

وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين

The means of mass communication and political participation

from the point of view of university professors

خديجة هنيش*¹، فاطمة الزهرة ينون²

¹ جامعة الجزائر3، الجزائر henniche.khadidja@univ-alger3.dz

² جامعة الجزائر3، الجزائر yennoune.fetma.zohra@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2022/06/01

تاريخ القبول: 2022/05/07

تاريخ الاستلام: 2021/10/27

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الاتصال الجماهيري في تفعيل المشاركة السياسية لدى الأساتذة الجامعيين بجامعة الجزائر3، ولتحقيق هذا الهدف عملت الباحثة على استمارة لجمع بيانات الدراسة من خلال توزيع الاستمارة على عينة شملت 333 أستاذ جامعي بجامعة الجزائر3 (كلية علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية)، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال من جنس الذكور يولون اهتمام كبير لوسائل الاتصال الجماهيري، فنسبة كبيرة منهم يتابعونها بصفة دائمة وذلك بنسبة 50%، أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين يرون أن المشاركة السياسية هي التصويت في الانتخابات قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 19,93% عند الإناث، ونفس الشيء عند أساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلت في المرتبة الأولى نسبة 16,87% عند الإناث للتصويت في الانتخابات.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاتصال الجماهيري 1؛ مشاركة سياسية 2؛ أستاذ جامعي.

Abstract: This study aimed to identify the role of mass communication media in activating my political participation university professors at the university of algeris3, and to achieve this goal the researchers worked on a form to collect data the study by distributing the form to a curse included 333 university professors at the university of algeris3 (faculty of sciences media and communication, faculty of political science and international relations), and this study reched several results the most important of them: that professors of media and communication of the male sex pay great attention to the means of communication the masses, a large percentage of them follow it permanently and that is 50%, that the professors of media sciences and contact nin see that political participation is voting in elections has occupied the first place with a rate of 19,93% for females, and the same for professors of political science and international relations i twas recorded in the first place 16,87% of females vote in the elections.

Keywords: mass communication means; political participation; university professor.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

تعتبر المعلومة في الوقت الراهن أكثر من الضرورة في مختلف الجوانب سواء السياسية أو الاقتصادية وغيرها في حياة الأفراد والمجتمعات، وذلك بهدف معرفة ما يحصل من أحداث في هذه المجالات.

فوسائل الاتصال الجماهيري باختلافها هي التي تمد المجتمعات والأفراد بالأخبار والمعلومات التي تحصل في جميع المجالات، وهذا ما حدث في الجزائر مؤخراً بعدم إعلان الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة عن ترشحه لعهدة خامسة بالرغم من مرضه وهو مقعد، وما حدث فالاقتصاد بعد جائحة كورونا كوفيد19، فالشعب هنا متعطش لسماع الأخبار عن الساحة السياسية أو غيرها، أي أن الفرد يحتاج معلومات حول ما يدور في بلده من مجريات الأحداث لأنه أصبح متلقي ومستقبل للرسالة الإعلامية في نفس الوقت.

فمشاركة الفرد في المجال السياسي أصبح أيضاً من الضروريات التي لا يمكن إغفالها خاصة فيما يخص اتخاذ القرارات اللازمة، فالمشاركة السياسية هي أبسط حقوق المواطنة بحيث تمنح للفرد فرصة القيام بدوره في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية بقصد تحقيق أهداف التنمية الشاملة وبالتالي تصبح مفتاحاً للتعاون والبناء بين المواطنين والمؤسسات الحكومية، وهذا ما جرى في الجزائر بعدما أعلن الرئيس عن ترشحه لعهدة خامسة حيث قام الشعب الجزائري بالخروج إلى الشوارع للمطالبة بتغيير النظام.

وعلى هذا الأساس نطرح سؤال جوهري مفاده: كيف تساهم وسائل الاتصال

الجماهيري في دعم المشاركة السياسية لدى الأساتذة الجامعيين؟

ومن هذا السؤال تنبثق الأسئلة الفرعية:

ما مدى متابعة أو استخدام الأساتذة الجامعيين لوسائل الاتصال الجماهيري؟

ماذا تعني المشاركة السياسية بالنسبة لأساتذة الجامعيين؟

هل تشارك العينة (الأساتذة) الجامعيين في المجال السياسي؟

هل العينة (الأساتذة الجامعيين) يمتلكون حساب الفيسبوك؟

أهمية البحث:

تكمل أهمية الدراسة في أنها تسلط الضوء وسائل الإعلام ومدى مساهمتها أو دورها في تفعيل ودعم المشاركة السياسية لدى الأساتذة الجامعيين وذلك من خلال مختلف وسائل الاتصال الجماهيري (التقليدية والحديثة).

أهداف البحث:

يتمثل الهدف الأساسي من الدراسة في معرفة كيف تساهم وسائل الاتصال الجماهيري في دعم المشاركة السياسية لأستاذ الجامعي، وهم ما تم الوقوف عليه من خلال الأهداف الفرعية للدراسة:

معرفة ما إذا كان الأساتذة الجامعيون يتابعون أو يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري (التقليدية والحديثة).

معرفة ماذا تعني المشاركة السياسية للأساتذة الجامعيين.

معرفة ما إذا كان الأساتذة الجامعيين يشاركون في المجال السياسي.

معرفة ما إذا كان للأساتذة الجامعيين حساب عبر الفيسبوك، وإذا كان لديهم هل ينشرون أخبار سياسية عبر حساباتهم.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: اقتصر على أساتذة جامعة الجزائر3 عند كل من كلية علوم الإعلام والاتصال وكلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية.

الحدود الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة خلال الفترة 2021.

الدراسات السابقة:

دراسة فيصل فرحي(2013): الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي "الإقتدار السياسي" على عينة من الأساتذة الجامعيين، وهي دراسة حاول من خلالها الباحث دراسة العلاقة بين اعتماد النخبة الجزائرية المتمثلة في الأساتذة الجامعيين على وسائل الاتصال الجماهيري في مقابل اعتمادها على وسائل الاتصال الأخرى بما فيها الاتصال الشخصي، وإرتباط هذا الإعتقاد

بمستويات بناء اتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي أو ما يسمى بالاقترار السياسي في وجود متغيرات وسيطية؟

وقد طرح الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الأولى:

ينشأ الأفراد علاقات اعتماد قوية مع وسائل الاتصال الجماهيرية من أجل الحصول على المعارف والمعلومات الكافية التي تساعد على الفهم وتنمية معارفهم وخبراتهم، ويزداد اعتمادهم عليها كلما دعمت وعززت قناعتهم وأفكارهم وتوافق مضامينها مع اتجاهاتهم المسبقة.

الفرضية الثانية:

تحدد طبيعة علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال الجماهيري وبناء اتجاهاتهم نحو القدرة على التغيير السياسي (الإقترار السياسي)، بناءً على عوامل متحركة (البيئة الاتصالية- الخصائص الفردية).

وإعتمدت الدراسة في جانبها الميداني على تطبيق منهج المسح من خلال دراسة على عينة من الأساتذة الجامعيين بجامعة الجزائر3، وبالاعتماد على أداة الإستمارة على عينة قوامها 96 مفردة.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

تعتمد عينة في استقاء معلوماتها بدرجة قوية على وسائل الاتصال الجماهيرية وبدرجة متوسطة على الاتصال الشخصي وبدرجة ضعيفة على الملتقيات واللقاءات العلمية، وهذا ما يؤكد بوضوح أن وسائل الاتصال الجماهيري تمثل المصدر الأساسي للحصول على المعلومات وبدرجة قوية لأغلبية المبحوثين.

تحتل المواضيع السياسية المرتبة الأولى في سلم المواضيع التي يتم استقاء المعلومات منها، وهو ما يؤكد من جهة على أهمية المعلومات السياسية بالنسبة لأفراد العينة، ومن جهة أخرى حاجاتهم لمعرفة ما يجري في محيطهم السياسي.

