

المقدمة

لقد مرت البشرية منذ بدء الخليقة بمراحل تطور بالغة الأهمية ، تغيرت خلالها لغة الاتصال بين البشر ، من عصر الرموز والعلامات والاشارات إلى عصر اللغة المنطوقة والتخاطب ، ثم وصلت لعصر الكتابة اليدوية البدائية ، قبل ان يعرف العالم الطباعة ويدخل منها الي عصر الاتصال الجماهيري بدءاً بالصحافة الورقية ، ثم الصحافة المسموعة والمرئية التي عرفت في بدايات القرن العشرين ، واكتشاف السينما ، واجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية تمهيداً للوصول بالعالم الى مرحلة الاتصال التفاعلي ، من خلال شبكة المعلومات العنكبوتية والصحافة الإلكترونية .

لذلك يمكن الربط بين الخطاب الإعلامي وأدوات الإتصال السياسي بشكل يعزز عملية التنمية السياسية من المنظور المؤسس المنتظم، المتمثل في صياغة الجانب الملموس، عبر صياغة برامج متكاملة تتجاوز الماضي بتوفير ظروف اقتصادية واجتماعية جديدة وتوظيف الروابط وتدعيم حركة المجتمع وتحويلها إلى آليات للاتصال والتسويق السياسي .

ومن المعلوم أن لكافة الأحزاب السياسية اذرع في المجتمع المدني سواء كان في شكل تنظيمات طلابية او نقابات او جمعيات ذات طابع خدمي حيث يوظف خطاب هذه الجماعات لتدعيم عملية التسويق والاتصال السياسي للبرامج التي يهدف اليها الحزب وتسويقها.

أهمية البحث

إن تفهم الافراد لمجتمعاتهم وما يدور فيها من أحداث حتى يتسنى إصدار الاحكام لما تؤديه الدولة إلى المواطن والمجتمع ، والمواطن لا يملك في كثير من الحالات الوقت الكافي للإطلاع وقراءة ما يدور من حوله في الدولة من قرارات أو احداث أو أنشطة أو ما يدور في الدول الاخرى ، لذلك نجد ان أهمية وجود أحزاب سياسية لها خطاب إعلامي يساهم في نقل صورة مختصرة وسهلة عن القرارات أو الاحداث أو الأنشطة لتلك الأحزاب ، وذلك عن طريق المطبوعات المعلقة أو النشرات الدورية لنشر الوعي سواء على مستوى الدولة والجماهير المعنية أو بالقرارات التي تقدمها الدولة ، إستخدام الخطاب الإعلامي لتحقيق

الأهداف الاستراتيجية في حالتنا السلام والحرب ، حيث تسعى الأحزاب السياسية بالدول على إختلاف الأنظمة السياسية القائمة فيها إلى اهدافها السياسية محلياً وعالمياً .

ان وجود خطاب إعلامي يرتبط بالمجتمع بكل نظمه ومؤسساته حيث يعكس بناءه في هذا الإطار " بناء وتطور وحجم النشاط الإتصالي - اي تطور وسائل الإعلام وجماهيرها وانتقال أدوار الإتصال الفردية الموجودة في المجتمع التقليدي إلى مؤسسات ، وإتساع وتعدد سلاسل الإتصال بعكس التطور الإقتصادي في المجتمع ، وملكية امكانيات الإتصال والإستخدام الهادف للإتصال والسيطرة على الإتصال ، كل هذا يعكس التطور السياسي وفلسفة المجتمع ومضمون الإتصال في وقت معين يعكس نمط القيم في المجتمع.

سيكون البحث عبارة عن توضيح وتصحيح لفهم الخطاب الإعلامي داخل الأحزاب السياسية الذي يؤدي إلى إزدياد الوعي السياسي الجماهيري والذي يخلق تشكيلا للرأي العام السوداني لذلك ستأخذ الباحثة في تناولها لهذا الموضوع الخلفيات التاريخية للأحزاب السودانية والخطاب الاعلامي لها في قضية الدستور .

أهداف البحث

هذا البحث محاولة فكرية إعلامية لإستيعاب الظواهر الإنسانية عامة ، وظاهرة الخطاب الإعلامي ودوره في تشكيل الرأي العام السياسي بشكل أكثر خصوصية ، لم تبلغ بعد مستوى الكمال المطلوب كسائر الاعمال البشرية وهي وإن كانت في أصلها جهداً إعلامياً وأكاديمياً محكماً إلا أنها تبقى محاولة تسعى للفت النظر الى وسائل الفهم والإدراك وحسن التعامل والتوظيف للخطاب الإعلامي السياسي .

ومما سبق ذكره تتمثل أهداف البحث في النقاط التالية :

1- التعريف بالأحزاب السودانية والإلمام بمنهجها وأهدافها التي يستفيد منها المجتمع ، والتعرف على مضمون خطابها الإعلامي .

2- التعريف بدور الأحزاب السياسية السودانية في معالجة القضايا المختلفة ، والاشارة إلي الوعي السياسي ومخاطبة الرأي العام .

3- محاولة ترسيخ مفهوم الوعي السياسي كوعاء لتشكيل الرأي العام السوداني لخلق بيئة وطنية سياسية مسالمة بعيداً عن التطرف السياسي .

4- المساهمة في الإعداد والتخطيط للدستور السياسي الدائم للبلاد لحماية الشخصية السودانية .

5- التنسيق بين الأحزاب السياسية المختلفة لخلق خطاب إعلامي يهدف إلى دراسة الدستور بصورة وافية.

6- توضيح الادوات الإعلامية التي تؤثر الأحزاب السياسية من خلالها على الجمهور وكسب تأييده .

7- الاستفادة من مزايا وخصائص الخطاب الإعلامي وتسخيرها لخدمة أهداف التنمية السياسية في المجتمع السوداني حتى ينعم بالحرية والتعددية السياسية .

8- إظهار دور الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية وعلاقته بحركة التحولات والمتغيرات ومحاولة لدراسة الجوانب الايجابية والسلبية في مضمون الخطاب الإعلامي لها.

9- مساهمة مثل هذه الدراسات في تعزيز الرأي العام السوداني وتشكيله لدى الجمهور .

10- المساهمة في مجال البحث العلمي لفائدة طلاب العلم والمعرفة .

مشكلة البحث

في الأزمات السياسية والإقتصادية والإجتماعية التي تمر بها المجتمعات تلجأ النخب السياسية إلى التعامل المكثف مع وسائل الإعلام لإبراز وجهات نظرها ورائها للتأثير على الرأي العام ، قد تكون تلك النخب تمثل المعارضة او الحكومة.

إن إشكالية الخطاب الإعلامي التي تم طرحها وفتح ملفها المغلق والتفاكر بصوت مسموع حول إمكانية العمل على تطويرها والإرتقاء بها ، وكيفية إعتماها منهاجاً للبحث والدراسة وأداة للنظر والوصف والفهم والتحليل والتفسير والمعالجة ، وحسن التعامل مع الرسالة الإعلامية لنجاح الخطاب الإعلامي ، حيث أنها تعتبر إضاءة ومحاولة إستطلاعية إستقرائية مازال تستدعي كثيراً من التأسي والتأصيل والنظر والإستقراء

والإستنتاج والتدليل على أهمية مفهوم الخطاب الاعلامي للأحزاب ودوره في تشكيل الرأي العام السياسي وذلك بدراسة تطبيقية على قضية الدستور .

تتمثل مشكلة البحث في هل هنالك قصور واضح وعدم رؤية للحزب السودانية تجاه الخطاب الاعلامي ؟ لذلك يبرز السؤال المحوري وهو ما هو الدور الذي يمكن ان يلعبه الخطاب الاعلامي في تشكيل الرأي العام المحلي ؟

دوافع اختيار الموضوع :

جاء اختيارنا لموضوع الخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية ودوره في تشكيل الرأي العام دراسة تطبيقية على عينة من الأحزاب وخطابها تجاه قضية الدستور للدراسة والبحث انطلاقاً من الأسباب التالية:

- 1- عدم وضوح مسألة الخطاب الاعلامي للأحزاب والتي هي الركيزة الاساسية في منح الأحزاب السياسية مكانتها ودورها القيادي في النظامين السياسي والاجتماعي على حد سواء .
- 2- التطورات الحاصلة في الحياة السياسية التي عرفت سلسلة من التغييرات على مستوى السياسات العامة والنشاط الحزبي والمتمثلة اساساً في انشاء دستور دائم بالبلاد .
- 3- ازدواجية الهدف لهذه الدراسة البحثية باعتبارها تهدف الى تفسير وتحليل الواقع السياسي الراهن ومحاولة ايجاد الحلول للأزمات السياسية التي يشهدها النظام الحزبي والنظام السياسي ، إضافة الى محاولة كشف سبل تنمية المجتمع وتأهيله لاداء مهامه السياسية والاقتصادية والاجتماعية .
- 4- المام الباحثة وادراكها لمجتمعها المحلي الذي تعيش فيه ، يشكل محفزاً للبحث والدراسة .

دافع ذاتي :

إن أهم ما دفعني الى اختيار هذا الموضوع - على تشعبه هو حال أغلب دول العالم الثالث خاصة دول العالم العربي والاسلامي ، وما تعانيه من تخلف وفساد وعدم استقرار يؤسف له ، في مقابل ما يجري في العالم من تطور سريع سبقنا فيه غيرنا .

