

عنوان البحث

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للصحفيين السودانيين

(دراسة وصفية على عينة من الإعلاميين السودانيين في الفترة من يونيو - سبتمبر 2022م)

د. بكري المكي محمد علي¹

¹ أستاذ مساعد ورئيس قسم الصحافة والنشر - كلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

HNSJ, 2024, 5(11); <https://doi.org/10.53796/hnsj511/15>

تاريخ القبول: 2024/10/12م

تاريخ النشر: 2024/11/01م

المستخلص

تهدف هذه الدراسة للتعرف على (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للصحفيين السودانيين) وذلك من خلال الطرق والمناهج والأدوات العلمية، وهي دراسة وصفية بالتطبيق على عينة من الإعلاميين السودانيين خلال الفترة من يونيو وحتى سبتمبر من العام 2022م، وهي الفترة التي شهدت مراحل عملية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين بعد فترة غياب امتدت لنحو 30 عاماً، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي ووظف أداة صحيفة الاستبيان الإلكترونية والمقابلة والملاحظة وذلك وفقاً لطرق البحث العلمي، وخلصت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي دفعت الناخبين للمشاركة في العملية الانتخابية من خلال تقديمها معلومات كافية وواضحة عنها، كما أنها ساهمت في إقناع الرأي العام في الاهتمام بها، إضافة إلى تغطيتها في كافة مراحلها وقد كان لذلك تأثيره على المشاركين في الانتخابات، وأوصت الدراسة بإخضاع انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين للدراسة والتحليل والتقييم للاستفادة من إيجابياتها ومعالجة الأخطاء التي صحبتها، والتوثيق للنقابة لما لذلك من فائدة للباحثين والدارسين والإعلاميين أنفسهم، كما أوصت بإخضاع الصحفيين السودانيين للمزيد من التدريب والتأهيل لمواكبة كل ما هو جديد في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام مما يسهم في جودة العمل الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي - المشاركة الانتخابية - نقابة الصحفيين - الإعلام الجديد.

RESEARCH TITLE

The role of the social media in activating the participation of Sudanese Journalists in the elections

Dr. Bakri Almakki Mohamed Ali¹

¹ Associate professor and head department of press and publication department of the faculty of communication sciences of Sudan university of science and technology.

HNSJ, 2024, 5(11); <https://doi.org/10.53796/hnsj511/15>

Published at 01/11/2024

Accepted at 12/10/2024

Abstract

This study aims at recognising the role of social media sites in enhancing the participation of Sudanese Journalists in the elections process. This conducted through scientific tools, that area descriptive study applied to the sample of Sudanese Journalists during the period from June to September 2022 which is a very period that witnessed the elections of Sudanese Journalists Association after an absence for two decades.

The researcher used the descriptive approach and the electronic questionnaire and the interview this was done according to the scientific research methods. The study reaches a number of results, the most important of them are: that the social media sites encourage the Sudanese Journalists to participate in the elections that's because it provides a sufficient information about the elections, in addition it contributes a lot in convincing the public opinion to be interested in the elections and covering the process in all its levels which effect the participants in the process. The study recommends to conduct more studies on Sudanese Journalists Association and to analyse its strength and weaknesses in order to find remedies for errors and this will benefit the researchers and Journalists themselves, and the study recommends for finding training chances for Sudanese Journalists abroad in the field of communication technology.

Key Words: social media sites- participation in the elections- Journalists Association- New Media.

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

مقدمة:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تغييراً كلياً في المشهد الإعلامي وفرضت نفسها كمنصات إعلامية لا يمكن تجاوزها، وقد تخطت مرحلة نقل الأخبار وتغطية الأحداث إلى المشاركة في صنع القرار من خلال التأثير الكبير في الرأي العام خصوصاً في القضايا المهمة التي ترتبط به كقضايا السياسة والاقتصاد والشؤون الرياضية والثقافية، وازدادت أهمية هذه المواقع مع التطور الكبير والقفزة الهائلة التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إذ أنها شكلت أداة مهمة في صراع القوى العظمى، وارتبطت مواقع التواصل الاجتماعي واسعة الانتشار كفيس بوك واكس (تويتر سابقاً) وواتساب بالمشهد السياسي وما يرتبط به، وكان حضورها طاعياً كذلك في الانتخابات بأنواعها وأشكالها المختلفة في جميع أنحاء العالم.

وقد أسهمت هذه المواقع بصورة لافتة في دفع الفئات المستهدفة وتحفيزها للمشاركة في الانتخابات أو الدعوة لمقاطعتها، وقد أحدثت اختراقاً وتأثيراً في هذه الجوانب وفق العديد من الدراسات والبحوث العلمية، وعطفاً على ما تقدم تحاول هذه الدراسة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين التي أُقيمت بالخرطوم في أغسطس من العام 2022م، خصوصاً وأن الإعلاميين والصحفيين السودانيين عملوا على الاستفادة من هذه المواقع منذ بداية ظهورها ووظفوها كأداة ووسيلة للحصول على الأخبار وأداء مهامهم والتواصل فيما بينهم، وتستخدم الدراسة المناهج والطرق والأدوات العلمية في سبيل الحصول على نتائج علمية تسهم في إثراء المكتبة الإعلامية السودانية وتوثيق لهذا الحدث المهم الذي لم يشهده السودان منذ أكثر من 30 عاماً.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة في انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين التي أُقيمت بالخرطوم في أغسطس من العام 2022م، وتأثيرها على المرشحين والناخبين خصوصاً وأن هذه المواقع لا يمكن الاستغناء عنها لكل العاملين في مجال الإعلام مع توسع انتشارها وتوظيفها من قِبل جميع فئات المجتمع وتزايد نفوذها وتأثيرها في جميع أنحاء العالم.

أهمية البحث:

تؤكد العديد من البحوث والدراسات أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي يزداد من يوم لآخر مع توسع نطاق توظيفها واستخدامها في شتى مناحي الحياة خصوصاً من فئة الشباب، ولاحظ الباحث من خلال وجوده في المجال الصحفي والأكاديمي أن نفوذ هذه الوسائط سجل زيادة ملحوظة في السودان وقد تجاوزت مرحلة نقل الأخبار إلى المشاركة في صنع القرار، وقد فرضت الظروف والتحويلات الداخلية والخارجية ضرورة التعامل معها ومواكبة التطور الذي تشهده من وقت لآخر، وتوظف وسائل الإعلام السودانية ومن بينها الصحافة وخصوصاً الصحافة الإلكترونية مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات والأخبار وتستفيد من تطبيقاتها المختلفة في عملها، كما أن جميع الصحفيين يوظفون هذه المواقع على نطاق العمل وخارجه، وقد كان لها حضورها في انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين التي جرت في أغسطس من العام 2022م مما تطلب تناول تأثيرها في عملية الانتخابات من خلال مناهج وطرق وأدوات البحث العلمي.

أهداف البحث:

يهدف البحث لتحقيق الآتي:-

- 1- التعرف على الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين للعام 2022م.
- 2- معرفة أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً وتأثيراً على المرشحين والناخبين.
- 3- الخروج برؤية علمية تُسهم في إثراء المكتبة الإعلامية السودانية.

تساؤلات البحث:

- 1- ما الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي خلال انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين؟
- 2- ما مدى توظيف الصحفيين السودانيين لمواقع التواصل الاجتماعي في برامجهم اليومية وفي أنشطتهم العملية؟
- 3- كيف استفاد المرشحون من مواقع التواصل الاجتماعي في طرح برامجهم الانتخابية؟

حدود البحث:

يتمثل الإطار الزمني للبحث في الفترة من يوليو وحتى ديسمبر من العام 2022م، وهي الفترة التي شهدت عملية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين في مراحلها المختلفة. أما الإطار المكاني للبحث فيتمثل في ولاية الخرطوم التي أُجريت فيها الانتخابات، وهي التي توجد بها مقار ودُور وسائل الإعلام السودانية ومكاتب وكالات الأنباء والإذاعات والقنوات الفضائية الأجنبية.

منهج البحث:

يستخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يُعرف بأنه: (أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عنها، وتنقيتها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة)⁽¹⁾.

مجتمع وعينة البحث:

يتكون مجتمع البحث من مجموعة من الإعلاميين السودانيين يمثلون المجتمع الكلي، وقد تم اختيارهم وفق عينة قصدية.

أساليب جمع البيانات:

استخدم الباحث لأجل الحصول على نتائج علمية الأدوات الآتية:-

أ/ صحيفة الاستبيان: وتُعرف بأنها: (أداة أو أسلوب يُستخدم لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة وذلك للحصول على حقائق، أو أفكار، أو آراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث دون تدخل الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين)⁽²⁾.

ب/ الملاحظة: وهي (عملية حسابية عقلية تحاول تفسير الظواهر وفهمها إلى حد ما، لأنها تتضمن تدخلًا إيجابياً من العقل الذي يقوم بعملية الإدراك)⁽³⁾.

ج/ المقابلة الشخصية: ويُقصد بها: (التفاعل الشفوي الذي يتم بين الباحث والمبجوثين بغرض الحصول على معلومات أو بيانات)⁽⁴⁾.

مصطلحات البحث:

دور: هو (مجموعة من أنماط السلوك المتوّقع من الفرد أو المؤسسة)⁽⁵⁾.

مواقع التواصل الاجتماعي: هي (شبكات إلكترونية تضم مجموعة من الأفراد ذوي الميول والاتجاهات المتقاربة وذلك من أجل التواصل وتبادل الأفكار والآراء ومناقشة المقترحات)⁽⁶⁾.

تفعيل: معنى كلمة تفعيل لغة: (تفعيل الأمر جعله فاعلاً وواقعاً)⁽⁷⁾.

ويعني بها الباحث إجرائياً: دفع العملية الانتخابية إلى الأمام من خلال تنشيط الناخبين وتحفيزهم على المشاركة فيها.

المشاركة الانتخابية: يُقصد بها: (المشاركة في اختيار شخص، أو مجموعة من الأشخاص من بين عدد من المرشحين لشغل وظيفة عامة وذلك وفق ضوابط ومعايير محددة)⁽⁸⁾.

