

The role of the media in shaping the political culture of university youth (A field study on a sample of students of the Faculty of Arts and Humanities- Damascus university)

Dr. Adnan Mussallam^{*}
Amjad Bahjat Dannoura^{}**

(Received 22 / 10 / 2019. Accepted 19 / 12 / 2019)

□ ABSTRACT □

The research aims to determine the role played by the media in shaping the political culture of the university youth in the Faculty of Arts and Humanities at Damascus University, as well as to monitor the differences in the level of political influences resulting from exposure to the media with different variables (gender, political affiliation).

Due to the nature of the research, the methodology used is the scientific method based on the description and analysis. The method used in the research is the method of social survey in the sample, in addition to relying on the questionnaire as the main tool for collecting data and information. Third and fourth year students from the Faculty of Arts and Humanities at Damascus University from the academic year 2018/2019.

The research has reached a set of results, the most important of which are:

1. There are differences in the level of effects of exposure to media by gender.
2. There are no differences in the level of effects of exposure to the media according to the variable of political affiliation.
3. There is a correlation between the level of media exposure and the political influences of the university youth in the Faculty of Arts and Humanities at Damascus University.

Keywords: Media, political culture, university youth.

***Professor, department of sociology, college of literature and humanitarians, Damascus University, Damascus, Syria.**

****Postgraduate student, college of literature and humanitarians, Damascus University, Damascus, Syria.**

دور وسائط الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي (دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة دمشق)

- د. عدنان أحمد مسلم
- أمجد بهجت دنوره *

(تاريخ الإيداع 22 / 10 / 2019. قبل للنشر في 19 / 12 / 2019)

□ ملخص □

يهدف البحث إلى تحديد الدور التي تقوم به وسائط الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في جامعة دمشق، وكذلك رصد الفروق في مستوى التأثيرات السياسية الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام باختلاف متغير (الجنس، الانتماء السياسي).

ونظراً لطبيعة البحث، فإن المنهج المستخدم هو المنهج العلمي القائم على الوصف والتحليل، أما الطريقة المستخدمة في البحث فهي طريقة المسح الاجتماعي بالعينة، بالإضافة إلى الاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات، واختيرت العينة بطريقة العشوائية البسيطة، والتي تكونت من 433 مفردة من طلاب السنتين الثالثة والرابعة من كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة دمشق من العام الدراسي 2018/2019. وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. توجد فروق في مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام باختلاف متغير الجنس.
2. لا يوجد فروق في مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام باختلاف متغير الانتماء السياسي،
3. هناك علاقة ارتباطية بين مستوى التعرض لوسائط الإعلام والتأثيرات السياسية لدى الشباب الجامعي في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في جامعة دمشق.

الكلمات المفتاحية: وسائط الإعلام - الثقافة السياسية - الشباب الجامعي

* أستاذ - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة دمشق - دمشق - سورية.
* طالب دراسات عليا (دكتوراه) - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة دمشق - دمشق - سورية.

مقدمة:

شهدت البشرية بفضل التقدم التكنولوجي ثورة على الصعيد المعرفي والثقافي أدت إلى تغييرات هامة وجوهرية في جميع نواحي الحياة الإنسانية المعاصرة، فالتقدم التكنولوجي وفر للعالم بأسره كم هائل من المعارف والمعلومات، وساعد على تعزيز التواصل بين الأمم والشعوب متجاوزاً الحدود السياسية والجغرافية والعزلة الحضارية، فحملت العديد من أنماط الأفكار والعادات، أدت إلى تنمية التفاعل وتقويته بين الأمم والشعوب وإلى تقارب بين مختلف الثقافات.

وتعتبر وسائط الإعلام من أهم وأبرز مظاهر التقدم، وأشدّها تأثيراً على تصورات المتلقين ولها الفضل في تشكيل وجهات النظر حول مختلف الأحداث والظواهر وتفسيرها. بحيث تشمل على مقومات عرض الخبر أو الصورة وتوجيهها للمشاهد أو المتلقي، حتى بات يعيش في عالم يتعامل مع وسائط الإعلام في أوقات الطوارئ والأزمات، ومع ازدياد هذا التأثير في مناحي الحياة المختلفة، ازداد تأثير وسائط الإعلام في الحياة السياسية في العصر الحديث، بعد أن أخذت على عاتقها مهمة توفير المعلومات والحقائق والقيم والمثل والمفاهيم السياسية، مما يعزز من ثقافة الأفراد السياسية التي يتم من خلالها تكوين الاتجاهات السياسية والتي لها تأثير فاعل على تصرفات الأفراد وممارساتهم اليومية، وتحديد مستوى الفاعلية السياسية في المجتمع.

وتبعاً لذلك لجأ البحث الحالي إلى دراسة دور وسائط الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية، بما يتواءم مع أهداف البحث.

اشكالية البحث:

تمثل الثقافة السياسية الجانب السياسي من الثقافة العامة وهي بهذا المعنى جزء لا يتجزأ من تلك الثقافة. وعلى هذا النحو فإن الثقافة السياسية وبحكم ارتباطها بالثقافة العامة فهي تُكتسب من طرف الأفراد وتتحدد معالمها إثر محاولتهم للتكيف مع البيئة الاجتماعية عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية، وهذه الأخيرة ومن خلال مؤسساتها تعمل على إكساب الأفراد قيم واتجاهات وتصورات وميول، تحدد ثقافتهم السياسية في نمط متميز ليتجلى في واقع الحياة السياسية من خلال مظاهر المشاركة السياسية ومستوى الوعي السياسي.

وهنا يبرز دور آليات التتميط الثقافي والسياسي والتي يعد من أهمها الإعلام. دور يتجلى بتزويد الأفراد بالمعلومات وتوسيع مداركاتهم وقدراتهم المعرفية، والوقوف على أهم مسببات الأحداث السياسية في العالم وبدون تلك المعارف يصعب على الفرد المشاركة وإبداء الرأي بفاعلية بشأن ما يدور حوله من ظواهر وأحداث سياسية.

وبطبيعة الحال فإن دور وسائط الإعلام ليس مجرد إعطاء معلومات ومعارف سياسية، وإنما السعي أيضاً إلى التأثير في هذه المعارف وتحريكها نحو مسارات محددة، وهذا ما يمكن ملاحظته خلال الأحداث السياسية التي عصفت بعدد من البلدان العربية منذ العام 2011، حيث أدى الإعلام دوراً كبيراً في أحداثها من خلال التأثير في الاتجاهات والمعتقدات السياسية، فاجتهدت وسائط الإعلام لإحداث نقلة في التعامل الإعلامي مع أحداث المنطقة العربية بهدف التأثير في تشكيل وإدراك وتصورت المشاهدين السياسية مما ينعكس على السلوك السياسي للمشاهد.

وعليه، تتمثل مشكلة البحث الحالي في محاولة التعرف إلى دور وسائط الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في جامعة دمشق بهدف الإجابة عن الأسئلة الآتية: كيف لوسائط الإعلام أن تلعب الدور المنوط بها في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في جامعة دمشق؟

وماهي الوسائط الإعلامية المفضلة لدى الشباب الجامعي في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في جامعة دمشق؟ وهل يوجد فروق في مستوى التأثيرات السياسية الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام باختلاف متغيري الجنس والانتماء السياسي؟ وما هو مستوى تعرض الشباب الجامعي لوسائط الإعلام كمصدر للحصول على المعلومة السياسية؟

أهمية البحث وأهدافه:

أهمية البحث:

الأهمية النظرية:

وتتمثل بكون موضوع علاقة وسائط الإعلام بالثقافة السياسية يشكل أحد موضوعات ميدان معرفي اجتماعي من ميادين علم الاجتماع وهو علم الاجتماع السياسي، وتبرز الأهمية النظرية أيضاً للموضوع كونه يعالج مشكلة معرفية تتجلى في تنمية الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي الشريحة الاجتماعية ذات الأهمية المستقبلية لتطور المجتمع.