ثم ان الرغبة في البحث عن موضوع يجمع بين السياسة والاعلام هو ما شجعني على اختيار هذا الموضوع ، لهذا فأن غايتي في الدراسة تتدرج ضمن توظيف الجوانب المعرفية والنظرية .

لقد اصبح في حكم المؤكد على ضوء معطيات العصر الراهن استحالة التخلص من الأزمات السياسية وترسيخ الديمقراطية دون تجميع الامكانات والطاقات المادية والبشرية والثقافية وفق رؤيو شاملة تتيح الوصول الى أعلى درجة من المشاركة السياسية وزيادة قدرات النظام السياسي والدفع بالتغيير السياسي والتنمية السياسية .

لهذا أرى الضرورة العلمية تستلزم البحث في سبل التنمية السياسية عن طريق افساح المجال لمختلف الفئات للمشاركة في العملية السياسية وهو ما سيشجع على عودة الحيوية الى الأحزاب السياسية وبالتالي سينعكس ايجابياً على تطور النقاش وتنوع البرامج السياسية لمعالجة كافة القضايا والمشكلات العامة بوضوح وجدية ، ومن جهة أخرى فإن تحول طبيعة النظام السياسي المنغلقة الى نظام سياسي متفتح وقابل للاستجابة للتغييرات الداخلية والخارجية ، سيعمل على تغيير بيئة الأحزاب السياسية ويساهم في التحفيز على العمل السياسي وتعزيز النهج الديمقراطي .

دافع علمي :

ان أهمية هذه الدراسة تعود الى مجموعة من العوامل بعضها نظري والبعض الآخر عملي ، فمن الناحية النظرية استفادت الباحثة من المفاهيم الحديثة في الخطاب الاعلامي والاحزاب السياسية مثل : مفهوم التغيير السياسي - مفهوم التطور السياسي - مفهوم الرأي العام - مفهوم التنشئة السياسية - مفهوم الأحزاب السياسية .

دافع مجتمعي :

يتمثل الدافع المجتمعي من جملة من المبررات أهمها :

1- الرهانات والتحولت السياسية التي تحكم واقع الحياة في الدول النامية ، وضرورة القيام باصلاحات شاملة تجسيدا لتطلعات الشعب في تحقيق تنمية شاملة بابعادها الثلاثة (الاقتصادية - السياسية - الاجتماعية) .

2- ضرورة تفعيل الخطاب الإعلامي باعتباره شرطاً أساسياً لإنجاح عملية التنمية السياسية في البلاد وبالتالي الى تفعيل مفهوم الدستور لدى الجمهور والذي يساهم في إحداث تغييرات ايجابية في السلوك والنظم والعلاقات ضمن البناء الشامل للدولة والمجتمع .

3- تنوع الدراسات العلمية الأكاديمية والمتخصصة والتي تولي عناية فائقة بموضوع الخطاب الإعلامي لأحزاب ، مما يؤكد على اهميتها في الواقع المعاش للدول والمجتمعات مهما اختلفت وتباينت مستوياتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية .

تساؤلات البحث

تتشكل اسئلة البحث على الدور الذي يمكن أن يقوم به الخطاب الإعلامي لتوضيح الأهداف والمرامي التي ينشدها الاحزاب في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور والتي يقوم على إجابتها خلال البحث وتتكون من محورين هما :

أولاً : المحور الاول :

1. هل للأحزاب السودانية خطاب اعلامي سياسي واضح ؟
2. ماهى الخطة الإعلامية الإستراتيجية للأحزاب السودانية في خطابها الاعلامي ؟
3. كيف وظفت الأحزاب وسائط الإتصال عبر خطابها لتشكيل الرأي العام في القضايا الوطنية ؟
4. ماهو الدور الذي تلعبه الاحزاب في الخطاب الاعلامي ؟

ثانياً : المحور الثاني :

1. الى أى مدى نجحت الأحزاب السودانية في تشكيل الرأى العام في الوصول والتأثير على جمهورها عبر خطابها الاعلامي لقضية الدستور؟

2. ما نوعية التحديات والمشكلات التي واجهتها الأحزاب السودانية في خطابها الإعلامى ؟

3. الى أى مدى يمكن ان يشكل خطاب الأحزاب الاعلامي قاعدة لتشكيل الرأى العام ؟

4. ما هى الكيفية التى وظفت بها الأحزاب السودانية خطابها الاعلامي ؟

لذلك فإن هذا البحث يركز على معالجة هذه السليبيات إن وجدت والخروج بنتائج وتوصيات ستساهم في بناء وتحسين صورة الأحزاب السودانية لما لها من تأثير على المجتمع .

لذا ركزت مشكلة البحث لمعرفة الخطاب الاعلامي للأحزاب ودوره في تشكيل الرأى العام السياسى ودراسته التطبيقية لقضية الدستور .

فروض البحث :

إذا كان الخطاب الإعلامى يعتبر واحداً من أكثر المصطلحات إستخداماً في أوساط الكتاب والمفكرين ورجال السياسة وقادة الرأى وروؤساء الأحزاب والمنظمات الجماهيرية وبتواتر إستخدامه في الأجهزة المختلفة في وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في مواكبتها للأحداث ومتغيراتها الدائمة فيمكن أن نحدد فرضيات البحث في النقاط التالية :

الفرضية الاولى : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة معنوية واجتماعية بين مفهوم الخطاب الاعلامي والاحزاب السودانية.

الفرضية الثانية : توجد علاقة ارتباطية واجتماعية موجبة بين الأحزاب السودانية واستخدام وسائل الاعلام لتشكيل الرأى العام.

الفرضية الثالثة : توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين الخطاب الاعلامي للأحزاب وتشكيل الرأى العام .

الفرضية الرابعة : توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين الاحزاب (المؤتمر الوطني ، الاتحادي الديمقراطي ، الأمة القومي) وخطابها الاعلامي تجاه قضية الدستور .

منهج البحث

تم استخدام المنهج التاريخي بالاضافة الى المنهج الوصفي التحليلي بإعتباره طريقة لوصف الظاهرة المبحوثة وتصويرها كمياً عن طريق جمع البيانات و المعلومات وتصنيفها وتحليلها ، وإخضاعها للدراسة الدقيقة حيث أن المنهج الوصفي التحليلي يعتمد على : (التحليل والتغيير بشكل علمي منظم من أجل الوصول لنتائج محددة ، حيث يقوم هذا المجتمع على تقديم الحقائق المجردة وتمييز الظاهرة كمياً وكيفياً بغرض إظهارها أو تحديدها بصورة أوضح (المصطفى:1979:ص4) .

كما ساعد المنهج الوصفي التحليلي على : " رسم تصور متكامل لمعالم البناء السياسي لموضوع البحث وتوضيح خصائصه ثم التوصل إلى نموذج يساهم في فهم الحالة وتفسيرها (حسين:1976:ص30).

كما ساهم المنهج الاستقرائي والاستقصائي في تحليل وقراءة نتائج البحث الميداني ، اضافة الى المقابلة الشخصية لبعض قادة الرأي في المجتمع والشخصيات الحزبية التي قد تسهم بقدر من المعلومات والملاحظة .

طرق وأدوات جمع البيانات :

اعتمدت الباحثة في هذا البحث في حصولها عن البيانات اللازمة على طرق وأدوات عدة منها :

أ/ البيانات الثانوية :

التي تشتمل على التقارير والإحصائيات الميدانية ، والإصدارات والنشرات والدوريات والمجلات العلمية وغيرها من البيانات الأخرى .

ب/ البيانات الأولية :

التي تشتمل على إستمارة الإستبيان وهي إحدى الوسائل التي عن طريقها ستقوم الباحثة بجمع المعلومات والتي تعرف بأنها مجموعة من الأسئلة يتم الإجابة عليها من قبل المبحوث بدون مساعدة الباحث أو من يقوم مقامه سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عنه) (العتباني:1991:ص94) .

الإطار الزمني والمكاني :

- الإطار المكاني:

تعلق البحث بالدراسة في جمهورية السودان ولاية الخرطوم كإطار مكاني (عينات من المجتمع الذين يشكلون الرأي العام السوداني) .

- الإطار الزمني:

تناول البحث الخطاب الإعلامي للأحزاب السودانية ودوره في تشكيل الرأي العام بالتطبيق على قضية الدستور للفترة 2015-2017م

- الإطار الموضوعي:

يتم التركيز في هذه الدراسة على مضمون الخطاب الإعلامي للأحزاب السودانية من خلال البيانات الأساسية الصادرة عن تلك الأحزاب إزاء قضية الدستور والتي تهم المجتمع السوداني أثناء الفترة المحددة لدراسة الخطاب الاعلامي فيها .

المصطلحات :

1.الخطاب الإعلامي :

قد عرف مفهوم الخطاب في معجم المصطلحات الفلسفية بأنه (الكلام الخارجي مع الآخر الذي يقصد به الافهام الحديث مثل حديث المنهج لديكارت)(خليل،1995،ص120).

