



مجلة العلوم القانونية والسياسية

اسم المقال: فاعلية وسائل الإعلام في التثقيف السياسي للناخبين

اسم الكاتب: د. محمد خليفة صديق

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/1112>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/10 20:31 +03

الموسوعة السياسية 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 السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – 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 ديالي ورفده في مكتبة الموسوعة السياسية
مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المنشاع الإبداعي التي يتضمن المقال تحتها.



فاعلية وسائل الإعلام

في التثقيف السياسي للناخبين

*Effectiveness of Media
In Political Education for Voters*

الكلمة المفتاحية : وسائل 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 المعلومات الادوار الكبيرة التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجالات كافة، خاصة وسائل الإعلام الجديدة، حيث تضطلع هذه الوسائل بدور كبير وغير منكور تعميق الوعي الاجتماعي والسياسي للجماهير بمختلف مستوياتهم، بجانب دورها الملحوظ في التثقيف السياسي للناخبين وتوعيتهم بمبريات 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 وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تحقيق أهداف متعددة على كل المستويات خصوصاً المستوى السياسي والاجتماعي، بجانب استجلاء وتحديد دور ومهمة الإعلام بوسائله 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.

المقدمة

من المعلومات الادوار الكبيرة التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجالات كافة، خاصة وسائل الإعلام الجديدة، حيث تضطلع هذه الوسائل بدور كبير وغير منكور في تعميق الوعي الاجتماعي والسياسي للجماهير بمختلف مستوياتهم، بجانب دورها الملحوظ في التثقيف السياسي للناخبين وتوعيتهم بمبريات 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، وموافق، ورموز، وغيرها بصورة تجعل تأثيرها في الجمهور المتلقى أمراً ممكناً ويسيراً^(١).

وارتباط الإعلام بالسياسة ودوره في المجال السياسي ليس وليد هذا العصر، بل يعود إلى عصور موغلة و بعيدة في القِدَم؛ ففي عصور قديمة تم استخدام أدوات 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، ويساعدون في التأثير عليهم، ورغم قدم الظاهرة لكن بشكل عام يمكننا القول إن الإعلام السياسي كحقل أكاديمي في العلوم الإعلامية يعد ظاهرة حديثة.

يناقش هذا البحث مفهوم فاعلية وسائل الإعلام، وهو يعني في البحث عملية مستمرة ومتفاعلة تهدف إلى توجيه الجهد 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 وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تحقيق أهداف متعددة على كل المستويات خصوصاً المستوى السياسي والاجتماعي، بجانب استجلاء وتحديد دور ومهمة الإعلام بوسائله 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.

التحقيق السياسي ووسائل الإعلام.. أي علاقة؟

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

١. التثقيف السياسي:

الشقيق السياسي هو عملية تستهدف تعليم الأفراد والجماعات مبادئ وأسس السياسة؛ بغرض تحقيق ثقافة سياسية مرجوحة^(٢). ويتعزز الفرد لهذا الشقيق منذ الصغر ويتبعه في مراحل نموه؛ لرفع الوعي وتوجيه السلوك، وليتكيّف مع الأحداث والواقع 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 الكتبيات أو الرسائل الخفيفة.

كذلك يعني التشكيف السياسي تزويد الأفراد بالوعي في شتى المعارف، وال مجالات، والميادين، والمفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية التي يحتاجها الفرد في إطار بناء شخصيته السياسية وحركته السياسية في المجتمع؛ فالشكيف السياسي عملية تستهدف تعليم الأفراد والجماعات مبادئ وأسس السياسة؛ بغرض تحقيق ثقافة سياسية مرجوحة، حيث يلعب الاتصال ووسائل الإعلام أدواراً محورية في مجال التشكيف 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.

التشفيف 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 التشفيف السياسي، فهي التشفيف السياسي العام بمفاهيم السياسة السائدة مثل الديمقراطية، والتداول السلمي للسلطة، وطبيعة النظام السياسي وغيرها، ومجاله هو التشفيف الانتخابي والنوابي، وثقافة التصويت، والاقتراع، بجانب مجال التنظيم السياسي، أي الحزب السياسي في صيغته الأكثر حداثة، والذي تنتهي 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 التشفيف السياسي لمؤيديها، وهو عمل له أيضاً نفعه السياسي لرفع مستوى الثقافة السياسية، خاصة للأطر القيادية والوسطية والدنيا، بجانب المتعاطفين مع الحزب، والجمهور العام.

