القيم المحسوبة اقل من الجدولية وهذا يعني أن الفرق كان غير معنوي ونستنتج من ذلك بأن معدل الامتلاك للبطاقة الانتخابية ليس له علاقة بالاستماع إلى البرامج السياسية في الإذاعات المحلية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية.

-وبالنسبة لقياس العلاقة بين امتلاك البطاقة الانتخابية ومشاهدة الفضائيات اليمنية والعربية كانت نتائج المختبر K^2 المحسوبة (١,٩٣٧)، (٠,٣٣٦) اقل من الجدولية (٣,٨٤) بمستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل بأن العلاقة كانت غير معنوية ونستنتج من ذلك بأن امتلاك عينة الدراسة للبطاقة الانتخابية ليس له علاقة ارتباط بمشاهدتهم للبرامج السياسية في الفضائيات المحلية والعربية.

٣.الفرضية الفرعية (٣) تقيس العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام (المقروءة – المسموعة – المرئية) والمشاركة في التصويت في الانتخابات الرئاسية الأخيرة.

بالنظر إلى الجدول رقم (٣) الملحق (٨) يتبين ان قيم المختبر المحسوبة كانت (٢,٧٢٨)،(٢,٨٠٢)،(٢,٤٧٠) والتي تقيس العلاقة بين المشاركة في الانتخابات الأخيرة والاعتماد على الصحف الحكومية والحزبية والخاصة على التوالي وبمقارنة تلك القيم مع القيمة الجدولية (٣,٨٤) كانت تلك القيم اقل من الجدولية وهذا يشير بان العلاقة كانت غير معنوية.

-وبالنسبة لقياس العلاقة بين المشاركة في الانتخابات والاعتماد على وسائل الإعلام المسموعة المحلية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية كانت قيم المختبر المحسوبة اقل من الجدولية وهذا يعني بأن الفرق كان غير معنوي وكذلك الحال بالنسبة للمشاركة في الانتخابات الأخيرة والاعتماد على مشاهدة البرامج السياسية في الفضائيات اليمنية والعربية. انظر الجدول رقم (٣) الملحق (٨).

ونستنتج مما سبق أن مشاركة أفراد عينة الدراسة في التصويت في الانتخابات الأخيرة ليس له علاقة بوسائل الإعلام، أي أن وسائل الإعلام المختلفة ليس لها فاعلية في مشاركتهم في العملية الانتخابية الأخيرة.

وبما أن أغلب العلاقات الفرعية كانت غير معنوية فإن المشاركة السياسية لأفراد عينة الدراسة ليست مرتبطة جوهريا بالاعتماد على وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية.

- الفرضية الثانية:

الفرضية الرئيسية الثانية تقيس العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام والمعرفة السياسية، وتم تجزئة الفرضية إلى فرضيات فرعية وكما يلي:

١.الفرضية الفرعية (١) تقيس العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام ورؤية أفراد العينة لأهم القضايا السياسية التي ينبغي على الأحزاب الاهتمام بها.

بالنظر الى الجدول رقم (٤) الملحق (٨) ومن خلال القراءة للنتائج يتبين أن قيمة المختبر المحسوبة البالغة (١١,٧٣) اقل من الجدولية (١٥,٥٠) وبمستوى معنوية (٠,٠٥) وهذا يعني بأن العلاقة كانت غير معنوية أي أنه لا يمكن رفض فرضية العدم وعليه فإن الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل افرد عينة الدراسة ليس له تأثير على رؤيتهم لأهم القضايا التي ينبغي على الأحزاب الاهتمام بها.

٢.الفرضية الفرعية (٢) تقيس العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام ومعلوماتهم السياسية.

وبالنظر إلى نتائج الجدول رقم (٤) الملحق (٨) يتبين أن قيمة المختبر المحسوبة (١,٣٢٥) اقل من الجد ولية (٣,٨٤) وهذا يعني بأن العلاقة كانت غير معنوية وبالتالي لا نستطيع رفض فرضية العدم.

ونستنتج مما سبق أن المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة ليس لها علاقة ذات دلالة إحصائية بالاعتماد على مختلف الوسائل الإعلامية.