برغم اختلاف التعاريف السابقة فاننا نجد أن دائرة الاختلاف هذه تضعنا امام تعريف عدة لمصطلحات الخطاب : فيعرفه معجم المصطلحات الادبية المعاصرة (بأنه مجموعة التعابير الخاصة التي تتحد بوظائفها الاجتماعية ومشروعها الايدلوجي)(علوش،1985،ص83).

2. الاحزاب السياسية :

يعرف الأحزاب السياسية بأنها مجموعة متحدة من الافراد تعمل بمختلف الوسائل الديمقراطية للفوز بالحكم لتنفيذ برنامج سياسي معين (الطماوي:1996م:ص62) ، ويعرف الحزب السياسي بأنه : خزان اجتماعي لمجموعة من الأفكار السياسية في منطقة من المجتمع ، اضافة لما تؤديه بوصفها قناة سياسية حيث تتجمع هذه الأفكار فتتناسب الى داخل نظام الدولة فتدير عملية السياسة في النظام وبذلك يعمل الحزب على حفظ استقرار واستمرارية عمل الدولة (الخطيب ،1983،ص24) .

3.الرأي العام :

يحدد الدكتور.احمد أبو زيد تعريف الرأي العام بأنه وجهة نظر أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه أو يجبه رأى آخر ، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعنى الجماعة وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة(ابو زيد،1968،ص39).

أما الدكتور/مختار التهامي فيرى أن الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة ، النسبة لقضية أو أكثر ، يحتدم فيها الجدل والنقاش ، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشرة (التهامي،1974،ص26).

4. الدستور :

كما يرى أرسطو بأن الدستور هو وثيقة مكتوبة أو عرفية ، توضح سلطات الدولة ، وتنظم علاقاتها ، وتصور حرياتنا وحقوقها ، فالدولة إذا في الفقه الدستوري هو مؤسسة قانونية خاضعة للدستور وأحكام القانون ومعبرة عن الإدارة العامة ، إذ للإدارة العامة حل الدولة ، أو إعادة تكييف أوضاعها الدستورية والقانونية ، فهي إذا مخلوق لا حول له ولا قوة ، إلا بالقدر المتاح لها قانونياً ، لذلك قيل أن الدولة هي مجموعة الحقوق والحريات الطبيعية التي تنازل عنها الأفراد بمحض إرادتهم لكفالة الجزء الأكبر منها ، ومتى ما التزمت الدولة بواجباتها فإن ما تستخدمه من قوة لأداء وظيفتها ، ومباشرة حقوقها يعتبر قوة شرعية فهي مؤسسة تحتكر ممارسة العنف الشرعي. وقد حدد الفقهاء للقانون أربعة مصادر للدستور يستمد منها أحكامه وهي (الفقه القانوني - القضاء - العرف - التشريع).

الدراسات السابقة :

الدراسة الاولى : (الشميري، سيف علي قائد ، 1999، الخطاب الاعلامي لأحزاب المعارضة السياسية اليمنية، دراسة تحليلية وصفية، جامعة امدرمان الاسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة) .

هي دراسة تحليلية وصفية وقد هدفت الدراسة الي تسليط الضوء على الاوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمع اليمني خلال فترة الدراسة التي ابتدأت بتحقيق الوحدة الوطنية حتى اجراء الانتخابات 1993/4/27م ، والتعرف على دور الاحزاب السياسية اليمنية في معالجة القضايا المختلفة والاشارة الي تحقيق الاتصال السياسي ومخاطبته الرأي العام ، وكذلك التعرف على مضمون الخطاب الاعلامي للمعارضة السياسية اليمنية ، وازهار دور الخطاب الاعلامي للمعارضة وعلاقته بحركة التحولات والمتغيرات التي عاشها اليمن ، وكما هدفت الي توضيح الاداة الاعلامية التي تؤثر الاحزاب السياسية من خلالها على جماهير المجتمع وكسب تعاطفه وضمان ولائه في التصويت والترشيح ، والاستفادة من مزايا وخصائص الخطاب الاعلامي وتسخيرها لخدمة أهداف التنمية السياسية في المجتمع اليمني الذي ينعم بالحرية والتعددية السياسية . كشفت نتائج الدراسة عن توافق الخطاب الاعلامي لاحزاب المعارضة السياسية اليمنية في عدة قضايا سياسية وطنية وعربية واسلامية ودولية ، وتوافق الخطاب الاعلامي لاحزاب المعارضة السياسية مع الموقف الرسمي للدولة في بعض القضايا كقضية الخليج ، وقد نجح الخطاب الاعلامي لاحزاب المعارضة السياسية اليمنية في استقطاب عدد كبير من الجماهير اليمنية الي صف

المعارضة ، ولفصاحة الخطاب الاعلامي لاحزاب المعارضة وجزالة الفاظه وسلامة عباراته ووضوح ادلته ، فقد حقق الخطاب الاعلامي لاحزاب المعارضة السياسية اليمنية أهدافه الاستراتيجية الرامية الى ترسيخ الوحدة الوطنية والحفاظ عليها .

بما ان هذه الدراسة هدفت الي التعرف على دور الاحزاب السياسية اليمنية في معالجة القضايا المختلفة والاشارة الي تحقيق الاتصال السياسي ومخاطبته الرأي العام ، وكذلك التعرف على مضمون الخطاب الاعلامي للمعارضة السياسية اليمنية فقد استفادت الباحثة من هذه الدراسة لتقارب الافكار و السياسات بين السودان واليمن ، ومن حيث الخارطة الحزبية وتأثيرها في المجتمع سواء كان هذا المجتمع السوداني او اليمني .

الدراسة الثانية : (عبد الله،ليمياء نور المدينة ،2001، الخطاب الاعلامي للثورة المهدية ، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة ام درمان الاسلامية) .

هي دراسة إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، وقد هدفت الدراسة الى الكشف عن الدلالة الاعلامية لابعاد الخطاب الاعلامي للثورة المهدية ، والكشف عن الدلالة الاعلامية لخطاب الثورة المضاد لها من خلال التحدث عن وسائل الخطاب الاعلامي المضاد، وان للخطاب الاعلامي مفهوماً خاصاً به يركز في بنائه على الخطاب السياسي ، ولا بد لكل خطاب اعلامي من وسائل اعلامية تنقله وتساهم في نشره ، وقد توصلت الباحثة الى نتائج اهمها ان للثورة المهدية خطاب اعلامي يميزها عن غيرها ، يحمل في مضمونه فكرة الدولة التي لا تفصل بين الدين والسياسة ، وأن لخطاب الثورة اولويات ركزت عليها في شكل ابعاد تمثلت في البعد : الديني - السياسي - الاقتصادي - الاجتماعي ، وايضاً من نتائج الدراسة ان الثورة استخدمت في خطابها وسائل اعلامية مختلفة لتنزيل خطابها بابعاده ، وقد اختارت لكل بعد وسائل مناسبة.

الدراسة الثالثة : (نجم الدين، فيصل كامل 2007 ،الخطاب الاعلامي الأمريكي ودوره في صياغة الرأي العام العربي ،جامعة ام درمان الاسلامية ،رسالة دكتوراه غير منشورة).

استخدم الباحث في الدراسة المنهج التحليلي وقد هدفت الدراسة الى رصد ومتابعة مفردات الخطاب الاعلامي الامريكي في حرب الخليج الثانية ، وذلك بغرض التعرف على اتجاهاته ومدى تأثيره على الوضع السياسي العربي اتجاه العراق ، والتعرف على السمات العامة للخطاب الاعلامي والى اي مدى يخاطب عقل المشاهد ام انه يعتمد على إثارة عاطفية فقط ، والتعرف على الاهداف التي يسعى هذا الخطاب الي تحقيقها ، التعرف على مرتكزات الخطاب الاعلامي الامريكي ومرجعياته ، والتعرف على العوامل المؤثرة في هذا الخطاب سواءاً كانت سياسية او اقتصادية ، وهدفت الى اثبات أن الدعاية السياسية اصبحت اسلوباً من اساليب السياسة الأمريكية تجاه دول العالم ، ومن اهم نتائج الدراسة ان الخطاب الإعلامي الأمريكي لا ينقل الحقيقة ، وأظهرت الدراسة أن الخطاب الإعلامي الأمريكي نجح في تصوير بوش بأنه حريص على السلام العالمي ، وواهب الديمقراطية للشعوب المقهورة ، وان الإعلام الأمريكي لم يسلط الضوء على اهمية الوضع العراقي بالنسبة للتوجهات السياسية والاقتصادية الأمريكية .

استفادت الباحثة من هذه الدراسة من منطلق انها هدفت للتعرف على الاهداف التي يسعى هذا الخطاب الي تحقيقها ، والتعرف على مرتكزات الخطاب الاعلامي الامريكي ومرجعياته باعتباره خطاب لما له من قوة وتأثير على الدول ، والتعرف على العوامل المؤثرة في هذا الخطاب سواء كانت سياسية او اقتصادية ، وهدفت الى اثبات أن الدعاية السياسية اصبحت اسلوب من اساليب السياسة الأمريكية اتجاه دول العالم ، وقد استفادت الباحثة من اساليب الدعاية التي استخدمتها السياسة الأمريكية للتعرف على اسباب القوة في الخطاب السياسي الأمريكي.

