مجلة العلوم القانونية والسياسية

اسم المقال: فاعلية وسائط الإعلام في التثقيف السياسي للناخبين
اسم الكاتب: د. محمد خليفة صديق
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/1112
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 17:04 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة العلوم القانونية والسياسية جامعة ديالى ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

فاعلية وسائط الإعلام
في التثقيف السياسي للناخبين

Effectiveness of Media
In Political Education for Voters

الكلمة المفتاحية : **وسائط الإعلام، التثقيف السياسي، الناخبين.**

Keywords: The Media, Political Education, Voters.

د. محمد خليفة صديق

كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة إفريقيا العالمية

الخرطوم - السودان

Dr. Mohammed Khalifa Siddiq
Faculty of Economics and Political Science - International University of Africa
Khartoum, Sudan
E-mail: elshiqi@gmail.com

ملخص البحث

من المعلوم الادوار الكبيرة التي تقوم بها وسائط الإعلام في المجالات كافة، خاصة وسائط الإعلام الجديدة، حيث تضطلع هذه الوسائط بدور كبير وغير منكور تعميق الوعي الاجتماعي والسياسي للجماهير بمختلف مستوياتهم، بجانب دورها الملموس في التثقيف السياسي للناخبين وتوعيتهم بمجريات وتفاعيل العملية الانتخابية.

يناقش هذا البحث مفهوم الفاعلية، وهو يعني في البحث عملية مستمرة ومتفاعلة تهدف الى توجيه الجهود الفردية والجماعية نحو تحقيق أهداف مشتركة باستخدام الموارد المتاحة بأعلى درجة من الفاعلية، كما يناقش تعريفات التثقيف السياسي والانتخابات والناخبين.

ومن ثم يناقش البحث فاعلية وسائط الإعلام التقليدية والجديدة في تحقيق أهداف متعددة على كل المستويات خصوصاً المستوى السياسي والاجتماعي، بجانب استجلاء وتحديد دور ومهمة الإعلام بوسائطه المختلفة في عملية التثقيف السياسي للمواطنين، وفي العملية الانتخابية بمراحلها المتعددة كافة، وإلى ما بعد إعلان نتائجها، وضمان بروزها كعملية سلمية نزيهة وحرة ومقبولة محلياً وعالمياً.

المقدمـــــة

من المعلوم الادوار الكبيرة التي تقوم بها وسائط الإعلام في المجالات كافة، خاصة وسائط الإعلام الجديدة، حيث تضطلع هذه الوسائط بدور كبير وغير منكور في تعميق الوعي الاجتماعي والسياسي للجماهير بمختلف مستوياتهم، بجانب دورها الملموس في التثقيف السياسي للناخبين وتوعيتهم بمجريات وتفاعيل العملية الانتخابية.

ولوسائل الإعلام تأثير كبير في المجال السياسي ودور متعاظم في هذا الحقل الإنساني المهم والمؤثر، ويرجع ذلك لما تتمتع به هذه الوسائل من قدرات عالية في نقل وتفسير وتحليل الرسائل الاتصالية المكونة من معلومات، وأفكار، ومواقف، ورموز، وغيرها بصورة تجعل تأثيرها في الجمهور المتلقي أمراً ممكناً ويسيراً[١].

وارتباط الإعلام بالسياسة ودوره في المجال السياسي ليس وليد هذا العصر، بل يعود إلى عصور موغلة وبعيدة في القِدَم؛ ففي عصور قديمة تم استخدام ادوات الإعلام والاتصال الخاصة والمتاحة في تلك العصور للتأثير على الرأي العام وبث نوع من الثقافة السياسية؛ لإحداث التغيير الذي يقصده فاعل ذلك الإعلام وهو السلطة الحاكمة أو المهيمنة، ولا يزال الساسة والقادة يدعمون كل ابتكار يساعدهم على الاتصال بالجماهير بشكل مباشر، ويساعدهم في التأثير عليهم، ورغم قِدم الظاهرة لكن بشكل عام يمكننا القول إن الإعلام السياسي كحقل أكاديمي في العلوم الإعلامية يُعد ظاهرة حديثة.

يناقش هذا البحث مفهوم فاعلية وسائل الإعلام، وهو يعني في البحث عملية مستمرة ومتفاعلة تهدف الى توجيه الجهود الفردية والجماعية نحو تحقيق أهداف مشتركة باستخدام الموارد المتاحة بأعلى درجة من الفاعلية، كما يناقش تعريفات التثقيف السياسي والانتخابات والناخبين، ومن ثم يناقش البحث نشاط وسائط الإعلام التقليدية والجديدة في تحقيق أهداف متعددة على كل المستويات خصوصاً المستوى السياسي والاجتماعي، بجانب استجلاء وتحديد دور ومهمة الإعلام بوسائطه المختلفة في عملية التثقيف السياسي للمواطنين، وفي

العملية الانتخابية بمراحلها المتعددة كافة، وإلى ما بعد إعلان نتائجها، وضمان بروزها كعملية سلمية نزيهة وحرة ومقبولة محلياً وعالمياً.

