



كلية التربية

كلية معتمدة من الهيئة القومية لضمان جودة التعليم

إدارة: البحوث والنشر العلمي (المجلة العلمية)

=====

واقع دور وسائل الإعلام في تنمية
الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة
الجامعات الأردنية استنادًا إلى
النظريات السياسية المعاصرة من وجهة
نظر الطلبة أنفسهم

إعداد

الطالب / فلاح محمد ندا العموش

طالب دكتوراة الادارة تربوية والاصول - الجامعة الأردنية- عمان الاردن

المشرف

أ.د محمد سليم الزبون- برفسور

قسم الادارة التربوية والاصول - كلية العلوم التربوية - الجامعة الأردنية- عمان الاردن

{ المجلد السابع والثلاثون - العدد الثامن - أغسطس ٢٠٢١ م }

http://www.aun.edu.eg/faculty_education/arabic

المخلص :

تهدف الدراسة الحالية الكشف عن واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم. تكونت عينة الدراسة من (400) (124 طالباً، و276 طالبة) من طلبة البكالوريوس في الجامعات الأردنية في الأقاليم الثلاث، تمّ اختيارهم بطريقة العينة الطبقية. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير الأداة من خلال تحليل الأدب النظري الذي تناول الموضوع؛ وبعد أن تمّ التحقّق من دلالات الصدق والثبات ، تمّ تطبيقها على العينة.

أظهرت نتائج السؤال الأول أن المتوسطات الحسابية لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تراوحت ما بين (3.67-4.28) ومستواها مرتفع. كما أظهرت نتائج السؤال الثاني؛ وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس ولصالح الإناث، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير الكلية والسنة الدراسية، وقد أظهرت نتائج السؤال الثالث أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات التحديات التي تواجه الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تراوحت ما بين (3.80-4.14) ومستواها مرتفع.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، المشاركة السياسية، النظريات السياسية المعاصرة، التحديات التي تواجه الإعلام.

Abstract :

The current study aims to reveal the reality of the role of the media in developing awareness of political participation among Jordanian university students based on contemporary political theories from the students' point of view themselves. The study sample consisted of (400) students (124 males and 276 females) students from undergraduate students in Jordanian universities in the three regions, were selected by stratified sampling method. To achieve the objectives of the study, the tool was developed by analyzing the theoretical literature that dealt with the subject; After verifying the indications of validity and reliability, they were applied to the sample.

The results of the first question showed that the averages of the reality of the role of the media in developing awareness of political participation ranged between (3.67-4.28) and its level is high,. The results of the second question also showed; There are statistically significant differences due to the gender variable in favor of females, and there are no statistically significant differences due to according to the variable of the college and the academic year. The results of the third question showed that the arithmetic averages of the answers of the study sample members to the challenges facing the media in developing awareness of political participation ranged between (3.80-4.14) and its level is high.

Keywords: mass media, political participation, contemporary political theories, The challenges facing the media.

المقدمة

يمثل التطور العلمي والتكنولوجي الهائل في مجال الإعلام عصب الحياة في الواقع المعاصر؛ وذلك لما له من آثار انعكست على جميع المجالات الاجتماعية كتناول القضايا المجتمعية وتشكيل الرأي العام، ومن أبرز هذه التطورات ظهور العديد من التقنيات الحديثة على شبكة الإنترنت؛ الأمر الذي أعطى لمجال الإعلام والاتصال مفهوم آخر في التطبيق اكسبه سمه الجدة، مما ساعد في تمكين الفرد من الإتصال الجماهيري بدون تكاليف، أو أجهزة خاصة. (بلمقدم، ٢٠١٨).

ومع ازدياد الإيمان بالدور الفعّال الذي يؤديه الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لأفراده، والذي يؤدي بدوره إلى المشاركة السياسية الفاعلة؛ وُصفت التطورات السريعة التي تشهدها وسائل الإعلام والاتصال اليوم بالثورة العظيمة؛ ويعود ذلك إلى ما وقّرته هذه التقنيات الإعلامية المتطورة، ومن أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي (الjasر، 2020).

إذ تُمثّل المشاركة السياسية كأحد أبرز المفاهيم السياسية معيارًا مهمًا لقياس درجة تقدم الدول وتأخرها في مجال الحقوق والحريات؛ فكلما زادت المشاركة السياسية دلّ ذلك على الوعي السياسي والثقافي لدى الشباب (الورفلي، 2018). ولعل من أبرز الآثار الخطيرة المترتبة على تدني مستوى الوعي السياسي، ضعف المشاركة السياسية وآلياتها ومجالات ممارستها لدى الشباب؛ مما يتطلب ضرورة توعية الشباب الأردني بمفاهيم وآليات الممارسة الديمقراطية والثقافة السياسية. (الxاروف، 2014).

وتُعرف المشاركة السياسية بأنها: "مُساهمة الشباب في صنع القرارات التي تتعلق بكليته، والقيام بالاتصالات اللازمة أو المشاركة في المناقشات السياسية، وكذلك يتضمن مشاركة الشباب سياسياً وقيامه بالإدلاء بصوته في الانتخابات، أو اختيار الحاكم، كما يتضمن انضمامه إلى أحد الأحزاب السياسية والإطلاع ببعض المهام الحزبية" (مرعي، 2011: 159).