المظاهرات والاضرابات هو الخيار القادر في رأي العينة على إيصال مطالب المواطنين للسلطة السياسية، وهو ما قد يفسر من جهة قدرة هذا الخيار وواقعيته على تحقيق مطالبهم، ومن جهة أخرى أنه الخيار الذي تضطر معه السلطة على التعامل مع هذه المطالب.

ييدي غالبية أفراد العينة اتجاهات سلبية نحو سلطتهم السياسية ويتفقون على أن السياسة نشاط لا يهدف ممارسوه سوى لتحقيق مصالحهم الشخصية، الأمر الذي أدى بهم إلى العزوف عن ممارسة العمل السياسي على الرغم من معرفتهم الجيدة بما يجري في الواقع السياسي وإمتلاكهم لمستوى جيد من المعرفة السياسية.

دراسة حنان محمد يوسف (1996): جاءت هذه الدراسة تحت عنوان: دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى، وهدفت هذه الدراسة للتعرف إلى أي مدى تساعد المادة الخيرية التلفزيونية في تدعيم المشاركة السياسية لدى الشباب، واستخدمت منهج المسح حيث تم مسح عينة من شباب القاهرة (320) من خلال استمارة استبيان، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

-اعتماد أفراد العينة على التلفزيون للحصول على الأخبار حيث يعتمد جداً 27 % ويعتمد لحد ما 64 %.

-يشاهد 59% من العينة أحياناً البرامج السياسية والاعخبارية بينما يشاهد نادراً 30% ونسبة المشاهدة الدائمة هي أقل نسبة حيث بلغت 8% من إجمالي العينة.

-أثبتت ارتفاع نسبة الاهتمام السياسي لدى أفراد العينة حيث أن 30% مهتمون جداً، بينما نحو 60% من أفراد العينة يهتمون لحد ما.

-أظهرت النتائج انخفاض نسبة القيام بالتصويت بين أفراد العينة 70% بينما قام 20% بالتصويت في الانتخابات الأخيرة.

أبرز النتائج ضعف دور متابعة الأخبار التلفزيونية في التصويت في الانتخابات حيث ذكر 43% من أفراد العينة أن الدور ضعيف وذكر 41% من أفراد العينة أن الدور متوسط، بينما أجاب 16% فقط بأن متابعة الأخبار دور كبير في قيامهم بالتصويت في الانتخابات.

أظهرت النتائج ضعف نسبة العضوية في الأحزاب السياسية حيث أن نسبة 7% من عينة الدراسة هم الذين ينتمون للأحزاب السياسية.

2. التأصيل النظري:

1-2 وسائل الاتصال الجماهيري

الصحافة المكتوبة:

ويعرفها فاروق أبو زيد بأنه لا يوجد تعريف واحد شامل للصحافة، وأن مفهوم الصحافة لا يمكن أن يكتمل دون الاحاطة بمختلف المداخل أو المحددات التي تتعلق بمفهوم وعلى هذا الأساس يرى أبو زيد أن الصحافة كلمة تستخدم للدلالة على أربعة معان وهي كالتالي: (رحيمة، 2008، ص 97)

الصحافة بمعنى الحرفة أو المهنة ولها جانبان: (محمود ، مروى ، 2014 ، ص 33-34) جانب يتصل بالصناعة والتجارة من خلال عمليات الطباعة والتطور والتوزيع والتسويق والإدارة والإعلان، جانب يتصل بالشخص الذي اختار مهنة الصحافة فمهما اشتقت كلمة صحفي أي الشخص الذي يحص على الأخبار ويجري الأحاديث والتحقيقات الصحفية وكتابة المقال والتعليق الصحفي وكافة الفنون الصحفية الأخرى.

الصحافة بمعنى المادة التي تنشرها الصحيفة كالأخبار والأحاديث والتحقيقات الصحفية والمقالات وغيرها من المواد الصحفية وهي بهذا المعنى تتصل بالفن وبالعلم فهناك فنون التحرير الصحفي على اختلاف أنواعها وهناك كذلك فنون الإخراج الصحفي وهي متنوعة. الصحافة بمعنى الشكل الذي تصدر فيه : فالصحف دوريات مطبوعة تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة متقاربة أو متباعدة.

الصحافة بمعنى الوظيفة التي تؤديها في المجتمع الحديث: أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع والإنسان الذي يعيش فيه، وهي بهذا المعنى تتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الذي تصدر فيه ونوعية النظام السياسي والاجتماعي القائم ثم بالأيديولوجية التي يؤمن بها هذا المجتمع وهو الأمر الذي انتج المدارس الصحفية المتباينة. أما الدكتوراه اجلال فقالت عن الصحافة بأنها: "نور ونار، نور في يد الأمناء ونار في يد غير هؤلاء، فهي تعبر عن آمال والشعوب وآلامها وأفرادها". (عبد الرزاق، 2012، ص 57).

وظائف الصحافة المكتوبة:

الوظيفة الإخبارية: لقد نشأت الصحافة منذ ظهورها في غرب أوروبا في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر صحافة خبرية أي تقتصر على نشر الأخبار دون أن تجرأ على تعليق عليها، وبذلك تكون الصحافة قد ظهرت في البداية لتؤدي وظيفة أساسية وجوهرية هي نشر الأخبار. (فاروق، 1987، ص 39)

وظيفة التوعية والتثقيف: بجانب الخبر بدأت الصحف تفتح صفحاتها لتثقيف القراء فظهر المقال الصحفي لترويج الأفكار والفلسفات الجديدة من أجل اشباع رغبات القراء بالمحتوى الثقافي الذي يمكن من بناء المجتمع المتحضر. (فاروق، 1987، ص 66)

التنشئة الاجتماعية: تسعى الصحافة إلى تحقيق تكامل المجتمع بتنمية النفاق العام ووحدة الفكر بين أفرادها وجماعته، وتقوم بتثبيت القيم، المبادئ والاتجاهات والعمل على صيانتها والمحافظة عليها. (إبراهيم، 2005، ص 205)

الوسائل السمعية والمرئية

الإذاعة: هي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات بإستخدام أجهزة الإستقبال المناسبة. (محمد، 2012، ص 41)

مميزات الإذاعة كوسيلة إعلامية:

صغر حجم جهاز الراديو وسهولة حمله ونقله خاصة بعد اختراع الترانزستور الذي غدا كالكتاب، رفيق الإنسان في إقامته وسفره.

سعة الانتشار والسرعة الفائقة التي تنقل بها الكلام من جهاز الارسال إلى جهاز الاستقبال، قدرة الإذاعة على مخاطبة جميع المستويات في الجماعات البشرية.

لا تحتاج الإذاعة إلى التركيز أو المجهود المطلوب من المستمع لأنك تستطيع أن تسمع برامجها وأنت مشغول في عمل آخر.

شغلها حاسة واحدة هي حاسة السمع وهذه الميزة تساعد المتلقي على المزيد من التصور والتخيل. (محمد، 2012، ص 42).

التلفزيون:

لغة: مكون من مقطعين TELI ومعناه عن بعد و VISION معناه الرؤية، أي الرؤية عن بعد.

علمياً: هو طريقة ارسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الاصطناعية. (عبد الله، 2009، ص 31)

خصائص التلفزيون:

يعتمد على السمع والبصر بالدرجة الأولى لذا يؤثر على الناس بنسبة كبيرة. هو وسيلة سهلة توصل الصوت والصورة دون بذل جهد كبير. يعتمد على الحركة المرافقة لعرض الصورة المرافقة أيضاً بالصوت. وسيلة مهمة لعرض الإعلانات.

متوفر في جل البيوت سواء كان من الحجم الأصغر أو الأكبر. يختصر الزمان في معظم الأوقات بين حصول الحدث وعرضه للناس. له القدرة على تركيز اهتمام الناس في أشياء محدودة. عدساته تكبر صورة الأشياء التي لا تراها العين. له القدرة على الانتشار. (عبد الله زلطة، 2009، ص 33)

الإعلام التفاعلي:

تعريف الأنترنت:

كما عرفها الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1994 بأنها: "شبكة اتصالات دولية تتألف من مجموعة من شبكات الحاسبات ترتبط بين أكثر من 35 ألف شبكة من مختلف شبكات الحاسوب في العالم، وتؤمن الاشتراك فيها حوالي 23 مليون مستخدم. (عبد الله زلطة، 2009، ص 267)

فوائد الأنترنت كوسيلة إعلامية:

استخدام البريد الإلكتروني لإرسال رسائل وملفات لشخص أو عدة أشخاص خلال ثواني حول العالم والرد خلال ثواني.