الصحفيين: الصحفيون جمع صحفي أو صحافي، وهو: (الشخص الذي يخصص الجزء الأكبر من نشاطه لمزاولة العمل الصحفي ويستمد منه الجزء الأكبر من دخله)⁽⁹⁾.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: وجاءت بعنوان (دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس النواب الأردني)⁽¹⁰⁾.

وهدفت هذه الدراسة للوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الناخبين في انتخابات مجلس النواب الأردني، وخرجت بعدد من النتائج أهمها: أن من أبرز أوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات أنها تساعد على التعبئة والحشد والتنظيم، وأنها عرضت أخبار الانتخابات البرلمانية كاملة دون حذف أو تشويه، وأوصت الدراسة بالاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أفضل من خلال المميزات التي تتوفر بها والتطورات والتحديثات التي تشهدها من وقت لآخر.

الدراسة الثانية: وحملت عنوان (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي)⁽¹¹⁾.

هدفت هذه الدراسة للكشف عن الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي، وقد اعتمدت المنهج المسحي لدراسة الجمهور، واستخدمت صحيفة الاستبيان كأداة علمية، وخرجت بعدة نتائج أهمها: أن موقع فيس بوك يحقق أعلى نسبة استخدام لمتابعة أخبار الانتخابات بالنسبة للمبجوثين، وأنه يتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة، وأوصت الدراسة بالتخطيط بصورة علمية للاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثالثة: جاءت هذه الدراسة تحت عنوان (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الناخبين

خلال الانتخابات الرئاسية المصرية 2014م)⁽¹²⁾.

سعت هذه الدراسة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الناخبين خلال فترة الانتخابات الرئاسية المصرية عام 2014م، واستخدمت المنهج الوصفي وأداة صحيفة الاستبيان، وقد خرجت بعدة نتائج أهمها: أن دور مواقع التواصل الاجتماعي كان بارزاً في التأثير على الناخبين، وأن كل المرشحين في الانتخابات قاموا بتوظيفها

لحشد الناخبين وإقناعهم، وأوصت الدراسة بتقييم الفائزة والمكاسب التي تحققت للناخبين وتوظيفها بصورة إيجابية لإنجاح الانتخابات.

الدراسة الرابعة: حملت هذه الدراسة عنوان (دور شبكات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحداث الخارجية)⁽¹³⁾.

هدفت الدراسة للتعرف على مدى متابعة الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة متابعتهم للأحداث الخارجية، ورصد الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن تعرضهم لهذه الشبكات، وقد وظفت المنهج الوصفي وأدوات الملاحظة والمقابلة وصحيفة الاستبيان، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أبرزها: أن أفراد العينة يستخدمون معلومات وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات نحو الأحداث الخارجية الجارية، وأكدت ارتفاع المعدل اليومي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكثافة استخدامها، وأوصت بإخضاع الشبكات الاجتماعية لمزيد من الدراسات المتعمقة التحليلية والميدانية.

الدراسة الخامسة: وجاءت تحت عنوان (واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي)⁽¹⁴⁾.

هدفت الدراسة لإبراز دور وسائل التواصل الاجتماعي كأداة اتصالية حديثة في عملية الاتصال السياسي خلال الحملات الانتخابية الجزائرية، والتعرف على طبيعة المشهد الاتصالي الرقمي في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وقد استخدمت المنهج الوصفي، وتوصلت لعدة نتائج أبرزها: أن الحملات الانتخابية الجزائرية اتخذت أبعاداً جديدة بسبب تأثير مواقع التواصل الاجتماعي التي عززت من أشكال التواصل بين المرشحين والناخبين، وأوصت بالاستفادة أكثر من هذه المنصات لترسيخ قيم الديمقراطية، وإعلاء المناقشة الحقيقية من خلال تقديم الآراء والبرامج الانتخابية.

العلاقة بين الدراسة والدراسات السابقة:

تحقق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في أنها تناقش موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام في قضايا مهمة، كما أنها تتفق مع معظمها في الأدوات والمناهج العلمية، وتختلف عنها في المجال التطبيقي؛ حيث أنها تركز على دور هذه المواقع في التأثير على الصحفيين السودانيين تجاه قضية انتخابات نقاباتهم، وهم فئة نوعية تتمتع بدرجة عالية من الوعي والتعليم مما يجعل من الدراسة نوعية خصوصاً وأنها الأولى في السودان في هذا الميدان حسب اطلاع الباحث.

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي

تُعرّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: (منظومة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور)⁽¹⁵⁾.

ويشير مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي كذلك إلى: (تلك المواقع على شبكة الإنترنت التي ظهرت مع ما يُعرف بالجيل الثاني للويب (Web2)، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءهم، جامعة، بلد، شركة، صحافة، إذ يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات

اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين⁽¹⁶⁾.

وهناك دراسة أعدها (ديوان الاتصال البريطاني) تؤكد أن نمو شبكات التواصل الاجتماعي السريع وانتشارها الحالي يشيران إلى أنها تقنيات الاتصال السائدة حالياً لكثير من الناس، لدرجة أن من لا يملك صفحة خاصة يبدو منعزلاً عن العالم، وقد عمد الكثير من الأفراد والمؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية إلى إنشاء صفحات عبر هذه التطبيقات من أجل التواجد وإثبات الوجود فقط، وتجنب التهميش والتخلف عن الآخرين والحفاظ على التواصل مع الجمهور، فأصبح التواجد على صفحات الفيس بوك ضرورة في إطار التماشي مع التطورات الحاصلة⁽¹⁷⁾.

نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

يعتبر جون بارنز أول من استخدم مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي وذلك في العام 1954م حيث كتب مقالاً في مجلة العلوم الإنسانية حلل من خلاله المنظومة الاجتماعية والعلاقات العائلية لقبائل جزيرة نرويجية تُدعى (برمنس)، وقد وضع في حينها مفهوم الشبكات الاجتماعية التي تسمح لنا بفهم طبيعة الجماعة الاجتماعية.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية نشأت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت في العام 1994م في شكل تجمعات مثل موقع (The Global) و(Geocities)، يلي ذلك ظهور موقع (Trippool)، وقد ركزت هذه المواقع على تنظيم لقاءات بين الأفراد والسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتبادل المعلومات والأفكار حول مواضيع مختلفة وذلك باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني وأهمها موقع (Classmates.com) وذلك في العام 1995م.

وفي العام 1997م ظهر موقع (Six Degress) الذي يركز على الروابط غير المباشرة والملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة الأصدقاء، كما ظهرت في العام 1999م نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساساً على الصداقة والثقة حيث منحت التحديثات للمستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال⁽¹⁸⁾.

وخلال الفترة من 2002-2004م بلغت شعبية مواقع التواصل الاجتماعي عبر العالم ذروتها من خلال ثلاثة مواقع هي (Friend star) و(My Space) و(Bello)، فيما ظهر موقع فيس بوك (Facebook) إلى الوجود في ذات العام وقد أنشأه مارك زوكر بيرج ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية، وتطور بعد ذلك ليصبح أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها استخداماً⁽¹⁹⁾.

وظهرت بعد ذلك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي أشهرها يوتيوب 2005م، وتويتر 2006م، وقد نافسا فيس بوك بقوة لما تميزا به من الخصائص⁽²⁰⁾.

ثم ظهر بعد ذلك الواتساب الذي كانت له مميزاته التي جعلته مؤثراً سلباً وإيجاباً بين أفراد المجتمعات.

ووفقاً لدراسة أعدتها شركة (TM Capital) الأمريكية حول استثمار العلاقة بين الشبكات الاجتماعية والوسائط المحمولة عام 2010م تبين توسع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهواتف المحمولة لدرجة أصبح من الصعب قياس معدلات التبني.

ولاحظ الباحث أن مواقع التواصل الاجتماعي تُوظف على نطاق واسع بين أفراد الوسط الرياضي خصوصاً في ما

يتعلق بنشر وتبادل المعلومات والأخبار والصور وذلك عبر تقنية الهواتف الذكية وتطبيقاتها المتنوعة.

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من الخصائص أهمها:

- 1- العالمية: لا تمثل الحدود والأمكنة والأزمنة حاجزاً وعقبة أمام مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكن توظيفها من أي بقعة في العالم تتوفر فيها الوسائل والأدوات التي تُمكنها من العمل.
- 2- سهولة الاستخدام: تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على رموز وحروف وخطوات سهلة الاستخدام ولا يشترط التعامل معها مستوى تعليمي أو ثقافي أو اجتماعي أو اقتصادي معين.
- 3- توفير المال والوقت: توفر مواقع التواصل الاجتماعي الكثير من المال والوقت بالنسبة للمستخدمين من أفراد ومؤسسات والذين يستطيعون التواصل من أي مكان وأداء مهامهم وأعمالهم.
- 4- التنوع وتعدد الاستخدامات: تتنوع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي التي تخدم مجالات شتى فهي وسيلة للتعليم والتعلم والتواصل والربط بين المرضى والمراكز الصحية، كما تُستخدم في المجال التجاري والاقتصادي والثقافي والاجتماعي وغير ذلك.
- 5- التفاعل: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية التفاعل بين القائم بالاتصال والمتلقي، وتسجل هذه الميزة حضوراً لافتاً في المجال الرياضي من خلال صفحات وحسابات ومواقع الأندية الكبرى والاتحادات واللاعبين وأعضاء اللجان الفنية ووسائل الإعلام، حيث يتواصل أعضاء المنظومة الرياضية فيما بينهم بين أجزاء العالم.
- 6- دعم التجمعات: فتحت مواقع التواصل الاجتماعي الباب واسعاً أمام أفراد المجتمع الذين يرتبطون فيما بينهم وفق انتماء أو دعم وتأييد شخص أو مؤسسة أو فكرة، وتتوفر هذه الخاصية بوضوح في المجال الرياضي حيث يجتمع الآلاف عبر المواقع من خلال روابط لدعم وتشجيع الأندية، وكذلك مناقشة شؤون الرياضة.
- 7- الصفحات الشخصية: أصبحت الصفحات الشخصية (البروفایل) التي تُعتبر من الخصائص المهمة لمواقع التواصل الاجتماعي تُمثل واجهة مهمة للأحداث والمعلومات والتعليق، خصوصاً تلك التي ترتبط بالانجوم في شتى المجالات.

أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

1/ فيسبوك Facebook:

هو (موقع لشبكة اجتماعية على الإنترنت تتيح للمستخدمين إنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية وشبكات اتصال مشتركة، وعقد علاقات صداقة مع مستخدمين آخرين والكتابة على جدران أصدقائهم، وإنشاء مجموعات والانتساب إليها ونشر الأحداث والتسجيل كمعجبين لأي شيء يمكن تصويره ضمن قائمة طويلة لإمكانات أخرى)⁽²¹⁾.

ويتميز فيس بوك بعدة مزايا أهمها الصور والملاحظات التي تُمكن المستخدمين من إنشاء محفظات لصورهم والاحتفاظ بمدونة شخصية مفتوحة على المستخدمين الآخرين، فتح حساب خاص على فيسبوك مجاني وسهل، فعلى الرغم من أن المستخدمين المحتملين للشبكة في سنواتها الأولى كان يجب أن يكونوا من الطلبة صار في مقدور كل من يملك بريد إلكتروني هذه الأيام أن يفتح حساب فيه، مع أن الشبكة تطالب أعضاءها الجدد بتحديد جنسيتهم وتاريخ ميلادهم عند

التسجيل من أجل الحفاظ على نزاهة الموقع⁽²²⁾.

أسس الموقع مارك زوكر بيرج وأطلقه في الرابع من فبراير 2004م حين كان طالباً في جامعة هارفارد، وكان الموقع في البداية مخصصاً للطلاب في جامعة هارفارد فقط، لكن تم تطويره لاحقاً ليمسح لطلبة الجامعات بشكل عام من الاشتراك في الموقع من ثم تم السماح ليشمل طلبة المدارس الثانوية⁽²³⁾.

يُعد الفيس بوك أحد أهم أدوات الإعلام الجديد وذلك لعوامل عديدة منها: ثراء المحتوى من حيث السرعة والشفافية، والخصوصية، فضلاً عن التفاعلية غير المحدودة، وهو ما ساهم في تضاعف أعداد المتعاملين وبالتالي قوة تأثيره على الرأي العام⁽²⁴⁾. ويُعتبر الشباب هم أكثر الفئات استخداماً للفيس بوك، حيث أن هؤلاء هم الأكثر من يمتلكون المهارات الحاسوبية، ولديهم إطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الإنترنت، مما يُمكنهم من تصميم صفحات الفيس بوك بسهولة.

2/ تويتر Twitter:

أسس الموقع في ولاية كاليفورنيا في العام 2006م على يد جاك درزي وبيز ستون وإيفان وليام، تقوم فكرة تويتر على السماح للمستخدمين بإرسال رسائل قصيرة تسمى (Tweets) تتكون من 140 حرفاً كحد أقصى، ويتيح الموقع لمستخدميه إرسال التحديثات عبر الهاتف النقال ورسائل فورية أو رسائل على الموقع، وتظهر تلك الرسائل على صفحة المستخدم، ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث (RSS Really Simple Syndication) وعن طريق الرسائل القصيرة (SMS)⁽²⁵⁾.

يُعتبر تويتر واسطة إعلامية اجتماعية ومنصة للتدوين المُصغَّر تُتيح لمستخدميها إرسال وقراءة بيانات مُحدَّثة تُعرف باسم (تويتس)، وقد ارتفعت شعبية ونجاح هذه المادة الشبكية الإلكترونية كالصاروخ، وغدت واحدة من الشبكات الثلاثة الأكثر استخداماً بعد شبكة فيس بوك وماي اسبيس، وهي خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة، وهي إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت مؤخراً، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزاً له، إن الشروع في استخدام تويتر أمر غاية في البساطة والتسجيل فيه مجاني عبر موقعه على الإنترنت (twitter.com) فسرعان ما يختار المرء لنفسه اسم مستخدم وكلمة سر حتى يصبح المرء حسابه مفتوحاً وعاملاً، ويمنح التويتر لمستخدميه خيار التسجيل في (متابعة) نخبة من صفحاته الشعبية عبر (إنشاء حساب) وإذا اختار المرء (متابعة) أشخاص آخرين من مستخدمي التويتر فإنه سيرسل تلقائياً تحديثات إلى صفحاتهم مثل ما يستقبل منهم تحديثاتهم حالياً.

وبعد اكتمال عملية التسجيل يصبح في مقدور المستخدمين القيام بالتحديث عن طريق الحاسوب عبر ملفهم في شبكة تويتر، أو يسجلوا هاتفاً جوالاً لإرسال تحديثاتهم منه إلى متابعيهم على شكل رسائل نصية قصيرة.

بالنسبة للعاملين الطموحين في صحافة المواطنين وبالنسبة للمنظمات الإخبارية المشهورة في العالم يُشكّل تويتر وسيلة لتزويد مستخدميهم بتحديثات في الزمن الحقيقي تقريباً حول أحداث جارية ونامية، ويمكن للمرسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري أولاً بأول بدلاً من التقيد بالوقت الذي تقتضيه وسائل إعلام أخرى.

غير أن ميزة الزمن الحقيقي التي يتمتع بها تويتر يمكن أن تكون نقطة ضعف أيضاً، وذلك لأن الصحفيين الذي يلجئون إلى تويتر قد يوردوا معلومات غير مدققة أو غير صحيحة، الأمر الذي يستدعي التراجع عنها فيما بعد⁽²⁶⁾.

3/ يوتيوب YouTube:

هو عبارة عن شبكة اجتماعية متخصصة بمشاركة الفيديو، تسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، وهو من أشهر المواقع على شبكة الإنترنت وعنوانه www.youtube.com، بدأ يوتيوب في الظهور على شبكة الإنترنت في 15 فبراير 2005م بواسطة ثلاثة موظفين من شركة باي بال (PayPal)، ويُعد من أشهر المواقع الإلكترونية التي تقدم المواد المصورة المنتجة بواسطة المستخدمين⁽²⁷⁾، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون تكلفة مالية فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلاً عن تقييم ملف الفيديو بإعطائه قيمة نسبية مكونة من خمسة درجات لتُعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع⁽²⁸⁾.

يعرض موقع يوتيوب أكثر من ثلاثة مليار فيديو يومياً، ويقوم المستخدمون بتحميل ما يعادل 240 ألف فيديو أسبوعياً، وما يقارب من 17 مليون شخص يستخدمون اليوتيوب في خدمات اجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر، ويقوم 100 مليون بعمل اجتماعي كل أسبوع مثل share like comment.

4/ انستقرام Instagram:

انستقرام موقع متخصص أصلاً بعرض الصور بتقنية عالية ووضوح كبير، ويسمح بتبادل تلك الصور ومشاركتها بين مجموعة من المشاركين، كما يسمح بإجراء تقنية الفلتر عليها، وقد أُضيف للموقع خدمات كثيرة وخدمات متطورة بحيث أصبح يشابه الشبكات الاجتماعية.

مخترع برنامج الانستقرام هو كيفين سيستروم (Kevin sestrum)، والانستقرام أو الصور الفورية هو تطبيق يتيح لمستخدمي الأيفون أو الأندرويد بمشاركة الصور مع الأصدقاء لحظة التقاطها، بالإضافة إلى شكل الصورة المربع، يتيح الانستقرام إضافة تأثيرات ضوئية تُجمل الصورة وتعطيها لمسة كلاسيكية فريدة، انستقرام أتاح لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، فهذه الشبكة معتمدة في الأساس على هذين العنصرين، إلى جانب إمكانية متابعة المستخدمين الذين تعجبك أعمالهم بالمثل فإن المستخدمين الآخرين يمكنهم متابعتك للاطلاع على جديدك.

إن من أبرز المزايا التي جاء بها انستقرام هو إمكانية التقاط الصور والتعديل عليها عن طريق تأثيرات ومجموعة فلتر وظيفتها تكمن في تحسين الصورة التي تلتقطها قبل نشرها، هذه الفلتر تضيف طبقة لونية على الصور وتقوم بعمل تباين لألوان الصورة مما يجعلها تظهر بشكل فريد من نوعه، صورة عادية يمكن أن تتحول إلى عمل فني رائع مع انستقرام. خاصية هشتاق متاحة للاستخدام لمستخدمي انستقرام بكل سهولة، فطريقة عملها مشابهة تماماً لما في تويتر وشبكات التواصل الأخرى، كما أن البحث عن الهشتاق يتم من مربع البحث عن طريق اتباع رمز المربع بالكلمة المراد البحث عنها.

من مميزات تطبيق انستقرام:

- يسمح انستقرام للمستخدمين بالإشارة إلى الأصدقاء في الصور التي يتم مشاركتها، مما يزيد التفاعل بين المستخدمين.

- يتميز انستقرام أيضاً بأنه يمنح المستخدمين إمكانية رفع عدد لا نهائي من الصور، يعتمد تطبيق انستقرام بشكل

أساسي على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص الذين يُعجب بصورهم وتستصله تلقائياً كل صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق للاطلاع عليها.

- يسمح التطبيق للمستخدمين بمشاركة الصور عبر مختلف الشبكات مثل فيس بوك وتويتر وغيرها.
- يتيح انستقرام أيضاً للمستخدمين تعديل الصور حيث يحتوي على العديد من الفلاتر والأدوات التي تسمح بتعديل الصور وإضافة التأثيرات عليها، ويحتوي التطبيق أيضاً على أدوات تعديل الصور، يحتوي تطبيق انستقرام أيضاً على خيار يُمكن المستخدم من حجب البومات معينة وجعلها خاصة لمن يرغب بإعطائه إمكانية الاطلاع على الصور.
- حصل التطبيق عام 2011م على جائزة أحسن تطبيق.
- تصوير مقاطع فيديو وتبنيه المستخدمين عن الأشخاص الموجودين في الصور، يُضاف إلى ذلك أنها لا تسمح للمستخدمين بالنقاط الصور من خلال التطبيق.

5/ موقع واتساب Whats App:

هو تطبيق تراسل فوري محتكر، ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة للرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور والرسائل النصية والصوتية والفيديو والوسائط.