الأهمية العملية:

قد تفيد مخرجات البحث في الوصول إلى كيفية ترسيخ ونشر مفهوم الثقافة السياسية عن طريق وسائط الإعلام وآلية التأثير على السلوكيات والاتجاهات نحو العمليات السياسية لدى الشباب الجامعي.

أهداف البحث:

1. تحديد دور وسائط الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في جامعة دمشق.
2. رصد الفروق في مستوى التأثيرات السياسية الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام باختلاف متغير (الجنس، الانتماء السياسي).
3. معرفة حجم تعرض الشباب الجامعي في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في جامعة دمشق لوسائط الإعلام كمصدر للمعلومات السياسية.
4. معرفة التأثيرات السياسية لوسائط الإعلام تبعاً لنوع الوسيلة الإعلامية (وسائط التواصل الاجتماعي، فضائيات، إذاعات).

المصطلحات العلمية والتعاريف الإجرائية:

أ. وسائط الإعلام:

1. **التعريف الاصطلاحي:** كل أوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق، والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات (ابو نصر، 2010، ص22).

2. **التعريف الإجرائي:** والمقصود فيها (القنوات الفضائية، الإذاعة، وسائط التواصل الاجتماعي) التي تهدف إلى بث الأفكار والمعلومات والأخبار السياسية.

ب. الثقافة السياسية:

1. **التعريف الاصطلاحي:** مجموعة القيم والمعتقدات السياسية السائدة في أي مجتمع والتي تتميز عن غيره من المجتمعات وتخلق نوعاً من الملاءمة الاجتماعية لسلوك الأفراد وتعطي للعمليات السياسية شكلاً ومضموناً (سالم، 2003، ص55).

2. **التعريف الإجرائي:** مجموعة من القيم والمعارف السياسية، التي يتلقاها الشباب الجامعي في جامعة دمشق أثناء عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية من قبل وسائط الإعلام، والتي يستند عليها في تحديد سلوكه إزاء الشؤون والقضايا السياسية.

ت. **الشباب الجامعي:**

1. **التعريف الاصطلاحي:** مرحلة عمرية تتراوح بين (18-24) سنة، تتميز هذه المرحلة بالطاقة والنشاط والحيوية والقابلية للتطوير والتغيير (فريد، 1998، ص31).

2. **التعريف الإجرائي:** يشير مفهوم الشباب الجامعي في هذه الدراسة إلى تلك الفئة العمرية لعينة ممتدة بين عمري (18-24) والمنتمية إلى كلية الآداب والعلوم الانسانية في جميع أقسامها ومن ضمن السنتين الثالثة والرابعة في جامعة دمشق.

الدراسات السابقة:

أ. عرض الدراسات السابقة:

1. الدراسات العربية:

1- دراسة بعنوان (دور وسائط الإعلام الرسمية البحرينية في تعزيز الثقافة السياسية لدى النواب البحرينيين من وجهة نظرهم) للباحث علي الرميحي - رسالة ماجستير - جامعة الشرق الأوسط - البحرين - 2017.

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح المبادئ السياسية التي اتبعتها وسائط الإعلام الرسمية البحرينية في تعزيز الثقافة السياسية لدى النواب البحرينيين من خلال نشر القيم والتقاليد السياسية، وتسليط الضوء على التحولات الديمقراطية التي شرع النظام السياسي البحريني بتنفيذها، و التعريف بثقافة حقوق الإنسان. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي. تتكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء مجلس النواب البحرينيين موزعين على محافظات مملكة البحرين الأربعة بالتساوي.

وتوصلت الدراسة إلى نتيجة رئيسية تشير إلى أن مستوى تقديرات النواب لدور وسائط الإعلام الرسمية في تعزيز الثقافة السياسية كان مرتفعاً، وعدم وجود فروق في تقديرات النواب باختلاف العمر (أي أن العمر لم يكن له دور في تقدير النواب لدور وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لديهم).

2- دراسة بعنوان (دور وسائط الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي) للباحث عبدالله العنزي - رسالة ماجستير - جامعة الشرق الأوسط - الكويت - 2014.

هدفت هذه الدراسة التعرف على دور وسائط الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة جامعة الكويت، وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا، وكلية التربية الأساسية، وتم اختيار عينة طبقية عشوائية مقدارها 314 شاباً، واستخدم الباحث وسيلة الاستبيان في جمع المعلومات والبيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن متوسط قراءة الصحف لدى أغلب أفراد العينة كان أقل من نصف ساعة في اليوم، وأن متوسط التعرض لقنوات التلفزيون المحلية لدى غالبية أفراد العينة كان أقل من ساعتين، كما أن متوسط الاستماع للإذاعة المحلية لدى غالبية العينة كان أقل من ساعتين.

وتبين للدراسة أن دور وسائط الإعلام المحلية (الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعة) في تعزيز الثقافة السياسية لدى الطلبة بشكل عام جاء بدرجة متوسطة.

وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً وجود فوارق في اختلاف مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام المحلية تبعاً لمتغير مدة التعرض لوسائط الإعلام المحلية في اليوم، ولصالح مدة التعرض الأطول ولجميع الحالات.

2. الدراسات الأجنبية:

1.2. دراسة بعنوان: (استكشاف الفاعلية السياسية في السياق العالمي: دراسة تحليلية لفاعلية استخدام وسائط الإعلام على الثقافة السياسية في آسيا) للباحث كايناك، 2006.

(Exploring Political Efficacy in the Global Context: An Analysis of Political Culture, Efficacy and Media Use in Asia), Kaynak, 2006.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة ما بين الثقافة السياسية ووسائط الإعلام، ومعرفة أثر وسائط الإعلام في الدافعية الذاتية للفرد في المشاركة السياسية. اعتمدت الدراسة على بعض بيانات الدراسات السابقة، وعلى المقابلات لشريحة واسعة من الشباب في سنغافورة، وأظهرت نتائج الدراسة: إلى أن لوسائط الإعلام دور كبير ورئيسي في تشكيل الثقافة السياسية للشباب، كما تؤثر في تشكيل قيمهم السياسية، ولها التأثير الحاسم في الفاعلية السياسية لديهم.

2.2. دراسة بعنوان: (وسائط الإعلام والثقافة السياسية في نيجيريا)، للباحث كينيث ، 2010.

(Mass Media and Political Culture in Nigeria), Kenneth, 2010.

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من الدور التي تؤديه وسائط الإعلام في التطور المستدام والدائم للثقافة السياسية. واعتمدت الدراسة في منهجية البحث على أسلوب التعلم التشاركي والعمل حسب مقياس (PALR) وكانت الأدوات المستخدمة في التحليل تقنية دلفي وتفضيل الترتيب وسجل التقنية. وتوصلت الدراسة إلى: أن لوسائط الإعلام تأثير في تشكيل الثقافة السياسية.