عرض معلومات عن الأشخاص أو المؤسسات من أجل أهداف تجارية أو أهداف أخرى، بحيث يمكن مشاهدتها حول العالم والاتصال مع القائمين والتواصل معهم.

تكوين موقع للمحادثة الآنية CHAT بحيث يتناقش عدة أفراد حول العالم آنياً. تكوين موقع مثل لوحة إعلامية بحيث يحتوي على مواضيع للنقاش ويستطيع أي شخص وضع رده الخاص على أي موضوع من المواضيع المطروحة أو موضوع جديد للمناقشة. تسهيل الحصول على المعلومات المتعلقة بالشركات أو بالأفراد وذلك باستخدام محرركات البحث. (فضيل محمد، 2011، ص 68)

2-2 المشاركة السياسية:

مفهوم المشاركة السياسية:

عرفها عبد الهادي محمد والي: "هي حرص الجماهير على ممارسة حقوقها السياسية ابتداءً من التصويت الانتخابي إلى الإدلاء بالرأي في المواقف المختلفة إلى التمسك بكل حق مقرر في نظام الدولة، كل هذا فضلاً عن الانتماء الحزبي أو العمل من خلال تنظيم سياسي مشروع ومُعترف به والمشاركة في جهود وأعمال الندوات العامة والمؤتمرات وحلقات النقاش وباختصار فإن الفرد في مثل هذه الحالات مطالب بأن لا يقف موقف المتفرج من القضايا الأساسية والجماهيرية". (سامية، 2005، ص 26)

مراحل المشاركة السياسية:

أ/ الاهتمام السياسي: يتمثل في الاهتمام أو متابعة الاهتمام بالقضايا العامة على فترات قد تطول أو تقصر إضافة إلى متابعة الأحداث السياسية، حيث يميل بعض الأفراد إلى الاشتراك في مناقشة القضايا السياسية في الوسط العائلي أو في الوسط المهني خاصة في فترات الأزمات أو في فترة الحملات الانتخابية.

ب/ المعرفة السياسية: المقصود هنا هو معرفة القيادات السياسية في مختلف المناسبات والمستويات سواء على المستوى المحلي أو القومي، مثل أعضاء المجلس المحلي وأعضاء مجلس الشعب والشورى والشخصيات القومية كالوزراء. (عبد العزيز، محمد محمد، 2004، ص 181)

ج/ التصويت السياسي: ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية بالدعم والمساندة المادية، من خلال تمويل الحملات ومساعدة المرشحين أو بالمشاركة بالتصويت. المطالب السياسية: وتتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوي والالتماسات والاشتراك في الأحزاب والجمعيات التطوعية. (ناصر، 2010، ص 33)

مستويات المشاركة السياسية:

كما يفترض ليستر ميلبراث L. Milbrath أن هناك تسلسل هرمي للمشاركة، بحيث يتراوح هذا الهرم بين عدم المشاركة وبين تولي منصب عام، ويكون أقل مستويات المشاركة الفعالة هو التصويت في الانتخابات، كما قام بتقسيم الشعب حسب درجة مشاركته إلى ثلاثة مجموعات وهي كالتالي:

المجادلون: Cladiator هم الناشطون سياسياً تتراوح نسبتهم ما بين 5% إلى 7%.

المتفرجون: Spectator هم الذين يشاركون في السياسة بمقدار الحد الأدنى يمثلون 60%.

اللامبالون: Apathetic هم الذين لا يشاركون في السياسة على الإطلاق يمثلون 23%.

وقد أخذ ميلبراث عبارات (المجادلون، المتفرجون، اللامبالين) على سبيل القياس التمثيلي من الأدوار التي كان يقوم بها صراع المجادلون في روما القديمة، فقد كانت جماعة صغيرة من المجادلين تتقاتل بهدف تسليّة المتفرجين وهم بدورهم يسفقون ثم يدلون بأصواتهم ليبيّنوا من الذي كسب المعركة، أما اللامبالون فإنهم لا يشاهدون المعركة أصلاً.

وهناك تصنيف لميلبراث أيضاً حيث قام من خلاله بتصنيف الأنشطة السياسية طبقاً لدرجة فعاليتها إلى أنشطة فعالة، أنشطة انتقالية، أنشطة للمشاركين عن بعد، وهذا ما يوضحه الجدول رقم 01: (طارق محمد، 2000، ص 20)

درجة الفاعلية	الأنشطة
أنشطة فعالة	-تولي منصب عام أو حزبي. -الترشح لمنصب عام. _الدعوة لجمع تمويل حزبي. -بذل الوقت في حملة انتخابية.
أنشطة انتقالية	-حضور اجتماعي سياسي. -تقديم مساهمات مالية. -الاتصال بموظف عام أو قائد سياسي.
أنشطة للمشاركين عن بعد	-محاولة التأثير على تصويت الآخرين في اتجاه معين. -ارتداء اشارات وعلامات ذات طابع رمزي سياسي. -إجراء مناقشات سياسية. -التصويت. -التعرض لمنهات سياسية.

وقد وجد ميلبراث أن نسبة المشاركين النشطين التي تحتل قمة الهرم المشاركة ضئيلة جداً، تتراوح ما بين 1% إلى 3% من جملة المواطنين، بالمقابل فإن نسبة غير المشاركين الذين يتسمون بالخمول السياسي هي جد مرتفعة قد تصل إلى نحو 60% في الولايات المتحدة الأمريكية.

2 الجانب التطبيقي:

منهج الدراسة: ونظراً لطبيعة الدراسة اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي، حيث عرفه محمد عبد الحميد بأنه: "من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة ذلك أنه يستهدف تسجيل وتحليل وتقصي الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها". (عامر، 2008، ص 11)

مجتمع وعينة الدراسة: تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الجامعة بجامعة الجزائر3، ونظراً لذلك اخترنا عينة قصدية (شملت الأساتذة الجامعيين) الذين يتابعون المجال السياسي، بحيث تم توزيع 333 استمارة على الأساتذة الجامعيين بكل من كلية علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية والعلاقات الدولية.

أداة الدراسة: تم استخدام أداة الاستمارة كأداة رئيسية في جمع البيانات. أساليب الاحصائية المستخدمة: تم الإعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) في عملية تفرغ البيانات والتحليل الإحصائي لها.

تحليل جداول الدراسة:

الجدول رقم 2: يبين البيانات الشخصية لعينة الدراسة

المجموع	ن	ك	المتغيرات	
333	54,95%	183	ذكر	الجنس
	45,05%	150	أنثى	
100%	47,57%	159	39-27	السن
	47,57%	159	59-40	
	04,50%	15	60 فما فوق	
	49,85%	166	كلية علوم الإعلام والاتصال	التخصص

	50,15%	167	كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية
--	--------	-----	--

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 2 أن نسبة الذكور بلغت 54,95% في حين بلغت نسبة الإناث 45,05%، بينما سجلنا نسبة متساوية عند كل من الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم 39-27 و 59-40 والتي قدرت ب 47,57%، أما الفئة العمرية 60 فما فوق قدرت نسبتها ب 04,50%، بينما سجلنا نسبة التخصص في العلوم السياسية والعلاقات الدولية نسبة 50,15% لتقابلها عند كلية علوم الإعلام والاتصال نسبة متقاربة قدرت ب 49,85%.