- الفرضية الثالثة:

تقيس العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام بعض متغيرات الدراسة بالنظر إلى الجدول رقم(١) الملحق(و) يتبين أن قيم المختبر المحسوبة اقل من الجدولية لكل من العلاقات التالية:

١- النوع وقراءة الصحف اليمنية.

٢- النوع والاستماع إلى البرامج السياسية في الإذاعات.

٣- النوع ومشاهدة القنوات الفضائية.

٤- التخصص والاستماع الى البرامج الإذاعية.

٥- التخصص ومشاهدة الفضائيات العربية واليمنية.

٦- الانتماء الحزبي والاستماع إلى البرامج الإذاعية.

٧- الانتماء الحزبي ومشاهدة الفضائيات اليمنية والعربية.

٨- الانتماء إلى الاتحادات والجمعيات وقراءة الصحف اليمنية.

٩- الانتماء إلى الاتحادات والجمعيات والاستماع إلى البرامج الإذاعية.

١٠- الانتماء إلى الاتحادات والجمعيات ومشاهدة الفضائيات اليمنية والعربية.

وعليه فإن تلك العلاقات كانت غير معنوية ولا نستطيع رفض فرضية العدم ونستنتج من ذلك بعدم وجود علاقة بين الاعتماد على وسائل الاعلام وبعض المتغيرات.

بينما كانت العلاقة معنوية بين:

١- مستوى التخصص وقراءة الصحف اليمنية، حيث تبين أن ذوي التخصص العلمي أكثر قراءة للصحف من ذوي التخصص الإنساني إذ كانت النسبة (٨٩%-٨٦%).

٢- الانتماء الحزبي وقراءة الصحف اليمنية، حيث تبين أن المنتمين للأحزاب أكثر قراءة للصحف مقارنة بغير المنتمين إذ كانت النسبة (٩٣%-٨١%).

٣- مكان الجامعات والاعتماد على قراءة الصحف، حيث تبين أن أفراد عينة جامعات عدن وحضرموت وإب كانوا أقل قراءة للصحف مقارنة مع أفراد عينة بقية الجامعات إذ كانت نسبتهم (٧٤%-٨٣%-٨٣%)، في حين كانت نسبة بقية الجامعات بين (٩٠%-١٠٠%).

- الفرضية الرابعة:

تقيس العلاقة بين المشاركة السياسية وبعض المتغيرات، بالنظر الى الجدول رقم (٢) الملحق (٩) ومن خلال القراءة لنتائج الجدول يتبين أن قيم K^2 المحسوبة بالمقارنة مع الجدولية كانت غير معنوية (عدم إثبات العلاقة) بين كل من:

١- المشاركة السياسية والنوع. **٢- المشاركة السياسية والتخصص.**

في حين كانت العلاقة معنوية (اثبات وجود علاقة) بين كل من:

١- المشاركة السياسية والانتماء الحزبي، حيث توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل حجم المشاركة السياسية ومعدل الانتماء الحزبي للشباب الجامعي (عينة الدراسة)، فقد اتضح أن المنتمين للأحزاب أكثر مشاركة سياسية من غير المنتمين وبنسبة (٨٦%) مقابل (٤٥%).

٢- المشاركة السياسية و الانتماء إلى الجمعيات أو الاتحادات، حيث توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل حجم المشاركة السياسية ومعدل الانتماء للاتحادات والجمعيات للشباب الجامعي (عينة الدراسة)، فقد اتضح أن المنتمين للاتحادات أكثر مشاركة سياسية من غير المنتمين وبنسبة (٨٣%) مقابل (٦٧%).

٣- المشاركة السياسية والتنوع الجغرافي للجامعات، حيث توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل حجم المشاركة السياسية واختلاف مكان الجامعات، فقد اتضح أن نسب المشاركة السياسية تختلف من جامعة إلى أخرى، حيث كان الشباب في جامعات الحديدة وذمار أكثر مشاركة سياسية وبنسبة (٨٨%) و (٨٥%) على التوالي، فيما كانت نسبة مشاركة شباب جامعة تعز (٧٢%)، ويليها شباب جامعات عدن وصنعاء وإب بنسبة (٧١%) لكل منهم. واتضح أن شباب جامعة حضرموت كانوا الأقل مشاركة سياسية بنسبة (٥٧%).