التثقيف السياسي ووسائل الإعلام.. أي علاقة؟:

من خلال تلمس فاعلية وسائط الإعلام التقليدية والجديدة في تحقيق أهداف متعددة على كل المستويات خصوصاً المستوى السياسي والاجتماعي، تبرز مجموعة أنشطة يمكن أن تضطلع بها وسائط الإعلام بأنواعها، وتسهم بقوة في النشاط السياسي العام، والنشاط السياسي وثيق الصلة بالانتخابات، ومن ذلك ما يلي:

١. التثقيف السياسي:

التثقيف السياسي هو عملية تستهدف تعليم الأفراد والجماعات مبادئ وأسس السياسة؛ بغرض تحقيق ثقافة سياسية مرجوة[٢]. ويتعرض الفرد لهذا التثقيف منذ الصِغر ويتبعه في مراحل نموه؛ لرفع الوعي وتوجيه السلوك، وليتكيف مع الأحداث والوقائع المعاصرة والجارية دون إهمال لعنصر التاريخ، والذي يشكل أساساً متيناً له، كما هو الحال في العلوم الاجتماعية، وفيه يتم تدريس الفرد بشتى طرق التدريس كالمحاضرات، والندوات، والصحف، والنشرات، والمناقشة، والتفسير، وتحليل الأحداث، والكتب، بشرط أن تكون الأخيرة غير متعمقة في الجانب السياسي، بل تطرح أفكارها بأسلوب بسيط، بما يجعلها أقرب إلى الكتيبات أو الرسائل الخفيفة.

كذلك يعني التثقيف السياسي تزويد الأفراد بالوعي في شتى المعارف، والمجالات، والميادين، والمفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية التي يحتاجها الفرد في إطار بناء شخصيته السياسية وحركته السياسية في المجتمع؛ فالتثقيف السياسي عملية تستهدف تعليم الأفراد والجماعات مبادئ وأسس السياسة؛ بغرض تحقيق ثقافة سياسية مرجوة، حيث يلعب الاتصال ووسائط الإعلام أدواراً محورية في مجال التثقيف بالشأن السياسي وتبسيط مفاهيمه لعامة

الشباب وغيرهم من المواطنين والمهتمين بالشأن السياسي، كما يسهم في دعم مشاركة المواطنين في العملية الانتخابية والنيابية، وتحفيز من يرغب على المشاركة في الانتخابات والتصويت بكافة مراحله، والتعريف بإجراءات السجل الانتخابي والحصول على البطاقة الانتخابية، وتقديم الطعون وتسهيل عملية التصويت والاقتراع وغيرها من الأمور.

التثقيف السياسي يجب أن يلتزم بالنظر للقيم كأمر مسلم به، فالثقافة السياسية هي نتيجة مباشرة للقيم المجتمعية، وهي إرث متداول من جيل إلى جيل، كل منهما يضفي عليها أنفاسه ويضع بصماته مع بقاء الأصل(٣).

أما أبرز مجالات التثقيف السياسي، فهي التثقيف السياسي العام بمفاهيم السياسة السائدة مثل الديموقراطية، والتداول السلمي للسلطة، وطبيعة النظام السياسي وغيرها، ومجاله هو التثقيف الانتخابي والنيابي، وثقافة التصويت، والاقتراع، بجانب مجال التنظيم السياسي، أي الحزب السياسي في صيغته الأكثر حداثة، والذي تنتمي إليه فئات متعددة حتماً لا تمتلك من الخبرات والمعارف السياسية المطلوبة للعاملين في المجال السياسي، وكل الأحزاب السياسية التي تمتلك قاعدة واسعة للعضوية، تحتاج لتوفير التثقيف السياسي لمؤيديها، وهو عمل له أيضا نفعه السياسي لرفع مستوى الثقافة السياسية، خاصة للأطر القيادية والوسيطة والدنيا، بجانب المتعاطفين مع الحزب، والجمهور العام.

إن موضوع التثقيف السياسي يتضمن كذلك الثقافة السياسية باعتبارها أحد جوانب ثقافة العصر المهمة، وهي جزء من الثقافة بمفهومها العام؛ يكتسب من خلالها الأفراد المعلومات والمعارف السياسية المتعلقة بمجتمعهم، حيث يتم تعويدهم على الممارسات الديمقراطية والمشاركة والفاعلية(٤).

يتبلور الوعي السياسي الناتج عن التثقيف السياسي وفق ديناميكية خاصة تتضافر فيها عوامل مختلفة، ويُبنى الوعي السياسي على تراكم التصورات والآراء والمفاهيم المكتسبة للفرد من قبل، ويساهم الاتصال بشتى وسائطه، في تثبيت البعض منها وتطوير البعض الأخر، وتصنيف أفكار وآراء جديدة من أجل دعم الوعي الاجتماعي بما فيه السياسي؛ ليؤثر بفعالية

في الوجود الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعارف والمفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية التي يحتاجونها لبناء شخصياتهم السياسية، وتنشيط حركة السياسة، والفكر في المجتمع.