إن موضوع التشفيف 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 تعويذهم على الممارسات الديمقراطية والمشاركة الفاعلية^(٤).

يتبلور الوعي السياسي الناتج عن التشفيف السياسي وفق ديناميكية خاصة تتضادر فيها عوامل مختلفة، ويبني الوعي السياسي على تراكم التصورات والأراء والمفاهيم المكتسبة للفرد من قبل، ويساهم الاتصال بشتى وسائله، في تثبيت البعض منها وتطویر البعض الآخر، وتصنيف أفكار وآراء جديدة من أجل دعم الوعي الاجتماعي بما فيه السياسي؛ ليؤثر بفعالية

في الوجود الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعرف 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 والتصويت 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 وتعزيزها، وإنماء 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 لوسائل الإعلام في التثقيف السياسي يظل دور المؤسسات الدينية والتعليمية والأسرة هو الأكثـر أهمية، خاصة في المجتمعات التقليدية مثل مجتمعاتنا العربية، فالتنـشـة 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 التنشـة السياسية في آخر المطاف تعتمـد على مدى التـواافق بين ما يتلقـنه الطفل في المنزل وبين ما يراه أو يسمعه بواسطة وسائل التـنشـة الأخرى^(٥).

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

٢. التثقيف الانتخابي:

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

ترتکز عملية التثقيف والتوعية الانتخابية على التعريف بمراحل العملية الانتخابية، وتزويد الناخبين بالمعلومات الالزمة 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.

تشجيف وتوعية الناخبين هي جهود ترمي لتزويد الناخبين المحتملين بالمعلومات الضرورية التي تمكّنهم من الممارسة السياسية الوعية في صناديق الاقتراع. والوعي الاجتماعي والسياسي يؤثر بفعالية في الوجود الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعرف 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 تتمتع بـتقاليـد انتخـابـات دوريـة، أن هناك اختلافات كبيرة في منظوراتها تجاه توعية الناخبين. حيث تحظى كل من أستراليا وكندا مثلاً ببرامج ضخمة لتوعية الناخبين قائمة منذ وقت طويـل، 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 بمهمة توعية الناخبين وتعبيـتهم

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 دفع، ولكنها تتمتع بتاريخ مشرف فيما يتعلق بتسجيل وتوسيع 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 المنظم لإجراءات 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 وتوسيع وتنقيف الجمهور في كل مراحل الانتخابات من تسجيل وترشح وتصويت واقتراع وفرز أصوات، وتنقيف الناخبين وإرشادهم للتعامل مع أعمال يوم التصويت وكيفية ملء بطاقات الاقتراع.

يعتمد التثقيف السياسي الانتخابي على كل ما هو متاح من وسائل للاتصال بدءاً من الاتصال الفردي المباشر، مروراً بالوسائل المقرورة بشتى أنواعها، والوسائل المسموعة والمرئية، وصولاً للإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات التراسل الفوري وغيرها، وتقوم هذه الوسائل بدور حيوي ومهم في تبصير المواطنين بأهمية الانتخابات، وفي ضرورة مشاركة المواطنين في بث الوعي وتكثيف الإرشادات فيما يتعلق بمراحل الانتخابات المختلفة، كما أنها تعلم وتبلغ الجمهور بما يعد به السياسيون، وفي نفس الوقت تبلغ السياسيين بما يريدونه أو بما لا يريدونه. ويختلف تأثير كل وسيط من هذه الوسائل باختلاف المجتمع وثقافته ومدى تفاعله مع تلك الوسائل، واستعداده للتاثير بها وفضيلتها في تلقي المعرفة.

إن التحقيق 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 لناخبينها 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 تملك المعلومات الأساسية التي تمكن المواطنين المؤهلين من التصويت، بما في ذلك تاريخ، ووقت، ومكان التصويت، ونوع الانتخابات، وإثبات الهوية اللازم لتحقيق الأهلية، ومتطلبات التسجيل، وآليات التصويت، ودور وحقوق ومسؤوليات الناخبين، وتُعتبر 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 تنفيذ الناخبين من المهامات الضرورية لإنجاح العملية الانتخابية وحمل الناخبين للمشاركة في عملية الاقتراع التي تسفر عن تشكيل البرلمان أو الحكومة، فكلما كانت المشاركة أوسع، كان البرلمان أو الحكومة أكثر تمثيلاً وتأييداً، بل وقوه من أجل القيام بالمهامات المطلوبة، وتحتاج عملية تنفيذ الناخبين لقدر كبير من الإبداع وتشجيع المبادرات والأفكار الجديدة؛ فعملية التحقيق عملية مستمرة ومتطرفة وتنسق مع واقع المجتمع وطبيعته.