- الفرضية الخامسة:

تقيس العلاقة بين المعرفة السياسية وبعض متغيرات الدراسة، بالنظر إلى الجدول رقم(٣) الملحق (٩) وبمقارنة قيم المختبر المحسوبة مع القيمة الجدولية يتبين أن قيم المختبر المحتسبة اقل من الجدولية وهذا يعني أن الفروق كانت غير معنوية (عدم إثبات علاقة ارتباط) بين:

١- النوع والمعرفة السياسية.

٢- التخصص والمعرفة السياسية.

٣- الانتماء الحزبي والنقابي والمعرفة السياسية.

في حين كانت قيم المختبر المحسوبة اكبر من الجدولية في قياس العلاقة بين مستوى المعرفة السياسية واختلاف مناطق الجامعات وهذا يعني أن العلاقة كانت معنوية، ونستنتج من ذلك أن مستوى المعرفة السياسية يختلف باختلاف الجامعات، حيث وجد أن شباب جامعات: حضرموت، إب، ذمار، كانوا اقل مستوى في المعرفة السياسية من حيث معلوماتهم عن الحياة السياسية اليمنية، وكانت النسب (٢١%-٤٤%-٤٥%) على التوالي. بينما وجد أن شباب جامعات: تعز، الحديدة، صنعاء، عدن. أكثر معرفة سياسية من حيث معلوماتهم عن الحياة السياسية اليمنية، وقد كانت نسب كل منهم (٥٢%-٥١%-٤٨%-٤٧%) على التوالي.

الخاتمة

أ.خلاصة النتائج

يمكننا أن نوجز خلاصة النتائج التي توصل إليها البحث حول الوعي السياسي لدى الشباب اليمني (طلبة الجامعات) في النقاط الآتية:

١- تبين أن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي (عينة الدراسة) كان ضعيف ، فعلى الرغم من ارتفاع معدل حجم اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام (٧٢%) إلا أن أغلب النتائج الإحصائية أظهرت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة ومعدل حجم المشاركة السياسية ومعدل مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي، وكما هو مبين ادنى:.

-لا توجد علاقة ارتباط بين الاعتماد على الصحف والإذاعة والفضائية اليمنية من جهة والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية، فيما توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على البرامج السياسية في القنوات الفضائية العربية والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية من قبل الشباب الجامعي (عينة الدراسة).

-لا توجد علاقة ارتباط بين معدل التعرض للصحف الحكومية والحزبية والبرامج السياسية الإذاعية والتلفزيونية من جهة ومعدل امتلاك البطاقة الانتخابية، فيما توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للصحف الخاصة ومعدل امتلاك البطاقة الانتخابية.

- لا توجد علاقة ارتباط بين التعرض لوسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية وبين معدل المشاركة في التصويت في الانتخابات الأخيرة من قبل الشباب الجامعي (عينة الدراسة).

- لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التعرض لوسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ومستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة).

٢- تبين أن مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة) كان متوسطًا، حيث بلغ معدل مستوى الوعي لديهم (٥٢,٥%).

٣.على من ارتفاع معدل حجم اعتماد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على وسائل الإعلام حيث كان المعدل (٧٢%)،

٤.كشفت النتائج أن معدل حجم المشاركة السياسية للشباب الجامعي (عينة الدراسة) كان متوسطًا، حيث بلغ (٦٦%).

٥.بينت النتائج أن معدل مستوى المعرفة السياسية للشباب الجامعي (عينة الدراسة) كان ضعيفًا بشكل ملحوظ، حيث بلغ (٣٩%).

٦.جاء التلفزيون في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في متابعة المواد السياسية ويليه الصحف ثم الإذاعة.

٧.ظهر من النتائج الإقبال المتواضع للشباب الجامعي على متابعة المواد الإخبارية والسياسية الصحفية والبرامج السياسية الإذاعية والتلفزيونية، ولا سيما في وسائل الإعلام المحلية.