وتستند المشاركة السياسية إلى العديد من النظريات السياسية؛ إذ يُنظر إلى النظرية السياسية الحديثة كأى مرحلة في تاريخ النظرية السياسية؛ فهي تتأثر بشدة بأشكال التنظيم السياسي الذي تهتم به؛ فالنظرية السياسية القديمة مرتبطة مع البوليس (Polis) أو الدولة- المدينة (City-State)، أما النظرية السياسية الحديثة، فيتم الانتقال من خلالها إلى الدولة وعلاقتها داخليا مع رعاياها، وخارجيا مع الدول الأخرى (Klosko, 2013). ولأن السياسة مفهوم مُعقد؛ فقد تعدّدت النظريات التي تناولت هذا المفهوم؛ تبعًا لتعدّد الآراء والإتجاهات النظرية التي تناولتها.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

لاحظ الباحثان من خلال إطلاعهما على ما توافر من وبحوث وإطار نظري ودراسات كدراسة الخاروف (2014) والمتعلقة بواقع المشاركة السياسية لطلبة الجامعات ودور الإعلام في ذلك؛ أن هناك عدم وضوح في خط المسار الإعلامي من خلال عدم توفر رؤية واضحة لتفعيل دور الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي في المملكة الأردنية الهاشمية، بل وعلى مستوى الوطن العربي.

أسئلة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، تم طرح الأسئلة الآتية:

1. ما واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) في تقديرات عينة الدراسة لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية تعزى للمتغيرات (الجنس، الكلية، السنة الدراسية)؟
3. ما التحديات التي تواجه الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى الكشف عن واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية موضوعها المتمثل بالكشف عن واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم؛ وتتمثل هذه الأهمية من خلال تناولها جانبين مهمين وهما:

١. الأهمية النظرية: التي تتمثل بالانطلاق من الواقع الفعلي لدور الإعلام ؛ لتفعيل دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة، و إثراء المكتبة العربية برؤية مستقبلية واقعية تُفيد كل المهتمين بهذا المجال.

٢. الأهمية العملية: فتبدو الأهمية التطبيقية؛ فيما يترتب على نتائج الدراسة من فوائد عملية في سياق الحياة الجامعية، وتتمثل الأهمية التطبيقية بتوجيه جهود إدارات الجامعات نحو التخطيط الإستراتيجي لتفعيل دور الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية ضمن خططها المُستقبلية، وتزويد صانعي القرار في المؤسسات الإعلامية، والمؤسسات التعليمية، ولاسيما الجامعات بخطط ذات رؤية مستقبلية شمولية.

مصطلحات الدراسة

الإعلام التقليدي (الجماهيري) : " والذي يُقصدُ به الأذرع الرئيسية الثلاثة لوسائل الإعلام المقروء والمرئي والمسموع (صحافة- إذاعة- تلفزيون)" (القعاري، 2018: 30). ويمكن تعريفه إجرائياً: بالدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام المقروء والمرئي والمسموع (صحافة- إذاعة- تلفزيون) في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية، وتم قياس ذلك من خلال إجابة عينة الدراسة عن الأداة المعدة لهذا الغرض.

الإعلام الجديد : " والتي تُشير إلى التغطية الإعلامية الحديثة بواسطة الوسائل الاجتماعية المتمثلة بتطبيقات الوسائط مثل الفيسبوك (facebook) واتس أب (WhatsApp) والهواتف الذكية (Smartphones) والانترنت (Internet) وغيرها" (Moyle, Childs, 2019: 101). ويمكن تعريفه إجرائياً: بالدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام الحديثة بواسطة الوسائل الاجتماعية المتمثلة بتطبيقات الوسائط مثل الفيسبوك واتس أب وتويتر وغيرها في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية، وقد تمَّ قياس دور وسائل الإعلام من خلال إجابة عينة الدراسة عن الأداة المعدة لهذا الغرض.

المشاركة السياسية: " قدرة الشباب على التعبير والتأثير العلني الحرّ في اتخاذ القرارات السياسية، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، أم من خلال اختيار مُمثلين لهم يقومون بهذه المهمة (بلمقدم، 2018:88). ويمكن تعريفها إجرائياً: درجة الاندماج الفعلي للشباب بعملية التعبير والتأثير العلني الحرّ في اتخاذ القرارات السياسية، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، أم من خلال اختيار مُمثلين لهم، وسيتم قياس ذلك من خلال إجابة عينة الدراسة عن الأداة المعدة لهذا الغرض.

النظريات السياسية المعاصرة:

يمكن تعريف النظرية السياسية (Political Theory) على أنها مسعى متعدد التخصصات؛ والتي يكمن مركز ثقلها في نقطة التقائها مع العلوم الإنسانية، والتي لا تزال تفتقر إلى الضبط في مجال العلوم السياسية، وتتميّز بتباين تقاليدنا و مناحيها وأساليبها؛ وعلى الرغم من ذلك إلا أنها مُتلاحمة من خلال الالتزام بالنظرية، والنقد، وتشخيص القواعد والممارسات، وتنظيم العمل السياسي في الماضي والحاضر (Dryzek , Honig & Phillips, 2006:4).
تعريفها إجرائياً: درجة الإدراك الفعلي للشباب للنظريات السياسية، وسيتم قياس ذلك من خلال إجابة عينة الدراسة عن الأداة المعدة لهذا الغرض.