يحتاج النشاط الاتصالي للتحقيق 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 لتنمية 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 الوسائل 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).

والتشخيص 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 بالتنافسية الإعلامية واللقاءات الجماهيرية، ومعلومات عن الجهة المسؤولة عن مساءلة الأحزاب أو وسائل الإعلام التي تخرق القوانيں الانتخابية^(١٢).

ترتكز عملية التشخيص والتوعية الانتخابية على التعريف بمراحل العملية الانتخابية، وتزويد الناخبين بالمعلومات الالزمة 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 لأى وسائل عنيفة لرفض الانتخابات.

التشخيص والتأثير السياسي لتكنولوجيا الإعلام الجديد:

رغم الاستخدام الواسع جداً والمتسابك 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.

ييد أن طائفة أخرى من الباحثين ممن يطلق عليهم «متفائلو التكنولوجيا» تجاجج 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 ٢٠٠٩ مثلت أول نقطة تحول تاريخية أثبتت قدرة التكنولوجيا الحديثة على مواجهة الرقابة الحكومية. فقد أدى موقع الشبكة الاجتماعية (تويتر) - وفقاً 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 ٢٠٠٩. وقد انعكست تلك الرؤية المتفائلة للتأثير السياسي للإعلام الجديد على مقاربة السياسة الخارجية الأمريكية لقضية حرية الإنترنت؛ ففي ٢١ يناير ٢٠١٠ أعلنت وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة هيلاري كلينتون رفع حرية الإنترنت إلى مستوى محوري في صلب السياسة الخارجية للادارة الأمريكية. وقبل ذلك أعلنت الوزيرة كلينتون مبادرة «المجتمع المدني ٢٠٠» التي تهدف إلى مساعدة المنظمات الشعبية في الخارج على استخدام وسائل الإعلام الجديدة^(١٤).

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

أولاًً: ورد في مقررات عدد من اتفاقيات الاتصالات الجديدة تأثيرها على ممارسة السياسة من خلال الإنترت وغيره من الوسائل، ومدى تأثير الطبيعة المفتوحة للإنترنت على الثقافة السياسية، وجود علاقة ارتباطية بين مستوى المعرفة للمشارك، وقدرتة 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 الإنترت، حيث تتيح الإمكانيات الفنية لشبكة الإنترت 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 الإنترت سياسياً، ليس فقط بواسطة المواطن العادي، ولكن بواسطة جماعات المصالح حول العالم، ورغم أن هذه الدراسات في بدايتها ولا تزال دراسات مهلاً للاختبار، فهي تشير إلى أن النسبة الأكبر من المهتمين بالسياسة من مستعملين للإنترنت 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 تغييراً 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 أجندتها الرأي العام، وتأثير تلك الأجندات 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 وتداولها مع الآخرين عبر خلق منصات مفتوحة مثل «تويتر» و«يوتيوب» للتعبير عن آرائه وموافقه 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 الإنترت ويتجنبون وسائل الإعلام التقليدية الحكومية، وتبعد أهمية هذا الواقع الجديد المتمثل في قدرة الاتصال الرقمي على التأثير في أجندـة 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 توفـرت الظروف السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتـقنية 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 والتـوثيق ولتنسيق السلوك السياسي. كما أدى الإعلام الرقمي إلى خلق واقع جديد يتمثل في تمكـين الرأي العام العربي، وفي مطالبة « مواطنـي النـت» بمزيد من الشفافية والمساءلة، مما يستدعي من الحكومـات العربية التكيف مع هذا الواقع الجديد. وأخيراً ضعفت قدرة الدولة في العالم العربي في التأثير على أجندـة الرأي العام لمصلحة الإعلام الرقمي^(١٧).