٨.جاءت القنوات الفضائية العربية في المرتبة الأولى في قائمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في الحصول على المعلومات السياسية، تليها الانترنت، ثم الأصدقاء والزملاء، ثم الصحف الحكومية.

٩.أن هناك اهتمامًا كبيرًا من الشباب الجامعي بمتابعة القضايا السياسية (٨٨%)، في حين أن (١٢%) فقط لا يهتمون، ويرجون السبب إلى عدم الجدوى من المتابعة للقضايا السياسية.

١٠.أظهرت النتائج ارتفاع نسبة الشباب الجامعي الذين يملكون بطاقة انتخابية (٨٤%)، وكان أهم أسباب ذلك: من أجل تغيير وتحسين أوضاع البلاد – أن المشاركة واجب وطني. في حيث ذكر ١٦% من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) عدم امتلاكهم للبطاقة الانتخابية، ويرجعون أسباب ذلك إلى: شعورهم بعدم جدوى البطاقة الانتخابية – عدم قناعتهم بأهمية العملية الانتخابية.

١١.بينت النتائج إقبال الشباب الجامعي على المشاركة في التصويت في الانتخابات الرئاسية والمحلية الأخيرة ٢٠٠٦ بنسبة ٧١%، وسببوا ذلك إلى: ممارسة حقوقهم الدستورية – أن المشاركة واجب وطني – تعزيز العملية الديمقراطية – من أجل تغيير

وتحسين وضع البلاد. في حين أظهرت النتائج أن (٢٩%) من عينة الدراسة لم يشاركوا في العملية الانتخابية الأخيرة، وسببوا ذلك إلى: لظروف خاصة بهم – لضعف الثقة في نزاهة الانتخابات – لعدم قناعتهم بالمرشحين.

١٢.تؤكد النتائج أن (٥٤%) من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) منتمون إلى أحزاب سياسية، في حين أن (٤٦%) من عينة الدراسة لا ينتمون إلى أحزاب سياسية، وسببوا ذلك إلى: عدم قناعتهم بالعمل الحزبي – كون الأحزاب لا تعبر عن القضايا الحقيقية للمجتمع – غياب الديمقراطية داخل الأحزاب.

١٣.أظهرت النتائج أن هناك عزوفًا من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) عن الانتماء للاتحادات والجمعيات الأهلية، حيث أن (٢٨%) فقط ينتمون، فيما (٧٢%) لا ينتمون، وسببوا ذلك إلى: عدم معرفتهم بالاتحادات والمنظمات والجمعيات الأهلية – عدم قناعتهم بالعمل فيها – عدم وجود منظمات وجمعيات في مناطقهم.

١٤.أشارت النتائج أن الشباب الجامعي (عينة الدراسة) يعتقدون أن الأحزاب السياسية يجب أن تهتم بمجموعة من القضايا في مقدمتها: قضية التعليم – قضية البطالة – الوضع الاقتصادي – ارتفاع الأسعار – الفقر – الفساد – الصحة.

١٥. جاءت التحديات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في مقدمة التحديات التي تواجه الشباب من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حيث جاءت البطاقة في المرتبة الأولى (٧٩%)، ثم غلاء المهور (٤١%)، ثم المماحكات السياسية بين الأحزاب وابتعادها عن قضايا الشباب (٣٩%)، ثم ضعف التعليم (٢٦%).

١٦.فيما يتعلق بنسق الطموحات السائدة لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة) أظهرت النتائج أن: ضمان كرامة المواطن وحرياته احتلت المرتبة الأولى قياسًا إلى قضية الديمقراطية التي احتلت المرتبة (١١)، ويلي ذلك تحسن المستوى المعيشي (المرتبة الثانية)، ومن ثم وطن خال من الفساد (المرتبة الثالثة)، وفي المرتبة الرابعة تحرير الأراضي العربية المحتلة، واحترام النظام والقانون في المرتبة الخامسة.

١٧.بينت النتائج أن أولوية الانتماء عند الشباب الجامعي (عينة الدراسة) كانت للدين (المرتبة الأولى)، ثم العائلة (المرتبة الثانية)، والوطن في (المرتبة الثالثة)، والمرتبة الرابعة القبيلة، فيما كانت قيم الانتماء الإنساني والقومي والحزبي في المراتب الأخيرة على التوالي.