ب. التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة نلاحظ أن هذه الدراسات بحثت في أنواع من النماذج الإعلامية وأثرها في تنمية الثقافة السياسية، وتؤكد هذه الدراسات على أهمية وسائط الإعلام ودورها في تعزيز الثقافة السياسية في شرائح مختلفة داخل المجتمعات المستهدفة. ويتميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة بعرض فلسفة المسؤولية السياسية لوسائط الإعلام، وتناول المهام الملقاة على عاتق وسائط الإعلام في إيجاد أدوار جديدة لها حيث تكون للثقافة السياسية جانب هام فيها.

الإطار النظري للبحث:

أ. ماهية الإعلام:

يشهد العالم اليوم اهتماماً بالغاً بالإعلام ورسالته، كما يشهد تركيزاً متزايداً بتطوير وسائله وتنوع أساليبه، حتى وصل مرحلة البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية والتطوير الكبير في أجهزة الاستقبال و الإرسال الحديثة. وقد أدى هذا إلى تمكين وسائط الإعلام إلى تحقيق أهدافها ورسالته على مدى أشمل وأوسع، مما يعكس تأكيداً عاماً على أهمية الإعلام الحديث وقدرته على أداء دور فعال في مختلف القضايا الإنسانية.

وتعد وسائط الإعلام بفلسفتها الواسعة وبوسائلها المتطورة أقوى أدوات الاتصال التي تتيح للأفراد معايشة عصرهم والتفاعل معه. ويؤدي الإعلام بوسائله المنتشرة على نطاق واسع دور كبير في طرح منجزات الحضارة والثقافة بما تحمله من قيم مختلفة وتوصيلها إلى كافة قطاعات ومستويات الجماهير.

لا يوجد تعريف واحد لوسائط الإعلام تم الاتفاق عليه من قبل العلماء، فكل منهم يعرف هذه الوسائط على أساس توجهاتهم النظرية.

ولعل من أكثر تعاريف وسائط الإعلام شيوعاً هو التعريف الذي قدمه أوتوجورت، وسائط الإعلام هي: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت" (حسنين، 2017، ص 222). وعلى هذا فإن التأثير في المتلقي هو هدف عملية الاتصال، فالرسالة الإعلامية التي لا تحظى باستجابة الجمهور المتلقي لا تعد اتصالاً، والاستجابة هذه تتم من خلال تغيير في آراء وعقلية الجمهور عن طريق الأخبار والمعلومات والحقائق. ومن ناحيته يعرف عبد اللطيف حمزة وسائط الإعلام بأنها: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم" (حسنين، 2017، ص 222). فوسائط الإعلام تعني تزويد الجمهور بمصادر المعرفة والحقائق الموضوعية التي تمكنهم من تشكيل رأي وموقف فيما يدور حولهم من أحداث، ولها تأثير على أفراد المجتمع.

أما عزيزة عبده فتعرف وسائط الإعلام على أنه: "تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات والحقائق والأخبار الصحيحة الصادقة والواضحة حول موضوع ما أو قضية هامة أو أي أحداث أو مجريات تشغل تفكير الرأي العام سواء على الصعيد الداخلي المحلي أو على الصعيد الخارجي الإقليمي العربي أو الدولي (عبده، 2007 ص 49). يعمل الإعلام هنا على إيصال الأخبار والمعلومات للجمهور المتلقي بهدف زيادة المعرفة والوعي بالإضافة إلى ما يقدمه من معلومات جديدة حول المشكلات القائمة والمحيطة بالأفراد.

تؤدي وسائط الإعلام (القنوات الفضائية-الصحافة-الإذاعة) دوراً حاسماً في تشكيل المفاهيم العامة حول مجموعة متنوعة من القضايا المهمة، سواء المعلومات التي يتم توزيعها من خلالها، ومن خلال التفسير الذي يضعونه على هذه المعلومات. كما أنها تلعب دوراً كبيراً في تشكيل الثقافة الحديثة، من خلال تصوير مجموعة معينة من المعتقدات والقيم والتقاليد كواقع. أي من خلال تصوير تفسير معين للواقع، فإنهم يشكلون الواقع ليكونوا أكثر تماشياً مع هذا التفسير.

ب. مفهوم الثقافة السياسية:

1. تعريف الثقافة السياسية:

لقد تعددت تعريفات الثقافة السياسية ما بين علماء الاجتماع والسياسة، وتباينت التعريفات بسبب اختلاف أيديولوجياتهم من جهة وطبيعة بينتهم الداخلية من جهة أخرى، ونتيجة لهذه التباينات المختلفة تعددت تعريفات الثقافة السياسية، ويمكن أن نعرض أهم هذه التعريفات:

وفقاً لقاموس أكسفورد تضم الثقافة السياسية: "المثل العليا التي تعمل وفق قواعد النظام السياسي، وكذلك تتضمن المواقف والمشاعر الذاتية فضلاً عن الهدف والعقائد التي تحكم معاً العملية السياسية" (العمري، 2005، ص 29). فهذه الثقافة تتطوي على موقف الأفراد من المؤسسات السياسية المكونة للنظام السياسي أو كيفية تقييم هؤلاء الأفراد للمؤسسات السياسية القائمة.

بينما تُعرّف الثقافة السياسية عند الموند وفيربا على أنها: "مجموع التوجهات والمواقف والتصورات السياسية للأفراد في سياق علاقتهم بنظمهم السياسية" (A.Almond, Verba, 1963,P14). أي أن الثقافة السياسية هي بمثابة النظام السياسي الذي ينتمي إليه الفرد والذي يكتسب من خلاله الإحساس والإدراك والتقييم والتصورات تجاه الحياة السياسية التي تستمد ثقافتها من ثقافة المجتمع نفسه، فالنظام السياسي يؤثر على المجتمع ويتأثر به. كما حددت دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية الثقافة السياسية على أنها: "مجموعة الاتجاهات والمعتقدات التي تنظم وتعطي معنى للنظام السياسي" (العمرى، 2005، ص29). فهذه الثقافة تتكون من عناصرها البارزة من توجهات الأفراد نحو النظام السياسي والعمل الجماعي كذلك تقييم الأفراد للمؤسسات السياسية القائمة وسبل حل المشكلات معها. ويعرفها جوردون مارشال في كتابه موسوعة علم الاجتماع على أنها: "وسائط مناسكة على نطاق واسع في الأمة، حيث يوجد لدى معظم الناس داخل النظام توجهات ثقافة سياسية مماثلة أو منسجمة فيما بينها ملائمة بالنسبة إلى المؤسسات السياسية التي يعيشون فيها" (مارشال، 1998، ص145). فالثقافة السياسية مجموعة من القيم والأفكار والمعتقدات السياسية التي تدخل في تركيبة مجتمع ما، وتميزه عن غيره من المجتمعات. ويذهب "فيليب برو" إلى أن الثقافة السياسية: "تتكون من مجموعة من المعارف والمعتقدات تسمح للأفراد بإعطاء معنى للتجربة الروتينية لعلاقتهم بالسلطة التي تحكمهم" (عبد الرحمان، 2001، ص436). وهي بهذا المعنى حقائق تمثل دوافع سلوك الأفراد واتجاهاتهم نحو النظام السياسي ورموزه ومؤسسته. وتقل الثقافة السياسية التنشئة السياسية حيث أنه من خلالها، تستمر وتتغير بالإضافة إلى ما يرتبط بها من دوائر تربوية وتوعية تعليمية بدءاً من الأسرة ومروراً بالمدرسة ووسائل الإعلام وانتهاءً بالدولة. ويكمن معنى الثقافة السياسية في دخول النظام السياسي في حياة الأفراد من ناحية الإدراك والوعي، حيث أنها تصبح جزءاً من داخله وحياته وسلوكه، وبالتالي ينتج عنها إدراك الفرد للقيم والقواعد السياسية في المجتمع. فالثقافة السياسية تدور حول ما يسود المجتمع من قيم ومعتقدات تؤثر في السلوك السياسي لأعضائه أفراداً ومسؤولين حكماً ومحكومين.