تضطلع وسائل الإعلام في هذا الصدد بأدوارٍ محورية في مجال التثقيف بالشأن السياسي وتبسيط مفاهيمه لعامة المواطنين، خصوصاً للشباب والسياسيين الجدد والمهتمين بالشأن السياسي، كما يسهم في دعم مشاركة الشباب في العملية الانتخابية والنيابية من خلال زيادة عدد من مرشحي الأحزاب من الشباب في الانتخابات العامة والمحلية، وتحفيز كل من يرغب من المواطنين في المشاركة في الانتخابات والتصويب بكافة مراحله، وتسهيل إجراءات الحصول على البطاقة الانتخابية، وتسهيل عملية التصويت والاقتراع وغيرها من الأمور.

كذلك تسهم هذ الوسائل الاتصالية في تنمية الثقافة السياسية للشباب وتعميقها، وإنهاء حالة اللامبالاة السياسية التي تجتال كثيراً من الشباب المثقف في العالم العربي، عن طريق تشكيل وعي وطني يسهم في تكثيف وتوسيع وتنويع برامج التثقيف السياسي، بمشاركة المتخصصين المعنيين، وأصحاب الرؤى السياسية والفكرية.

برغم الدور الكبير لوسائط الإعلام في التثقيف السياسي يظل دور المؤسسات الدينية والتعليمية والأسرة هو الأكثر أهمية، خاصة في المجتمعات التقليدية مثل مجتمعاتنا العربية، فالتنشئة الأولى للطفل في نطاق الأسرة تلعب دوراً مهماً في غرس قيم وأحاسيس نفسية وأخلاقية، تلعب فيما بعد دوراً مقدراً في تحديد سلوكه السياسي، بل يمكن القول إن نتيجة التنشئة السياسية في آخر المطاف تعتمد على مدى التوافق بين ما يتلقنه الطفل في المنزل وبين ما يراه أو يسمعه بواسطة وسائل التنشئة الأخرى(٥).

من أوائل من استشعر أهمية الإعلام عموماً والصحافة خصوصاً في التثقيف السياسي نابليون بونابرت، حيث قال قولته المشهورة في تكريم صحيفة مونتيسور الفرنسية:" لقد جعلت من مونتيسور قلب حكومتي وقوتها، وكذلك وسيطي لدى الرأي العام في الداخل والخارج معاً(٦).

٢. التثقيف الانتخابي:

التثقيف الانتخابي هو نشاط وثيق الصلة بالتثقيف السياسي، ويشمل جوانب عديدة ذات صلة بالانتخابات مثل التعريف بقانون الانتخابات وبنوده ومواده وتفاصيل العملية الانتخابية، وتوعية المواطنين بمراحل الانتخابات وسيرها، وفترة الحملة الانتخابية، واللوائح الخاصة بالتغطية الإعلامية واللقاءات الجماهيرية، ومعلومات عن الجهة المسؤولة عن مساءلة الأحزاب أو وسائل الإعلام التي تخرق القوانين الانتخابية(٧).

ترتكز عملية التثقيف والتوعية الانتخابية على التعريف بمراحل العملية الانتخابية، وتزويد الناخبين بالمعلومات اللازمة للمشاركة في مرحلة تسجيل الناخبين، وذلك لبناء سجل انتخابي ذي مصداقية في الطريق إلى مرحلة الاقتراع لإنجاح الانتخابات، وتعريف الناخب بكيفية الاقتراع بطريقة صحيحة وفعالة تضمن صحة التصويت وعدم تلف البطاقة، وتوعية الناخب بأهمية قبول نتائج الانتخابات بصدرٍ رحب، وعدم اللجوء لأي وسائل عنيفة لرفض الانتخابات.

تثقيف وتوعية الناخبين هي جهود ترمي لتزويد الناخبين المحتملين بالمعلومات الضرورية التي تمكنهم من الممارسة السياسية الواعية في صناديق الاقتراع. والوعي الاجتماعي والسياسي يؤثر بفعالية في الوجود الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعارف والمفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية التي يحتاجها الفرد لبناء شخصيته السياسية وحركة السياسة في المجتمع، خاصة في مواسم الانتخابات وارتفاع درجات النشاط والفعل السياسي بشتى أنواعه.