تأسس واتساب عام 2009م من قِبَل الأمريكي بريان أكتون (Brian Acton) والأوكراني جان كوم (Jan Koum) الرئيس التنفيذي أيضاً، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو (yahoo) ويقع مقرها في سانتا كلارا كاليفورنيا، يتنافس WhatsApp مع عدد من خدمات الرسائل الأسيوية مثل (line we chat , Kakao talk) والواتساب متاح لكل من أيفون وأندرويد وبلاك بيري ووندوز وفون 7، وعلى أي باد (بصورة غير رسمية)، ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل مفصل⁽²⁹⁾. وبرنامج وتطبيق الواتساب يتيح التواصل بشكل مباشر مع الأصدقاء وتبادل الرسائل الكتابية والصور ومقاطع الفيديو، ويُشترط لاستخدام هذا البرنامج وجوده على هاتف المستخدم، حيث يتم التطابق من رقم هاتف المستخدم للتطبيق عن طريق إرسال رسالة نصية إلى نفس الرقم وتأكيد عملية التسجيل، وقد ظهرت مؤخراً إمكانية استخدام البرنامج على أجهزة الكمبيوتر والأجهزة اللوحية، وما يتعلق بسبب تسمية هذا التطبيق بواتساب أن لفظ الكلمة في اللغة الإنجليزية هو نفس لفظ كلمة what's up وهي تعني (ما الأخبار أو ما هناك من أمر أو ما الجديد) ولكن أضيفت كلمة App بدلاً من Up لتعطي مدلولاً على أن هذا عبارة عن تطبيق وهو باللغة الإنجليزية (Application)⁽³⁰⁾.

ثالثاً: الانتخابات

مفهوم الانتخابات:

الانتخابات في اللغة: (جمع انتخاب والانتخاب هو الاختيار والانتقاء، وانتخب الشيء أي اختاره، ومنه النُخبَة من الناس لأنهم مُنتقون من الناس)⁽³¹⁾.

أما اصطلاحاً فيعرّف الانتخاب بأنه: (إجراء قانوني يُحدّد نظامه ومكانه في دستور، أو برنامج، أو لائحة ليُختار على مقتضاه شخص أو أكثر لرئاسة مجلس، أو نقابة، أو ندوة، أو لعضويتها، ونحو ذلك)⁽³²⁾.

أنواع الانتخابات:

1- الانتخابات الرئاسية: وهي الانتخابات التي يتم من خلالها انتخاب رئيس الدولة⁽³³⁾. والانتخابات الرئاسية إما أن تتم عن طريق الاستفتاء المباشر بواسطة الشعب، وإما أن تكون بطريقة غير مباشرة وذلك عن طريق البرلمان أو من يفوضهم الشعب لتمثله في اختيار الرئيس.

2- الانتخابات البرلمانية: ويُعنى بها (انتخاب مجموعة من المجالس التشريعية في بلد بواسطة أفراد الشعب)⁽³⁴⁾. ويمكك النواب المنتخبون صلاحية من التشريعات والقوانين التي تنظم عملية إدارة البلاد.

3- الاستفتاء الشعبي: ويُراد به (عرض موضوع من الموضوعات المهمة على الشعب لمعرفة رأيه فيه بالقبول أو الرفض)⁽³⁵⁾.

4- الانتخابات البلدية: وهي (عملية إلقاء الناخبين بأصواتهم لاختيار أعضاء المجالس البلدية والمحافظات والمحليات)⁽³⁶⁾.

5- الانتخابات العمالية أو النقابية: وهي (الانتخابات الخاصة بالمهنيين والتي يتم من خلالها اختيار قيادات ومجالس النقابات والاتحادات والأجسام المهنية، ويُشارك فيها الأعضاء المنضوين تحت لواء الاتحاد أو الجمعية أو النقابة، ويتم وفق لائحة معينة)⁽³⁷⁾.

مراحل تطور الانتخابات:

كانت الانتخابات تُمارس على نطاق ضيق في مراحلها الأولى في البلدان الديمقراطية، وقد تُرك أمرها لأفراد الشعب دون نُواب ولا وُسطاء، وقد تم حرمان النساء والعييد والأجانب في الكثير من البلدان من حق التصويت مما جعل السلطة محصورة في يد قلة من الناس⁽³⁸⁾. غير أن تطور الحياة واتساع المدن جعل من تطبيق الديمقراطية المباشرة أمراً عسيراً فتم اللجوء إلى الديمقراطية غير المباشرة، وإلى الحكومات التمثيلية التي يختار الناس فيها من يمثلهم في إدارة شؤون الحكم.

وكانت إنجلترا أول دولة طبقت النظام التمثيلي النيابي⁽³⁹⁾، لتبدأ بعد ذلك مرحلة جديدة من مراحل تطور عملية إدارة العمليات الانتخابية، وقد تم ذلك في النصف الثاني من القرن الثالث عشر، واستمر في الكثير من بلدان أوروبا حتى بداية القرن العشرين.

وكان أول ظهور للمرأة الناقبة في إحدى الولايات في الولايات المتحدة الأمريكية في العام 1880م، ثم عُمر بعد ذلك إلى بقية الولايات في العام 1920م، وانتقل الأمر إلى بريطانيا في العام 1928م، وإلى فرنسا في العام 1944م. وقد أخذت الأنظمة الديمقراطية المعاصرة بالديمقراطية غير المباشرة واتخذتها نهجاً للحكم بدلاً عن الديمقراطية المباشرة التي ما عادت موجودة إلا في نطاق ضيق جداً في بعض المقاطعات السويسرية⁽⁴⁰⁾، كما أخذت الأنظمة الديمقراطية المعاصرة بالانتخاب العام الذي لا يشترط في الناخب قداً من العلم ولا المال.

وشهد القرن العشرين تمدد القيم الديمقراطية في الكثير من بلدان العالم، وقد ساعد في ذلك تطور التعليم والتكنولوجيا ووسائل الإعلام والاتصال، وقد أدى ذلك إلى فتح الباب أمام الأقليات والفئات المضطهدة للمشاركة في الانتخابات بعد أن حصلت على أهلية الترشيح والتصويت وفق القوانين والتشريعات والمواثيق الدولية، وأدت ثورة الإنترنت وتطور وسائل الاتصال وظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى إحداث تغيير جذري على المشهد السياسي والاقتصادي والثقافي في العالم، وقد ساهمت في الإطاحة بالعديد من الأنظمة الاستبدادية في المنطقة العربية وأرست وعززت من

الأنظمة الديمقراطية التي سجلت تقدماً في العديد من دول العالم الثالث.

الانتخابات ركيزة البناء الديمقراطي:

تعتبر الانتخابات الركيزة الأساسية في عملية البناء الديمقراطي ولكنها ليست كافية إذ يتطلب إجرائها ضمان العديد من الحريات الأساسية كحرية الرأي وحرية التعبير والتجمع السلمي، وتشكيل الأحزاب السياسية والمنظمات والجمعيات المستقلة وسيادة القانون. وأكدت الجمعية العامة للأمم المتحدة في العام 1991م أن الانتخابات الدورية والنزيهة عنصر ضروري لا غنى عنه في الجهود المتواصلة المبذولة لحماية حقوق ومصالح المحكومين، وأن التجربة العملية تثبت أن حق كل فرد في الاشتراك في حكم بلد ما عامل حاسم في تمتع الجميع فعلياً بمجموعة واسعة من حقوق الإنسان والحريات الأساسية الأخرى، وتشمل الحقوق السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية⁽⁴¹⁾.

وأكدت كافة الوثائق والإعلانات والاتفاقيات المعنية بحقوق الإنسان على العديد من المعايير الدولية التي تضمن إجراء انتخابات حرة ونزيهة ومن ذلك الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والعهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، والاتفاقية الدولية للقضاء على كافة أشكال التمييز العنصري، واتفاقية القضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة، ومشروع المبادئ العامة بشأن الحرية، وعدم التمييز في مسألة الحقوق السياسية، وقرار لجنة حقوق الإنسان حول زيادة فاعلية الانتخابات الدورية والنزيهة، والميثاق الأفريقي لحقوق الإنسان والشعوب، والاتفاقية الأمريكية لحقوق الإنسان، والاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان، واستناداً إلى هذه الوثائق فقد صنّف مركز حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة هذه الحقوق على النحو التالي⁽⁴²⁾:-

1/ إرادة الشعب.

2/ تأمين الحرية.

3/ تأمين الحقوق الأساسية والتي تتمثل في:

أ- حرية الرأي والتعبير.

ب- حرية التجمع السلمي.

ج- حرية تكوين الجمعيات والأحزاب.

4/ استقلالية السلطة القضائية.

5/ مبدأ عدم التمييز.

6/ الاقتراع السري.

7/ الاقتراع العام المتساوي.

8/ الاقتراع الدوري.

ضمانات نزاهة الانتخابات:

تتعدد ضمانات نزاهة الانتخابات التي نصت عليها المواثيق الحقوقية الدولية وإن كان أهمها⁽⁴³⁾:

*** وجود سلطة قضائية مستقلة ومحيدة:**

إن وجود سلطة قضائية مستقلة ومحيدة يُعتبر عاملاً مهماً وأساسياً من أجل ضمان حرية ونزاهة الانتخابات، وهو يُشكّل الضمانة لجميع المواطنين للاعتراض على أية فروقات قد تواكب الانتخابات، وينبغي أن تكون السلطة القضائية بمعزل عن أي تأثيرات من أي جهة رسمية أو غير رسمية.

ولضمان استقلال القضاء والسلطة القضائية لابد من مراعاة المبادئ الأساسية التالية والتي أصدرتها الأمم المتحدة بشأن استقلال السلطة القضائية⁽⁴⁴⁾:-

1- تكفل الدولة استقلال السلطة القضائية، وينص على ذلك دستور البلد أو قوانينه، ومن واجب جميع المؤسسات الحكومية وغيرها من المؤسسات احترام ومراعاة استقلال السلطة القضائية.

2- تفعيل السلطة القضائية في المسائل المفروضة عليها- دون تحييز - على أساس الواقع وفقاً للقانون.