الجدول رقم 03: يبين متابعة العينة لوسائل الإعلام حسب متغير التخصص والجنس

العلوم السياسية والعلاقات الدولية				علوم الإعلام والاتصال				
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
28,12%	18	35,93%	37	19,76%	17	50%	40	دائماً
40,63%	26	33,98%	35	37,20%	32	28,75%	23	غالباً
18,75%	12	27,18%	28	33,74%	29	18,75%	15	أحياناً
12,50%	08	02,91%	03	09,30%	08	02,50%	02	نادراً
100%	64	100%	103	100%	86	100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تشير معطيات الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال يتابعون وسائل الإعلام من جنس الذكر بنسبة كبيرة حيث قدرت ب 50% عند دائماً، تقابلها الإناث ب 37,20% والتي سجلت عند غالباً، في حين تليها النسبة الثانية والتي سجلتها عند الإناث ب 33,74% لأحياناً لتقابلها عند الذكور ب 28,75% فيما يخص غالباً، تليها ثالثاً حيث سجلنا عند الإناث لدايماً والتي قدرت ب 19,76% لتقابلها عند الذكور لأحياناً ب 18,75%، أما رابعاً فقد سجلنا عند الإناث لنادراً والتي قدرت ب 09,30% في حين سجلنا عند الذكور ب 02,50% أيضاً عند نادراً.

أما فيما يتعلق بأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلنا عند الإناث لغالباً والتي قدرت ب 40,63% في حين تقابلها عند الذكور ب 35,93% لدايماً، أما المرتبة الثانية عند الذكور لغالباً والتي قدرت ب 33,98% تقابلها الإناث ب 28,12% لدايماً،

أما المرتبة الثالثة فقد سجلنا عند الذكر لأحياناً ب27,18% تقابلها عند الاناث ب18,75%
لأحياناً، في حين نجد المرتبة الرابعة سجلت عند الإناث لنادراً والتي قدرت ب12,50%
تقابلها نسبة 02,91% للذكر عند نادراً.

وفي هذا الصدد أظهرت الدراسة بأن أساتذة علوم الإعلام والاتصال من جنس
الذكور يولون إهتمام كبير لوسائل الإعلام، فنسبة كبيرة منهم يتابعون هذه الوسائل
بصفة دائمة، وهذا ربما للتطلع على مختلف الأخبار والأحداث التي تحدث في البلاد خاصة
بعد تدهور الوضع السياسي التي آلت ايه الجزائر من تحولات وتغيرات في النظام
السياسي، فالاستاذ الجامعي بحكم عمله يحبذ معرفة كل ما يحدث من حوله خاصة
الأمر السياسية التي هي نقطة حاسمة في حياة الشعب،

في حين نجد أساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية سجلت أعلى نسبة عند
الاناث ولكن بشكل غالباً، فالمرأة هي الأخرى كأستاذة جامعية تندمج في الأمور السياسية
وتحبذ الاطلاع على مختلف الأخبار السياسية، كما أن المرأة في الوقت الراهن نجدها تتابع
الأمر السياسية من خلال المشاركة السياسية في مختلف المناصب، والأساتذة الجامعية
من خلال ربما مشاركتها في الانتخابات أو التصويت أصبح لديها حب التطلع على آخر
المستجدات مما يجعلها تلجأ على مختلف الوسائل الإعلامية لكي تكون لديها دراية كاملة
حول ما يحدث من أوضاع سياسية خاصة الأمور التي تهم الوطن.

الجدول رقم 4: يبين متابعة العينة للمضامين السياسية حسب متغير التخصص والسن

العلوم السياسية والعلاقات الدولية						علوم الإعلام والاتصال						
60 فما فوق		59-40		39-27		60 فما فوق		59-40		39-27		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
12,50	0	52,32	4	30,13	2	42,85	0	20,54	1	30,23	2	دائماً
%	1	%	5	%	2	%	3	%	5	%	6	
%50	0	19,76	1	36,98	2	28,57	0	26,02	1	40,69	3	غالباً
	4	%	7	%	7	%	2	%	9	%	5	
37,50	0	20,93	1	21,91	1	14,28	0	31,50	2	25,58	2	أحياناً
%	3	%	8	%	6	%	1	%	3	%	2	نأ
%00	00	%06,97	06	%10,95	08	%14,28	01	%21,91	16	%03,48	3	نادراً

المجموع	86	%100	73	%100	07	%100	73	%100	86	%100
---------	----	------	----	------	----	------	----	------	----	------

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين يتابعون المضامين السياسية قد احتلت المرتبة الأولى للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق بنسبة 42,85% عند دائماً، تليها نسبة 40,69% عند غالباً للذين تتراوح أعمارهم 27-39، أما المرتبة الثالثة سجلنا نسبة 31,50% عند أحياناً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59، تليها المرتبة الرابعة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 بنسبة 30,23% عند دائماً، في حين نجد الذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق في المرتبة الخامسة بنسبة 28,57% عند غالباً، أما المرتبة السادسة فقد سجلنا فيها نسبة 26,02% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 عند غالباً، تليها نسبة 25,58% لأحياناً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39، أما المرتبة الثامنة فقد سجلنا نسبة 21,91% عند نادراً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59، تليها نسبة 20,54% عند دائماً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59، في حين نجد المرتبة العاشرة للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق بنسبة 14,28% عند كل من أحياناً ونادراً.

أما فيما يتعلق بأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلنا المرتبة الأولى للذين يتابعون المضامين السياسية وتتراوح أعمارهم ما بين 40-59 عند دائماً بنسبة 52,32%، تليها المرتبة الثانية بنسبة 50% للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق لغالباً، في حين نجد نسبة 37,50% عند أحياناً للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق، أما المرتبة الرابعة فقد سجلنا نسبة 36,98% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 عند غالباً، تليها نسبة 30,13% عند دائماً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39، في حين نجد المرتبة السادسة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 عند أحياناً بنسبة 21,91%، تليها المرتبة السابعة بنسبة 20,93% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 عند أحياناً، أما المرتبة الثامنة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 عند غالباً بنسبة 19,76%، تليها نسبة 12,50% عند 60 فما فوق لداًماً، في حين نجد المرتبة العاشرة الذين تتراوح أعمارهم بين 27-39 عند نادراً بنسبة 10,95%، تليها نسبة 06,97% عن نادراً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59، وأخيراً انعدمت 00% عند نادراً للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق.

استنتجت الباحثة من خلال النسب المتحصل عليها عند أساتذة علوم الاعلام والاتصال سجلت نسب متقاربة عند جميع الفئات العمرية، ويمكن تفسير هذا إلى أن جميع الفئات العمرية معايشة للوضع التي آلات اليه الجزائر جراء مطالبة الشعب بتغيير النظام وخروجه إلى الشارع وتنظيم مسيرات شعبية بما عرف بالحراك الشعبي، فالفئات العمرية باختلافها تتابع المضامين السياسية خاصة بعد المطالبة بدمج فئات الشباب في العمل السياسي واتخاذ القرارات السياسية والمشاركة في المجالات السياسية.

أما عن أساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فتفاوتت النسب عند جميع الفئات العمرية حيث سجلنا أعلى نسبة عند الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 فهذه الفئة نجدها تتابع المضامين السياسية فهي فئة واعية بما يحدث حولها جراء الشأن السياسي القائم في البلاد، حيث يرى عبد الهادي محمد والي أن المشاركة السياسية: "هي حرص الجماهير على ممارسة حقوقها السياسية ابتداءً من التصويت الانتخابي إلى الإلقاء بالرأي في المواقف المختلفة إلى التمسك بكل حق مقرر في نظام الدول". (سامية، 2005، ص26)

الجدول رقم 05: يبين رأي العينة في المشاركة السياسية حسب متغير التخصص والجنس

العلوم السياسية والعلاقات الدولية		علوم الإعلام والاتصال						
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
14,96%	47	15,15%	75	15,75%	49	18,15%	61	الإنخراط في الأحزاب السياسية
11,46%	36	12,12%	60	09,64%	30	12,79%	43	الترشح للانتخابات
16,87%	53	16,16%	80	19,93%	62	18,15%	61	التصويت في الانتخابات
14,96%	47	14,54%	72	18,32%	57	13,69%	46	إبداء الرأي حول موضوعات سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، المسنجر فايبر... وغيرهم)
14,96%	47	11,51%	57	09,64%	30	11,60%	39	المشاركة في برامج سياسية إعلامية في (الصحافة المكتوبة... مواقع التواصل الاجتماعي)
13,05%	41	13,93%	69	13,50%	42	13,69%	46	المشاركة في ندوات سياسية