يلاحظ في الديمقراطيات الراسخة التي تتمتَّع بتقاليد انتخابات دورية، أن هناك اختلافات كبيرة في منظوراتها تجاه توعية الناخبين. حيث تحظى كل من أستراليا وكندا مثلاً ببرامج ضخمة لتوعية الناخبين قائمة منذ وقت طويل، ولا تجري فقط خلال وقت الانتخابات، بل على مدار العام، وفي بعض البلدان الأوروبية، يتم تقديم أنشطة توعية الناخبين من قبل منظمات المجتمع المدني، وفي الولايات المتحدة تقوم بمَهَمَّة توعية الناخبين وتعبئتهم

مجموعة متنوعة من الوحدات تضم السلطات الانتخابية على مستوى الدولة، والمنافذ الإعلامية، منظمات المجتمع المدني، وجماعات الضغط، والاتحادات والرابطات المهنية، والأحزاب السياسية. ويمكن النظر إلى بعض هذه التنظيمات على أنها منظمات سياسية أو منظمات دفاع، ولكنها تتمتَّع بتاريخ مشرّف فيما يتعلَّق بتسجيل وتوعية الناخبين و"استخراج الصوت"(٨).

إن التثقيف الانتخابي عمل كبير ومتشعب، يبدأ من فترة ما قبل الانتخابات، فهذه الفترة هي فترة الترتيب والاستعدادات والتجهيز اللوجستي للعملية الانتخابية، وتشمل خمس مراحل رئيسية؛ الإطار القانوني، التخطيط للتنفيذ، التدريب والتأهيل ورفع القدرات، التسجيل، والحملات الانتخابية، ويتم خلال تلك المراحل وضع النظام القانوني المُنظِّم لمجريات العملية الانتخابية، وذلك من خلال الدساتير والقوانين واللوائح والقرارات، وبيان الآليات التنظيمية لعمل الإدارة الانتخابية وتأهيل ورفع قدرات منسوبيها، والانتهاء من تسجيل الناخبين والمرشحين، كما يتم تنفيذ برامج لنصيحة وتوعية وتثقيف الجمهور في كل مراحل الانتخابات من تسجيل وترشيح وتصويت واقتراع وفرز أصوات، وتثقيف الناخبين وإرشادهم للتعامل مع أعمال يوم التصويت وكيفية ملء بطاقات الاقتراع.

يعتمد التثقيف السياسي الانتخابي على كل ما هو متاح من وسائط للاتصال بدءاً من الاتصال الفردي المباشر، مروراً بالوسائط المقروءة بشتى أنواعها، والوسائط المسموعة والمرئية، وصولاً للإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات التراسل الفوري وغيرها، وتقوم هذه الوسائط بدور حيوي ومهم في تبصير المواطنين بأهمية الانتخابات، وفى ضرورة مشاركة المواطنين في بث الوعي وتكثيف الإرشادات فيما يتعلق بمراحل الانتخابات المختلفة، كما أنها تُعِلم وتُبلِغ الجمهور بما يعد به السياسيون، وفى نفس الوقت تُبلِغ السياسيين بما يريده المواطنون أو بما لا يريدونه. ويختلف تأثير كل وسيط من هذه الوسائط باختلاف المجتمع وثقافته ومدى تفاعله مع تلك الوسائط، واستعداده للتأثر بها وتفضيلها في تلقي المعرفة.

إن التثقيف الانتخابي تقوم مؤسسات عديدة بجانب وسائل الإعلام، مثل منظمات المجتمع المدني، ومؤسسات التوعية العامة، ومفوضية الانتخابات، والأحزاب السياسية التي لها دور كبير أيضاً في المشاركة في بث الوعي لناخبيها حول الانتخابات والدعوة إلى الحكم الراشد، كما أن الأحزاب يرجى منها القيام بأنشطة تحسيسية ليتسنى لمنسوبيها التوجه إلى مراكز الاقتراع للإدلاء بأصواتهم يوم الاقتراع(٩).

يرمي الاتصال الأساسي الموجه للناخبين إلى تمليك المعلومات الأساسية التي تُمكِّن المواطنين المؤهَّلين من التصويت، بما في ذلك تاريخ، ووقت، ومكان التصويت، ونوع الانتخابات، وإثبات الهوية اللازم لتحقيق الأهلية، ومُتطلَّبَات التسجيل، وآليات التصويت، ودور وحقوق ومسؤوليات الناخبين، وتُعتبَر السلطات الانتخابية مطالبة عادة بتوفير مثل هذا النوع من الاتصال، إلا أن المتنافسين في الانتخابات ومنظمات المجتمع المدني لهم أن يقوموا بذلك أيضاً(١٠).

إن تثقيف الناخبين من المهمات الضرورية لإنجاح العملية الانتخابية وحمل الناخبين للمشاركة في عملية الاقتراع التي تسفر عن تشكيل البرلمان أو الحكومة، فكلما كانت المشاركة اوسع، كان البرلمان أو الحكومة أكثر تمثيلاً وتأييداً؛ بل وقوةً من أجل القيام بالمهمات المطلوبة، وتحتاج عملية تثقيف الناخبين لقدر كبير من الإبداع وتشجيع المبادرات والأفكار الجديدة؛ فعملية التثقيف عملية مستمرة ومتطورة وتتماشى مع واقع المجتمع وطبيعته.