2. مكونات الثقافة السياسية:

إن لكل مجتمع ثقافة سياسية خاصة تميزه عن المجتمعات الأخرى لأنها نابعة من الثقافة العامة للمجتمع، وهذا الأمر يجعل الوصول إلى مكونات واحدة تجتمع عليها جميع المجتمعات أمراً صعباً. لكن يمكن الحديث عن مجموعة من العناصر أو المكونات للثقافة السياسية التي يمكن إجمالها في الآتي:

1.2. المرجعية:

وهي تعني الإطار الفكري لمجتمع ما "فهو يفسر التاريخ، ويحدد الأهداف والرؤى، ويبرز المواقف والممارسات، ويكسب النظام الشرعية، وغالباً ما يتحقق الاستقرار بإجماع أعضاء المجتمع على الرضا عن مرجعية الدولة، ووجود قنوات بأهميتها وتعبيرها عن أهدافهم وقيمهم (صقر، 2010، ص63).

2.2. التوجه نحو عمل العام:

يعني إيمان الأفراد بأهمية العمل التعاوني المشترك، "التوجه نحو العمل العام والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وقضاياها من أهم مكونات الثقافة السياسية، ذلك لأن هذا الشعور يدفع المواطن إلى الإيجابية في التعامل مع القضايا والموضوعات في ظل ثقافة متشابهة مؤداها الإحساس بالولاء للجماعة" (الشرافي، ص62).

3.2. التوجه نحو النظام السياسي:

والمقصود فيه "كيف ينظر الفرد إلى مؤسسات النظام السياسي وقواعده، وقيمه، وكذلك كفيته تفاعله مع كل ذلك سلباً أو إيجاباً، كما أنها تتعلق أيضاً بنظرة الفرد إلى أسلوب الحكم في النظام السياسي وفي سير عمله وفي القرارات التي يتخذها" (الصبيحي، 2008، ص 255).

4.2. الإحساس بالهوية:

يعد الإحساس بالانتماء من أهم المعتقدات السياسية ذلك "لأن شعور الأفراد بالولاء للنظام السياسي يساعد على إضفاء الشرعية على النظام، ويساعد على بقاء النظام وتخطيه الأزمات والمصاعب التي تواجهه، فضلاً عن الإحساس بالولاء والانتماء للوطن يساعد على بلورة وتنمية الشعور بالواجب الوطني وتقبل الالتزامات، كما يمكن من فهم الحقوق والمشاركة الفاعلة في العمليات السياسية من خلال التعاون مع الجهاز الحكومي والمؤسسات السياسية، وتقبل قرارات السلطة السياسية والإيمان بالدور الفعال لها في كافة مجالات الحياة" (صقر، 2010، ص 37).

3. خصائص الثقافة السياسية:

على الرغم مما يظهر بين الثقافات السياسية من اختلاف أو تباين فهناك بعض الخصائص التي تميز الثقافة السياسية ومن هذه الخصائص:

1.3. تُعبر الثقافة السياسية عن إرث فكري "يتسم جوهرها على أنماط القيم والاتجاهات والسلوكيات والمعارف السياسية لأفراد المجتمع" (الخرجي، 2004، ص 98).

2.3. الثقافة السياسية ثقافة فرعية "فهي جزء من الثقافة العامة للمجتمع، وعلى الرغم من أنها مستقلة، بدرجة ما، عن النظام الثقافي العام إلا أنها تتأثر به" (الخرجي، 2004، ص 98).

3.3. تتميز الثقافة السياسية بأنها متغيرة، وتغيرها مرتبط بتغير المجتمع "فالثقافة السياسية لا تعرف لأي مجتمع ثباتاً مطلقاً بمعنى أنها تتعرض للتغير، ويتوقف حجم ومعدل التغير على درجة اهتمام النخبة الحاكمة بقضية التغير وحجم التخصيصات التي يمكن توظيفها لأحداثه ومدى رسوخ قيم ثقافية معينة في نفوس الأفراد (الخرجي، 2004، ص 98).

4.3. الثقافة السياسية تراكمية "فهي نتاج لتاريخ المجتمع من ناحية ولخبرات أفراد المكتسبة عن طريق عمليات التنشئة من ناحية أخرى" (الخرجي، 2004، ص 98).

5.3. الثقافة السياسية نسبية "إذ إن هناك دوماً هامشاً للاختلاف الثقافي تفرضه عوامل معينة كالأصل العنصري والديانة ومحل الإقامة والمهنة والمستوى الاقتصادي والحالة التعليمية وعمليات التنشئة الاجتماعية" (الخرجي، 2004، ص 98).

6.3. الثقافة السياسية حقوقية تتجلى في "معرفة المواطنين لحقوقهم وحياتهم وطرق وأساليب ممارستها" (شكر، 2004، ص 8-9).

7.3. يضاف إلى الثقافة السياسية خاصية ضمنية، حيث "تسمح للمجموعات باستخدامها كمراجع للتعريف بهوياتها" (عبد الرحمان، 2001، ص 436).

ت. دور وسائط الإعلام في تنمية الثقافة السياسية:

1. مهمة وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية:

في العصر الحديث، هناك طرق عديدة لإيضاح الأفكار السياسية. إحدى الطرق الفعالة هنا هي وسائط الإعلام التي تؤدي دوراً هاماً في تنمية الثقافة السياسية والتأثير على تشكيل اتجاهات ومواقف أفراد المجتمع بما يدور من أحداث

على الصعيد المحلي والدولي. فبدون تواجد "وسائط الإعلام واتصالها بال جماهير، لا يستطيع أحد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية" (عبد، 2007، ص 72).

إن أهمية وسائط الإعلام والاتصال الجماهيري في الثقافة السياسية تكمن في قوة تأثيرها على الأفراد وال جماهير، ومن بين جوانب هذا التأثير نجدها "تعمل على تراكم مكاسب الثقافة والمعارف والمعلومات السياسية، بناء المواقف السياسية، تعزيز المواقف والأفكار السابقة" (البشر، 1997، ص 133).

واعتباراً لهذه الحقائق جاءت نتيجة الدراسات التي أجريت حول العلاقة بين الثقافة السياسية ووسائط الإعلام لتؤكد التأثير المباشر الذي تحدثه تلك الوسائط في تنشئة الفرد سياسياً، كما أن بعض الدراسات الامبريقية "استخلصت احتلال وسائط الإعلام الريادة في عملية تحديث المجتمعات وبلورة ثقافة سياسية موحدة" (قزادري، 2008، ص 50).