المشاركة في المسيرات الشعبية	40	11,90%	41	13,18%	72	14,54%	43	13,69%
المجموع	33	100%	31	100%	49	100%	314	100%
	6		1		5			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تشير معطيات الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين يرون أن المشاركة السياسية هي التصويت في الانتخابات قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 19,93% عند الإناث لتقابلها عند الذكور نسبة 18,15% عند كل من الإنخراط في الأحزاب السياسية والتصويت في الانتخابات، أما المرتبة الثانية فقد بلغت 18,32% عند الإناث في إبداء الرأي حول موضوعات سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، ماسنجر، فايبر... وغيرهم) لتقابلها نسبة 13,69% للذكور عند كل من إبداء الرأي حول موضوعات سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، ماسنجر، فايبر... وغيرهم) والمشاركة في ندوات سياسية، تليها المرتبة الثالثة بنسبة 15,75% عند الإناث في الإنخراط في الأحزاب السياسية لتقابلها نسبة 12,79% للذكور في الترشح للانتخابات، لتأتب بعدها المرتبة الرابعة بنسبتين متقاربتين 11,90% و 11,60% وهي بالترتيب عند المشاركة في المسيرات الشعبية، المشاركة في برامج سياسية إعلامية (الصحافة المكتوبة... ومواقع التواصل الاجتماعي) للذكور لتقابلها عند الإناث نسبة 09,64% عند كل من الترشح للانتخابات والمشاركة في برامج سياسية إعلامية (الصحافة المكتوبة... ومواقع التواصل).

أما فيما يتعلق بأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلت في المرتبة الأولى نسبة قدرت ب 16,87% عند الإناث للتصويت في الانتخابات لتقابلها عند الذكور نسبة 16,16% في التصويت في الانتخابات، أما بالنسبة للمرتبة الثانية فقد سجلنا نسبة 15,15% للذكور عند الأنخراط في الأحزاب السياسية لتقابلها نسبة 14,96% عند الإناث في كل من الإنخراط في الأحزاب السياسية، إبداء الرأي حول موضوعات سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، ماسنجر، فايبر... وغيرهم) والمشاركة في برامج سياسية إعلامية (الصحافة المكتوبة... ومواقع التواصل الاجتماعي)، في حين نجد المرتبة الثالثة نسبة 14,54% للذكور عند إبداء الرأي حول موضوعات سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، ماسنجر، فايبر... وغيرهم) لتقابلها نسبة 13,69% عند الإناث في المشاركة في ندوات سياسية، تليها المرتبة الرابعة بنسبة 13,93% للذكور عند

المشاركة في ندوات سياسية لتقابلها عند الإناث نسبة 13,05% في المشاركة في ندوات سياسية، أما المرتبة الخامسة فقد بلغت 12,12% عند الذكور في الترشح للانتخابات لتقابلها عند الإناث نسبة 11,46% للترشح للانتخابات، وخيرا سجلنا 11,51% للذكور في المشاركة في برامج سياسية إعلامية (الصحافة المكتوبة... ومواقع التواصل الاجتماعي).

استنتجت الباحثة من خلال النسب المتحصل عليها بأن كلا الأساتذة من جنس الذكو والاناث سجلوا أعلى نسبة عند التصويت في الانتخابات، أي أنهم يرون بأن المشاركة السياسية بغض النظر إلى ما ترمي إليها إلا أن التصويت في الانتخابات هو الهدف الأسمى للمشاركة السياسية وهذا ما قصده الباحث عبد الهادي محمد والي عندما عرفها وقال بأن المشاركة السياسية: "هي حرص الجماهير على ممارسة حقوقها السياسية ابتداءً من التصويت الانتخابي إلى الإدلاء بالرأي في المواقف المختلفة إلى التمسك بكل حق مقرر في نظام الدولة، كل هذا فضلاً عن الانتماء الحزبي أو العمل من خلال تنظيم سياسي مشروع ومعترف به والمشاركة في جهود وأعمال الندوات العامة والمؤتمرات وحلقات النقاش وباختصار فإن الفرد في مثل هذه الحالات مطالب بأن لا يقف موقف المتفرج من القضايا الأساسية والجماهيرية". (سامية، 2005، ص26)

الجدول رقم 06: يبين مشاركة العينة في المجال السياسي حسب متغير التخصص والجنس

العلوم السياسية والعلاقات الدولية		علوم الإعلام والاتصال						
		ذكر		أنثى		ذكر		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
85,93%	55	89,32%	92	75,58%	65	85%	68	نعم
14,06%	09	10,67%	11	24,41%	21	15%	12	لا
100%	64	100%	103	100%	86	100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تشير معطيات الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين يشاركون في المجال السياسي وكانت اجابتهم بنعم احتلت المرتبة الأولى عند الذكور بنسبة 85% لتقابلها عند الإناث نسبة 75,58%، في الأساتذة الذين كانت اجابتهم بلا فقد بلغت نسبة 24,41% عند الاناث لتقابلها عند الذكور 15%.

أما بالنسبة لأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فنجد المرتبة الأولى للذين كانت اجابتهم بنعم عند الذكور بنسبة 89,32% لتقابلها عند الإناث 85,93%، أما الذين كانت اجابتهم بلا فنجد عند الاناث بلغت 14,06% لتقابلها عند الذكور نسبة 10,67%.

من خلال هذه النتائج يمكن القول بأن كلا الأساتذة من جنس الذكور والاناث سجلوا أعلى نسب في مشاركتهم في المجال السياسي، ويمكن تفسير ذلك للوضع التي آلت إليه الجزائر بعد إعلان الرئيس عبد العزيز بوتفليقة عن ترشحه لعهدة خامسة وهي النقطة التي أفاضت الكأس، مما جعل الشعب الجزائري من بينهم أساتذة جامعيون للخروج للشوارع الجزائرية والمطالبة بتغيير النظام، وذلك لإدماج الشباب والأساتذة الجامعيون في المجال السياسي وتولي بعض المناصب السياسية.

وهذا ما يوحي إلى أن مشاركة الأساتذة الجامعيون في المجال السياسي أصبح أمراً مفزياً منه باعتبارهم النخبة في وسط المجتمع، ويجب عليهم تنوير المجتمع من خلال طرح أفكارهم وآرائهم حول المضامين السياسية.

الجدول رقم 07: يبين إذا كانت الوسيلة الإعلامية التي تتابع فيها العينة البرامج السياسية تتمتع بالمصداقية حسب متغير التخصص والسن

العلوم السياسية والعلاقات الدولية						علوم الإعلام والاتصال						
60 فما فوق		59-40		39-27		60 فما فوق		59-40		39-27		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
00	%00	20	%23,25	11	%15,06	01	%14,28	10	%13,69	11	%12,79	دائماً
03	%37,50	40	%46,51	30	%41,09	04	%57,14	30	%41,09	37	%43,02	غالباً
03	%37,50	24	%27,90	24	%32,87	01	%14,28	21	%28,76	32	%37,20	أحياناً
00	%00	02	%02,32	07	%09,58	00	%00	12	%16,43	05	%05,81	نادراً
02	%25	00	%00	01	%01,36	01	%14,28	00	%00	01	%01,16	أبداً
08	%100	86	%100	73	%100	07	%100	73	%100	86	%100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق وكانت اجابتهم بغالباً احتلت المرتبة الأولى بنسبة 57,14%، لتأتي المرتبة الثانية بنفس الاجابة عند الذين تتراوح أعمارهم ما بين 39-27 بنسبة 43,02%، تليها المرتبة الثالثة بنفس الاجابة أيضاً عند الذين تتراوح أعمارهم 59-40 بنسبة

41,09%، أما المرتبة الرابعة فقد بلغت نسبتها 37,27% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 وأجابوا بأحياناً، تليها نفس الإجابة في المرتبة الخامسة بنسبة 28,76% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59، في حين نجد المرتبة السادسة بلغت نسبتها 16,43% لنادراً عند الذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59، تليها نسبة 14,28% للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق عند كل من دائماً، أحياناً وأبداً، أما المرتبة الثامنة فقد بلغت نسبتها 13,69% لدائماً عند الذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59، لتأتي نفس الإجابة عند الذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 بنسبة 12,79%، أما المرتبة العاشرة فقد بلغت نسبتها 05,81% عند الذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 لنادراً، في حين نجد المرتبة الحادي عشر قد بلغت نسبتها 01,16% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 عند أبداً، وأخيراً تأتي نسبة منعدمة عند نادراً للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق وعند أبداً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59.