مُحدّدات الدراسة

تتحدد نتائج الدراسة في الآتي:

- A. الحدود الموضوعية: تعرف دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسيّة لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة.
- B. الحدود المكانية: اقتصرَت الدراسة على طلبة الجامعات الاردنية في المملكة الأردنية الهاشميّة؛ والموزعة على أقاليم المملكة الثلاث.
- C. الحدود الزمانية: تمّ اجراء الدراسة في الفصل الثاني من العام الدراسي (٢٠٢٠/٢٠٢١).
- D. الحدود البشرية: اقتصرَت الدراسة على طلبة الجامعات الأردنية الذين تمّ اختيارهم من طلبة
- E. (جامعة اليرموك، الجامعة الأردنية، وجامعة مؤتة).

الدراسات السابقة

لقد تعدّدت الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت آثار الإعلام في تنمية المشاركة السياسية؛

لقد قام أفينغ وهيلجرسبيرج وهويرز (Effing, Hillegersberg, & Huibers, 2010) بدراسةٍ هدفت تعرف درجة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، تويتر ويوتيوب على المشاركة السياسية (الأنظمة الديمقراطية). وذلك من خلال التحليل العلمي للدراسات السابقة المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية في هولندا، وذلك من خلال عرض النتائج الميدانية من انتخابات (٢٠١٠ و ٢٠١١) في هولندا. أظهرت النتائج أن الجهود السابقة لتشكيل مشاركة الجمهور باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية السابقة لم تلب التوقعات، فلم تعد تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير على سلوك التصويت خلال الانتخابات المحلية (٢٠١٠ و ٢٠١١)

وأجرت الخاروف (٢٠١٤) دراسة هدفت تعرف واقع مشاركة طلبة الجامعة الأردنية في الانتخابات النيابية ٢٠١٠ لدى عينة مكونة من (١٠٠٠) طالب وطالبة من طلبة الجامعة الأردنية. وتم استخدام المنهج النوعي والكمي. أظهرت النتائج انخفاض نسبة مشاركة الذكور والإناث في الانتخابات النيابية (٢٠١٠)، كما أظهرت النتائج أن هناك تحسناً في نسبة الذكور والإناث الذين أبدوا رغبتهم بالمشاركة في الانتخابات القادمة، وذلك بسبب المرجعية الثقافية والسياسة والدور الإعلامي الذي يؤديه الإعلام المرئي، ووجودهم في بيئة أكاديمية واعية ومُشجعة.

وأجرى شلبية والنعيمة (٢٠١٥) دراسة هدفت تعرف دور البرامج الحوارية التي يقدمها التلفزيون الأردني في التوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية لدى عينة مكونة من (٤٠٠) طالباً وطالبة من طلبة البكالوريوس والدراسات العليا (دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراة) في جامعة اليرموك، وقد تم استخدام المنهج المسحي. أظهرت النتائج أن نسبة مشاهدة نسبة مشاهدة التلفزيون الأردني بلغت (٣٦.١%). كما بلغت أعلى نسبة لمعدل المشاهدة يومياً (٤٨.٢%) لمعدل المشاهدة (ساعة فأقل). وقد كشفت النتائج أن أهم مظاهر استفادة أفراد العينة من المضمون السياسي الذي تقدمه البرامج كان تنمية معارفهم ومعلوماتهم السياسية، وتزويدهم بوجهات نظر مختلفة حول القضايا السياسية المحلية.

كما أجرى جرار وأبو حمود (Jarrar & Abu Hammud, 2018) دراسةً هدفت إلى استكشاف دور الإعلام الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي السياسي للشباب الأردني. لدى عينة مكونة من (٢٠٠) طالب في جميع المستويات الدراسية للسنوات الدراسية (٢٠١٦-٢٠١٧) من جامعة فيلادلفيا في المملكة الأردنية الهاشمية. وقد استخدمت الدراسة المنهجية التحليلية الوصفية. أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الأهمية ($\alpha = 0.05$) لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي السياسي للشباب الأردني تُعزى للجنس والمستوى الدراسي والتخصص.

هذا وقد قام العكلي(٢٠٢٠) دراسة هدفت تعرف دور الإعلام في المشاركة السياسية للمرأة في العراق. تكونت عينة الدراسة من (٥٠) امرأة سياسية من الأعضاء في البرلمان العراقي وقد تمّ توظيف المنهج الوصفي المسحي. وقد أظهرت النتائج المشاركة الفاعلة للمرأة البرلمانية في الأنشطة الإعلامية عبر وسائلها المتعدّدة بشكل دائم، والتي يتم من خلالها مناقشة الوضع السياسي في العراق وجاء ذلك بنسبة (٨٠%) من العينة، وهذا مؤشر للدور الذي يلعبه الإعلام في المجال السياسي؛ إذ تعتبر القنوات الفضائية من أهم الوسائل التي تعتمد عليها المرأة في المشاركة السياسية.

الطريقة والإجراءات منهجية الدراسة

استخدم الباحثان المنهج المسحي التطويري، لقياس واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعات الأردنية الحكومية في الأردن للعام الدراسي ٢٠٢٠/٢٠٢١م والبالغ عددهم (١٨٨٣٥٨) طالبا وطالبة وذلك بالرجوع الى إحصائيات وزارة التعليم العالي لعام ٢٠١٩.

عينة الدراسة

تم أخذ عينة الدراسة طبقاً من (٤٠٠) طالبا وطالبة لتكون ممثلة للجامعات الأردنية الثلاث التي تم إختيارها قسدياً وهي اليرموك لتمثل إقليم الشمال والأردنية لتمثل إقليم الوسط وموتة لتمثل إقليم الجنوب. والجدول (١) يبين ذلك.