يحتاج النشاط الاتصالي للتثقيف الانتخابي وتوعية المواطنين كذلك لتوفير التمويل والإدارة الحصيفة لتوعية الناخبين توعية موضوعية بأسباب أهمية التصويت وكيفيته وغير ذلك، ويتبع ذلك بث لكتابات ونشرات ومطبقات على نطاق واسع لتثقيف الناخبين، وينبغي نشر هذه المطبوعات بشتى اللغات واللهجات الوطنية للمساعدة على ضمان المشاركة الفعالة من جميع الناخبين المؤهلين، وينبغي أن تشجع توعية الناخبين على مشاركة الجميع، بمن فيهم أفراد الجماعات الإثنية والمرأة، وينبغي استخدام طرق الوسائط المتعددة لتوفير توعية فعالة

للمواطنين على مختلف مستوياتهم من القدرة على القراءة والكتابة، وينبغي أن تمتد حملات توعية الناخبين في جميع أرجاء إقليم البلد، بما في ذلك المناطق الريفية والنائية(١١).

والتثقيف الانتخابي يشمل كذلك جوانب عديدة ذات صلة بالانتخابات مثل التعريف بقانون الانتخابات وبنوده ومواده وتفاصيل العملية الانتخابية، وتوعية المواطنين بمراحل الانتخابات وسيرها، وفترة الحملة الانتخابية، واللوائح الخاصة بالتغطية الإعلامية واللقاءات الجماهيرية، ومعلومات عن الجهة المسؤولة عن مساءلة الأحزاب أو وسائل الإعلام التي تخرق القوانين الانتخابية(١٢).

ترتكز عملية التثقيف والتوعية الانتخابية على التعريف بمراحل العملية الانتخابية، وتزويد الناخبين بالمعلومات اللازمة للمشاركة في مرحلة تسجيل الناخبين، وذلك لبناء سجل انتخابي ذي مصداقية في الطريق إلى مرحلة الاقتراع لإنجاح الانتخابات، وتعريف الناخب بكيفية الاقتراع بطريقة صحيحة وفعالة تضمن صحة التصويت وعدم تلف البطاقة، وتوعية الناخب بأهمية قبول نتائج الانتخابات بصدرٍ رحب، وعدم اللجوء لأي وسائل عنيفة لرفض الانتخابات.

التثقيف والتأثير السياسي لتكنولوجيا الإعلام الجديد:

رغم الاستخدام الواسع جداً والمتشابك للإعلام الجديد من قبل مستخدميه المتنوعين، فإنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين بشأن طبيعة تأثيراته السياسية، حيث تذهب طائفة من الباحثين إلى القول إن الإعلام الجديد لا يستطيع إحداث تغيير سياسي سواء في الحكومات أم أنظمة الحكم، وهم يشككون في فاعلية الإعلام الاجتماعي بوصفه وسيلة فعالة للتغيير السياسي، لأنه لا يخلق أكثر من "روابط ضعيفة بين المستخدمين"؛ والروابط الضعيفة نادراً ما تقود إلى نشاط عالي المخاطر؛ فضلاً عن أن التاريخ الحديث يُظهر أن الثورات العالمية الكبرى كانت سابقة للإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، وفي أواخر

ثمانينيات القرن العشرين نجح التغيير السياسي في أوروبا الشرقية رغم غياب الإعلام الاجتماعي؛ وحديثاً جداً أيضاً نجح التغيير السياسي في اليمن رغم انخفاض درجة انتشار الإنترنت(١٣). ولكن مع أن هذا الرأي لا يخلو من وجاهة، فإن الإعلام الاجتماعي يظل مهماً بسبب حجم وسرعة التواصل الذي يسمح به بين الجماعات المختلفة، مما يجعله أداة فعالة للتعبئة والتنسيق بين الناشطين، فضلاً عن قدرته على تمكين الأفراد والجماعات من تشكيل شبكات اجتماعية منظمة بشأن قضايا معينة، ومن التواصل عبر المنصات الاجتماعية المختلفة.

بيد أن طائفة أخرى من الباحثين ممن يطلق عليهم «متفائلو التكنولوجيا» تحاجج بأن الإعلام الاجتماعي قادر على إحداث التغيير السياسي ومواجهة الرقابة الحكومية. ويعتقد أصحاب هذه الرؤية أن الثورة الخضراء في إيران التي أعقبت الانتخابات الرئاسية في يونيو ٢٠٠٩م مثلت أول نقطة تحول تاريخية أثبتت قدرة التكنولوجيا الحديثة على مواجهة الرقابة الحكومية. فقد أدى موقع الشبكة الاجتماعية (تويتر) – وفقا لهذه الرؤية – دوراً رئيساً في الاحتجاجات التي اجتاحت بعض الدول، مما حدا بالبعض إلى الترويج لمصطلح "ثورة (تويتر)" الذي سكه الباحث البيلاروسي في مجال تأثيرات التقنية الرقمية "يفغيني مروزوف" بعد ثورة مولدوفيا ٢٠٠٩م. وقد انعكست تلك الرؤية المتفائلة للتأثير السياسي للإعلام الجديد على مقاربة السياسة الخارجية الأميركية لقضية حرية الإنترنت؛ ففي ٢١ يناير ٢٠١٠م أعلنت وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة هيلاري كلينتون رفع حرية الإنترنت إلى مستوى محوري في صلب السياسة الخارجية للإدارة الأمريكية. وقبل ذلك أعلنت الوزيرة كلينتون مبادرة «المجتمع المدني ٢.٠» التي تهدف إلى مساعدة المنظمات الشعبية في الخارج على استخدام وسائل الإعلام الجديدة(١٤).