أما أساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلنا أعلى نسبة عند الذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 حيث بلغت 46,51% لغالباً، تليها نفس الإجابة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 بنسبة 41,09%، في حين نجد المرتبة الثالثة عند الذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق بنسبة 37,50% عند كل غالباً وأحياناً، أما المرتبة الرابعة فقد بلغت نسبتها 32,87% عند الذين تتراوح أعمارهم بين 27-39 لأحياناً، تليها نسبة 27,90% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-39 عند أحياناً، في حين نجد المرتبة السادسة قد بلغت نسبتها 25% عند أبداً للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق، أما المرتبة السابعة فقد بلغت نسبتها 23,25% عند دائماً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-39، تليها نفس الإجابة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 بنسبة 15,06%، أما المرتبة التاسعة بلغت نسبتها 09,58% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 لنادراً، تليها نفس الإجابة في المرتبة العاشرة بنسبة 02,32% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59، لتأتي بعدها نسبة 01,56% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 عند أبداً، أما المرتبة الأخيرة فقد انعدمت النسبة فيها عند دائماً ونادراً للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق وعند أبداً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59.

أبانت نتائج الجدول بأن أساتذة علوم الإعلام والاتصال عند الفئة العمرية 60 فما فوق وأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية عند الفئة العمرية 40-59 يرون بأن الوسائل الإعلامية التي يتابعون من خلالها البرامج السياسية غالباً ما تتمتع بالمصداقية

وذلك لكونها تلجأ للسبق الصحفي أو تعميم على بعض الأخبار وهذا ما حدث أثناء خروج الشعب الجزائري لمظاهرات سلمية ما عرف بالحراك الشعبي وذلك بعدم تغطيتها لأخبار الحراك والإكتفاء بتغطية أخبار المسيرات المؤيدة للانتخابات والقيام بمقابلات مع أشخاص تؤيد فكرة الانتخابات وتزكيها.

الجدول رقم 08: يبين إعتقاد العينة إذا كانت الوسيلة الإعلامية التي تتابعها تأثير في توجهاتهم السياسية حول النشاطات السياسية حسب متغير التخصص والجنس

العلوم السياسية والعلاقات الدولية				علوم الإعلام والاتصال				
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
00	%00	00	%00	04	%04,65	10	%12,50	دائماً
11	%17,18	18	%17,47	12	%13,95	15	%18,75	غالباً
16	%25	22	%21,35	19	%22,09	16	%20	أحياناً
15	%23,43	33	%32,06	26	%30,23	15	%18,75	نادراً
22	%34,37	30	%29,12	25	%29,06	24	%30	أبداً
64	%100	103	%100	86	%100	80	%100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تشير معطيات الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال من جنس الإناث سجلت أعلى نسبة حيث قدرت بـ 30,23% لنادراً لتقابلها عند الذكور نسبة 30% للذين أجابوا بأبداً، أما المرتبة الثانية بلغت نسبتها 29,06% عند الإناث للذين أجابوا بأبداً لتقابلها نسبة 20% عند الذكور للذين أجابوا بأحياناً، تليها نسبة 22,09% عند الإناث للذين أجابوا بأحياناً لتقابلها عند الذكور نسبة 18,75% للذين أجابوا بغالباً و نادراً، أما المرتبة الرابعة بلغت نسبتها 13,95% عند الإناث للذين أجابوا بغالباً لتقابلها عند الذكور نسبة 12,50% للذين أجابوا بدائماً، لتأتي المرتبة الأخيرة بنسبة 04,65% عند الإناث للذين أجابوا بدائماً.

أما فيما يتعلق بأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية سجلت أعلى نسبة عند الإناث بحيث قدرت بـ 34,37% للذين أجابوا بأبداً لتقابلها عند الذكور نسبة 32,06% للذين أجابوا بنادراً، أما المرتبة الثانية قدرت نسبتها بـ 29,12% عند الذكور للذين أجابوا بأبداً لتقابلها عند الإناث نسبة 25% للذين أجابوا بأحياناً، في حين بلغت

نسبة 23,43% عند الإناث للذين أجابوا بنادراً لتقابلها عند الذكور نسبة 21,35% للذين أجابوا بأحياناً، أما المرتبة الرابعة بلغت نسبتها 17,47% عند الذكور للذين أجابوا بغالباً لتقابلها عند الإناث نفس الاجابة بنسبة 17,18%، لتأتي المرتبة الأخيرة بنسبة منعدمة لكلى الجنسين للذين أجابوا بدائماً.

والمتمعن في ما ورد في أرقام الجدول يلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لا يعتبرون بأن لوسائل الإعلام التي يتابعون من خلالها المضامين السياسية تأثير في توجهاتهم السياسية حو النشاطات السياسية وقد بلغ عددهم 101 تكرر، وهذه النتيجة تفسر بأن الأساتذة الجامعيين يتابعون المضامين السياسية عبر وسائل الإعلام لكن لا تأثر في توجهاتهم السياسية، وهذا ما حدث في الانتخابات الرئاسية ديسمبر 2019 بحيث كان المواطنون في تلك الفترة لا يولون أهمية لما تنشره أو تبثه وسائل الإعلام خاصة التقليدية بسبب عدم اهتمامها بالحراك الشعبي، واكتفائها بنشر المؤيدين للانتخابات. الجدول رقم 09: يبين إعتقاد العينة إذا كانت الوسيلة الإعلامية التي تتابعها تأثير على مشاركتها السياسية في الانتخابات حسب متغير التخصص والسن

العلوم السياسية والعلاقات الدولية						علوم الإعلام والاتصال						
60 فما فوق		59-40		39-27		60 فما فوق		59-40		39-27		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	06	%08,21	05	%05,81	دائماً
00	%00	01	%01,16	06	%08,21	03	%42,85	04	%05,47	12	%13,95	غالباً
01	%12,50	07	%08,13	10	%13,69	02	%28,57	12	%16,43	10	%11,62	أحياناً
00	%00	12	%13,95	03	%04,10	00	%00	10	%13,69	12	%13,95	نادراً
07	%87,50	66	%76,74	54	%73,97	02	%28,57	41	%56,16	47	%54,65	أبداً
08	%100	86	%100	73	%100	07	%100	73	%100	86	%100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين يعتقدون أن الوسيلة الإعلامية التي يتابعونها أو يستخدمونها لها تأثير في مشاركتهم السياسية في الانتخابات بشكل أبداً والذين تتراوح أعمارهم ما بين 59-40 بلغت نسبتها 56,16%، تليها المرتبة الثانية بنفس الاجابة بنسبة 54,65% والذين تتراوح أعمارهم ما بين 39-27، أما المرتبة الثالثة فقد بلغت نسبتها 42,85% للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق

وأجابوا بغالباً، لتأتي المرتبة الرابعة بنسبة 28,57% للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق وأجابوا بأحياناً ونادراً، في حين نجد المرتبة الخامسة بنسبة 16,43% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 وأجابوا بأحياناً، أما المرتبة السادسة فقد سجلنا نسبة 13,95% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 وأجابوا بغالباً ونادراً، لتأتي المرتبة السابعة بنسبة 13,69% للذين تتراوح ما بين 40-59 واجابوا بأحياناً، تليها المرتبة الثامنة بنسبة 11,62% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 وأجابوا بأحياناً، في حين نجد المرتبة التاسعة بنسبة 08,21% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 وأجابوا بدائماً، تليها نفس الاجابة بنسبة 05,81% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39، أما المرتبة الحادي عشر فقد بلغت نسبتها 05,47% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 وأجابوا بغالباً، لتأتي المرتبة الأخيرة بنسبة منعدمة للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق وكانت اجابتهم في كل من دائماً ونادراً.