جدول(1): توزيع عينة الدراسة وفق متغيراتها

المتغير	الفئات	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	124	31.0
	انثى	276	69.0
الكلية	علمية	125	30.9
	انسانية	275	68.9
السنة الدراسية	الاولى	75	19.0
	الثانية	100	20.0
	الثالثة	105	21.0
	الرابعة	120	40.0
	المجموع	400	100.0

أدوات الدراسة

مقياس الدراسة : مقياس واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى

طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة

لتحقيق أهداف الدراسة، تم الرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة التي تناولت تفعيل دور الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية في المرحلة الجامعية كدراسة الخاروف (٢٠١٤)؛ ودراسة خليفة (٢٠١٩)، بهدف تطوير أداة الدراسة بصورتها الأولية لتعرف دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الطلبة في الجامعات الأردنية، كما تم القيام بجولة لاستطلاع آراء الخبراء عن محاور الدراسة ومجالاتها من خلال استبانة تتضمن مجموعة من الأسئلة المفتوحة؛ بهدف تطوير الاستبانة، بصورتها النهائية للوصول إلى الرؤية المستقبلية المقترحة لتفعيل دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الطلبة في الجامعات الأردنية؛ استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة، وقد بلغ عدد فقرات الأداة بصورتها الأولية (50) فقرة.

دلالات صدق أداة الدراسة:

للتحقق من صدق محتوى أداة الدراسة تم استخدام صدق المحتوى وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين من المتخصصين والخبراء في المجال الإعلامي والتربوي ، بهدف إبداء آرائهم في فقرات الإستبانة من حيث وضوح المعنى والصياغة اللغوية ودرجة مناسبتها للمجال الذي تنبع له، وأي تعديلات وملحوظات يرونها مناسبة، وتم الأخذ بملاحظات (80%) من المحكمين بما يحقق أهداف الدراسة من حذف بعض الفقرات ودمج بعضها، دون إغفال إجراء التعديلات المقترحة على تعديل في الصياغة اللغوية للفقرات، وبعدها تم إخراج أداة الدراسة بصورتها النهائية حيث تكونت من (48) فقرة.

دلالات ثبات أداة الدراسة:

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام طريقة الاتساق الداخلي باستخدام معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) هما: إذ تم تطبيق الأداة على (30) فرد من مجتمع الدراسة وخارج عينتها، كما هو مبين في الجدول (2)

جدول (2) قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي والإبعاد لمقياس واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة

المجالات	معاملات ثبات الاتساق الداخلي	عدد الفقرات
دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية	0.95	27
التحديات التي تواجه الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية	0.94	21
ثبات المقياس الكلي	0.95	48

يتضح من جدول 2 أنّ قيم ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد مقياس الرؤية المستقبلية لدور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة؛ قد تراوحت من (0.94) وحتى (0.95)، وهي قيم مناسبة لإجراء الدراسة الحالية.

المعيار الإحصائي:

تم تحديد دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة وذلك بإستجابة عينة الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الخمس (تتوافر بدرجة موافق بشدة ، تتوافر بدرجة موافق ،تتوافر بدرجة محايد ،تتوافر بدرجة غير موافق ، تتوافر بدرجة غير موافق بشدة)،وهي تمثل رقمياً (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب، وتم تحديد معيار الحكم على متوسطات أداة الدراسة من خلال تقسيمها إلى ثلاث درجات: منخفضة، متوسطة، مرتفعة، وفقاً للمعادلة الآتية :

طول الفئة = القيمة العليا للبدل - القيمة الدنيا للبدل ÷ عدد المستويات

$$1.33 = 3 \div 1-5 =$$

وعليه تم استخدام المعيار الآتي لغرض الحكم على استجابات عينة الدراسة :

الدرجة المنخفضة من 1.00 إلى 2.33.

الدرجة المتوسطة من 2.34 إلى 3.67.

الدرجة المرتفعة من 3.68 إلى 5.00.

المعالجة الإحصائية:

تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات في هذه الدراسة بإستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS)، وذلك على النحو الآتي:
للإجابة عن سؤال الدراسة الأول ، تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وللإجابة عن السؤال الثاني تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين المتعدد وشيفيه .

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية، والجدول (3) يبين النتائج:

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة والدرجة لإجابات عينة الدراسة عن فقرات واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
4	ابرز أهمية توعية الشباب الأردني بمفاهيم وآليات الممارسة الديمقراطية والثقافة السياسية.	٤.٢٨	0.785	١	مرتفع
3	المساهمة في تنمية معارف الشباب وخبراتهم في تشكيل اتجاهاتهم السياسية.	٤.٢٢	0.820	٢	مرتفع
5	تفعيل رؤى شمولية وتكاملية تنطلق من الفهم الحقيقي للواقع السياسي والاجتماعي للدولة الأردنية.	٤.٢٠	0.767	٣	مرتفع
11	ترسيخ قيم الانتماء الوطني من خلال المحافظة على الثوابت الوطنية، مما يعزز الوعي بالمشاركة السياسية.	٤.١٨	0.793	٤	مرتفع
20	تُسهّم في ظهور أشكال جديدة من التعبير من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.	٤.١٣	0.756	٥	مرتفع
1	السعي إلى توسيع هامش الحرية المتعلق بالبرامج السياسية بدرجة أكبر مما يجذب الجمهور للمشاركة السياسية.	4.12	0.816	٦	مرتفع
17	توجّه الشباب للمشاركة السياسية إذا ما تمّ تقييدها من قِبل الدولة بطريقة صحيحة.	٤.١٢	0.790	6	مرتفع
7	تُعزّز المسؤولية المجتمعية للشباب تجاه ذاتهم ومجتمعهم لتعزيز المشاركة السياسية لديهم.	٤.١٠	0.897	٨	مرتفع
22	استثمار نسب المتابعة في زرع المفاهيم السياسية الايجابية لدى الشباب الأردني.	٤.٠٩	0.809	٩	مرتفع
16	تقدم المحتوى السياسي بلغة واضحة خالية من التعقيد تتناسب جميع فئات المجتمع.	٤.٠٨	0.828	١٠	مرتفع
2	تفعيل وسائل الإعلام للمضامين المتعلقة بالشؤون والأحداث السياسية مما ينعكس على المشاركة السياسية.	٤.٠٨	0.792	10	مرتفع
14	توظيف الطابع المعلوماتي والمعرفي الذي يُضفي جدية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب.	٤.٠٧	0.771	١٢	مرتفع
18	تسهّم في التغيير الفعلي لسياسة الحكومة نتيجة الحركات الشعبية مما يُعزّز الجدوى من المشاركة السياسية للشباب.	٤.٠٦	0.857	١٣	مرتفع
21	تسعى إلى إقامة التوازن بين التطور التكنولوجي وأساليب الحوار والتوعية السياسية.	٤.٠٦	0.836	13	مرتفع