يمكن القول إن تقنية وسائل الإعلام الجديد المعاصرة تعالج الآن العديد من القضايا المهمـة والجديدة مثل: بناء المجتمعـات السياسية في الفضاء الإلكتروني، الإنـترنت كأدـاة

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

الخاتمة

سعى هذا البحث للتعرف بدقة على طبيعة دور وسائل الإعلام المختلفة سلباً وإيجاباً في التحقيق السياسي عموماً وفي العملية الانتخابية خصوصاً؛ وتأثير ومدى عمق دور وسائل الاتصال والإعلام في العملية الانتخابية من مرحلة التحقيق والتوجيه الانتخابي، مروراً بمراحل السجل الانتخابي وادارة الحملة الانتخابية والرقابة والاقتراع وفرز الأصوات، والتأثير في حجم الممارسة الانتخابية، ودوره كذلك في مرحلة ما بعد الانتخابات، وهي المرحلة التي تظهر فيها ثمرة الجهد الإيجابي لوسائل الإعلام في قبول الجميع لنتائج الانتخابات وعدم الانزلاق في العنف الانتخابي وتوابعه.

خلص البحث إلى مجموعة من النتائج تتفق في الدور الكبير والملموس للإعلام ووسائله في التحقيق السياسي، وحمل الشأن السياسي، وفي العملية الانتخابية بمراحلها المختلفة كافة، ومن أبرز تلك النتائج أن هناك دوراً تثقيفياً وتوعويّاً وإرشادياً كبيراً وملمساً للإعلام ووسائله 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 التحقيق الانتخابي وربطه بزمن الانتخابات، وضعف الثقافة السياسية للأحزاب، ونقص الوعي السياسي، وتفشي الأممية سيما في مناطق الريف البعيد والأطراف.

الهوا مش

- (١) كوني مولاري، الإعلام السياسي، (الخرطوم: مركز دراسات الشرق الأوسط وإفريقيا، ٤٠٠٢م).

(٢) ص. ٦٠ . سعود العامری، التشقیف السياسي، مادة منشورة على مدونة عمانة، بتاريخ: ٩ فبراير ٢٠١٠م، على الرابط : <http://omanh.blogspot.com>.

(٣) سناء حمد العوض، تراثية 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 المحرورة للنشر، ٢٠٠٤م)، ص ٨٠.

(٥) إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي (عمان: دار الشروق، ١٩٩٨م)، ص ٢١٤.

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

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

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

(٩) ريتشارد كلابن وباتريك مارلو، بناء الثقة في عمليات تسجيل الناخبين، ترجمة: مي الأحمر (واشنطن دي سي: المعهد الوطني الديمقراطي للشؤون الدولية NDI، ٢٠٠١م)، ص ١٩ .

(١٠) توقية الناخبين، مادة منشورة على موقع شبكة المعرفة الانتخابية (أيس)، مرجع سابق.

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

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

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

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

(١٧) نفس المرجع.

المصادر

- (١) إبراهيم أبراوش، *علم الاجتماع السياسي* (عمان: دار الشروق، ١٩٩٨م).
- (٢) إلهام عبد الحميد، *التنشئة السياسية في العملية التربوية* (القاهرة : مركز المحرورة للنشر، ٤٢٠٠م).
- (٣) بسام عبد الرحمن المشaque، *الإعلام البرلماني والسياسي* (عمان: دار أسامة، ٢٠١١م).
- (٤) ريتشارد كلاين وباتريك مولو، *بناء الثقة في عمليات تسجيل الناخبين*، ترجمة: مي الأحمر (واشنطن دي سي: المعهد الوطني الديمقراطي للشؤون الدولية NDI)، ٢٠٠١م.
- (٥) سناه حمد العوض، *تراثية القيم - أثر الثقافة على السياسة الخارجية للولايات المتحدة* (الخرطوم: هيئة الأعمال الفكرية، ٢٠٠٥م).
- (٦) كوني مولاري، *الإعلام السياسي*، (الخرطوم: مركز دراسات الشرق الأوسط وإفريقيا، ٤٢٠٠م).
- (٧) محمد نصر مهنا، *الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق*.
موقع إنترنت:
- (١) سعود العامري، *التشفيف السياسي*، مادة منشورة على مدونة عمانة، بتاريخ: ٩ فبراير ٢٠١٠م، على الرابط : <http://omanh.blogspot.com>
- (٢) رباح الصادق المهدى، *الإعلام والأحزاب والانتخابات في ظل النظام الهجين*، بحث منشور بموقع حزب الأمة القومي: www.umma.org.
- (٣) توقيع 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 الإنسان بجامعة مينيسوتا، 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.