الدراسة الرابعة : (موسى، البدوي الفاضل احمد ،2007، أثر الاتجاهات الفكرية في الخطاب الاعلامي ،جامعة امدرمان الاسلامية ،رسالة ماجستير غير منشورة) .

تعتبر هذه الدراسة دراسة تحليلية مقارنة تطبيقية على الصحف السودانية ، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، وقد هدفت الدراسة لإيجاد خطاب اعلامي اكثر تأثيراً في المجتمع السوداني ، وذلك من خلال محتوى اعلامي وقالب يألفه المجتمع ويكون مقبولاً لديه ، وايضاً من أهداف الدراسة معرفة أوجه الشبه والاختلاف بين خطابين اعلاميين يعبران عن فكرتين مختلفتين وكيفية توظيف القوالب الصحفية لصالح فكرة مجردة ، من أهم نتائج الدراسة ان الخطاب الاعلامي للحكومتين (مايو - الانقاذ) كان خطاباً حكومياً موجهاً

يبشر ببرامج الحكومتين وأهدافها ، كما أن الخطاب الاعلامي للحكومتين خطاباً تعبويّاً وعاطفياً يعتمد على المفردات القوية والنبرة العالية دون سرد الحقائق الموضوعية لتدعيم اتجاه الحكومة المعنية وإقناع الخصوم بالحجة ، ثم توجيه الخطاب الاعلامي للحكومتين بطريقتين مختلفتين مع الخروج بنفس النتيجة وهي دعم توجه الحكومتين (أيضاً لكل فكرة أو اتجاه فكري مفرداته الخاصة) .

الدراسة الخامسة : (ادريس، محمد عبد الله شيخ 2010، تطور الخطاب الاعلامي لثورة الانقاذ الوطني، جامعة امدرمان الاسلامية ، رسالة ماجستير غير منشورة).

استخدمت الدراسة على المنهج التاريخي والوصف التحليلي ، هدفت لدراسة الخطاب الاعلامي لثورة الانقاذ خلال سنوات محددة ، وكشف بعض النتائج الايجابية والسالبة للتوجه والبرنامج الاعلامي للثورة في مراحلها الاولى حتى 2005م ، والمساهمة في وضع استراتيجية ثابتة لخطاب اعلامي راشد يستوعب المستجدات المحلية والاقليمية والعالمية ، من نتائج الدراسة اكدت أن الخطاب الاعلامي للثورة اتسم في بداياتها بالحماس والثورية ولم يعبر عن أهداف الثورة الحقيقية وتوجهها نحو تحقيق الأمن والسلام والاستقرار ، وأثبتت نتائج الدراسة أن الخطاب الاعلامي للثورة كان احادياً ولم يكن هنالك رأي أو رأياً آخر، وظهرت الدراسة أنه لم تكن هنالك استراتيجية واضحة للخطاب الاعلامي وتعامله مع وسائط الاعلام العالمية والمحلية والاقليمية ، وأثبتت الدراسة ان الخطاب ساهم بصورة سالبة في تدهور العلاقات الخارجية وإضمحلال الظل الدبلوماسي .

الدراسة السادسة : (بابكر ، ابراهيم حماد ، 2008، العوامل المؤثرة في تجديد الخطاب الاعلامي، جامعة امدرمان الاسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة)

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي ، نقد وتحليل الخطاب الاعلامي السائد وإثبات حاجته وقابليته للنقد والمراجعة والتطوير ، وإثبات كمال الشريعة الاسلامية واعجازها في أحاطتها بكافة نوازل الحياة بإعتبار أن الاسلام دين يقوم في كثير من جوانبه على الاعلام والاعخبار ونقل الافكار والقيم ، إثبات ان الدعوة الي التجديد هي دعوة حق وهي تعبير قوي عن الشعور بالحاجة الي المراجعة والنقد الذاتي ، ترسيخ فكرة تبني الحوار وسيلة للتفاهم والتعايش بين المجتمعات وبالتالي بين الحضارات المختلفة .

أهم النتائج حاجة الخطاب الاعلامي الاسلامي للتجديد والتطبيع الموضوعي مع مستجدات العصر ، بينت ان الدعوة الي التجديد هي دعوة حق وهي تعبير قوي عن الشعور بالحاجة الى المراجعة النقد الذاتي ، وإن قضية التجديد لم تكن حادثة بل هي قديمة بدأت منذ ظهور الاسلام واستمرت الي يومنا هذا ، وإنها من ثم سنة ماضية وسيرورة تاريخية حتمية ، وتميز المكون الشرعي للخطاب الاسلامي بثرائه وعمق وسعة مضامينه وخصائصه التي تتكشف للعقل البشري بقدر تطوره وتعمقه في دراسته وتوفيق الله له ، وأن عملية التغيير تبدأ من داخل المجتمعات الاسلامية ، من خلال اعادة ربط المسلم لمجتمعه ، ضعف المستوى العلمي للقائمين على الاعلام الاسلامي ، وقد إنعكس ذلك على عدم قدرتهم على نقل الرسالة الاعلامية الاسلامية وتوصيلها بكفاءة .

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال إستعراض الدراسات السابقة نجد بان هناك إهتمام كبير بوسائل الإعلام والعوامل التي تؤثر فيها، وذلك لأهميتها كونها تمثل أحد اهم وسائل الاتصال لإيصال المعلومات في العصر الحالي. كما ونجد أن الدراسات السابقة ارتبطت بإبراز أدوار الاعلام وتأثيراته في عدة مجالات في حين ركز البعض الآخر على الخطاب الاعلامي فقط ، كما أن البعض ركز على الأحزاب السياسية ، ونجد أن هناك تفاوت في المجتمعات التي طبقت فيها الدراسات السابقة ، كما أن غالبية الدراسات السابقة المتعلقة بالخطاب الاعلامي لم يتطرق أياً منها الى البحث في علاقة بتعزيز مفاهيم الخطاب الاعلامي كما ستقوم هذه الدراسة.

بينما تناولت الدراسات السابقة دور الإعلام ككل كأحد وسائل التأثير على الجمهور المتلقي وأثر ما تقدمه هذه الوسائل من برامج وفقرات ورسائل إعلامية في صياغة وتشكيل قيم الانتماء الوطني لدى الجمهور المتلقي.

بعض الدراسات السابقة هي دراسات نظرية اعتمدت على المنهج الوصفي الوثائقي بينما استخدمت دراسات أخرى المنهج المسحي الوصفي والمنهج التحليلي والمنهج المقارن، والمنهج الاستقرائي وأغلب الدراسات الميدانية التي تمت اعتمدت الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، وبالاعتماد على أنواع مختلفة

من العينات والتي تباينت بين الطبقية والعشوائية، وبالاعتماد على ما هو متوفر من اختبارات في الرزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

في حين تتفق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة من حيث أنها تتناول موضوعاً بالغ الأهمية ويتم تناوله في كل البيئات، وبالتحديد في البيئات التي تهتم بالخطاب الاعلامي وتعزيز مفاهيم الولاء والانتماء السياسي ، من خلال تناولها متغيراتها الاساسية ولكن بصورة التعرف على علاقة الارتباط بين الخطاب الاعلامي على وجه التحديد وتأثيره في تشكيل الرأي العام .

كما وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث أداة الدراسة (الاستبانة) واستخدامها للمنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقرائي تلك المناهج الذي اعتمدت عليها غالبية الدراسات السابقة، كما اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة من حيث الموضوع وكذلك اتفقت مع بعضها من حيث احد محاورها وهو الخطاب الاعلامي أو الأحزاب السياسية وتناولها لبعض المتغيرات وفي تطبيقها للمعينة العشوائية، فضلاً عن أنها ولتحليل النتائج استخدمت الدراسة الحالية الأساليب الإحصائية المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار (ت)، وتحليل التباين الأحادي من خلال الرزمة الاحصائية (SPSS).

أما أبرز **جوانب الاختلاف** فيما بين هذه الدراسة والدراسات السابقة من حيث مكان الدراسة وهو السودان وتحديدًا ولاية الخرطوم وهي ولاية تعتبر ذات ثقل اجتماعي وسياسي واقتصادي تؤثر وتتأثر مع بعضها البعض من حيث النطاق الجغرافي ولم تجد الباحثة في حدود معلوماتها أن هناك دراسات محلية مشابهة، كما أن هناك اختلاف في مجتمع الدراسة حيث أن مجتمع وعينة الدراسة الحالية هم العاملين في المؤسسات ذات الصلة الجوانب السياسية والاعلامية ومن مختلف الدرجات والوظائف ومن مختلف المستويات الادارية ، كما وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها تسعى إلى تحديد العلاقة فيما بين بعض المتغيرات المتعلقة بالخطاب الاعلامي وبما من شأنه ابراز فعاليته في تعزيز مفهوم الاحزاب السياسية التي تسهم في تشكيل الرأي العام .