3- تكون للسلطة القضائية الولاية على جميع المسائل ذات الطابع القضائي.

4- على كل دولة عضوة توفير الموارد الكافية لتمكين السلطة القضائية من أداء مهامها بطريقة سليمة.

*** مبدأ عدم التمييز:**

تؤكد المادة (2) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان أن (لكل إنسان حق التمتع بكافة الحقوق والحريات الواردة في هذا الإعلان دون تمييز، كالتمييز بسبب العنصر أو اللون، أو اللغة أو الجنس، أو الدين أو الرأي، أو الأصل الوطني أو الاجتماعي، أو الثروة أو الميلاد، أو أي وضع آخر، دون تفرقة بين الرجال والنساء)⁽⁴⁵⁾.

وأكدت هذا الأمر كذلك معظم الاتفاقيات والعهود المعنية بحقوق الإنسان التي تستمد الكثير من نصوصها من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

*** الاقتراع السري:**

نصت الفقرة (ب) من المادة (25) للعهد الدولي لحقوق المدنية والسياسية على (حق المواطن في أن ينتخب ويُنتخب في عملية اقتراع نزيهة تُجرى على قدم المساواة وعبر التصويت السري تضمن التعبير الحر عن إرادة الناخبين)⁽⁴⁶⁾، وكذلك يُعتبر التصويت السري هو الأساس في اعتبار الانتخابات حرة ونزيهة، وقد أشار مشروع المبادئ العامة بشأن الحرية وعدم التمييز في الحقوق السياسية وجوب أن يكون بإمكان كل ناخب التصويت بأسلوب لا سبيل فيه إلى كشف الطريقة التي صوّت أو ينوي التصويت بها، وأن لا يُرغم على الكشف عن حيثيات ذلك، ويتطلب هذا الأمر العديد من الإجراءات الفنية والإدارية لضمان الحفاظ على حرية الاقتراع وحماية صوت الناخب من التأثير المباشر أو غير المباشر للإفصاح عن طريقة تصويته.

*** الاقتراع العام المتساوي:**

يجب أن يتساوى الاقتراع الصوتي لكل مواطن، وأن يشارك كافة المواطنين في عملية الاقتراع على قدم المساواة، وأن يكون لكل منهم نفس التأثير في العملية الانتخابية.

*** الاقتراع الدوري:**

اتفقت المواثيق والإعلانات الحقوقية على أن تجرى الانتخابات بشكل دوري، ونظراً لعدم تحديد مدة زمنية لإجراء

الانتخابات فالعديد من البلدان تنص دساتيرها على إجرائها كل أربع سنوات مرة، ويجوز تأجيلها في الظروف الطارئة.

ومن أجل نزاهة الانتخابات يجب أن تشرف عليها هيئات أو مفوضيات مستقلة تكون قراراتها قابلة للطعن كما هو معمول به في السلطة القضائية، ويجب كذلك أن تتم مراقبة الانتخابات من المنظمات والجهات المعنية داخلياً وخارجياً لضمان تحقيق مبدأ الشفافية والنزاهة.

رابعاً: نقابة الصحفيين السودانيين

مفهوم النقابة:

تُعرّف النقابة بأنها: (جماعة ذات تنظيم مستمر، تتألف من عدد معين من الأعضاء تجمعهم وحدة مهنية ويتم اعتمادها من الجهات المختصة)⁽⁴⁷⁾.

ويُعدى بالنقابة أيضاً: (هيئة قانونية تتكون من مجموعة من المواطنين الذين يمارسون مهنة واحدة، أو مهن متقاربة، وهي جمعية تُشكّل لأغراض المفاوضة الجماعية والمساومة بشأن شروط الاستخدام ورعاية مصالح أعضائها بالتنسيق مع الحكومة والهيئات التشريعية)⁽⁴⁸⁾.

ويُعرّفها عبدالعزيز فهمي بأنها: (اتحاد يضم العمال المشتغلين في مهنة، أو حرفة معينة بغرض تحسين أحوال عملهم من حيث الأجور، وساعات العمل والظروف التي يعملون فيها)⁽⁴⁹⁾.

ووفقاً للتعريفات السابقة فإن النقابة مُنوط بها رعاية مصالح أعضائها وحماية حقوقهم وفق القوانين وهي لا تهدف لتحقيق الربح المادي، ولا يختلف الأمر كثيراً بين عمل نقابة المحامين أو الأساتذة ونقابة الصحفيين؛ إذ أنها جميعاً تسعى لتحقيق أهداف مشتركة ويتم انتخابها من الأعضاء المنتمين للمهنة الواحدة.

عناصر النقابة:

هناك عناصر لا بد من توفرها لتشكيل النقابة أهمها⁽⁵⁰⁾:

1- الفئة: لا بد من وجود وظيفة مشتركة تجمع بين الأفراد الذين ينظمون النقابة (أطباء، محامين، مهندسين، إعلاميين، معلمين).

2- الهدف: لكل نقابة أهداف يتم تحديدها بدقة ووضوح وتضم في برنامجها التأسيس، وترتكز هذه الأهداف على الدفاع عن المصالح المادية والمعنوية لأعضاء النقابة، وتُصنّف النقابة تبعاً لأهدافها وأغراضها فهناك جمعيات سياسية ونقابات مهنية، وهناك جمعيات خيرية وجمعيات علمية.

3- التنظيم: وهو الذي يربط أعضاء النقابة وفق منظومة مُوحدة يتم عبرها تحديد الحقوق والواجبات، وكيفية اختيار الممثلين، وآلية اتخاذ القرار.

ويتم تضمين هذه الأمور في النظام الداخلي الخاص بالنقابة، كما أنه يلزم وجود بناء هيكلي ووظائف تقوم بها النقابة، ومصادر مالية لمواصلة نشاطها.

مقومات التنظيم النقابي:

يستند التنظيم النقابي على مقومات أساسية تتمثل في الآتي⁽⁵¹⁾:

- 1- ضمان استقلالية النقابة.
- 2- استيعاب النقابة لكافة الشرائح في قواعدها.
- 3- أن تكون السلطة العليا للنقابة بيد الجمعية العمومية أو المؤتمر.
- 4- اتخاذ القرارات الكبيرة والمصيرية بيد الجمعية العمومية.
- 5- السلطة التشريعية والرقابية بيد الجمعية العمومية أو المؤتمر.
- 6- قيادة النقابة لها سلطة تنفيذية فقط.
- 7- الانتخاب الحر لقيادة النقابة سواء انتخاب مباشر أو غير مباشر.
- 8- التداول الطبيعي والديمقراطي في قيادة النقابة.
- 9- تحديد المدى الزمني للدورة النقابية.
- 10- مسائل ومساءلة ومحاسبة القيادة عبر الجمعية العمومية.

لبنات أساسية في تشكيل النقابة وكيفية إدارتها:

هنالك لبنتان أساسيتان تؤثران في تشكيل المنظمات العمالية هما⁽⁵²⁾:

1/ التشريعات واللوائح:

يتطلب لتأسيس النقابة وممارستها لمهامها وجود نظام داخلي يحكم عملها يتمثل في التشريعات واللوائح التي تُنظّم أهداف النقابة وهيكلها التنظيمية وشروط الانضمام إليها وحقوق وواجبات الأعضاء، ونظام المداولات وعملية التصويت واتخاذ القرارات والشؤون المالية والإدارية. وتتوزع هذه المنظومة التشريعية بين الدستور واللوائح الداخلية، واللوائح التفسيرية. ويتحدد في دستور النقابة تعريفها ومقرها والأغراض التي أنشئت من أجلها وأهدافها، وهيكلها التنظيمي وتحديد العضوية وأنواعها وشروطها، وحقوق وواجبات الأعضاء والجزاءات.

2/ العضوية:

تمثل العضوية أساس تكوين وتشكيل النقابة ومنها تُشكّل جميع الهيئات القيادية سواء كانت تشريعية، أو لجان تنفيذية أو استشارية. ويتم تصنيف العضوية وفق لائحة تأسيس النقابة ودستورها وطبيعة عملها وأهدافها. مراحل تطور نقابة الصحفيين السودانيين:

عرف السودان الصحافة لأول مرة في العام 1903م عندما أصدر فارس نمر ويعقوب صروف وشاهين مكاريوس صحافة (السودان) بإيعاز من السلطات الإنجليزية، وهم أصحاب صحيفة المُقَطَّم المصرية⁽⁵³⁾.

وسبق ذلك صدور نشرتي (حلفا جورنال) و(دنقلا نيوز) من قبل الجيش الإنجليزي قبل وصوله إلى الخرطوم في العام 1898م، وقد أصدرت السلطات الإنجليزية بعد أن آلت إليها إدارة البلاد صحيفة (الغازيته) وهي الصحيفة الرسمية⁽⁵⁴⁾.

ويجمع الكثير من الباحثين والمؤرخين في مجال الإعلام والصحافة أن النشرات الثلاثة لا تُصنّف بأنها صحف وفقاً

للمعايير العلمية للصحيفة، ويتفقون أن صحيفة (السودان) هي أول صحيفة صدرت في السودان، وقد ظهرت بعدها العديد من الصحف والمجلات أشهرها (حضارة السودان) 1919م، ومجلة (النهضة) 1933م، ومجلة (الفجر) 1934م، وصحف (النيل) و(الرأي العام)، و(كردفان) و(الأيام) و(الصحافة) خلال ثلاثينيات وأربعينيات وخمسينيات القرن العشرين⁽⁵⁵⁾.

وقد صدر أول قانون لتنظيم الصحافة في السودان في العام 1930م لكن الأجسام المهنية والنقابات والاتحادات الصحفية لم تظهر خلال هذه المرحلة، ويرى الباحث أن تأخر ظهورها يرجع إلى إحكام السلطات الإنجليزية قبضتها على العمل الصحفي ورفضها تكوين الجمعيات والاتحادات التي تُشكل خطراً عليها، كما أن عدد الصحفيين السودانيين كان قليلاً خلال تلك الفترة التي عرفت كذلك خلافات وانقسامات وصراعات بين الأحزاب والجماعات والجمعيات السياسية.