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
9	الحرص على الاهتمام بالبحوث المستندة الى استطلاعات الرأي لتعريف رغبة الجمهور سعيا لتلبية حاجاته يؤثر على فعالية المشاركة السياسية	٤.٠٣	0.848	١٥	مرتفع
13	تسعى إلى توفير مساحة للمشاركة السياسية للشباب من خلال نشر الآراء والاتجاهات من خلال التفاعل المثمر.	٤.٠٢	0.840	١٦	مرتفع
27	الكشف عن دور الجامعات في إقامة الدورات التدريبية للشباب لتوعيتهم بأهمية المشاركة السياسية ومعرفتهم لقضايا بلادهم.	٤.٠٢	0.877	16	مرتفع
10	توظيف العديد من الدراسات المستقبلية في رصد اتجاهات الرأي العام لتشكيل الوعي بالمشاركة السياسية.	٤.٠١	٠.٩٢٣	١٨	مرتفع
26	إبراز دور الجامعات في إجراء دراسات علمية متقدمة حول خطورة المضامين السياسية ودورها في التغيير السياسي.	٤.٠١	0.828	18	مرتفع
15	تُبررُ توظيف الدولة والقيادات العليا للرسائل الهادفة للإصلاح السياسي.	٤.٠٠	0.840	٢٠	مرتفع
19	تسهم في منح التجمعات الشبابية فرصة لتشكيل لوبي شبابي حيال القضايا السياسية.	٣.٩٦	0.870	٢١	مرتفع
24	تكتسب مدى اهتمام الجامعات في تفعيل مدخلاتها البشرية (أعضاء هيئة التدريس ومجالس الطلبة واقسام العلوم السياسية).	٣.٩٦	0.865	21	مرتفع
6	تعكس الدور الفاعل للشباب في صنع القرارات السياسية (الانتخابات).	٣.٩٥	0.934	٢٣	مرتفع
25	تعكس دور الجامعات في إنشاء حساب رسمي لها (الجامعات)، يتم من خلاله التوعية والتثقيف السياسي.	٣.٩٣	0.899	٢٤	مرتفع
23	تُبررُ دور الجامعات في التنمية الفكرية والسياسية من خلال المساقات التدريسية.	٣.٩١	0.938	٢٥	مرتفع
8	تُبرز النزاهة والشفافية في الانتخابات مما يُعزز الثقة بجدوى المشاركة السياسية.	٣.٧٧	1.073	٢٦	مرتفع
12	تعكس دور الأحزاب مما يمنح الشباب فرصة الاختيار لما يناسب تطلعاتهم	٣.٦٧	1.030	٢٧	متوسط
	واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية		4.04	0.591	مرتفع

أظهرت نتائج التحليل المُشار إليها في الجدول (3) أن تقديرات عينة الدراسة لإجابات أفراد عينة الدّراسة عن فقرات واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمُشاركة السياسية تراوحت ما بين (3.67-4.28) ومستواها مرتفع؛ وقد جاء في المرتبة الأولى مجال واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمُشاركة السياسية ، وقد حاز على أعلى متوسط حسابي، والذي بلغ (4.04).

وقد تعزى هذه النتيجة إلى عدم وصول الطلبة لدرجة الوعي الكافي لتقييم واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمُشاركة السياسية لديهم، إذ إنّ هذا الارتفاع الظاهري؛ فالواقع المتعلق بالجامعات، وما تفرضه من قوانين حيالّ المضامين السياسية التي يُسمَح للطلبة المُشاركة فيها، يدل على عدم تحقيق الوعي الكافي لديهم للتقييم، بالإضافة إلى قلة معرفتهم الكافية لوسائل الإعلام

وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن هنالك قصور في سياسات الجامعات الأردنية في توعية أعضاء هيئة التدريس بالمعرفة العامة التي تدور حول دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمُشاركة السياسية لدى طلبتهم؛ مما ينعكس على عدم توافر الإدراك الكافي للطلبة الجامعيين لتقييم دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمُشاركة السياسية لديهم.