في حين تتمثل مجالات افادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة فيما يلي :

- يؤمل منها الوقوف على الإطار النظري الذي احتوته الدراسات لتحديد الإطار النظري للدراسة الحالية، وذلك من خلال ما تضمنته من مواضيع ذات صلة بموضوع الدراسة، وبما من شأنه أن يعطي فكرة نظرية عن الاعلام والخطاب الاعلامي الأحزاب السياسية وربطه بالمنهجية العلمية.
 - تكوين تصور شامل لموضوع الدراسة الحالية من حيث : أهدافها، وأهميتها، ومنهج الدراسة، وإعداد الاستبانة الخاصة بالدراسة الحالية من حيث المجالات والعبارات التي يحتويها كل مجال، ومقياس تدرج الإجابات، وتحديد الأساليب الإحصائية .
 - يؤمل منها أن تبين العوامل والمتغيرات المؤثرة في الخطاب الاعلامي وتقدمه وبالتركيز على الأحزاب السودانية .
 - يؤمل منها الإشارة إلى دور الخطاب الاعلامي في تعزيز مفاهيم التنمية السياسية والادراك لدى المواطن السوداني ، ومتطلبات التخطيط لذلك، والعوامل التي تساعد على تنفيذ هذا التخطيط بفعالية وفاعلية .
 - يؤمل منها أن تبين العلاقة بين ما يقوم به الخطاب الاعلامي من أدوار وبين تعزيز مفاهيم الأحزاب السودانية .
 - تطوير أداة الدراسة التي يتمثل الهدف منها التعرف على تأثير الخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية ودوره في تشكيل الرأي العام ، وذلك من وجهة نظرا المجتمع المراد عينته ، وهذا ما لم يتطرق له الباحثين السابقين بشكل مركز، حيث أن الدراسات السابقة تناولت متغيري الخطاب الاعلامي أو الأحزاب السياسية من منظور مختلف عن منظور الدراسة الحالية وما تهدف إليه.
- في حين تتمثل أبرز جوانب تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، في أنها تُعد من الدراسات القليلة التي تناولت موضوع الخطاب الاعلامي كأداة من أدوات تشكيل الرأي العام على الرغم من الأهمية الكبيرة والتأثير الكبير لهذه الأداة في الدول كافة، وفي كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية... الخ. كما أنها تطرقت إلى دور الاحزاب السياسية كمحاولة للكشف عن جهودها وأدوارها الكبيرة في مجال التعريف وتعزيز مفاهيم التنمية السياسية من خلال نشر الوعي بذلك على مستوى ولاية الخرطوم والتي هي الأولى من نوعها في حدود علم الباحثة. كما وتسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على اتجاهات الجماهير نحو الجهود والدور الإعلامي الذي تؤديه وتقوم به الأحزاب في مجال الاعلام السياسي ، وهو كذلك

جانب لم يتم التطرق إليه من قبل من خلال الدراسات السابقة والتي كان اهتمامها منصب نحو قضايا واتجاهات مختلفة.

كما أنه وعلى الرغم من وجود بعض الدراسات التي تطرقت بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى متغير أو أكثر من متغيرات هذه الدراسة، إلا أنها أياً منها لم يدرس بصورة مباشرة العلاقة ما بين متغيرات هذه الدراسة وتحديداً علاقة الخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية وهو ما تحاول الدراسة الحالية القيام به. ويُمكن توضيح ما يُميز الدراسة الحالية في الآتي:

أ. تناولها موضوعاً مهماً وهو الخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية ودوره في تشكيل الرأي العام .
ب. جاءت هذه الدراسة كمصدر مهم لتناول مجال الإعلام بصورة عامة والاعلام السياسي تحديداً والذي يُعد من المجالات المهمة في ظل تحرير الإعلام ووسائله ، وسعيه إلى استقطاب شرائح المجتمع، وهو بالتالي يملك رسائل إعلامية تختلف عن الرسائل الإعلامية التي تهدف لها الوسائل الإعلامية الرسمية.

ج. محاولة الدراسة الحالية الخروج بعلاقات توضيحية من شأنها تقديم صورة وطابع علمي يُمكن من خلاله الوصول إلى نتائج يُمكن تعميمها في مجال الإعلام إذا ما تم استخدام هذه العلاقات وتعديلها، وتتمثل هذه العلاقات بقوة الخطاب الاعلامي والدور الذي يُمكن أن يلعبه إذا استخدم الاستخدام الأمثل لتشكيل الرأي العام .

د. كما وتكتسب الدراسة أهميتها من سعيها إلى تقييم مستوى الأداء الاعلامي للأحزاب السودانية في مجال تدعيم مفاهيم التنمية السياسية في جمهورية السودان ، مما قد يمد متخذي القرار بالمعلومات المناسبة والضرورية لتفعيل دور الإعلام والإعلام السياسي في المجتمع السوداني ، في حالة من الكشف عن مواطن الخلل فيه، وتدعيم عناصر القوة والايجابية، إضافة إلى الإفادة التي يُمكن أن تتحقق من نتائج الدراسة وتوصياتها من خلال معرفة نقاط الضعف والمشكلات التي تواجه الإعلام السوداني ومحاولة تقديم الآليات العملية لتفعيل دور الإعلام ومساهمة في تشكيل الرأي العام .

هـ. محاولة الدراسة الحالية الوصول إلى تصور واضح لطبيعة العلاقة بين المتغيرات المدروسة بصورة منهجية وعلمية.

المبحث الأول : مفهوم ونشأة الخطاب الاعلامي

أولاً : التطور التاريخي للخطاب الإعلامي

إذا تم ربط الخطاب الإعلامي بنشأة الخطاب فقد نشأة في القرن الرابع قبل الميلاد ويعد العالم اليوناني كوراكس (Corax) أول من أهتم بوضع قواعد خطابية ، ويعتبر أول من ابتدع شكل الخطبة فقسمها الي أجزاء كبرى تتوالى بصورة طبيعية ، وشكلت هذه التقنية القاعدة لكل عرض واع بالحجج والبراهين ، تابعه في ذلك تلميذه تسياس (Tisias) ، وذلك من خلال اسلوب المرافعة في المحاكم فوضعت الملامح العامة للاقناع ، فاصبح اسلوب الاقناع فناً وظهر في علم مستقل عرف بعلم البلاغة وهذا العلم اتصل اتصال مباشر بنظرية الاتصال ، فالاتصال يعتمد على عناصر بلاغية وضعها المشتغلون بهذا العلم ، ويعتبر اليونان أن لهم دوراً كبيراً في وضع موضوع الخطابة في نظرية الاتصال فصنعوا لها اسس تعليمية ، وكانوا أكثر النقاد صرامة لتلك التقنيات التي استخدمت في اطار قانوني في المرافعات والمحاورات والقضايا والجدال وكان لها استخدام سياسي ايضاً في المجالس والاجتماعات ، وكان لها وضع فريد في الفلسفة فاصحاب هذا الحقل أول من أعتنى بفن القول او الخطابة فوضعوا لها قواعد تعليمية ، وقد أرتبطت علوم أخرى بهذا العلم النظري وعلى رأسها المنطق ، وكان للرومان دور بارز في تطوير فن الخطابة لتلعب دوراً كاملاً كتقنية من تقنيات الاتصال ، فقد كانت روما من الناحية العملية " مجتمع الاتصال " بالمفهوم العصري لوجود فكرة رابطة إجتماعية قائمة على الاتصال المنظم والمؤسس تجاوزت القرون الوسطى الى عصر النهضة آتت ثمارها في العصر الحديث(عكاشة،2002،ص18).

نجد أن نشأة الخطاب متعلقة بالخطابة التي تعد فن القول الأول في فنون الخطابة ، واليونانيون هم الأوائل الذين بحثوا فن الخطابة ، وأول من وضعوا قواعد اساسية في التواصل اللغوي ، فسقراط الفيلسوف الذي شطر الفلسفة شطرين؛ ماقبله وما بعده، لذلك كانت شخصيته أبعد تأثيراً في نفوس تلاميذه من دروسه النظرية، حيث يطغى الجانب العملي على الجانب النظري. فقد كانت محاوراته تدور حول موضوعات أخلاقية وثيقة الصلة بالحياة العملية ولهذا فإن المدارس السقراطية التي ظهرت بعده أخذت تعنى بالعمل على حساب العلم ، ولم يكن لسقراط مذهباً فلسفياً واضحاً ولكن كان هذا منهجه. ولم يخلف لنا فكراً بقدر ما قدم لنا منهجاً للتفلسف ، وقد كان يتبع مرحلتين:

- مرحلة سلبية يتصنع فيها الجهل ويلقي الأسئلة على محاوريه مدعياً طلب التعليم منهم، وما زال في أسئلته في تركيب محكم تخفي سخرية لاذعة وراء سذاجة مقصودة مستخدماً كثيراً من التشبيهات والأمثلة من الواقع المحسوس مما يضيف على الحوار صورة حية تمكن الحاضرين من متابعة المناقشة دون أن يدع للمتجاوز معه فرصة أن ينحرف عن الموضوع حتى يوقعه في الحيرة والتناقض، وهو يتبع ذلك غالباً مع أدعياء العلم والحكمة، ذلك جانب التهكم.

- في المرحلة الثانية وهي مرحلة إيجابية تسمى (التوليد) يساعد سقراط محاوره على الوصول إلى الحقيقة بنفسه، ولا يفرض سقراط رأيه في الموضوع الذي أثاره والذي انتقد فيه رأي من يحاوره (الانترنت، حياة سقراط وأرسطو).