ويقول الأستاذ محجوب محمد صالح أن مرحلة بداية تأسيس نقابة الصحفيين السودانيين كانت في العام 1946م⁽⁵⁶⁾، وقد تم اختيار الأستاذ أحمد يوسف هاشم لرئاسة النقابة في مراحلها الأولى، وقد تأثر عملها بالتقلبات السياسية التي شهدتها السودان خلال الفترة التي تلت استقلاله في العام 1956م، وقد عادت النقابة إلى الواجهة بقوة عقب الإطاحة بحكومة الرئيس جعفر نميري في العام 1985م حيث أُقيمت انتخابات شهدت تنافساً عبر كتلتين جاءت بالأستاذ عمر عبدالتام نقيباً⁽⁵⁷⁾.

وتعطل عمل النقابة إثر الانقلاب الذي قاده العميد عمر البشير في العام 1989م حيث تم حلها، وتم بعد ذلك تشكيل الاتحاد العام للصحفيين السودانيين الذي أداره صحفيون موالون لحكومة البشير عبر انتخابات لم تتوفر بها النزاهة المطلوبة على مدار ثلاثين عاماً.

وقد عادت نقابة الصحفيين السودانيين إلى الواجهة بعد الإطاحة بحكم البشير في إبريل من العام 2019م حيث بدأ الصحفيون في إعادة تنظيم صفوفهم ليتم إجراء أول انتخابات بعد (30) عاماً من الانقطاع في أغسطس من العام 2022م⁽⁵⁸⁾.

وقد شارك في العملية الانتخابية (659) صحفياً من أصل (1164) صحفياً يحق لهم المشاركة في التصويت⁽⁵⁹⁾. وأسفرت النتيجة عن فوز الأستاذ عبدالمنعم أبودريس مراسل وكالة الصحافة الفرنسية بمنصب النقيب بعد حصوله على أعلى الأصوات⁽⁶⁰⁾.

وشهدت العملية الانتخابية للنقابة مشاركة أربعة صحفيين آخرين لمقعد الرئيس، وقد تمت استناداً على مصادقة السودان على الميثاق (87) لمنظمة العمل الدولية في مارس 2021م⁽⁶¹⁾، واختارت الجمعية التأسيسية لجنة تمهيدية عُهد إليها إعداد نظام أساسي وفتح باب العضوية، وقد عقدت جمعية عمومية في يوليو من العام 2022م لإجازة النظام الأساسي وانتخاب لجنة الانتخابات لتكتمل العملية بدار المهندس بالخرطوم في 2022/08/27م، وتم اعتماد القائمة الفائزة رسمياً في الأول من سبتمبر من العام نفسه⁽⁶²⁾.

خامساً: الدراسة الميدانية

تحليل البيانات الشخصية:

1/ النوع:

جدول رقم (1) يوضح نوع المبحوثين

النوع	التكرارات	النسبة المئوية (%)
ذكر	36	%72.0
أنثى	14	%28.0
المجموع	50	%100

يلاحظ من الجدول رقم (1) أن غالبية المبحوثين من الذكور حيث بلغت نسبتهم %72.0 فيما بلغت نسبة الإناث %28.0 فقط. ويؤكد هذا صعوبة العمل في وسائل الإعلام السوداني والظروف الاجتماعية التي تحد من حركة المرأة وتلزمها بالعمل في ساعات وظروف محددة.

2/ العمر:

جدول رقم (2) يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

العمر	التكرارات	النسبة المئوية (%)
21-30 سنة	18	%36.0
31-40 سنة	18	%36.0
41-50 سنة	10	%20.0
51 سنة فما فوق	4	%04.0
المجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (2) أن غالبية أعمار المبحوثين تنحصر بين 21-30 سنة وفئة 31-40 سنة بنسبة %36.0 فيما احتلت فئة 41-50 سنة المرتبة الثانية بنسبة بلغت %20.0 ثم جاءت بعدها فئة 50 سنة فما فوق بنسبة بلغت %04.0. ويشير ذلك إلى أن العاملين في الصحافة السودانية معظمهم من الشباب وهي مرحلة عمرية تساعد على الإنجاز والمنافسة وسرعة الحركة والسعي بجدية لأداء المهام وإذكاء روح المنافسة.

3/ المؤهل العلمي:

جدول رقم (3) يوضح المؤهل العلمي للمبحوثين

المؤهل العلمي	التكرارات	النسبة المئوية (%)
جامعي	27	%54.0
فوق الجامعي	23	%46.0
المجموع	50	%100

يتضح من الجدول رقم (3) لأفراد عينة البحث أن فئة الجامعيين تحتل المرتبة الأولى ونسبة 54.0%، بينما بلغت فئة فوق الجامعي نسبة 46.0%. ويوضح ذلك أن العاملين في مجال الإعلام في السودان مؤهلين علمياً وهذا يسهم في تطور الصحافة ويرتقي بها مهنيًا.

4/ طبيعة العمل:

جدول رقم (4) يوضح طبيعة عمل المبحوثين

طبيعة العمل	التكرارات	النسبة المئوية (%)
محرر	42	84.0%
مصور	02	04.0%
مصمم	01	02.0%
منتج برامج	01	02.0%
أستاذ جامعي	03	06.0%
مذيع	01	02.0%
المجموع	50	100%

يبين الجدول رقم (4) أن معظم المبحوثين محررين ونسبة بلغت 84.0%، تليهم فئة الأساتذة الجامعيين بنسبة 06.0%، ثم المصورين بنسبة 04.0%، وفئة مصمم ومنتج برامج ومذيع بنسبة 02.0%. ويؤكد هذا أن الصحافة السودانية تسير في الاتجاه الصحيح كون أن التحرير يمثل عماد العمل الصحفي، ويؤكد أيضاً أنها صحافة إخبارية في المقام الأول.

5/ سنوات الخبرة:

جدول رقم (5) يوضح سنوات الخبرة للمبحوثين

سنوات الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية (%)
1- 5 سنة	13	26.0%
6- 10 سنة	11	22.0%
11- 15 سنة	16	32.0%
16 سنة فأكثر	10	20.0%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (5) أن فئة المبحوثين الذين بلغت سنوات خبرتهم 11- 15 سنة تحتل المرتبة الأولى بنسبة 32.0%، تليها فئة من خبرتهم 1- 5 سنة بنسبة 26.0%، ثم فئة من 6- 10 سنة بنسبة 22.0%، وأخيراً فئة من خبرتهم 16 سنة فأكثر بنسبة 20.0%. ويدل هذا على أن الخبرات النوعية تتوفر في الصحافة السودانية مما يتيح الفرصة لتلقي الأجيال ويؤدي إلى رفع الكفاءة وتجويد الأداء.

تحليل البيانات الموضوعية:

تحليل ومناقشة النتائج المتعلقة بال محور الأول (مواقع التواصل الاجتماعي):

التوزيع التكراري للعبارات:

1/ أكثر موقع تواصل اجتماعي تستخدمه:

جدول رقم (6) يوضح أكثر موقع تواصل اجتماعي يستخدمه المبحوثين

موقع التواصل	التكرارات	النسبة المئوية (%)
فيس بوك	29	58.0%
واتساب	19	38.0%
تويتر	02	04.0%
المجموع	50	100%

يلاحظ من الجدول رقم (6) أن أكثر موقع تواصل اجتماعي يستخدمه المبحوثين هو فيس بوك 58.0%، يليه موقع الواتساب بنسبة 38.0%، ثم موقع تويتر بنسبة 04.0%. وتؤكد النتيجة شيوع استخدام موقع فيس بوك لدى الصحفيين السودانيين ومعظمهم من الشباب، ويتوافق مع العديد من الدراسات والبحوث العربية ذات الصلة والتي أثبتت أنه الأكثر استخداماً في المنطقة العربية ويعود ذلك لسهولة التعامل معه.

2/ معدل بقاءك اليومي في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (7) يوضح معدل البقاء اليومي للمبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي

معدل البقاء	التكرارات	النسبة المئوية (%)
أقل من 3 ساعات	08	16.0%
3-5 ساعات	24	48.0%
6 ساعات فأكثر	18	36.0%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (7) أن غالبية المبحوثين معدل بقاءهم اليومي في مواقع التواصل الاجتماعي من 3-5 ساعات بنسبة 48.0%، يليهم من بلغ معدل بقاءهم من 6 ساعات فأكثر بنسبة 36.0%، ثم من بلغ معدل بقاءهم أقل من 3 ساعات بنسبة 16.0%. ويشير ذلك إلى انشغال الصحفيين بأداء المهام الموكلة إليهم والتي تحتاج للكثير من الوقت والحركة مما يجعل تواجدهم في مواقع التواصل الاجتماعي محدوداً أثناء ساعات الدوام.

3/ فترة تواجدك في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (8) يوضح فترة تواجد المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي

فترة التواجد	التكرارات	النسبة المئوية (%)
بداية اليوم	10	20.0%
منتصف النهار	02	4.0%
نهاية اليوم	04	8.0%
حسب الظروف	34	68.0%
المجموع	50	100%

يتضح من الجدول رقم (8) لأفراد عينة البحث أن أكثر فترة لتواجد المبحوثين في مواقع التواصل حسب الظروف بنسبة 68.0%، تليها بداية اليوم 20.0%، ثم نهاية اليوم 8.0%، بينما نسبة فترة منتصف النهار 4.0%. وهذا يشير إلى أن فترة بقاء الصحفيين في المواقع تفرضه ظروف العمل؛ إذ أنه يُحدد وفق طبيعتها والظروف التي تتم فيها.

4/ السبب الرئيس لاستخدامك مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (9) يوضح السبب الرئيس لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

السبب الرئيس للاستخدام	التكرارات	النسبة المئوية (%)
متابعة الأخبار	15	30.0%
زيادة وإثراء رصيدك المعرفي	10	20.0%
تساعدك في أداء مهامك الصحفية	23	46.0%
الحصول على التسلية والترفيه	02	4.0%
المجموع	50	100%

يبين الجدول رقم (9) أن السبب الرئيس لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي أنها تساعد في أداء المهام الصحفية بنسبة بلغت 46.0%، يليها بسبب متابعة الأخبار بنسبة 30.0%، ثم بسبب زيادة وإثراء رصيدك المعرفي بنسبة 20.0%، وأخيراً لسبب الحصول على التسلية والترفيه بنسبة 4.0%.