وقد وجاءت بالمرتبة الأولى الفقرة (4) والتي تنص على "إبراز أهمية توعية الشباب الأردني بمفاهيم وآليات الممارسة الديمقراطية والثقافة السياسية" وبمتوسط حسابي (4.28) وبدرجة مرتفعة؛ وقد تُعزى هذه النتيجة إلى الحاجة الملحة لدى الطلبة الجامعيين للتوعية بمضامين العملية السياسية، كأساس للمُشاركة السياسية الفاعلة، حيث إنّ الإقتصار على المساقات السياسية ليس كافياً لتنمية أفكارهم حول السياسة بشكل عام.

تتفق نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة شلبية والنعمي (2015) من حيث إنّ هناك فائدة من المضمون السّياسي الذي تقدّمه البرامج كان تنمية معارفهم ومعلوماتهم السّياسيّة، وتزويدهم بوجهات نظر مختلفة حول القضايا السياسية المحليّة.

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة افينغ وهيلجرسبيرج وهوبرز (Effing, Hillegersberg, & Huibers, 2010) من حيث إنَّ جهود تشكيل مشاركة الجمهور باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية السابقة لم تلب التوقعات.

ثانياً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha=0.05)$ في تقديرات عينة الدراسة لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية تعزى للمتغيرات (الجنس، الكلية، السنة الدراسية)؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات عينة الدراسة لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تعزى للمتغيرات (الجنس، الكلية، السنة الدراسية)، والجدول (4) يبين النتائج.

الجدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب والدرجة لتقديرات عينة الدراسة لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تبعاً لمتغيرات الجنس والكلية والسنة الدراسية

المتغير	مستويات المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الجنس	ذكر	3.94	0.577
	أنثى	4.11	0.591
الكلية	إنسانية	4.02	0.626
	علمية	4.06	0.546
السنة الدراسية	أولى	4.02	0.510
	ثانية	4.04	0.585
	ثالثة	4.08	0.613
	رابعة	3.99	0.615

يبين الجدول (4) وجود فروق ظاهرية في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في تقديرات عينة الدراسة لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تبعا لمتغيرات الجنس، الكلية، السنة الدراسية، ولمعرفة فيما اذا كانت هذه الفروق الظاهرية ذات دلالة إحصائية تم استخدام تحليل التباين المتعدد (3 WAY ANOVA)، والجدول (5) يبين النتائج.

الجدول (5) تحليل التباين المتعدد (3 WAY ANOVA) للفروق في واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تعزى للجنس الكلية المستوى الدراسي

المتغيرات	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	مربع إيتا
الجنس	2.794	1	2.794	8.106	.005	.020
الكلية	.153	1	.153	.443	.506	.001
السنة الدراسية	.415	3	.138	.401	.752	.003
الخطأ	136.162	395	.345			
الكلية	6676.428	401				

يبين الجدول (5) وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس ولصالح الإناث، حيث كانت قيمة ف (8.106) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، وبلغ حجم الأثر (2%)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات عينة الدراسة لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تبعا لمتغير الكلية والسنة الدراسية، حيث كانت قيم ف غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05). وقد تُعزى هذه النتيجة إلى مساعي الدولة الأردنية لإشراك المرأة الأردنية في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لاسيما السياسية، وذلك من خلال تفعيل القوانين التي تُسهّل وتساعد عمل المرأة وانخراطها في جميع النشاطات ومن ضمنها السياسية؛ لإبراز دورها في المجتمع أسوة بالرجل، مما شكّل امتداداً لثقافة الطالبات الجامعيات من خلال أسرهن، ومؤشرات الواقع التي تُشير إلى تولّي المرأة عدداً من المناصب على مستوى الدولة؛ كالوزارات والمؤسسات الحكومية التي أظهرت كفاءة المرأة ودورها الناجع في تلك المناصب، لتحقيق الأهداف المرجوة منها؛ أما بالنسبة للذكور فقد تُعزى قلة مشاركتهم؛ إلى كثرة الأعباء المُلقاة على عاتقهم، من التخطيط للمستقبل، والحصول على وظيفة المستقبل، لكي يتمكنوا من تشكيل أسرة في المستقبل، وما يترتب عليهم من أعباء، لمُحاربة البطالة، التي تُعيق تحقيق أهدافهم في المستقبل.

أما بالنسبة لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات عينة الدراسة لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تبعاً لمتغير الكلية والسنة الدراسية؛ فقد تُعزى هذه النتيجة إلى تشابه الظروف التي يعايشها الطلبة الجامعيين، وانخراطهم في نفس الظروف الجامعية من قوانين وظروف دراسية، وتشابه خبرات السياق الجامعي بشكل كبير لدى المعظم منهم، وغيرها من الظروف الجامعية المحيطة بهم.

هذا وتتفق نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة جرار وأبو حمود (Jarrar & Abu Hammud, 2018) من حيث إنَّ هناك دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي السياسي للشباب الأردني يُعزى للجنس والمستوى الدراسي والتخصص.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة الخاروف (2014) من حيث إنَّ أظهرت النتائج انخفاض نسبة مشاركة الذكور والإناث في الانتخابات النيابية (2010)، كما أظهرت النتائج أن هناك تحسُّن في نسبة الذكور والإناث الذين أبدوا رغبتهم بالمشاركة في الانتخابات القادمة.