أما أساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلنا أعلى نسبة للذين أجابوا بأبداً وتتراوح أعمارهم 60 فما فوق والتي قدرت ب87,50%، تليها المرتبة الثانية بنفس الاجابة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 والتي قدرت نسبتها ب76,74%، لتأتي المرتبة الثالثة أيضاً بنفس الاجابة السابقة بنسبة 73,97% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39، أما المرتبة الرابعة فقد بلغت نسبتها 13,95% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 وأجابوا بنادراً، في حين نجد المرتبة الخامسة قد بلغت نسبتها 13,69% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 وأجابوا بأحياناً، تليها نفس الاجابة للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق بنسبة 12,50%، أما المرتبة السابعة قدرت نسبتها ب08,21% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 وأجابوا بغالباً، لتأتي المرتبة الثامنة بنسبة 08,13% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 40-59 وأجابوا بأحياناً، في حين نجد المرتبة التاسعة بلغت نسبتها 04,10% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 27-39 وأجابوا بنادراً، لتأتي بعدها المرتبة العاشرة بنسبة 01,16% للذين تتراوح ما بين 40-59 وأجابوا بغالباً، أما أخيراً فجاءت بنسبة منعدمة للذين أجابوا بدائماً لكل الأعمار، انعدمت عند غالباً ونادراً للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق.

ومن الجدول أعلاه تستنتج الباحثة أن أغلبية الباحثين باختلاف فئاتهم العمرية تباينت اجاباتهم في ما إذا كانت لوسائل الإعلام التي يتابعونها تأثير على مشاركتهم السياسية في الانتخابات حيث سجلت أعلى نسبة عند أساتذة علوم الإعلام والاتصال عند الفئتين

الأولى والثانية بأبداً أي أن مشاركتهم في الانتخابات لا يعود لوسائل الإعلام ربما لقناعات شخصية أو لأداء واجبهم نحو وطنهم، بينما رفضت جميع الفئات الثلاثة لأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية تدخل وسائل الإعلام في مشاركتهم الانتخابية فهم يدركون جيداً بأن الانتخابات حق وواجب على كل شخص.

الجدول رقم 10: يبين إذا كان للعينة حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فابيسوك، مسنجر، فاير... وغيرها) حسب متغير التخصص والجنس

	علوم الإعلام والاتصال				العلوم السياسية والعلاقات الدولية			
	ذكر		أنثى		ذكر		أنثى	
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
نعم	63	78,75%	68	79,06%	78	75,72%	45	70,31%
لا	17	21,25%	18	20,93%	25	24,27%	19	29,68%
المجموع	80	100%	86	100%	103	100%	64	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تشير معطيات الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين لديهم حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي من جنس الإناث بلغت نسبتهم 79,06% لتقابلها عند الذكور نفس الاجابة بنسبة 78,75%، أما المرتبة الثانية فقد سجلنا عند الذكور نسبة 21,25% للذين أجابوا بلا لتقابلها نفس الإجابة عند الإناث بنسبة 20,93%.

أما فيما يتعلق بأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلنا أعلى نسبة عند الذكور والتي قدرت بـ 75,72% والذين أجابوا بنعم لتقابلها نفس الاجابة عند الإناث بنسبة 70,31%، أما المرتبة الثانية فقد بلغت نسبتها 29,68% عند الإناث والذين أجابوا بلا لتقابلها نفس الاجابة عند الذكور بنسبة 24,27%.

من خلال معاينة نتائج الجدول استنتجنا أن النسب تقاربت عند كلا الأساتذة وكلا الجنسين بحيث أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يملكون حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يؤكد بأن هذا المواقع أنتجت فضاءاً للمستخدمين سواء للتعبير عن آرائهم أو التواصل مع الغير، كما قد يعتبرونها وسيلة للهروب من الواقع الحقيقي إلى فضاء افتراضي جديد، خاصة وأن الأساتذة الجامعيين أصبحوا يتواصلون مع بعضهم البعض أو مع الطلبة أو الإداريين عبر هذه الفضاء الافتراضي، وأن الواقع التكنولوجي فرض عليهم التطلع أكثر عبر استخدامهم لهذه المواقع، كما أننا هناك من يعتبر استخدامه

لهذه المواقع هوية من خلال نشر مواضيع جدية للاستفاد منها سواء في مجال التدريس أو مجال السياسة الذي يهم أكبر عدد من الجمهور خاصة ما شهدته الجزائر مؤخراً. الجدول رقم 11: يبين إذا كان العينة تنشر آرائها السياسية عبر هذه الصفحة في حالة الإجابة بنعم حسب متغير التخصص والسن

العلوم السياسية والعلاقات الدولية						علوم الإعلام والاتصال						
60 فما فوق		59-40		39-27		60 فما فوق		59-40		39-27		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
100%	03	58,62%	34	68,25%	43	100%	04	56,86%	29	60%	45	نعم
00%	00	41,37%	24	31,64%	20	00%	00	43,13%	22	40%	30	لا
100%	03	100%	58	100%	63	100%	04	100%	51	100%	75	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تشير معطيات الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق سجلت نسبة 100% عند الإجابة بنعم، أما المرتبة الثانية جاءت بنفس الجواب بنسبة 60% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 39-27، تليها المرتبة الثالثة بنفس الإجابة أيضاً للذين تتراوح أعمارهم ما بين 39-27 حيث بلغت نسبتها 56,86%، لتأتي المرتبة الرابعة بنسبة 43,13% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 59-40 وأجابوا بلا، تليها نفس الإجابة بنسبة 40% للذين تتراوح أرواحهم ما بين 39-27، أما المرتبة الأخيرة فقد جاءت أيضاً بنفس الإجابة وبنسبة منعدمة للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق.

أما أساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية سجلنا هي الأخرى نسبة 100% للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق والذين أجابوا بنعم، تليها نفس الإجابة بنسبة 68,25% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 39-27، لتأتي المرتبة الثالثة بنفس الإجابة بنسبة 58,62% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 59-40، أما المرتبة الرابعة فقد قدرت بـ 41,37% للذين تتراوح أعمارهم ما بين 59-40 وأجابوا بلا، تليها نفس الإجابة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 39-27 وأجابوا بلا، في حين انعدمت النسبة في المرتبة الأخيرة وبنفس الإجابة السابقة للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق.

نستنتج من خلال معطيات الجدول بأن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم 60 فما فوق وعند كلا الأساتذة هي فئة جد نشيطة في نشر آرائهم عبر حساباتهم الخاصة، ويمكن

تفسير هذا بأن هذه الفئة لديها إطلاع كبير على المضامين السياسية خاصة بعدما حدث في الجزائر لما أراد الرئيس عبد العزيز بوتفليقة الترشح لعهدة خامسة، فمنهم من يقوم بالتوعية عبر هذا الحساب وباعتباره الفضاء الوحيد الذي ينشرون فيه بحرية، ونشر ما لم تستطيع الوسائل التقليدية نشره أو بثه.

الجدول رقم 12: يبين إذا كانت العينة تسجل تفاعل مع ما تنشره من آراء سياسية عبر هذا الحساب حسب متغير التخصص والجنس

	العلوم السياسية والعلاقات الدولية				علوم الإعلام والاتصال			
	أنثى		ذكر		أنثى		ذكر	
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
نعم	25	%92,59	54	%98,18	35	%97,22	40	%100
لا	02	%07,40	01	%01,81	01	%02,77	00	%00
المجموع	27	%100	55	%100	36	%100	40	%100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أساتذة علوم الإعلام من جنس الذكر يسجلون تفاعل مع ما ينشرونه من آراء سياسية عبر حسابهم بنسبة 100% في حين تقابلها نسبة 97,22% عند الإناث، أما الذين كانت اجابتهم بلا فكانوا في المرتبة الثانية حيث سجلنا عند الإناث نسبة 02,77% لتقابلها عند الذكور نسبة منعدمة تماماً. وفيما يتعلق بأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلنا في المرتبة الأولى جنس الذكر وذلك بالنسبة للذين يسجلون تفاعل مع ما ينشرونه من آراء سياسية عبر حسابهم بنسبة قدرت بـ 98,18% لتقابلها عند الإناث نسبة 92,59% أيضاً للذين كانت اجابتهم بنعم، تليها المرتبة الثانية للذين كانت اجابتهم بلا حيث سجلنا عند الاناث نسبة 07,40% لتقابلها عند الذكور نسبة 01,81%.