وتؤكد النتيجة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للصحفيين وهم يحققون من خلالها الفائدة القصوى التي تتمثل في أداء مهامهم والحصول على الأخبار ومتابعتها وزيادة رصيدهم المعرفي.

5/ درجة اعتمادك وثقتك فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (10) يوضح درجة اعتماد وثقة المبحوثين فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي

درجة الاعتماد	التكرارات	النسبة المئوية (%)
ضعيفة	06	12.0%
متوسطة	39	78.0%
قوية	05	10.0%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (10) أن أعلى درجة اعتماد وثقة المبحوثين فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي متوسطة بنسبة 78.0%، ثم من درجة اعتمادهم ضعيفة بنسبة 12.0%، وأخيراً من درجة اعتمادهم قوية 10.0%. وتوضح النتيجة أن الصحفيين السودانيين يُدركون طبيعة عمل مواقع التواصل الاجتماعي ويقفون عند ما تبثه من أخبار وقصص وغير ذلك من الفنون الإعلامية كون أن المواطنين الصحفيين يمثلون الرافد الأساسي لها مما يفرض ضرورة التحقق والتثبت والتحري فيما تنشره التزاماً بالمعايير المهنية والأخلاقية.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لعينة واحدة:

ولتحليل المحور الأول تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (ت) لعينة واحدة لمعرفة الفروق بين متوسط أفراد العينة ومتوسط عبارات المحور، وذلك كما يلي:

جدول (11) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للمحور الأول

أسئلة المحور الأول	قيمة (T)	المتوسط الحسابي (Mean)	مربع كاي (Chi- S)	الانحراف المعياري (St.d)	درجة المعنوية (Sig)	المدى (Ran)
أكثر موقع تواصل اجتماعي تستخدمه.	8.17	46.1	22.360 ^a	579.	.000	2
معدل بقاءك اليومي في مواقع التواصل الاجتماعي.	2.22	20.2	07.840 ^a	700.	.000	2
فترة تواجدك في مواقع التواصل الاجتماعي.	7.18	24.3	52.080 ^b	1.222	.000	3
السبب الرئيس لاستخدامك مواقع التواصل الاجتماعي.	9.16	24.2	18.640 ^b	938.	.000	3
درجة اعتمادك وثقتك فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي.	6.29	98.1	44.920 ^a	473.	.000	2
متوسط قيمة (T) والمتوسط الحسابي ومربع كاي والانحراف المعياري ودرجة المعنوية	<u>21.0</u>	<u>2.22</u>	<u>000</u>	<u>.782</u>	<u>.000</u>	..

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول رقم (11) تم عرض المتوسط الحسابي للمحور الأول ككل لدى عينة البحث حيث بلغت قيمته (2.22) كما تم عرض المتوسط الحسابي لكل سؤال من أسئلة المحور، فقد كانت كلها أكبر من (1.00) وهو الرأي الموافق لأسئلة المحور وهذا يعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المستجوبة وذلك وفقاً لمقادير المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول (11) الخاص بالفرضية الأولى، وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على العبارات التي تقيس محور (مواقع التواصل الاجتماعي).

تحليل ومناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الثاني (مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة الانتخابية):

1/ التوزيع التكراري للعبارات:

لمعرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة لكل فقرة من فقرات المحور الثاني تم استخدام النسب والتكرارات وكانت النتائج كما يلي: (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة).

جدول رقم (12) التوزيع التكراري لعبارات المحور الثاني

العبرة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
قدمت مواقع التواصل الاجتماعي معلومات كافية عن انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين.	17	%34.0	18	%36.0	09	%18.0	06	%12.0	00	%00.0
غطت مواقع التواصل الاجتماعي انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين من كافة جوانبها.	08	%16.0	19	%38.0	15	%30.0	07	%14.0	01	%02.0
عرضت مواقع التواصل الاجتماعي قضية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين بطريقة واضحة.	10	%20.0	19	%38.0	08	%16.0	13	%26.0	00	%00.0
اهتمت مواقع التواصل الاجتماعي بقضية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين من كافة جوانبها.	08	%16.0	21	%42.0	07	%14.0	14	%28.0	00	%00.0
ناقشت مواقع التواصل الاجتماعي قضية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين بحياد ومهنية.	5	%10.0	18	%36.0	17	%34.0	09	%18.0	01	%02.0
إجمالي العبارات	48	%19.2	95	%38.0	56	%22.4	49	%19.6	02	%00.8

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يتضح من الجدول (12) ما يلي:

1. أعلى نسبة موافقة وموافقة بشدة كانت للعبرة الثانية بنسبة (70.0%) حيث بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (12.0%) والذين لم يبدووا إجابات محددة (18.0%). وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (مواقع التواصل الاجتماعي قدمت معلومات كافية عن انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين) حيث بلغت نسبتهم (70.0%).

2. أقل نسبة موافقة وموافقة بشدة للعبرة الخامسة (46.0%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (20.0%)، أما أفراد العينة والذين لم يبدووا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (34.0%) وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (مواقع التواصل الاجتماعي ناقشت قضية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين بحياد ومهنية) حيث بلغت نسبتهم (46.0%).

3. ويتضح من خلال نتائج التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة أن غالبية أفراد عينة البحث يوافقون على العبارات التي تقيس المحور الثاني (مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة الانتخابية) والبالغ عددها (5 عبارات)، ونسبة موافقة إجمالية لجميع العبارات بلغت (57.2%).

2/ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لعينة واحدة:

ولتحليل المحور الثاني تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (ت) لعينة واحدة لمعرفة الفروق بين متوسط أفراد العينة ومتوسط عبارات المحور، وذلك كما يلي:

جدول (13) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للمحور الثاني

أسئلة المحور الثاني	قيمة (T)	المتوسط الحسابي (Mean)	مربع كاي (Chi- S)	الانحراف المعياري (St.d)	درجة المعنوية (Sig)	المدى (Ran)
قدمت مواقع التواصل الاجتماعي معلومات كافية عن انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين.	6.14	08.2	08.400 ^b	1.007	.038	3
غطت مواقع التواصل الاجتماعي انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين من كافة جوانبها.	6.17	48.2	20.000 ^c	995.	.000	4
عرضت مواقع التواصل الاجتماعي قضية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين بطريقة واضحة.	1.16	48.2	05.520 ^b	1.092	.137	3
اهتمت مواقع التواصل الاجتماعي بقضية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين من كافة جوانبها.	7.16	54.2	10.000 ^b	1.073	.019	3
ناقشت مواقع التواصل الاجتماعي قضية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين بحياد ومهنية.	6.91	66.2	22.000 ^c	961.	.000	4
متوسط قيمة (T) والمتوسط الحسابي ومربع كاي والانحراف المعياري ودرجة المعنوية	<u>16.9</u>	<u>2.45</u>	<u>000</u>	<u>1.026</u>	<u>.000</u>	..

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول رقم (13) تم عرض المتوسط الحسابي للمحور الثاني ككل لدى عينة البحث حيث بلغت قيمته (2.45) كما تم عرض المتوسط الحسابي لكل سؤال من أسئلة المحور، فقد كانت كلها أكبر من (1.00) وهو الرأي الموافق لأسئلة المحور وهذا يعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المستجوبة وذلك وفقاً لمقادير المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول (13) الخاص بالفرضية الثانية، وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على العبارات التي تقيس محور (مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة الانتخابية).

تحليل ومناقشة النتائج المتعلقة بالمحور الثالث (تغطية الانتخابات):

1/ التوزيع التكراري للعبارات:

لمعرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة لكل فقرة من فقرات المحور الثالث تم استخدام النسب والتكرارات وكانت النتائج

كما يلي:

جدول رقم (14) التوزيع التكراري لعبارات المحور الثالث

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق بشدة			
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة		
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بانتخابات نقابة الصحفيين السودانيين في كافة مراحلها.	12	24.0%	20	40.0%	11	22.0%	06	12.0%	01	2.0%
ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المرشحين في طرح برامجهم الانتخابية.	16	32.0%	24	48.0%	06	12.0%	04	8.0%	00	0.0%
دفعت مواقع التواصل الاجتماعي الصحفيين للمشاركة في العملية الانتخابية.	13	26.0%	27	54.0%	07	14.0%	03	6.0%	00	0.0%
تأثر الناخبون بما نشرته مواقع التواصل الاجتماعي أثناء مشاركتهم في العملية الانتخابية.	07	14.0%	19	38.0%	15	30.0%	09	18.0%	00	0.0%
ساهم ما نشرته مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع الرأي العام بالاهتمام بانتخابات نقابة الصحفيين السودانيين.	18	36.0%	19	38.0%	08	16.0%	05	10.0%	00	0.0%
إجمالي العبارات	66	26.4%	109	43.6%	47	18.8%	27	10.8%	01	0.4%

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يتضح من الجدول (14) ما يلي:

1. أعلى نسبة موافقة وموافقة بشدة كانت للعبارتين الثانية والثالثة بنسبة (80.0%) حيث بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة للعبارة الثانية (08.0%) وللعبارة الثالثة (06.0%) والذين لم يبدوا إجابات محددة للعبارة الثانية (12.0%) وللعبارة الثالثة (14.0%). وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت المرشحين في طرح برامجهم الانتخابية، ودفعت مواقع التواصل الاجتماعي الصحفيين للمشاركة في العملية الانتخابية) حيث بلغت نسبتهم (80.0%).

2. أقل نسبة موافقة وموافقة بشدة للعبارة الرابعة (52.0%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة

(18.0%)، أما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (30.0%) وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (الناخبون تأثروا بما نشرته مواقع التواصل الاجتماعي أثناء مشاركتهم في العملية الانتخابية) حيث بلغت نسبتهم (52.0%).

3. ويتضح من خلال نتائج التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة أن غالبية أفراد عينة البحث يوافقون على العبارات التي تقيس المحور الثالث (تغطية الانتخابات) والبالغ عددها (5 عبارات)، وبنسبة موافقة إجمالية لجميع العبارات بلغت (70.0%).