ثالثاً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: "ما التحديات التي تواجه

الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم؟"

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات التحديات التي تواجه الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية، والجدول (٦) يبين النتائج:

جدول (6)

المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب والدرجة لتقديرات عينة الدراسة
التحديات التي تواجه الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
44	غياب المُواجهَةِ الفعلية بين أصحاب السُّلطة والشباب.	٤.١٤	٠.٨٩١	١	مرتفع
35	ضعف المجالس المحلية ومؤسسات المجتمع المدني عن حل مشاكل الشباب المختلفة، مما ينعكس سلبًا على المُشاركة السياسية.	٤.١٣	٠.٨٩٨	٢	مرتفع
37	ضعف البرامج الانتخابية للشخصيات المنتخبة، مما يؤدي إلى عزوف الشباب عن المُشاركة السياسية.	٤.١٠	٠.٨٨٧	٣	مرتفع
42	الانتشار الواسع للمعلومة غير المُراقبة من مصادر متعدّدة غير موثوقة تُضعف الثقة بالمُشاركة السياسية.	٤.١٠	٠.٩٥٩	٣	مرتفع
36	تدني مستوى التمثيل السياسي لدى الشباب في الريف والبادية؛ لارتكازها على الجهوية والعشائرية والمناطقية مما انعكس سلبًا على المُشاركة السياسية.	٤.٠٨	٠.٩٠٢	٥	مرتفع
33	ثورة الاتصالات والمعلومات التي ادت إلى التغير في اولويات الشباب وحاجاتهم مما ينعكس على المُشاركة السياسية.	٤.٠٧	٠.٨٦٧	٦	مرتفع
39	غياب ملامح الرؤى السياسية الواضحة للأحزاب والنقابات.	٤.٠٤	٠.٩٤١	٧	مرتفع
28	غياب البنية التحتية المتمكنة من التعامل بايجابية مع عوائق المُشاركة السياسية .	٤.٠٣	٠.٨٦٧	٨	مرتفع
49	غياب البنية التحتية المتمكنة من التعامل بايجابية مع عوائق المُشاركة السياسية .	٤.٠٣	٠.٨٦٧	٨	مرتفع

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
34	عدم وضوح القوانين المُتَصَمَّنَة لآليات وأدوات مُناسِبَة؛ لإيجاد بيئة آمنة للمشاركة السياسية.	٤.٠٢	٠.٩٠٧	١٠	مرتفع
29	فقدان الثقة لدى الشباب الأدرني في أهمية المشاركة السياسية للفرد والمجتمع.	٤.٠١	٠.٩٦٤	١١	مرتفع
50	فقدان الثقة لدى الشباب الأدرني في أهمية المشاركة السياسية للفرد والمجتمع.	٤.٠١	٠.٩٦٤	١١	مرتفع
45	تأثر الشباب بالمضامين السياسية الساخرة مما يؤثر سلباً على الحس النقدي لديهم.	٣.٩٩	١.٠١٢	١٣	مرتفع
31	ضعف الثقة بين الشباب والمؤسسات التشريعية.	٣.٩٧	٠.٩٨٦	١٤	مرتفع
40	غياب تأثير النخبة من (مفكرين وسياسيين) إزاء تنمية روح المشاركة السياسية.	٣.٩٧	٠.٩٥٥	١٤	مرتفع
38	قصور التعليم عن تكوين الوعي بالمشاركة السياسية.	٣.٩٤	٠.٩٧٢	١٦	مرتفع
30	غياب التنشئة الاجتماعية التي تحث الشباب على المشاركة السياسية كأولوية.	٣.٩٤	٠.٩٩٥	١٦	مرتفع
46	شعور الأفراد بأن النشاط السياسي يُشكّل تهديداً لبعض جوانب حياتهم.	٣.٩٠	١.٠٩٩	١٨	مرتفع
41	عدم تتأغم مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات السياسية.	٣.٨٩	١.٠٢٣	١٩	مرتفع
48	إغراق الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي بالمحتويات الترفيحية أكثر من المحتويات السياسية.	٣.٨٨	١.١٨٣	٢٠	مرتفع
47	عدم توفر البنية التحتية اللازمة للتفاعل مع ذوي الإعاقة وتلبية احتياجاتهم السياسية.	٣.٨٤	١.٠٩٧	٢١	مرتفع
43	الإدراك الخاطئ لمفهوم الديمقراطية لدى الشباب.	٣.٨١	١.٠٩٨	٢٢	مرتفع
32	قصور الدور الفاعل لوسائل الإعلام في توعية الشباب بأهمية المشاركة السياسية.	٣.٨٠	١.٠٣٥	٢٣	مرتفع
	التحديات التي تواجه الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية		3.98	0.691	مرتفع

يتضح من الجدول (٦) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات التحديات التي تواجه الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية تراوحت ما بين (٣.٨٠-٤.١٤) ومستواها مرتفع، وجاءت بالمرتبة الأولى الفقرة (٤٤) بمتوسط حسابي (٤.١٤) ، وجاءت بالمرتبة الاخيرة الفقرة (٣٢) بمتوسط حسابي (٣.٨٠) ، وقد بلغ المتوسط الحسابي للتحديات التي تواجه الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية (٣.٩٨) بانحراف معياري (٠.٦٩١) وبمستوى "مرتفع". وقد تُعزى هذه النتيجة إلى إدراك الطلبة الجامعيين للتحديات التي تواجه الإعلام في تنمية المشاركة السياسية لديهم في سياق الجامعات؛ انطلاقاً من التحديات التي تواجههم للتفاعل مع وسائل الإعلام والشروط والعقوبات المفروضة عليهم فيما يتعلق بالشؤون السياسية من جهة؛ والشروط المفروضة من قِبَل الجامعات على وسائل الإعلام من جهة أخرى.