١٨.عكست النتائج محدودية مستويات المعرفة السياسية للشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول المعلومات الخاصة بالسن القانونية لامتلاك البطاقة الانتخابية، وموعد الانتخابات البرلمانية القادمة، ومعلوماتهم عن انتماء عدد من الصحف الحزبية، وباستثناء معلوماتهم عن عدد أعضاء مجلس النواب، وأسماء المرشحين للانتخابات الرئاسية الأخيرة فقد عكست مستوى معرفي لا بأس.

١٩.لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومعدل التعرض لوسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، كما لا توجد علاقة ارتباط بين متغير التخصص ومعدل التعرض للبرامج السياسية الإذاعية والتلفزيونية وأيضًا لا توجد علاقة ارتباط بين متغير الانتماء للأحزاب ومعدل التعرض للبرامج السياسية الإذاعية والتلفزيونية. ولا توجد علاقة ارتباط بين متغير الانتماء للاتحادات والجمعيات ومعدل التعرض لوسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية.

٢٠.توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص وقراءة الصحف اليمنية، ومتغير الانتماء الحزبي وقراءة الصحف، وأيضًا توجد علاقة ارتباط بين متغير مكان الجامعة وقراءة الصحف.

٢١.لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع والتخصص وحجم المشاركة السياسية. فيما توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الانتماء للأحزاب والانتماء للاتحادات والجمعيات ومكان الجامعة وحجم المشاركة السياسية.

٢٢.لا توجد علاقة ارتباط بين متغيرات النوع والتخصص والانتماء للأحزاب والاتحادات ومستوى المعرفة السياسية، فيما توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغير مكان الجامعة ومستوى المعرفة السياسية.

ب.التوصيات

يقترح الباحث في ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج مجموعة من التوصيات ترتبط بعدة جهات، كون أن موضوع تنمية الوعي السياسي للشباب اليمني يجب أن يتم في إطار سياق مجتمعي أوسع، فالإعلام واحد من أدوات متعددة تحقق هذه الغاية فنحن في حاجة إلى مزيج متكامل تشترك فيه العديد من المؤسسات السياسية والتعليمية ومؤسسات الناشئة في الدولة ومنظمات المجتمع المدني وفيما يلي أهم التوصيات:

١.ضرورة أن تبدي وسائل الإعلام اليمنية (المقروءة والمسموعة والمرئية) اهتمامًا أكبر بقضية المشاركة السياسية والمعرفة السياسية للشباب اليمني، وتوعيتهم بأساليب تمتلك عوامل الجذب والموضوعية والصراحة في التناول والمعالجة وبما يزيد الثقة والمصداقية فيما تقدمه هذه الوسائل من مواد وموضوعات سياسية.

٢.أهمية نشر ثقافة سياسية تزيد من درجة الوعي السياسي لدى الشباب اليمني، بما يحفزهم على ممارسة حقوقهم السياسية والمشاركة المجتمعية الفاعلة.

٣.ضرورة إعادة النظر في أسلوب عمل الاتحادات الطلابية وتفعيلها نظرًا لعزوف الطلبة عن المشاركة بها، بحيث تتاح فرصًا أوسع للمشاركة الطلابية في صناعة القرارات الجامعية وممارسة الأنشطة الطلابية.

٤.ضرورة قيام (الجامعات-والأحزاب-منظمات المجتمع المدني-وزارة الشباب-الاتحادات الطلابية والشبابية) بتنفيذ برامج توعوية تدريبية للشباب الجامعي بما يحقق وصول المعلومات والممارسة العملية لتطبيقات المعلومات الخاصة في أساليب المشاركة السياسية والمؤسسات السياسية، والمناقشة العلمية للقضايا المثارة واحترام الأقلية لرأي الأغلبية وغير ذلك.

٥.ضرورة أن تبدي الأحزاب السياسية اهتمامًا أكبر للشباب الجامعي وقضاياهم، من خلال تفعيل دوائر الشباب، والاستعانة بالشباب ككوادر في الأحزاب، وتقديم معلومات للشباب عن دورها ومشروعاتها عن طريق الاتصال المباشر والجماهيري، بالإضافة إلى دعم الشباب في معالجة القضايا والتحديات التي تواجههم ولا سيما البطالة والتعليم وغيرها.