يجمل أصحاب هذه الرؤية التي ترى أن هناك تأثيرات ملموسة لتكنولوجيا الإعلام الجديد في الشأن السياسي، رؤيتهم في الآتي(١٥):

أولاً: ورد في مقررات عدد من اتفاقيات الاتصالات الجديدة تأثيرها على ممارسة السياسة من خلال الإنترنت وغيره من الوسائط، ومدى تأثير الطبيعة المفتوحة للإنترنت على الثقافة السياسية، ووجود علاقة ارتباطية بين مستوى المعرفة للمشارك، وقدرته على تقديم المعلومات وتوظيفها وترويجها، وكيف أن هذا يؤثر على النظم الديمقراطية. بجانب كيفية استخدام عدد من المواطنين للإنترنت في مناقشة السياسة، وشكل تفاعل الناس مع بعضهم البعض في وقت المناقشة السياسية، مثل وقت بث النشرات، أو المناقشة من خلال البريد الإلكتروني، أو من خلال شبكة الإنترنت، حيث تتيح الإمكانات الفنية لشبكة الإنترنت عقد مؤتمر يشارك فيه المهتمون بوضع معين، ويتناقشون معاً حول مختلف جوانب هذا الموضوع، وكل منهم في مكانه جالس أمام حاسبه الشخصي، ويطلق على هذه المؤتمرات اصطلاح المؤتمر الإلكتروني (*Electronic Conference*).

ثانياً: بعض الدراسات الكمية أشارت لاتساع استخدام الإنترنت سياسياً، ليس فقط بواسطة المواطن العادي، ولكن بواسطة جماعات المصالح حول العالم، ورغم أن هذه الدراسات في بدايتها ولا تزال دراسات محلاً للاختبار، فهي تشير إلى أن النسبة الأكبر من المهتمين بالسياسة من مستعملي الإنترنت هم من الذكور والأكثر تعلماً والأكثر ليبرالية من المجتمع ككل.

في مستوى أدنى من التحليل، تذهب مجموعة من الباحثين في مجال الاتصال الرقمي السياسي إلى أن السنوات العشر الماضية شهدت تغيراً تحولياً في سمات الاتصال السياسي في المحيط السياسي المغلق، فقد أدت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات إلى تحول جوهري في العلاقة بين الدولة والرأي العام، حيث أضعف الإعلام الرقمي قدرة الدولة في المجتمعات المغلقة سياسياً على تحديد أجندة الرأي العام، وتأطير تلك الأجندة في سياق معين.

وقد شهد ميزان القوى بين الإعلام التقليدي الحكومي والإعلام الرقمي في مجال تحديد التفضيلات السياسية للمواطنين وتقديم المعلومات التفسيرية لتلك التفضيلات تغيراً ملحوظاً لمصلحة الإعلام الرقمي؛ فرغم لجوء كثير من الدول في المجتمعات المغلقة سياسياً

إلى ابتكار أغلال للإعلام الرقمي عبر استخدام وسائل أدوات قانونية وتقنية مقيدة، فإن هذا النوع من الإعلام قد حرر الخطاب العام، وقلل تكلفة وصول المواطن للمعلومات السياسية وتبادلها مع الآخرين عبر خلق منصات مفتوحة مثل «تويتر» و«يوتيوب» للتعبير عن آرائه ومواقفه في قضايا الشأن العام، مما أضعف قدرة الدول على التحكم في تدفق المعلومات للرأي العام، الأمر الذي أدى بدوره إلى تآكل قدرة الدولة على صياغة الخطاب العام، خاصة بين من يطلق عليهم «مواطنو النت» الذين يطالبون بمزيد من الشفافية والمساءلة و«يختارون» المعلومات السياسية التي «يتعرضون» لها من الإنترنت ويتجنبون وسائل الإعلام التقليدية الحكومية، وتبدو أهمية هذا الواقع الجديد المتمثل في قدرة الاتصال الرقمي على التأثير في أجندة الرأي العام أكثر وضوحاً في ضوء النمو الأسي في أعداد مستخدمي الإعلام الاجتماعي(١٦).