وجاءت بالمرتبة الأولى الفقرة (٤٤) ونصها " غياب المواجهه الفعلية بين أصحاب السلطة والشباب بمتوسط حسابي (٤.١٤) ؛ وقد تُعزى هذه النتيجة انطلاقاً من إدراك الطلبة الجامعيين إلى اقتصار دور أصحاب السلطة على الدور التقليدي لرعاية التخرجات الجامعية والمؤتمرات العلمية، وغيرها من المناسبات الرسمية كالأحتفالات الوطنية الرسمية، وعدم تفاعلهم مع الطلبة الجامعيين بشكل عام في الشؤون السياسية على نحو منظم.

تتفق نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة افينغ وهيلجرسبيرج وهوبرز (Effing, Hillegersberg, & Huibers, 2010) من حيث إنَّ أن الجهود السابقة للإعلام لتشكيل مشاركة الجمهور باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية كوسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر ويوتيوب) لم تلب التوقعات، فلم تعد تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير على سلوك التصويت خلال الانتخابات المحلية (٢٠٢٠ ٢٠١١).

هذا وتختلف نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة الخاروف (2014) من حيث إن هناك تحسُّن في نسبة الذكور والإناث الذين أبدوا رغبتهم بالمشاركة في الانتخابات القادمة، وذلك بسبب المرجعية الثقافية والسياسة والدور الإعلامي الذي يؤديه الإعلام المرئي، ووجودهم في بيئة أكاديميَّة واعية ومُشجَّعة. وتختلف نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة العكلي (2020) من حيث المشاركة الفاعلة للمرأة البرلمانية في الأنشطة الإعلامية عبر وسائلها المتعدِّدة بشكل دائم، والتي يتم من خلالها مناقشة الوضع السياسي في العراق وجاء ذلك بنسبة (80 %) من العينة، وهذا مؤشر للدور الذي يلعبه الإعلام في المجال السياسي؛ إذ تعتبر القنوات الفضائية من أهم الوسائل التي تعتمد عليها المرأة في المشاركة السياسية.

التوصيات

بناءً على نتائج الدراسة يُمكن تقديم التوصيات الآتية:

- إجراء المزيد من الدراسات التي تبحث في أبرز التحديات التي تواجه الشباب في العملية الديمقراطية.
- إجراء المزيد من الدراسات التي تبحث في أبرز الخصائص الشخصية الواجب توافرها في أصحاب القرار لحوار سياسي فاعل بينهم وبين الشباب الأردني
- إجراء المزيد من الدراسات التي تبحث في أبرز الاستراتيجيات التي تؤدي إلى تفعيل الحوار بين الشباب الأردني وأصحاب القرار في العملية السياسية.

قائمة المراجع

- ١- بلمقدم، رقية (2018). دور الإعلام الجديد في تفعيل المشاركة السياسية. مجلة الحوار الثقافي. 8 (1)، 82- 94.
- ٢- بن كادي، حسن.(2015). تأثيرات عولمة ما بعد الحداثة في حقل التنمية السياسية. دفاثر السياسة والقانون، (16)، 65- 85.
- ٣- الجاسر، شعاع. (2020). الإعلام الجديد والوعي السياسي : دور حسابات الشبكات الاخبارية على وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية. المجلة العربية للعلوم الإنسانية، 38(151)، 141-184.
- ٤- الخاروف، أمل (2014). واقع مشاركة طلبة الجامعة الأردنية في الانتخابات النيابية 2010: من منظور النوع الاجتماعي. مجلة دراسات وأبحاث، (15)، 104 - 123.
- ٥- خليفة، محمد (2019). الإعلام الجديد بين التضليل والتتوير السياسي: دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (22)، 273- 315.
- ٦- شلبية، محمود والنعمي مازن (2015). دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني في التوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية: دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة اليرموك. مؤتة للبحوث والدراسات- سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 30(2)، 79- 128.
- ٧- العكلي، جهاد. (2020). دور الإعلام في المشاركة السياسية للمرأة: دراسة مسحية للمرأة البرلمانية في العراق. المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، 2(2)، 87- 112.
- ٨- مرعي، أحمد. (2011). العوامل الاجتماعية المؤثرة على المشاركة السياسية للشباب الجامعي: دراسة مطبقة على طلاب جامعة حلوان. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية. 1 (30)، 150 - 177.
- ٩- الورفلي ، ابراهيم . (2018). المشاركة السياسية . مجلة العلوم والدراسات الإنسانية، (59)، 1- 18.

- 10- Dryzek ,J., Honig, B,. & Phillips, A.(2006). **The Oxford Handbook Of Political Theory**. New York: Oxford University Press.
- 11- Effing, R., Hillegersberg, J.& Huibers, T.(2010). Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?. Online available:
https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-642-23333-3_3.pdf
- 12- Gauba, O.P.(2009).An Introduction To Political Theory.(5th). Delhi:Macmillan Publishers India Ltd.
- 13- Jarrar, A. & Abu Hammud, M.(2018). The Role of Social Media in Developing Social Responsibility and Political Awareness of Jordanian Youth . **Asian Social Science**, 14(3), 25-36.
- 14- Klosko, G.(2013). **History of Political Theory: An Introduction Volume II: Modern**. United Kingdom :Oxford University Press.
- 15- Moyle,L., Childs, A., Coomber, R.& Barratt, M.(2019). Drugsforsale: An exploration of the use of social media and encrypted messaging apps to supply and access drugs. **International Journal of Drug Policy**, 63, 101-110.
- 16- Singer, P.(2001). *Marx*. A very short introduction. USA : Oxford University Press.