ولا شك أن هذا الدور الذي تضطلع به وسائط الإعلام في العملية السياسية تؤدي من خلاله مجموعه من الوظائف المتعددة بحسب الهدف بما يخدم في نهاية المطاف أفراد المجتمع والعملية السياسية. لقد تمكن الباحثون في تحديد الطرق المختلفة التي تترك وسائط الإعلام آثارها على الرأي العام وهذه الطرق هي: "تمكين الناس من الإحاطة بما يجري في العالم (أسلوب التعلم)، وتحديد القضايا والأحداث السياسية الهامة (أسلوب ترتيب الأحداث) بالإضافة إلى (تحديد المسؤوليات) وأخيراً هناك أسلوب التأثير في الخيارات والميول السياسية للناس (الإقناع)" (الهاشمي، 2009، ص 62).

تمثل هذه الطرق أنماط مهمة في محتوى الأخبار فتعد عملية بث الأخبار التأثير الأول لوسائط الإعلام، فشكل ومنطق المعلومات الخبرية تشكل طبيعة الخطاب الإعلامي نفس، ولها تبعات على مضمون الاتصالات السياسية. فمثلاً لو كانت البلاد تعاني من أزمة سياسية بين النظام السياسي والأحزاب المعارضة، سيدرك الناس عبر متابعتهم الإعلامية بأن البلاد في حالة مأزق سياسي، وهو ما من شأنه أن يزيد من اهتمام المواطنين بالوضع السياسي والاقتصادي والأمني .

تقدم وسائط الإعلام الأخبار السياسية للجمهور على أنها تدفق سريع للأحداث والموضوعات، ويتم تنظيم التغطية السياسية في وسائط الإعلام حول هذه الأحداث والتي تؤثر في تكوين فهم خاص حول القضايا الموجهة عبر تحديد المسؤولية. كما أن هذه الوسائط تؤدي دوراً مهماً " في التوعية والتثقيف السياسيين من خلال تلقين الأفراد السلوك المرئي والسمعي، وكيفية استجاباتهم وتفاعلهم مع ما يدور حولهم من أحداث وقضايا" (آل سعود، 2006، ص 47).

إن الأسلوب الذي تتبعه وسائط الإعلام في عرض نشرات أخبارها وطرح برامجها السياسية ضمن وجهة معينة يمكن أن تقود المشاهد إلى النظر بمسؤولية عما يجري. فمثلاً لو قام الوسيط الإعلامي بتعريض المواطنين إلى أخبار تتعلق بقضايا فساد حكومية وبصورة متكررة، ستبرز قضية الفساد كأهم قضية في نظرهم، ويتم تحميل مسؤولية الوضع القائم على عاتق المسؤولين السياسيين، والذين سيفقدون شعبيتهم وسيتحول الناخب لمصلحة منافسيهم مع الوقت. وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تؤهل وسائط الإعلام أن يقوموا بدور أساسي في المجتمع، انطلاقاً من المعلومات التي تطرحها والتي تستند إلى معطياتها لتمارس عمليات التأثير والإقناع على الأفراد بشكل خاص والمجتمع بأكمله بشكل عام، كما أن هذه الوسائط تحدد أجندات الجمهور السياسية التي تثار، وأي من هذه الأجندات وبرامج العمل لها فرصة النجاح والتحقق وأي منها سوف تؤجل أو ترفض من قبل أفراد المجتمع.

2. مستويات تدخل وسائط الإعلام في تنمية الثقافة السياسية:

هناك مستويات ثلاث لتدخل وسائط الإعلام في عملية التنقيف السياسي وفي نفس الوقت هي تمثل الأبعاد الثلاث لتأثيرها في ترسيخ واستقرار الثقافة السياسية وهي:

1.1. المستوى المعرفي:

ويقصد به العلاقة بين التعرض لوسائط الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية، فوسائط الإعلام تستطيع أن تؤثر على الاتجاهات المعرفية للأفراد وتنمية معارفهم السياسية المتعلقة بالقضايا والمؤسسات السياسية في مجتمعهم وذلك عن طريق توفير المعلومات المرتبطة بالحياة السياسية للمجتمع وكيفية ممارسة العملية السياسية سواء من طرف المواطنين أو من طرف المؤسسات السياسية القائمة "فالإعلام أساسي في توفير الأفكار والصور التي يستخدمها الناس لتفسير وفهم الكثير من تجاربهم اليومية" (Golding,1974,p187) وهذا بالطبع يعطي وسائط الإعلام إمكانيات هائلة حيث يمكنها إما أن تضع عقول الناس ضد النظام السياسي أو تساعد في توليد الدعم الشعبي لها.

2.2. المستوى العاطفي:

ويقصد به مدى تأثير وسائط الإعلام في تحديد الاتجاهات وتشكيل الآراء التي يتبناها الأفراد بخصوص مختلف القضايا السياسية وما يرافقها من أحداث وتطورات. ومعناه أن وسائط الإعلام حتى تؤثر في مشاهديها وتصل إلى أعلى درجات الانتشار عليها أن تعتمد على أدوات وطرق تجذب انتباه الجمهور وتثير لديهم الاهتمام والرغبة في هذه القضايا ومتابعتها. وهذا يتأثر ويؤثر بأنماط التعرض لوسائط الإعلام.

إن الدراسات التي أجريت في هذا المجال، تؤكد أن التعرض لوسائط الإعلام يزيد من اهتمام الفرد بالقضايا السياسية التي تحدث في بيئته وتدفعه إلى البحث عن المعلومات التي تشبع فضوله" (البشر، 1997، ص178). وهذا الاهتمام بدوره ينعكس أيضاً على حجم التعرض لهذه الوسائط الإعلامية.

3.2. المستوى السلوكي:

وهو من أهم مستويات التأثير في عملية التنقيف السياسي، فيمكن للمستوى السلوكي أن يعالج ارتباط التعرض لوسائط الإعلام والاستجابة نحو النشاطات السياسية المختلفة. يفيد المستوى هنا في تحديد ما إذا كانت إجراءات الفرد تتأثر بنوع محتوى البرامج السياسية التي يتعرض لها ومدى نجاحها في اكسابه المعلومات التي تتعلق ببيئته السياسية واستخدامها كطريقة لتوجيه القرارات السلوكية.

ويؤكد هذا ما ذهب إليه {تشافي وجاكسون و دورال} على: "أن وسائط الإعلام تسهم في توعية المواطن وتشجيعه على الاهتمام ببيئته التي يعيش فيها مما ينعكس على سلوكه تجاهها ومحاولة مشاركته فيها" (البشر، 1997، ص 182). حيث لا يزال الباحثون يناقشون تأثير هذه العملية على المجتمعات. ففي دراسة سيد عتران بعنوان: دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية أكد على أن: "للاتصال الجماهيري دور كبير في إيجاد المعرفة والوعي والإدراك لدى الجماهير لمجالات المشاركة المختلفة، كما أن وسائط الاتصال لا تعمل بمعزل عن الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة في المجتمع، ومدى ما تسمح به من فرص وإمكانيات تساعد الجماهير على القيام بدور إيجابي في المجتمع" (ال سعود، 2006، ص23).

إن وسائط الإعلام تبني الصورة السياسية وتقدم باستمرار أشياء تقترح ما ينبغي على الأفراد التفكير فيه ومعرفة ذلك، والشعور به، وهذا يشير إلى أن الأفراد يتعلمون ويتلقون بشكل مباشر ومركز من خلال تعرضهم لوسائط الإعلام.