يعد أفلاطون من أشهر فلاسفة اليونان ، إلى جانب تلميذه أرسطو، وممن تركوا أثراً عميقاً في تاريخ الفلسفة وفي تاريخ الفكر السياسي ، فهو مؤسس القول الفلسفي أو الخطاب الفلسفي، الذي تناط به وظيفة سياسية وأخلاقية، فقد عمل على أن تتبوأ الفلسفة مكانتها في الحاضرة (المدينة) وأن تتكشف للعيان رسالتها الأخلاقية والاجتماعية، وذلك بإنشاء خطاب يستطيع أن يكون، من الناحية الشرعية الحكم الفصل بين جميع الخطابات المتنافرة التي يتبادلها المواطنون ويتداولها الخطباء؛ خطاب مؤسس على العقل أو على الفكر، الذي ميزه أفلاطون من الرأي ، ويكشف انسياق هذا الأخير مع المصلحة الفردية الأنانية ومع الهوى. والوسيلة إلى إنشاء هذا الخطاب هي الحوار الذي يحيل ما انقلب من التناقض بين متحاورين إلى جدل ينشئ حقيقة أخرى ليست لأي منهما، بل لهما معاً، لأنها قائمة في كل منهما. فخطأ الرأي ينبع من الانقياد للمصلحة الخاصة والنفع الشخصي، ومن الانغماس في عالم المحسوسات واللذائذ والشهوات، كما ينبع من التعليم الذي لا ينشد العدالة والفضيلة ولا يتعلق بالخير العام(الانترنت: كنانة أونلاين: حياة افلاطون).

نجد أن أفلاطون هو مؤسس «الأكاديمية» التي ابتناها في أحد أطراف أثينا عام 387 ق.م معبداً لربات الشعر، وقد عرفت بهذا الاسم لإطلالها على حديقة البطل أكاديموس. وأقام فيها أفلاطون يعلم الناس على طريقة أستاذه سقراط ولا يطلب من أحد اجراً. واصطفى من بين تلاميذه ثمانية وعشرين تلميذاً كان يذهب بهم في بعض الأحيان إلى منزله، وفيهم أرسطو. ومع أن «الليسية» الأرسطية نافست الأكاديمية، فقد ظلت الأكاديمية، مركزاً للتدريس والتأليف من دون انقطاع حتى أغلقها الامبراطور جوستنيان عام 529 للميلاد.

أدان كل من سقراط وأفلاطون وأرسطو جميع الأشكال التي لا تعتمد في الأساس على البحث عن الحقيقة ، وتصدوا للاتجاه السوفسطائي الذي يدعو للشك والجدال فقط دون استهداف اليقين أو الحقيقة (عكاشة، 2002، ص20) .

سيطر التيار الأفلاطوني على الفكر المسيحي، بدءاً من القديس أوغسطين الذي اعتنق المسيحية في القرن الخامس للميلاد بعد أن قرأ مؤلفات أفلاطون. وقال افلاطون : (الخطابة يجب أن تدرس النفوس وما يؤثر بها إيجابيا من أقوال، كمثل الطب الذي يدرس الأجساد وما يؤثر بها من عقاير. الخطابة هي فن قيادة النفوس وتوجيهها بالأقوال، الخطاب الصحيح هو ذلك الفن الذي يفسر في سياق المعرفة الفلسفية ، واستمر هذا التيار الأفلاطوني، عبر حلقة كامبردج حتى القرن التاسع عشر من دون أن يتنكر للعقائد المسيحية. ذلك أن الاطروحات الأساسية للفكر الأفلاطوني تؤكد روحانية النفس وتعالى القيم الأخلاقية. وقد صمدت هذه الأفكار حتى ظهور فلسفات ماركس ونييتشه وفرويد التي رأت أن في المفاهيم الأفلاطونية أوهاماً مضللة (الانترنت، كنانة اونلاين، حياة افلاطون).

حيث ان أرسطو يعتبر تلميذاً لأفلاطون ويعتبر من مؤسسي الدراسات الأولى في فن الاتصال ، وقد توصلنا الى ان الاتصال فن او صناعة يتعلمها الانسان ويتقنها بالمران ، وفي مقدمة إفتتاحه علم البلاغة يقول : " إن كل الناس - تقريباً- يحاولون استخدام افضل الوسائل التعبيرية بما توفر لهم من علم او من خلال التدريب او مما اكتسبوه من المواقف " ، ويؤكد هذه الحقيقة ان الذين تمرنوا على الخطابة ينجحون في تواصلهم ، وإن الذين يرسلون خطاباً تلقائياً ينجحون ايضاً لأنهم اكتسبوا معارفهم في إطار التواصل اليومي ، وعرف الخطابة بعيداً عن أداة السياسة للإقناع فرأى أنها فن يكتشف كل ما يتناوله من موضوعات تؤلف عناصره ، وتبدو الخطابة عنده عملية سلسلة للغاية ترتبط بالظروف ، والمهم في الخطيب قدرته على المواجهة في أى وقت وتكيف خطبته حسب السياق (عكاشة، 2002، ص20).

قد تعرضت الخطابة لهزة ضربت أركانها متأثرة بالظروف الاجتماعية في أوروبا ، ومن خلالها فقدت الخطابة أهميتها في العصور الوسطى خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر ، وهو ما يعرف بالعصر البابوي أو عصر الظلام ، بيد أنها شهدت في مقابله إهتماماً عظيماً في العالم الإسلامي ؛ فعاشت في الثقافة الإسلامية العربية أزهى عصورها ، يمكن القول ان الحضارة السمعية هي أقدم الحضارات الاعلامية في التفسير الاعلامي للتاريخ والأدب ، ولقد تنبعت البلاغة العربية الي هذا التفسير الاعلامي للبيان من

حيث ارتباطه بوسيلة الاتصال فكان من وجوه البيان عند علمائها : البيان بالقول ، والبيان بالكتاب ، وهو تعبير عما نسميه في التفسير الاعلامي بالحضارة السمعية (شرف،خفاجي،الصاوي:1998:ص287) .

أن الله عز وجل قد أراد ان يتم منه فضيلة الانسان فخلق له اللسان وانطقه بالبيان فخبره عما في نفسه من الحكمة التي افادها والمعرفة التي اكتسبها، كما قال تعالى "ولتعرّفنهم في لحن القول"(قرآن كريم:سورة محمد،الاية30) ، وقد سأل ابو العباس النبي صلى الله عليه وسلم "قيم الجمال يارسول الله ؟" فقال " في اللسان " ، لذلك نفهم من ذلك أن العرب اقتنعوا بأن النبوغ كل النبوغ في الشعر ، حيث كانت القصيدة الشعرية اول ماعرفه العرب وغير العرب من وسائل الاعلام وكانت الاداة الوحيدة للتعبير عن رأى القبيلة في العصر الجاهلي، فلما جاء الاسلام لعبت قصائد الشاعر الاسلامي حسان بن ثابت دورها في مناصرة صاحب الدعوة ، ثم في عصر بني امية وجد ما يسمى بالشعر السياسي، والشعراء امثال جرير والفرزدق والأخطل والراعي وذو الرمة ، حيث اعتمد خلفاء بني أمية عليهم في كثير من قضاياهم السياسية ، أما العصر العباسي فظهرت عصبية من نوع آخر أسمها "الشعوبية" وحلت محل العصبية القبلية ، ثم في عهود الخلافة الفاطمية والسلطنة الأيوبية وعهد المماليك- وهى العهود التي شهدت الحروب الصليبية - كان للشعر المكان الأول في ميادين الإعلام والدعاية .

قد كانت لخطابة الرسول صلى الله عليه وسلم وبلاغته مضرب المثل وحديث الناس وموضع دهشة وحل اعجاب كل من سمعه وانصت لالفاظه التي تفيض عذوبة وتقطر رقة ، حتى أن على بن أبي طالب - كرم الله وجهه - عجب من سحر بيان النبي صلى الله عليه وسلم عليه الله افضل الصلاة واتم التسليم فقال له : يارسول الله نحن بنو أب واحد ونراك تكلم وفود العرب بما لانعرفه ، فمن علمك ؟ فقال (ص) :أدبني ربي فأحسن تأديبي. وقال له صفيه وصديقة أبي بكر الصديق : لقد طفت في العرب وسمعت فصحاءهم فما سمعت الذي افصح منك ، فمن أدبك؟، وكان النبي (ص) يعتز بما منحه الله من صفاء القريحة ونقاء الفطرة وخلابة المنطق ورجاحة الفكر وسجاجة الأسلوب فيقول : "أنا أفصح العرب بيد أني من قريش ، ونشأت في سعد بن بكر" .

كانت الخطابة اداة الدعوة الاسلامية الاولى لاستنهاض الهمم والحث على الفضائل وجمع الشمل وإرهاب الاعداء ، وقد كانت الخطبة وسيلة الرسول (ص) في الدعوة الى سبيل الله لايقاظ الضمائر وتدبر

الكون والايمان بالله الواحد الأحد ومعرفة اوامر الدين ونواهيه التي تحقق سعادة البشرية، وعرفنا الخطابة في الجاهلية ضيقة الاغراض قصيرة الافاق محدودة الموضوعات والمظاهر وكان يشاركها الشعر في التعبير عن مناحي الفكر وخوارج النفس، بل كان الشعر في أهم المواقف وأعظم الأحداث اللسان الناطق الذي يؤرث نار الحرب أو يضع لبنات السلم أو يلفت الناس الى فضيلة من الفضائل أو ينبههم على أمر من الأمور (شرف،خفاجي،الصاوي:1998:ص300).