الهوامــش

١) إيناس أبو يوسف، الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، المجلية المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد١، ٢٠٠١، ص٧٢.

٢) هويدا مصطفى، الإعلام والمشاركة السياسية "المقومات والإشكاليات"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز الرأي العام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، أبريل٢٠٠٠، ص٣٢٥.

٣) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٣، ص١٣٢.

٤) تقرير لجنة التعليم العالي بمجلس النواب حول الجامعات الحكومية، ٢٠٠٤م.

* ملحق رقم(١) استمارة الاستبيان المستخدمة في جمع البيانات الميدانية.

* حكمت استمارة الاستبيان من قبل الأساتذة التالية أسماؤهم (رتبت بحسب الحروف الهجائية) وهم:

* ١.د.بلقيس أبو أصبح، أستاذ مساعد في قسم العلوم السياسية بكلية التجارة – جامعة صنعاء.

٢.أ.د.محمد عبدالجبار سلام، عميد كلية الإعلام بجامعة صنعاء.

٣.د.محمد الفقيه، أستاذ مساعد بكلية الإعلام – جامعة صنعاء.

٤.د.ناصر الذبحاني، أستاذ مساعد في قسم الاجتماع بكلية الآداب – جامعة صنعاء.

٥) علي أسعد وطفة، التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي: بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، مجلة عالم الفكر، الكويت، العدد٣، المجلد ٣١، يناير–مارس٢٠٠٣، ص٧٠.

٦) أحمد حسين اللقاني–علي الجمل، معجم المصطلحات التربوية: المعرفة في المناهج وطرق التدريس، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٦، ص٢٠٤.

٧) السيد عليوة-منى محمود، المشاركة السياسية-موسوعة الشباب السياسية، القاهرة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بمؤسسة الأهرام، ٢٠٠٠، ص٥.
٨) حنان محمد اسماعيل يوسف، دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦، ص٦٩.
٩) السيد عليوه-منى محمود، مصدر سابق، ص٢٣-٢٤.
١٠)نادية حسن سالم، تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصري، دراسة تجريبية على عينة من الريف، المجلة الاجتماعية، القاهرة، المجلد ١٧، العدد ٢-٣مايو، ١٩٨٠.
١١)محمد سيد عتران، دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩١.
١٢)حنان محمد اسماعيل يوسف، مصدر سابق.
١٣)محمد عبدالوهاب الفقيه، دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية، رسالة ماجستير كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٧.
١٤)أميمة محمد محمد عمران، دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا، ١٩٩٩.
١٥)إيناس أبويوسف، مصدر سابق.
١٦)أميرة محمد العباسي، المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيل هذه المشاركة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد١، يناير-مارس٢٠٠١، ص١.
١٧)نائلة إبراهيم عمارة، دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر ٢٠٠٥، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو٢٠٠٦.
١٨)محمود منصور هيبة، دور الصحافة المصرية في دعم المشاركة السياسية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو٢٠٠٦.

١٩)أميمة محمد عمران، دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد١١، أبريل-يونيو٢٠٠١، ص٢١٨.
٢٠)المصدر نفسه، ص٢١٨.
٢١)المصدر نفسه، ص٢١٩.
٢٢)إيناس أبو يوسف، مصدر سابق، ص٧٧.
٢٣)محمود أحمد محمود مزيد، اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السادس، العدد الثاني، يونيو-سبتمبر٢٠٠٥، ص١٨٢.
٢٤)المصدر نفسه، ص١٨٢.
٢٥)حسن عماد مكاوي-ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص٣١٤.
٢٦)ملفين ل.ديفلير وساندرابول-روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣، ص٤١٣-٤١٤.
٢٧)محمد عبدالحميد احمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧، ص٢٣٧.
٢٨)إيناس أبويوسف، مصدر سابق، ص٧٤.
٢٩)صلاح سالم زرنوقه، المشاركة السياسية والعملية الانتخابية، مجلة الديمقراطية، تصدر عن مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد١، فبراير٢٠٠١، ص٢٠.