الإجراءات المنهجية الميدانية للبحث:

أ- فروض البحث:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في دور وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي تبعاً لمتغير الجنس.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في دور وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي تبعاً لمتغير الانتماء السياسي.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض لوسائط الإعلام وتعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي.

ب- منهج البحث وطريقته:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لتوافقه ودراسة ظاهرة الثقافة السياسية، وأُتبع فيها طريقة المسح الاجتماعي بالعينة لدراسة الظاهرة.

ت- أداة البحث:

تم استخدام الاستبانة كأداة للمسح الاجتماعي، والاستعانة بمقياس ليكرت لقياس اتجاه المبحوث إزاء الظاهرة المدروسة، ويعد هذا المقياس من أكثر الطرق المناسبة لقياس اتجاهات وآراء أفراد العينة، لما يتمتع من وسائل تمكننا من قياس درجة الموافقة أو عدم الموافقة لكل بند من بنود الاستبانة. وقد كانت بدائل الإجابات كالتالي:

جدول رقم (1) درجات الموافقة لمقياس ليكرت

المعيار	موافق	محايد	غير موافق
الدرجة /الاتجاه الايجابي/	3	2	1
الدرجة /الاتجاه السلبي/	1	2	3

وتم حساب الوزن النسبي لتحديد اتجاه المتغير من خلال المتوسط ودرجة القياس الكلية / 3، وبالتالي يكون الاتجاه إيجابياً عندما يكون الوزن النسبي أعلى من 60 %، واتجاه سلبي عندما يكون الوزن النسبي أقل من 60 %، وحيادي عند الوزن النسبي 60 % . يحسب الوزن النسبي بقسمة المتوسط على درجة المقياس الكلية، وبحسب مقياس ليكرت فإن المتوسط هو (2)، ودرجة المقياس الكلية (1)، لذا فإن $0.06 = 3/1 = 0.06 (=60\%)$ ، وهو درجة الحياد.

ومن أجل اختبار أداة الدراسة، ومعرفة مدى قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، وللتحقق من (Validity) أي صدق الاستبانة، قام الباحث بإجراء جملة من الاختبارات الحكمية التالية، ومنها الأخذ بملاحظات المحكمين سواء من المشرف على البحث، أو المحكمين المختصين في قسم علم الاجتماع جامعة دمشق، وأجريت تعديلات في ضوء ملاحظاتهم، وقد اعتبر الباحث أن الأخذ بملاحظات المحكمين، وإجراء التعديلات المطلوبة هو بمثابة الصدق الظاهري، وصدق محتوى الأداة، وبذلك اعتبرت الأداة صالحة لقياس ما وضعت لأجله بصورتها النهائية كما هي موضحة في ملحق الدراسة.

وتم حساب معامل "صدق المحك" من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات "ألفا كرونباخ"، وذلك كما هو (-1)، إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث (0.90)، وهو معامل مرتفع، ومناسب لأغراض وأهداف هذا البحث، وبهذا

يمكننا القول إن جميع عبارات أداة البحث هي صادقة لما وضعت لقياسه، أما ثبات الأداة (Reliability) أي مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كرر البحث في ظروف مشابهة باستخدام الأداة نفسها (Coefficient Alpha Cronbach's)، وفي هذا البحث تم قياس ثبات أداة البحث باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.60 فأكثر، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (2) ثبات أداة القياس باستخدام معامل ألفا كرونباخ

عدد العبارات	معامل الثبات " ألفا كرونباخ "	صدق المحك
11	0.81	0.90
الكلي		

يتضح من الجدول السابق أن معامل الثبات الكلي لأداة البحث بلغ (0.81) وهو معامل ثبات مرتفع جداً ومناسب لأغراض البحث، وتعتبر جميع معاملات الثبات لمتغيرات البحث، وأبعادها المختلفة مرتفعة أيضاً ومناسبة لأغراض هذا البحث، وأن قيمتها اختلفت من متغير لآخر، وبالتالي فقد أعطت مؤشرات جيدة ومطمئنة يمكن الوثوق بها، وبهذا يكون قد تأكد الباحث من ثبات أداة البحث، مما يعطينا الثقة بصحتها وصلاحيتها لتحليل النتائج.

ث- مجالات البحث:

المجال الجغرافي: جامعة دمشق (كلية الآداب والعلوم الإنسانية).

المجال البشري: طبق البحث على طلاب كلية الآداب والعلوم الإنسانية في السنتين الثالثة والرابعة وفي جميع أقسامها.

المجال الزمني للبحث: تم إنجاز البحث وفق ثلاث مراحل:

المرحلة الأولى: من 2019/2/1 إلى 2019/4/5 إنجاز الجانب النظري للبحث.

المرحلة الثانية: جُمعت فيها بيانات الجانب الميداني للبحث من الفترة الممتدة من 10 إلى 20 حزيران من العام 2019م.

المرحلة الثالثة: تم كتابة التقرير النهائي للبحث من الفترة الممتدة من 2019/6/21 إلى 2019/7/22.

ج- مجتمع البحث: يضم المجتمع الأصلي للبحث طلاب كلية الآداب من أقسام: (اللغة العربية . اللغة الانجليزية .

اللغة الفرنسية . اللغة الألمانية . اللغة الفارسية . اللغة اليابانية . الجغرافية . التاريخ . الفلسفة . علم الاجتماع . المكتبات .

الآثار) البالغ عددهم (8660) طالب وطالبة من العام الدراسي 2018/2019.

ح- عينة البحث:

اختيرت العينة بطريقة العينة العشوائية البسيطة، وسحبت نسبة 2% من العينة كنسبة مئوية ثابتة من جميع أقسامها ومن السنتين الثالثة والرابعة. وقد تم اختيارهم من هذه الفئة الدراسية، لأنهم في هذه المرحلة العمرية التي تمثل النضج لدى الشباب بشكل عام ولدى الطلبة بشكل خاص من خلال (وعيمهم واطلاعهم ودراساتهم وثقافتهم السياسية والاجتماعية). وعليه بلغت العينة المسحوبة من طلاب كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة دمشق (433) مفردة من

طلاب السنتين الثالثة والرابعة ومن جميع أقسامها. كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم(3) يوضح البيانات العددية للمبحوثين

التخصص العلمي	مجموع كل تخصص		النسبة المئوية	حجم عينة البحث
	السنة الثالثة	السنة الرابعة		
اللغة الفرنسية	286	615	2	45
الفلسفة	122	233	2	18

31	2	396	217	جغرافيا
26	2	273	244	تاريخ
128	2	1132	1429	اللغة العربية
123	2	1672	787	اللغة الانكليزية
3	2	30	25	اللغة الألمانية
11	2	162	14	المكتبات
8	2	105	64	الآثار
33	2	358	299	علم الاجتماع
4	2	32	43	اللغة الروسية
1	2	11	12	اللغة الاسبانية
2	2	30	19	اللغة الفارسية
433	2		8660	المجموع

خ- أساليب المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات البحث:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

ثامناً: التحليل الإحصائي والاجتماعي لنتائج البيانات:

وتتضمن نتائج الدراسة الميدانية والتي تم إجرائها على (433) مبحوث من طلاب كلية الآداب في جامعة دمشق.