لذا يمكن القول إن الإعلام الاجتماعي لا يستطيع إحداث التغيير السياسي في العالم العربي خصوصاً إلا إذا توفرت الظروف السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتقنية الملائمة، فوسائل الإعلام الاجتماعية لديها قدرة كامنة على إحداث التغيير، لكن تحول تلك القدرة من حالة الكمون إلى حالة النشاط يرتبط بالسياق الذي تتحرك فيه، وبعبارة أخرى، تختلف قدرة الإعلام الاجتماعي على التغيير من بلد لآخر باختلاف ظروف كل بلد؛ فاستخدام أدوات الإعلام الاجتماعي لا يفضي بالضرورة إلى نتيجة واحدة في كل مكان، وإن كان يستخدم في كل الأحوال من قبل الناشطين للتعبئة والتوثيق ولتنسيق السلوك السياسي. كما أدى الإعلام الرقمي إلى خلق واقع جديد يتمثل في تمكين الرأي العام العربي، وفي مطالبة «مواطني النت» بمزيد من الشفافية والمساءلة، مما يستدعي من الحكومات العربية التكيف مع هذا الواقع الجديد. وأخيرا ضعفت قدرة الدولة في العالم العربي في التأثير على أجندة الرأي العام لمصلحة الإعلام الرقمي(١٧).

يمكن القول إن تقنية وسائط الإعلام الجديد المعاصرة تعالج الآن العديد من القضايا المهمة والجديدة مثل: بناء المجتمعات السياسية في الفضاء الإلكتروني، الإنترنت كأداة

للديمقراطية العالمية، والديمقراطية والبنية الأساسية للاتصالات، الرسائل المضادة للحكومة والديمقراطية على الإنترنت، المناقشات السياسية الفورية وآثارها، جماعات المصالح المختلفة على شبكة الانترنت، والانترنت ومستقبل الاتصال السياسي.

الخاتمـــــة

سعى هذا البحث للتعرف بدقة على طبيعة دور وسائط الإعلام المختلفة سلباً وإيجاباً في التثقيف السياسي عموماً وفي العملية الانتخابية خصوصاً؛ وتأثير ومدى عمق دور وسائط الاتصال والاعلام في العملية الانتخابية من مرحلة التثقيف والتوجيه الانتخابي، مرورا بمراحل السجل الانتخابي وادارة الحملة الانتخابية والرقابة والاقتراع وفرز الاصوات، والتأثير في حجم الممارسة الإنتخابية، ودوره كذلك في مرحلة ما بعد الانتخابات، وهي المرحلة التي تظهر فيها ثمرة الجهد الايجابي لوسائط الإعلام في قبول الجميع لنتائج الانتخابات وعدم الانزلاق في العنف الانتخابي وتوابعه.

خلص البحث إلى مجموعة من النتائج تتفق في الدور الكبير والملموس للإعلام ووسائطه في التثقيف السياسي، ومجمل الشأن السياسي، وفي العملية الانتخابية بمراحلها المختلفة كافة، ومن أبرز تلك النتائج أن هناك دوراً تثقيفياً وتوعوياً وإرشادياً كبيراً وملموساً للإعلام ووسائطه في مراحل العملية الانتخابية كافة، سيما مرحلتي السجل الانتخابي والحملة الانتخابية.

كما اتضح من البحث أن هناك عوامل أساسية تعيق تعمق الثقافة السياسية والانتخابية في المجتمع العربي، منها موسمية التثقيف الانتخابي وربطه بزمن الانتخابات، وضعف الثقافة السياسية للأحزاب، ونقص الوعي السياسي، وتفشي الأمية سيما في مناطق الريف البعيد والأطراف.

الهـــوامـــش

(١) كوني مولاري، الإعلام السياسي،(الخرطوم: مركز دراسات الشرق الأوسط وإفريقيا، ٢٠٠٤م) ، ص ٦٠.

(٢) سعود العامري، التثقيف السياسي، مادة منشورة على مدونة عمانة، بتاريخ: ٩ فبراير ٢٠١٠م، على الرابط : *http://omanh.blogspot.com*.

(٣) سناء حمد العوض، تراتبية القيم– أثر الثقافة على السياسة الخارجية للولايات المتحدة (الخرطوم: هيئة الأعمال الفكرية،٢٠٠٥م) ، ص ٢٤.

(٤) إلهام عبد الحميد، التنشئة السياسية في العملية التربوية (القاهرة : مركز المحروسة للنشر، ٢٠٠٤م)، ص ٨٠.

(٥) إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي (عمان: دار الشروق، ١٩٩٨م)، ص٢١٤.

(٦) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام البرلماني والسياسي (عمان: دار أسامة، ٢٠١١م)، ص ٩٣ ، نقلاً عن: فرانسوا والبير تيروبيا، تاريخ الصحافة، ترجمة عبد الله نعمان، ص ١٤.

(٧) رباح الصادق المهدي، الإعلام والأحزاب والانتخابات في ظل النظام الهجين، بحث منشور بموقع حزب الأمة القومي: *www.umma.org*.