لأن الخطاب لم تكن مما تدون في صحف او تكتب في رقاع أو يسهل على الذاكرة اختزانها لم يكن اهتمام القوم بها كاهتمامهم بالشعر ، وجاء الإسلام فتهياً للخطابة في ظلّه من نباهة الشأن ، وارتفاع الذكر ، وعلو المكانة ، وعظمة المنزلة ، ما لم يتهياً لها من قبل. حيث أصبحت أداة الدعوة واللسان الناطق بالرسالة ، وإذا علمنا أن الكتابة لم تكن قد شاعت بعد ، وأن الاسلام قد كره الشعر لما يحمل من المنافرات والمفاخرات وشدة الحمية ، أدركنا رسالة الخطابة في الإسلام وجسامة مهمتها وعظم شأنها وقيامها بكل أمر جلل أو صغر .

لقد اعتمد عليها النبي (ص) في رسالته يدعو الأقربين من عشيرته ، ثم كان يذهب الي احياء العرب يعرض عليهم دعوته وكان يلقي الناس في الأسواق العامة ومواسم الحج ويخطبهم ويقول لهم (ص):"قولوا لا إله الا الله تفلحوا "، ثم إنتقل الي يثرب يدعوا الي الله على بصيرة .

كانت الخطابة لخلفائه من بعده أداة يرسمون بها سياساتهم في رعاياهم ويحددون دساتيرهم التي يلتزمون بها في حكم الناس ومعاملاتهم أو يحضون فيها على غزوة أو جهاد ، ذلك أن الخطابة منذ أقدم العصور من حيث هي تعتبر أقوى وسائل الإعلام والدعاية والاتصال بالناس ، للتأثير على مشاعرهم ولإقناعهم بالافكار الجديدة ، حيث بقى شأنها كذلك في كل ثورة حدثت على وجه البسيطة .

الدارس لأطوار الخطابة في هذه الفترة يلمس بوضوح كيف كانت تؤدي رسالتها في قوة وأدب لا يعوقها ضعف ولا يلوي بها فتور أو إعياء حتى نهضت بهذه الموضوعات :

1. دعوة الناس الي الإيمان بالله ورسله وملائكته وكتبه واليوم الآخر والقدر خيره وشره ، بدلاً من المفاخرات والمنافرات التي كانت تهدف اليها الخطب في الجاهلية.

2. الحث على الجهاد والاستشهاد في سبيل الله وإثارة الايمان والعقيدة في النفوس حتى تقبل على الحرب بعزيمة صادقة وهمة متفانية ، بدلاً من الخطب التي كانت تدعو في الجاهلية الي السلب والنهب والأخذ بالتأثر والتحريض على الغارة .
3. شرح آداب الدين وفضائله ، وتبيان أسرار ومزاياه ، ولفت الناس الي ما يصلحهم في دنياهم ويسعدهم في آخرهم .
4. ليس أدل على شرف الخطابة ورعاية الإسلام لها حق الرعاية ومن أن يجعلها جزءاً من العبادة في كل اسبوع وفي الأعياد ، وفي كل ما ينوب المسلمين من أحداث وملامات.
5. الدعوة الى الزهد والى ترك الانغماس في ملذات الدنيا ونعيمها .
6. اخيراً لقد استعملت الخطابة في كل ما جاشت به صدورهم ، من دفاع عن رأى ، أو تحمس لمبدأ ، أو شرح لنهج سياسي .

(أ) الخطاب الاعلامي لغةً

قامت الباحثة بتجزئة الخطاب الاعلامي للتعريف بكل جزء على حدا ، وذلك لتسهيل عملية التعريف الجزئي معاً ، حيث تناولت الباحثة في هذا الجزء من البحث مفهوم الخطاب من الناحية اللغوية والاصطلاحية والفرق بينهما ، وتجنبت الخوض في أبعاد الخطاب اللغوية وما أتى أي منها في علم اللغة وعلم المعاني والافعال والأوامر والنواهي.

فالخطاب في اللغة هو (أمر مصدري فعل خاطب يخاطب خطاباً مخاطبة وهو يدل على توجيه الكلام لمن يفهم ، نقلاً من الدلالة على الحدث المجرد عن الزمن الي الدلالة على الاسم (حمادي،1994،ص5) ، ولكن هنالك فرق بين الخطاب والخطابة فالخطابة : هي فن الكلام من على منبر وفي حفل من الناس شرحاً لقضية أو تحريضاً على عمل أو نهياً عن آخر (البلبكي،1982،ص171) ، أما الخطاب أو المخاطبة كما يراها علماء اللغة فهي : مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة(بن مكر،1300هـ،ص361).

الخطاب لغة:خطب: الخَطَبُ: الشَّأْنُ أو الأَمْرُ، صَغُرَ أو عَظُمَ؛ وقيل: هو سَبَبُ الأمر. يقال: ما خَطَبُكَ؟ أي ما أَمْرُكَ؟ وتقول: هذا خَطْبٌ جليلٌ، وخَطْبٌ يسير. والخَطْبُ: الأمر الذي تَقَعُ فيه المخاطبة،

والشأن والحال؛ ومنه قولهم: جَلَّ الخَطْبُ أَي عَظُم الأمرُ والشأن. وفي حديث عمر، وقد أَفْطَرُوا في يوم غيم من رمضان، فقال: الخَطْبُ يَسِيرٌ. وفي التنزيل العزيز: قال فما خَطْبُكُمْ أَيُّهَا الْمُرْسَلُونَ وجمعه خُطُوبٌ؛ فأما قول الأَخطل:

كَلَمَعَ أَيْدِي مَتَاكِيلٍ مُسَلِّبَةٍ، يَنْدُبْنَ ضَرْسَ بَنَاتِ الدَّهْرِ وَالْخُطْبِ

إنما أراد الخُطُوبَ، فحذفَ تَخْفِيفاً، وقد يكونُ من باب رَهْنٍ ورُهْنٍ (ابن منظور، 1965، خطب)

كما عرفه صاحب القاموس المحيط كالآتي : الخَطْبُ: الشأنُ، والأَمْرُ صَغُرَ أو عَظُمَ، ج: خُطُوبٌ. وَخَطَبَ الخاطِبُ على المِنْبَرِ خُطَابَةً، بالفتحِ، وَخُطْبَةً، بالضم، وذلك الكلامُ: خُطْبَةٌ أيضاً، أو هي الكلامُ المَنْثُورُ المُسَجَّعُ ونحوه. ورجلٌ خطيبٌ: حَسَنُ الخُطْبَةِ (ابادي، المحيط، خطب).

هى من مادة خطب ، يقال خاطب خطاباً ، فهو مصدر زنة : فاعل فعلاً بخلاف الخطبة ، فالأصل : خطب : خطبةً، وهى المصدر والمرة من خطب زنة فعل فعلة ، يقال : خطب الناس وخطب فيهم وعليهم خطابة وخطبة : ألقى عليهم خطبة ، وهى مايلقيه الخطيب على الجمهور ويكون الإرسال فيها من طرف المرسل (الخطيب) فقط(عكاشة:2002:ص16).

فعلماء اللغة يرون ايضاً أن الخطاب الاعلامي له مدلولات في القرآن الكريم هما :

- 1- الكلام : ففى قوله تعالى (فقال أكفلنيها وعزني في الخطاب)(قران كريم:سورة ص:الاية23) .
 - 2- الرسالة : الرسالة وفصل الخطاب وهو من ينفصل له الأمر من الخطاب ففى التنزيل العزيز (وأتيناها الحكمة وفصل الخطاب)(قران كريم:سورة ص:الاية23).
- اما علماء التفسير فيرون في تفسير كلمة خطاب في الآية (وعزني في الخطاب) يقال عزني اذا قهر وغلب(ابو الفداء،1988،ص30) ، أي (شدد عليّ في القول وأغلظ)(الصابوني،1977،ص305)، بمعنى أقام عليّ الحجة والبراهين التي فوت من كلامه وأدت الى الغلبة والقهر .

فصل الخطاب لها معان كثيرة عند المفسرين ومنها (الشهود أو الأيمان أو الفصل في الكلام أو اما بعد فليل فصل الخطاب هى أما بعد) (الصابوني،1997،ص305).

يقال خاطبه خطاباً ومخاطبة : كالمه وحادثه ، ووجه اليه كلاماً أو خاطبه في الأمر : حدثه بشأنه ، فالخطاب كلام موجه فيه مشاركة ، فبناء فاعل يدل على المشاركة بين طرفي الخطاب ، ودليل ذلك قوله تعالى : (رب السموات والأرض وما بينهما الرحمن لا يملكون منه خطاباً) (قرآن كريم :سورة النبا:الاية 37) أى لا يملكون خطابه وهم أهل الأرض والسموات ، أما سيد قطب (قطب،1985،ص380) فيرى أن معنى (أكفلنيها وعزني في الخطاب) شدد على في القول وأغلظ وفصل الخطاب هو القطع ، أى غلبي في الحديث في بسط حجته على ، وقال الراغب : الخطب والمخاطبة والتخاطب : المراجعة في الكلام ، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً ، وهما يتخاطبان ، والخطاب : المواجهة بالكلام أو مراجعة الكلام فالخطاب يقتضي حواراً ومشاركة ، ولا خطاب الا باعتبار تضمين معنى المكاملة ، وهو الكلام الذي يقصد به الافهام ، أو اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من متبهي لفهمه (عكاشة،2002،ص16).