استنتجت الباحثة من خلال النسب المتحصل عليها أن كلا الأساتذة من الجنسين (ذكور- إناث) يسجلون تفاعل مع ما ينشرونه من آراء سياسية عبر حسابهم الخاص، ويمكن تفسير ذلك إلى أن المواضيع التي ينشرونها عبر حساباتهم تهم أكبر قدر من الجمهور أو حتى الأصدقاء وأيضا ربما تكون مرتبطة بالواقع المعاش، خاصة بعد تدهور الوضع السياسي في البلاد مما أصبحوا ينشرون آرائهم حول الوضع عبر مواقع التواصل

الاجتماعي، ولقد لا حظت هذا عبر العديد من حسابات الأساتذة الجامعيين خاصة أثناء الحراك الشعبي والانتخابات كانوا يقومون بنشر آرائهم وأفكارهم حول الموضوع.

3 الخلاصة:

إن لوسائل الاتصال الاجتماعي دور مهم في حياة امجتمعات والأفراد بصفة عامة وحياة الأساتذة الجامعيين بصفة خاصة وذلك لكون هذه الفئة هي بحاجة دائمة لمعرفة مختلف الأخبار والمعلومات سواء في المجال الاقتصادي أو المجال السياسي الذي أصبح جزء لا يتجزء من حياتهم اليومية، وذلك من خلا مشاركتهم السياسية سواء في الانتخابات من خلال التصويت أو اتخاذ القرارات وإبداء الرأي والتعبير عن أفكارهم وميولاتهم نحو الوضع القائم، خاصة بعد ما حدث في الجزائر يوم 22 فيفري 2019 (الحراك الشعبي) حيث عرف غياب تام لوسائل الاتصال القديمة وعدم تغطيتها لمجريات الأحداث مما جعل من الأساتذة الجامعيين يلجؤون إلى وسائل الاتصال الحديث خاصة الفيسبوك لإسماع صوتهم لطرف الآخر (الحكومة).

-أساتذة علوم الإعلام والاتصال من جنس الذكور يولون إهتمام كبير لوسائل الاتصال الجماهيري، فنسبة كبيرة منهم يتابعون هذه الوسائل بصفة دائمة وذلك بنسبة 50%، وهذا تزامناً مع الأحداث السياسية والاقتصادية الحاصلة في الجزائر مؤخراً.

-أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين يتابعون المضامين السياسية قد احتلت المرتبة الأولى للذين تتراوح أعمارهم 60 فما فوق بنسبة 42,85% عند دائماً، ونفس الشيء عند أساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلنا المرتبة الأولى للذين يتابعون المضامين السياسية وتتراوح أعمارهم ما بين 40-59 عند دائماً.

-أن أساتذة علوم الإعلام والاتصال الذين يرون أن المشاركة السياسية هي التصويت في الانتخابات قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 19,93% عند الإناث، ونفس الشيء عند أساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية فقد سجلت في المرتبة الأولى نسبة قدرت ب16,87% عند الإناث للتصويت في الانتخابات، وذلك بإعتبار أن التصويت حق وواجب وهو أبسط مظاهر المشاركة السياسية.

-كلا الأساتذة من جنس الذكور والاناث سجلوا أعلى نسب في مشاركتهم في المجال السياسي، ويفسر ذلك بأن الأساتذة الجامعيين أولوا أهمية للحراك الشعبي وللمظاهرات السلمية التي خرج ملايين الشعب فيها للمطالبة بتغيير النظام وغيرها من المطالب، وقد خرجت الدراسة بعدة نتائج نذكر منها:

_إن أساتذة علوم الإعلام والاتصال عند الفئة العمرية 60 فما فوق وأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية عند الفئة العمرية 40-59 يرون بأن الوسائل الاتصال الجماهيري التي يتابعون من خلالها البرامج السياسية غالباً ما تتمتع بالمصداقية، فمثلا وسائل الإعلام التقليدية لم تولي اهتمام للحراك الشعبي وكان هناك نوع من التعقيم لما يجري في الساحة السياسية ماعدا مواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفيسبوك الذي اهتم بموضوع الحراك.

-أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لا يعتبرون بأن لوسائل الاتصال الجماهيري التي يتابعون من خلالها المضامين السياسية تأثير في توجهاتهم السياسية حول النشاطات السياسية وقد بلغ عددهم 101 تكرر.

-أن أغلبية المبحوثين باختلاف فئاتهم العمرية تباينت اجباتهم في ما إذا كانت لوسائل الاتصال الجماهيري التي يتابعونها تأثير على مشاركتهم السياسية في الانتخابات حيث سجلت أعلى نسبة عند أساتذة علوم الإعلام والاتصال عند الفئتين الأولى والثانية بأبداً أي أن مشاركتهم في الانتخابات لا يعود لوسائل الاتصال الجماهيري، بينما رفضت جميع الفئات الثلاثة لأساتذة العلوم السياسية والعلاقات الدولية تدخل وسائل الاتصال الجماهيري في مشاركتهم في الانتخابات، وذلك لكون عدم تمتعها بالشفافية والمصداقية.

-أن النسب تقاربت عند كلا الأساتذة وكلا الجنسين بحيث أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يملكون حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يؤكد بأن هذا المواقع أنتجت فضاءاً للمستخدمين سواء للتعبير عن آرائهم أو التواصل مع الغير.

-أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم 60 فما فوق وعند كلا الأساتذة هي فئة جد نشيطة في نشر آرائهم عبر حساباتهم الخاصة، وذلك من أجل إبداء الرأي والتعبير عن أفكارهم خاصة في ظل غياب الوسائل التقليدية.

4 المراجع:

- رحيمة الطيب عيساني، (2008) ، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، عمان، جدار للكتاب العالمي، ص97،98.
- محمود عزت اللحام، مروى عصام صلاح، (2014)، الصحافة بين الواقع والطموح، عمان، دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، ص33-34.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، (2012)، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، عمان، دار المسيرة، ص57.
- فاروق أبو زيد، (1987)، مدخل إلى علم الصحافة، القاهرة، عالم الكتب، ص39.
- فاروق أبو زيد، نفس المرجع، ص66.
- إبراهيم عبد الله مسلمي، (2005)، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، القاهرة: دار الفكر العربي، ص205.
- محمد صاحب السلطان، (2012)، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، القاهرة، دار المسيرة، 2012، ص41.
- محمد صاحب السلطان، نفس المرجع، ص 41، 42.
- عبد الله زلطة، (2009)، نشأة وتطور وسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ص31.
- عبد الله زلطة، نفس المرجع، ص267.
- فضيل محمد أبو عيشة، (2011)، الدعاية والإعلام، الأردن، دار أسامة، ص68.
- سامية بادي، (2005)، المرأة والمشاركة السياسية السياسية، التصويت، العمل الحزبي، العمل النيابي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري قسنطينة (الجزائر)، ص26.
- عبد العزيز ابراهيم عيسى، محمد محمد جاب الله عمارة، (2004)، السياسة بين النمذجة والمحاكاة، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص181.
- ناصر الشيخ علي، (2010)، دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين، فلسطين، المركز الفلسطيني للدراسات وحوار الحضارات، ص33.
- طارق محمد عبد الوهاب، (2000)، سيكولوجية المشاركة السياسية مع دراسة في علم النفس السياسي في البيئة العربية، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر، ص20.
- عامر مصباح، (2008)، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، (ب، ط)، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص11.
- سامية بادي، مرجع سبق ذكره ص26.