2/ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) لعينة واحدة:

ولتحليل المحور الثالث تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (ت) لعينة واحدة لمعرفة الفروق بين متوسط أفراد العينة ومتوسط عبارات المحور، وذلك كما يلي:

جدول (15) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للمحور الثالث

أسئلة المحور الثالث	قيمة (T)	المتوسط الحسابي (Mean)	مربع كاي (Chi-S)	الانحراف المعياري (St.d)	درجة المعنوية (Sig)	المدى (Ran)
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بانتخابات نقابة الصحفيين السودانيين في كافة مراحلها.	6.15	28.2	20.200 ^c	1.031	.000	4
ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المرشحين في طرح برامجهم الانتخابية.	7.15	961.	20.720 ^b	880.	.000	3
دفعت مواقع التواصل الاجتماعي الصحفيين للمشاركة في العملية الانتخابية.	5.17	00.2	26.480 ^b	808.	.000	3
تأثر الناخبون بما نشرته مواقع التواصل الاجتماعي أثناء مشاركتهم في العملية الانتخابية.	7.18	52.2	07.280 ^b	953.	.063	3
ساهم ما نشرته مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع الرأي العام بالاهتمام بانتخابات نقابة الصحفيين السودانيين.	6.14	00.2	11.920 ^b	969.	.008	3
متوسط قيمة (T) والمتوسط الحسابي ومربع كاي والانحراف المعياري ودرجة المعنوية	<u>16.4</u>	<u>2.15</u>	<u>000</u>	<u>.928</u>	<u>.000</u>	..

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول رقم (15) تم عرض المتوسط الحسابي للمحور الثالث ككل لدى عينة البحث حيث بلغت قيمته (2.15) كما تم عرض المتوسط الحسابي لكل سؤال من أسئلة المحور، فقد كانت كلها أكبر من (1.00) وهو الرأي الموافق لأسئلة المحور وهذا يعبر عن درجات عالية من وجهة نظر العينة المستجوبة وذلك وفقاً لمقادير المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح مسبقاً من خلال الجدول (15) الخاص بالفرضية الثالثة، وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على العبارات التي تقيس محور (تغطية الانتخابات).

سادساً: النتائج والتوصيات:

النتائج:

- 1- أكدت الدراسة أن موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك هو الأكثر استخداماً بالنسبة للإعلاميين السودانيين وذلك بنسبة (58%) يليه الواتساب بنسبة (30%).
- 2- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي قدمت معلومات كافية عن انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين وذلك بنسبة (70%).
- 3- أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي دفعت الصحفيين السودانيين للمشاركة في انتخابات نقاباتهم وذلك بنسبة (80%).
- 4- بينت الدراسة أن الناخبين تأثروا بما بثته مواقع التواصل الاجتماعي قبل وأثناء وبعد العملية الانتخابية وذلك بنسبة (52%).
- 5- أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في إقناع الرأي العام بالاهتمام بانتخابات نقابة الصحفيين السودانيين وذلك بنسبة (74%).
- 6- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي نجحت في تغطية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين للعام 2022م من كافة جوانبها.
- 7- بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد الصحفيين السودانيين في أداء مهامهم والحصول على الأخبار.

التوصيات:

توصي الدراسة بالآتي:-

- 1- الاستفادة من المميزات التي توفرها منصات ومواقع التواصل الاجتماعي لتطوير العمل الصحفي في السودان.
- 2- تأهيل وتدريب الصحفيين السودانيين على التعامل باحترافية مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.
- 3- إخضاع عملية انتخابات نقابة الصحفيين السودانيين في كافة مراحلها للدراسة والتقييم والتحليل للاستفادة من إيجابياتها ومعالجة أوجه الخلل والأخطاء التي صاحبته.
- 4- حث الصحفيين على المشاركة في الانتخابات والتوعية بأهميتها باعتبارها عملية ديمقراطية تساهم في تقدّم البلاد ونهضتها.
- 5- الاستفادة من مميزات الإعلام الجديد وتوظيفه للتعريف بأهمية العمل النقابي ودور النقابات المهنية في الدفاع عن حقوق منسوبيها.
- 6- إخضاع الانتخابات على كافة مستوياتها للدراسات العلمية وفق الطرق والمناهج لتقديم مادة علمية تفيد الباحثين والدارسين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال.
- 7- التوثيق للعمل النقابي عموماً في السودان ونقابة الصحفيين على وجه خاص لما يمثله هذا الأمر من أهمية للأجيال الجديدة من الصحفيين والطلاب والباحثين.

سابقاً: قائمة المراجع:

- (1) خالد عبدالله أحمد درار، البحث العلمي في الاتصال الجماهيري، (السودان- الخرطوم: المكتبة الوطنية للنشر، ط1، 2012).
- (2) السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي، (طرابلس: منشورات قاريونس، 1994).
- (3) عبدالله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، (الإسكندرية: مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، 1996).
- (4) خالد عبدالله درار، مرجع سابق.
- (5) امتياز صالح، تطوير أنموذج مقترح لدور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية، (الأردن- عمان: ب.ن، 2008).
- (6) حسين محمود هيثمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (الأردن- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
- (7) معجم المعاني.
- (8) موقع الموسوعة السياسية على شبكة الإنترنت.
- (9) منصور عثمان محمد زين، المدخل الأساسي لعلم الصحافة، (ب.ب: مكتبة الرشيد ناشرون، 2019).
- (10) محمد زكي بني سلامة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن عشر 2016، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الكويت، 2018.
- (11) بشرى داؤود السنجري وسينهاث محمد عزالدين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد (2019)، العدد (66)، يناير 2019.
- (12) منى جابر عبدالهادي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الناخبين خلال الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (13)، العدد (2)، يوليو 2014.
- (13) أسماء عبده زكي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2021.
- (14) خالد بومخيلة، واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي- دراسة حالة الجزائر، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد (4)، العدد (4)، 2021.
- (15) زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تهيئة الرأي العام الفلسطيني حول التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العلوم الإنسانية، مجلد 26، العدد 6، 2012.
- (16) سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، 2011.
- (17) إبراهيم بعزیز، دور وسائل الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في البلدان العربية، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، يوليو، 2011.
- (18) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد- شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان: دار أسامة للنشر، ط1، 2014).
- (19) علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 2005).
- (20) أحمد مصطفى علي، حقيقة الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والتقليدي:

www.alukeh.net/culture/23-1-2013

- (21) حسن محمد حسن وآخرون، وسائل الإعلام من المنتدى إلى الإنترنت، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2009).
- (22) عبدالله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- (23) حنان سليم، الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2013).
- (24) رضا عبدالواحد، استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب، أبحاث المؤتمر الدولي، جامعة البحرين، 2009.
- (25) موقع ويكيبيديا- الموسوعة الحرة.
- (26) موقع موضوع.
- (27) عبدالرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
- (28) حسن السوداني ومحمد المنصور، شبكات التواصل وتأثيرها على جمهور المتلقين، (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، 2016).
- (29) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد- شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2014).
- (30) فيصل محمد عبدالغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
- (31) ابن منظور، لسان العرب، مادة نخب، 752/1.
- (32) فهد بن صالح العجلان، الانتخابات وأحكامها في الفقه الإسلامي، (المملكة العربية السعودية- الرياض: دار كنوز اشبيليا للنشر والتوزيع، 2009).
- (33) سليمان القويل، الاستفتاء وأزمة الديمقراطية، (طرابلس: جامعة قاريونس، 2003).
- (34) سليمان القويل، الانتخابات والديمقراطية، (طرابلس: منشورات أكاديمية الدراسات العليا، ط1، 2003).
- (35) علاء شلبي، كرم خميس، الديمقراطية والانتخابات في العالم العربي، (القاهرة: المنظمة العربية لحقوق الإنسان، 2014).
- (36) فهد بن صالح العجلان، مرجع سابق.
- (37) ألن وول وآخرين، ترجمة أيمن أيوب، أشكال الإدارة الانتخابية- دليل المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، 2006.
- (38) طالب عوض، الانتخابات الحرة وفقاً للمعايير الدولية، الديمقراطية والانتخابات في العالم العربي، (القاهرة: المنظمة العربية لحقوق الإنسان، 2014).
- (39) ألن وول وآخرين، مرجع سابق.
- (40) طالب عوض، مرجع سابق.
- (41) المرجع نفسه.
- (42) سليمان القويل، الانتخابات والديمقراطية، مرجع سابق.
- (43) علاء شلبي، مرجع سابق.
- (44) المرجع نفسه.
- (45) ألن وول وآخرين، مرجع سابق.
- (46) طالب عوض، مرجع سابق.

- (47) مصطفى أحمد أبو عمرو، علاقات العمل الجماعية، (مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2015).
- (48) حسين إبراهيم خليل، نقابة المحامين قلعة الحريات وحصن المحامين، (القاهرة: دار النهضة، ط1، 2012).
- (49) عبدالعزيز فهمي هيكل، موسوعة المصطلحات الاقتصادية والإحصائية، (بيروت: دار النهضة العربية، 2004).
- (50) جمال البناء، النقابات المهنية المصرية في معركة البقاء، (القاهرة: دار الفكر الإسلامي، ط1، 2011).
- (51) الاتحاد العربي للنقابات، الدليل إلى إدارة التنظيم النقابي، ط1، 2018.
- (52) المرجع السابق.
- (53) صلاح عبداللطيف، الصحافة السودانية تأريخ وتوثيق 1899-1989م، (الخرطوم: ب.ن، 1991).
- (54) محجوب محمد صالح، الصحافة السودانية في نصف قرن 1903-1953م، (الخرطوم: مركز الدراسات السودانية، 1996).
- (55) صلاح عبداللطيف، مرجع سابق.
- (56) صحيفة الراكوبة، 2022/12/29م.
- (57) عبدالله رزق، خبير إعلامي، مقابلة مع الباحث، الخرطوم، 2023 /03/17م.
- (58) موقع مداميك الإلكتروني، 2022/08/09م.
- (59) الجزيرة نت، 2022/08/30م.
- (60) سكاى نيوز، 2022/08/27م.
- (61) سودان تريبيون، 2022/08/20م.
- (62) موقع رصيف الإلكتروني، 2022/09/01م.