أ- توصيف عينة البحث:

جدول رقم(4) يبين خصائص العينة النوعية والسياسية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	302	69.74%
	أنثى	131	30.25%
الانتماء السياسي	منظم في حزب	298	68.82%
	غير منظم في حزب	135	31.17%

يتضح من الجدول السابق وجود تقارب في نسب مشاهدة ومتابعة الوسائط الإعلامية بين الذكور والإناث مع وجود فارق بسيط لصالح الذكور والتي بلغت (69.74%) مقابل الإناث (30.25%)، الأمر الذي يؤكد على تجانس مجتمع جامعة دمشق من ناحية النوع الاجتماعي. كذلك بين الجدول أن (68.82%) من أفراد العينة منتظمين في أحزاب سياسية مقابل (31.17%) غير منتظمين. فقد يكون لظاهرة الهجرة الداخلية واختلاف متغير السكن أثر في ضعف اهتماماتهم السياسية وانتظامهم كمواطنين في أحزاب سياسية، أو قد يكون لمعاناتهم لظروفهم ولظروف واقعهم انعكاس تجلي بحالة اللامبالاة بالتنظيمات السياسية.

ب- الوسائط الإعلامية المفضلة لدى الشباب الجامعي للحصول على المعلومة السياسية:

الجدول رقم (5) يبين الوسائط الإعلامية المفضلة كمصدر للمعلومة السياسية

الوسائط الإعلامية المفضلة	التكرار	النسبة
وسائط الاعلام الاجتماعية	202	46.65%
القنوات الفضائية	198	45.72%
الإذاعات المحلية	33	7.62%
المجموع	433	100%

يتضح لنا أن أهم الوسائط الإعلامية الأكثر تفضيلاً كمصدر للمعلومة السياسية هي: وسائط الاعلام الاجتماعية بما نسبته 46.65%، تليها القنوات الفضائية بما نسبته 45.72% ثم الاذاعات المحلية ب 7.62%. حيث يفضل المبحوثون استخدام وسائط الاعلام الاجتماعية للتواصل والنقاش والحوار، لأنها تجمع ما بين الصور ومقاطع الفيديو والكتابات أو التعليقات، وهي بذلك توفر فرصاً مختلفة للمبحوثين للمشاركة والتثقيف السياسي.

ت- حجم التعرض لوسائط الإعلام كمصدر للمعلومات السياسية:

الجدول رقم (6)

التوزيع النسبي لمتوسط الوقت الذي يتعرض فيه المبحوثين لوسائط الإعلام يومياً كمصدر للمعلومات السياسية

الرتبة	الوقت	التكرار	النسبة
1	أقل من ساعتين	47	10.85%
2	من 2-3 ساعات	180	41.57%
3	أكثر من ثلاث ساعات	206	47.57%
	المجموع	433	100%

يبين الجدول (4) متوسط الوقت الذي يتعرض فيه الشباب الجامعي لوسائط الإعلام بشكل يومي، إذ أن أغلبهم يقضي أكثر من ثلاث ساعات بنسبة وصلت ل 47.57%، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن وسائط الإعلام من خلال برامجها ونشراتها الإخبارية وتعليقاتها كما هو الحال في الإعلام الجديد توّهل الشباب الجامعي إلى تحليل الأحداث والقضايا السياسية بكل سهولة ويسر، ومن ثم تقديمها للشباب الجامعي بقالب جديد يسهل فهمه وإدراكه، مما يساعدهم في بناء توجهاتهم السياسية حول مجمل الأحداث والقضايا السياسية الراهنة.

ث - التأثيرات السياسية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام:

جدول رقم (7)

توزيع اجابات المبحوثين تبعاً للتأثيرات السياسية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام

الرقم	العبارة	موافق		محايد		معارض		الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	
1	تعد من المصادر المعرفية عن الأحداث في سورية	390	90%	25	5.7%	18	4.1%	93.0
2	أسهمت في تعميق معرفتي بالقضايا السياسية	382	88.22%	15	3.46%	36	8.31%	88.5
3	ساعدتني المعلومات السياسية التي تقدمها على الفهم الصحيح لمفهوم الحرية	415	95.84%	-	-	18	4.15%	85.58
4	ساعدتني المعلومات السياسية التي تقدمها على الفهم الصحيح لمفهوم المواطنه	360	83.14%	25	5.77%	48	11.08%	85.17
5	أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأخبار والأحداث السياسية	328	75.75%	5.3	1.32%	82	18.93%	79.0
6	عززت من معلوماتي حول الأخطار التي تهدد مجتمعنا السوري	385	88.91%	30	6.92%	18	4.15%	78.2
7	توجهني نحو تصويب بعض أفكارني واتجاهاتي السياسية	405	93.53%	12	2.77%	16	3.69%	77.08
8	أشعر بالرضا عندما تناقش المشكلات السياسية التي تواجهني كطالب جامعي	349	80.60%	23	5.31%	61	14.08%	76.92
9	تعزز فكرة الانتماء الوطني	355	81.98%	24	5.54%	54	12.47%	75.58
10	تعزز فكرة الانتماء إلى محيطي العربي القومي	385	88.91%	12	2.77%	36	8.31%	73.55
11	تحرص على بث برامج سياسية هادفة	416	96.07%	-	-	17	4.03%	72.2

تركزت إجابات المبحوثين في مجملها حول المعرفة والبقاء على الاطلاع، وكانت قد جاءت عبارة "تعد من المصادر المعرفية المهمة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (93%)، تليها عبارة "أسهمت في تعميق معرفتي بالقضايا السياسية والاجتماعية" بوزن نسبي (88.5%)، تتبعها عبارة "ساعدتني المعلومات السياسية التي تقدمها على الفهم الصحيح لمفهوم الحرية بوزن نسبي (85.14%)، جاءت عبارة "ساعدتني المعلومات السياسية التي تقدمها على الفهم الصحيح لمفهوم التسامح والتعايش" بوزن نسبي (79.0%)، ثم عبارة "عززت من معلوماتي حول الأخطار التي تهدد مجتمعنا السوري" بوزن نسبي 77.08%، تليها عبارة "توجهني نحو تصويب بعض أفكارني واتجاهاتي السياسية" بوزن نسبي (76.92%)، ومن ثم عبارة تعزيز فكرة الانتماء الوطني والعروبي على التوالي بوزن نسبي

(73.55%) و(72.2%) كل على حدى، وأخيراً عبارة "تحرص على بث برامج سياسية هادفة" بوزن نسبي (71.02%).

وإذا وقفنا أمام هذه الأرقام، ونظرنا إلى موقع سورية ووقائع التحديات التي تواجهها باعتبارها تعيش في منطقة نزاعات وصراعات إقليمية ودولية، بالإضافة إلى الحرب الكونية التي تستهدفها منذ العام 2011 ولا تزال، نجد أنها لا يمكن أن تفيد في بناء ثقافة سياسية متكاملة للشباب الجامعي، وهذا سيدفع الشباب الجامعي إلى التوجه نحو وسائط الإعلام بحثاً عن المعلومة السياسية التي تشرح له المواقف والأحداث السياسية داخل سورية وخارجها. وربما يعزى هذا إلى اضطلاع وسائط الإعلام بدور هام وفعال في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي، كنشر الوعي بالقضايا والأحداث السياسية الدائرة، وتعزيز مفهومي الحرية والمواطنة لديهم، وتعزيز حالة الرضا عن المشكلات السياسية التي تواجههم كطلاب ومواطنين على حد السواء، وتعزيز فكرة الانتماء العربي القومي، وأهمية البرامج والأخبار السياسية المعروضة عبر هذه الوسائط. واتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة كايناك (Kaynak, 2006) والتي أظهرت نتائجها أن وسائط الإعلام تؤثر على الثقافة السياسية للشباب، وتؤثر في تشكيل قيمهم السياسية، كما تؤثر وسائط الإعلام بالفاعلية السياسية لدى الشباب.