(٨) توعية الناخبين، مادة منشورة على موقع شبكة المعرفة الانتخابية (أيس)،على الرابط: *www.aceproject.org/ace-ar/topics/es/onePage*

(٩) ريتشارد كلاين وباتريك مرلو، بناء الثقة في عمليات تسجيل الناخبين، ترجمة: مي الأحمر (واشنطون دي سي: المعهد الوطني الديموقراطي للشؤون الدولية (NDI)،٢٠٠١م)، ص ١٩ .

(١٠) توعية الناخبين، مادة منشورة على موقع شبكة المعرفة الإنتخابية (أيس)، مرجع سابق.

(١١) مراقبة الانتخابات، في : دليل التدريب على رصد حقوق الإنسان، مكتبة حقوق الانسان بجامعة منيسوتا، موجود على الرابط: *www.unm.edu/humants/Arab/HRM-ch-14.pdf* .

(١٢) رباح الصادق المهدي، الإعلام والأحزاب والانتخابات في ظل النظام الهجين، بحث منشور بموقع حزب الأمة القومي: *www.umma.org*.

(١٣) خالد بن إبراهيم الرويتع، التأثيرات السياسية للإعلام الجديد، مقال منشور بصحيفة الشرق الأوسط، لندن، العدد ١٢٤٦٢، بتاريخ: ١٠ يناير ٢٠١٣.

(١٤) خالد بن إبراهيم الرويتع، التأثيرات السياسية للإعلام الجديد، مقال منشور بصحيفة الشرق الأوسط، لندن، العدد ١٢٤٦٢، بتاريخ: ١٠ يناير ٢٠١٣.

(١٥) محمد نصر مهنا، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، مرجع سابق، ص ١٢١– ١٢٤.

(١٦) خالد بن إبراهيم الرويتع، التأثيرات السياسية للإعلام الجديد، مقال منشور بصحيفة الشرق الأوسط، لندن، العدد ١٢٤٦٢، بتاريخ: ١٠ يناير ٢٠١٣م.

(١٧) نفس المرجع.

المصـــــادر

(١) إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي (عمان: دار الشروق، ١٩٩٨م).

(٢) إلهام عبد الحميد، التنشئة السياسية في العملية التربوية (القاهرة : مركز المحروسة للنشر، ٢٠٠٤م).

(٣) بسام عبد الرحمن المشاقبة،الإعلام البرلماني والسياسي(عمان: دار أسامة، ٢٠١١م).

(٤) ريتشارد كلاين وباتريك مرلو، بناء الثقة في عمليات تسجيل الناخبين، ترجمة: مي الأحمر (واشنطون دي سي: المعهد الوطني الديموقراطي للشؤون الدولية (*NDI*)، ٢٠٠١م،) .

(٥) سناء حمد العوض، تراتبية القيم– أثر الثقافة على السياسة الخارجية للولايات المتحدة (الخرطوم: هيئة الأعمال الفكرية، ٢٠٠٥م).

(٦) كوني مولاري، الإعلام السياسي،(الخرطوم: مركز دراسات الشرق الأوسط وإفريقيا، ٢٠٠٤م).

(٧) محمد نصر مهنا، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق.

مواقع إنترنت:

(١) سعود العامري، التثقيف السياسي، مادة منشورة على مدونة عمانة، بتاريخ: ٩ فبراير ٢٠١٠م، على الرابط : *http://omanh.blogspot.com* .

(٢) رباح الصادق المهدي، الإعلام والأحزاب والانتخابات في ظل النظام الهجين، بحث منشور بموقع حزب الأمة القومي: *www.umma.org* .

(٣) توعية الناخبين، مادة منشورة على موقع شبكة المعرفة الانتخابية (أيس)،على الرابط: *www.aceproject.org/ace-ar/topics/es/onePage*

(٤) مراقبة الانتخابات، في : دليل التدريب على رصد حقوق الإنسان، مكتبة حقوق الانسان بجامعة منيسوتا، موجود على الرابط:

www.unm.edu/humants/Arab/HRM-ch-14.pdf. .

Effectiveness of Media In Political Education for Voters

Dr. Mohammed Khalifa Siddiq
Faculty of Economics and Political Science - International University of Africa
Khartoum, Sudan

Abstract

The role of Media in all areas, especially the modern media, is widely well known. As it plays a large role in enhancing the social and political awareness of the public at various levels. In addition to its tangible role in voters' education and their awareness for the procedures of the electoral process.

This research discusses the concept of effectiveness, which means the continuous and interactive process aimed at directing individual and collective efforts towards achieving common goals by using the resources available with the highest degree of effectiveness. It also discusses definitions of political education, elections and voters.

The study then discusses the effectiveness of the traditional and new media in achieving various goals at all levels. Especially the political and social level, as well as clarifying and defining the role and mission of the media in its different means in the process of political education of citizens, and in the electoral process as well through all its stages up till the declaration of results. As a peaceful, fair, free and acceptable process locally and internationally.