النتائج المتعلقة باختبار فرضيات الدراسة:

تم اختبار نظريات الدراسة وفق تسلسلها، وكالاتي:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في دور وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي تبعاً لمتغير الجنس من أجل الكشف عن الفروق في مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام باختلاف متغير الجنس، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، كما تم تطبيق اختبار (t-test) ويظهر الجدول (8) ذلك.

جدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتيجة اختبار (t-test) لاختبار دلالة الفروق في مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام تبعاً لمتغير الجنس.

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكر	302	10.55	1.423	2.662	008.
أنثى	131	10.15	1.607		

تشير النتائج في الجدول (8) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائط الإعلام لصالح الإناث، استناداً إلى قيمة ت المحسوبة 2.662 عند مستوى دلالة 008، وربما يعود ذلك إلى الإناث يقضين فترة في المنزل أكثر من الشباب الذكور مما يجعل فترة تعرضهن لوسائط الإعلام أكثر من الشباب، وبالتالي يزداد التأثير المعرفي لديهن أكثر من الشباب.

وبالاعتماد على هذه النتيجة نقبل فرضية الدراسة الأولى القائلة "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في دور وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي تبعاً لمتغير الجنس"

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في دور وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي تبعاً لمتغير الانتماء السياسي.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتيجة اختبار (t-test) لاختبار دلالة الفروق في مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام تبعاً لمتغير الانتماء السياسي.

الانتماء السياسي	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
منظم في حزب	298	3.39	0.34	2.071	127.
غير منظم في حزب	135	3.32	0.42		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق غير دالة إحصائياً من ناحية الانتماء السياسي، حيث بلغت قيمة ف 2.071 وقيمة مستوى المعنوية 127. ما يعني أنه لا فرق بين المنتظمين وغير المنتظمين في أحزاب سياسية في مستوى تأثرهم معرفياً بالوسائل الإعلامية، وربما يعزى ذلك إلى التشابه الكبير في الأسلوب والطرح التي يتلقاها الشباب الجامعي باختلاف انتمائاتهم السياسية، إضافة إلى التطور العلمي السريع وثورة الاتصالات والانترنت التي أتاحت مصادر المعرفة لكافة الشباب الجامعي باختلاف اتجاهاتهم السياسية.

وبالتالي نرفض الفرض القائل بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في دور وسائل الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي تبعاً لمتغير الانتماء السياسي "الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض لوسائل الإعلام وتعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي.

من أجل الكشف عن العلاقة بين المتغيرين تم اختبار معامل الارتباط بيرسون للتأكد من صحة الفرض الثالث للدراسة، وجاءت النتائج وفقاً لما يلي:

جدول رقم (9)

العلاقة الارتباطية بين التعرض لوسائل إعلام و مستوى التأثيرات السياسية

معامل الارتباط	R	P
التأثيرات السياسية* وسائل الإعلام	.530	.000
ن	433	

يكشف الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لوسائل الإعلام وتعزيز الثقافة السياسية حيث بلغت قيمة المعنوية (0.000)، وقدرت قيمة بيرسون ب (0.530)، وهي علاقة متوسطة الشدة. إذ يمكن قراءة هذه النتيجة بأن تلبية وسائل الإعلام لحاجات الباحثين معرفياً من الفهم والتوجيه عبر المضامين الاتصالية المختلفة وبشكل متكرر زاد من الاعتماد عليها. حيث تقول الأدبيات إن مستوى التأثيرات هي نوع من الاعتماد المكثف، فكلما زاد الاعتماد زاد احتمال التأثير معرفياً. وبناءً عليه يمكن قبول الفرض القائل بأن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى التعرض لوسائل الإعلام وتعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

1. أظهرت النتائج أن نسبة الباحثين من الذكور بلغت 69.74%، مقابل 30.25% من الإناث. وبلغت نسبة الباحثين المنتمين إلى أحزاب سياسية 68.82% مقابل 31.17% ممن لا ينتمون إلى أحزاب سياسية.

2. أظهرت النتائج أن وسائط الإعلام الاجتماعية أتت في المرتبة الأولى من حيث الوسائط الإعلامية المفضلة لدى الشباب الجامعي بنسبة 46.65%، تلتها القنوات الفضائية بنسبة 45.72%، وأخيراً الإذاعات المحلية بنسبة 7.62%.
3. أظهرت النتائج أن 47.57% من المبحوثين يتعرضون لوسائط الإعلام يومياً بمعدل "أكثر من ثلاث ساعات"، و 41.57% منهم يتعرضون لهذه الوسائط من "ساعتين إلى ثلاث ساعات" يومياً، و 10.85% من المبحوثين يتعرضون لوسائط الإعلام بمعدل "أقل من ساعتين" يومياً.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في دور وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي تبعاً لمتغير الجنس. وذلك لأن الثقافة السياسية مرتبطة بذات المواطن وتقويمه ومحاكاته مما قد يضعف أثر الجنس في ذلك، لأنه مرتبط بالشعور الوجداني لدى الشاب كذكر وأنثى على حد سواء.
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في دور وسائط الإعلام في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي تبعاً لمتغير الانتماء السياسي، فوسائط الإعلام تحدد أجنذات الجمهور السياسية بغض النظر الانتماء السياسي من عدمه.
6. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض لوسائط الإعلام وتعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي في كلية الآداب والعلوم الإنسانية في جامعة دمشق، فهم أكثر وعياً بعناصر التنشئة السياسية حيث يؤدي وجود مصادر محددة للتعريف السياسي إلى تحديد أدوارهم على صعيد الواقع السياسي، إذ تمثل وسائط الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات وهي أحد مصادر تشكيل الاتجاهات السياسية لديهم.

التوصيات:

1. تبني وسائط الإعلام برامج هادفة تحاكي اهتمامات وميول الشباب الجامعي.
2. عمل وسائط الإعلام على بث برامج جاذبة للشباب وقادرة على التأثير في ثقافتهم.
3. ضرورة الاهتمام بوسائط الإعلام الاجتماعية واعتبارها أداة أساسية للتعريف السياسي وتشجيع المشاركة السياسية وخاصة لدى فئة الشباب.
4. تبني القائمين على وسائط الإعلام آلية لتعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي، من خلال تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية والعالمية، وتبني عرض وبت برامج سياسية هادفة في كافة المجالات السياسية.
5. إجراء دراسة لتعرف معوقات تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي بالاعتماد على وسائط الإعلام الوطنية.

Reference

- 1- Gabriel, A. Sidney, V. (1963): The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nation, Princeton New Jersey: Princeton University Press.
- 2- Kenneth, Asor Tsebee (2010). Mass Media and Political Culture in Nigeria, Department of Mass Communication Benue State University, Makurdi, Benue State, Nigeria, Journal of Communication and Culture: International Perspective Vol.1 No.3, December.
- 3- Kaynak, M. (2006). Exploring Political Efficacy in the Global Context: An Analysis of Political Culture, Efficacy and Media Use in Asia. Conference Papers SS International Studies Association. 2006 Annual Meeting, p1