ترى الباحثة أن الخطاب هو المقدرة على صياغة الكلام بأسلوب يمكن الخطيب من التأثير على نفس المخاطب ، حيث تملك الخطابة قوة عظيمة في التأثير على الآخرين .

(2) الخطاب الإعلامي اصطلاحاً

اما مفهوم الخطاب في الاصطلاح (فيعني وصف نظام معين ومضبوط) وهذا النظام ليس في جوهره الا بناءً فكرياً يحمل وجهة نظر وقد تمت صياغته في بناء استدلالى اي بشكل مقدمات ونتائج بين المخاطب والمخاطب ، وبعبارة اخرى فأن الخطاب يعني المعرفة المنظمة الخاصة بجانب محدد ومن الواقع أو ظاهرة محددة ، ومن ثم يمكن الحديث عن خطابات متعددة منها : خطاب سياسي وآخر تاريخي ، فلسفي ، اقتصادي ، ثقافي(الجابري،1994،ص128) .

الا ان اللغات المعاصرة ترى أن الخطاب (يعني كل تعبير يتجاوز الجملة وهو قائم على مجموعة من العلاقات تربط بين الجمل ، وعند القيام بعملية التحليل تكون الجملة أصغر وحدة يحلل اليها الخطاب)(عكاشة،2002،ص17).

قد عرف مفهوم الخطاب في معجم المصطلحات الفلسفية بأنه (الكلام الخارجي مع الآخر الذي يقصد به الافهام الحديث مثل حديث المنهج لديكارت)(خليل،1995،ص120).

برغم اختلاف التعاريف السابقة فاننا نجد أن دائرة الاختلاف هذه تضعنا امام تعاريف عدة لمصطلحات الخطاب : فيعرفه معجم المصطلحات الادبية المعاصرة (بأنه مجموعة التعابير الخاصة التي تتحد بوظائفها الاجتماعية ومشروعها الايدلوجي)(علوش،1985،ص83).

الخطاب هو قول مكون من أحكام وقواعد يسلسلها الخطيب بعبارات غايتها الاعلام بشئ (خليل،1995،ص120) .

تستدل الباحثة من ان الخطاب السياسي يعني تصور الواقع وتمثله على الصعيد الفعلي في نظام من المفاهيم التي تأخذ طابعاً عاماً ومحدداً ، لذلك يجب ان يشتمل على بناء منطقي للجمل والفقرات التي تكونه ، ولا بد من ترابط واضح لمجموع فقراته حتى يؤدي الوظيفة التي من أجلها فيما اذا كان خطاباً سياسياً او ثقافياً او اجتماعياً او حتى خطاباً بين فردين أو اكثر .

في ظل هذا الاتصال الشفهي لا تقوم السلطة على اساس طبقي جامد ولكن بشكل عام تخرج الرسائل (الخطاب) من مصادر تتحدث بحكم مركزها في الكيانات الاجتماعية ، هذه الرسائل تحدد التسليمات التي ستحكم السلوك أو سلوك الجماهير حيال الحوادث البارزة التي يهتم بها المجتمع بشكل عام ، وتنتقل تلك الرسائل (الخطابات) من خلال قنوات اتصال شفوية لجماهير غير متنوعة او مختلفة بشكل كبير مثل الحاجات الاساسية (طبيعية) التي يتصل او يرتبط افرادها بصلات قرابة او الجماعات التي تقوم بالعبادة او تعمل سوياً ، أو تلهو مع بعضها البعض ، وكل جماعة من تلك الجماعات تكمل الطريقة التي ينتشر بها المعلومات في الشبكة الشفهية تأخذ عملية الاتصال المواجهي عدة اشكال(رشتى،1993،ص43).

يعرف محمد منير حجاب الخطاب بأنه تعبير عن الأفكار ، أو محادثة بين طرفين أو اكثر، أو مناقشة رسمية أو معالجة مكتوبة لموضوعاً أو حوار أو كلام ، والخطاب مصطلح يدل في عالم اللغويات على " امتداد لغوي له بناء منطقي سليم ويكون أكبر من الجملة الواحدة أو الفقرة المتكاملة" . وفي علم اللغويات أيضاً أصبح "تحليل الخطاب" أو "التحليل الخطابي" ينطبق على الفعاليات اللغوية أو النتائج المؤثرة التي تنتج عن استخدام اللغة .

قد تطور هذا المنهج في دراسة الخطاب على يد إميل بنفينيست E.Benveniste فقد رأى أن القول أو النطق هو التحليل الفردي للسان الى خطاب ، ويفهم هنا الخطاب بمعناه الواسع أن كل نطق أو قول مرسلًا ومستمعًا أو مرسلًا اليه ، ويقصد المرسل التأثير في المرسل إليه بطريق مختلفة فالمتلقي هدف المرسل المباشر والإقناع غايته ، وعالج بنفينيست النص من خلال المرسل أو المبدع في إطار مضمون نطقه أو النص المكتوب عن طريق الضمائر والظروف والأفعال ، فالمتكلم يعبر عن نفسه من خلال الملفوظات أو المنطوقات التي يقولها ، فاللسان عبارة عن مجموعة من العلامات ترتبط مع بعضها بصورة نسقية الهدف منها نقل رسالة المرسل أو فكرته من خلال جمل متسقة نحويًا الى المجتمع المتلقي(عكاشة،2002،ص17).

الخطاب يعتبر كلام موجه الى متلق بقصد الإقناع والتأثير او المشاركة الكلامية بين طرفي الاتصال حواراً أو مشافهة أو كتابة للتأثير والإقناع وتحقيق مقاصد اتصالية ، ويقابله في الاصطلاح الغربي المخاطبة ويعني حديث وخطاب موجه ومحاضرة ومقالة ورسالة ،ويدخل فيه الحجاج والمحاورة والمناظرة وكل اشكال التفاعل اللغوي في التواصل الاجتماعي سواء اكان منطوقاً أو مكتوباً ، وحمل معنى الخطاب على بنية النص وتراكيبه ، وبعض العلماء يريد به النص كله وبعضهم يحيزه في جملة موجهة يراه في شكل لغوي موجه ، والخطاب عند الغربيين يعرف بأنه كلام موجه يتكون من مجموعة متشابكة من الجمل يتواصل به طرفان من اجل تحقيق مقصديهما من التواصل ، أو وحدة متصلة متماسكة تشكل رسالة ذات بداية ونهاية(يقطين،1993،ص17-18).

من هنا تؤكد الباحثة انه يجب ان يشمل الخطاب التأثير وبما ان الخطاب عبارة عن حلقة مترابطة تتكون من مرسل ومرسل اليه ورسالة وتأثير فهنا يكون التأثير هو الدال على نجاح الخطاب وان نجاح هذه الحلقة تظهر للعيان من خلال التأثير الذي يحدثه .

حيث ينطلق صاحب النص من كون النص الأدبي مظهراً كلامياً احتوته علوم اللسان من منطلق أنه سلوك لفظي ، يومي يتصف بطابع الفوضى ، والتحرر وبشكل مصدراً للغة ، لكونه نتاجاً فردياً صادراً عن وعي وإرادة ، واختيار حرّ من قبل الناطق ، الذي يستخدم أنساقاً للتعبير عن فكره الشخصي ، مستعينا في إبراز ذلك ، بآليات نفسية وفيزيائية ، ولم يقتصر دور اللسانيات وحدها على النص الأدبي ، بل تنازعت علوم

متعددة ، كعلم النفس، وعلم الاجتماع ، لكون النص الأدبي ابتدعه فرد منغرس في الجماعة ، وله عمق ورؤيا، تختفي وراء نسقه المرئي الذي هو حظ اللسانيات ، والغرض من إبداع النص ليس سوى التوجه به إلى مجموع القراء(عكاشة،مرجع سابق،ص17).

أما الخطاب في البحث النقدي ، فهو فعل النطق ، أو فعالية تقوّل ، تصوغ في النظام ما يريد المتحدث قوله"الخطاب" إذن كتلة نطقية لها طابع الفوضى وحرارة النفس ، ورغبة النطق بشيء ، ليس هو تماما الجملة ، ولا هو تماما النص ، بل هو فعل يريد أن يقول " ومن خلال ما سبق تبين أنه ، يمكن القول بأن العلوم المجاورة والمساعدة ، التي اتخذت من النص الأدبي موضوعا لها ، ترى ان الخطاب رؤى مختلفة ، فحقل اللسانيات يرى أن"الكلام " يولد خارج النظام ، وضد المؤسسة ، لأنه يتميز بطابع فوضوي تحرري ، وهو الفضاء الذي تنشأ فيه الصياغة اللغوية ، وهذه اللغة الجديدة ، لها أن تكون "رسالة" أو بنية أو "نصا " أو"خطابا" فكلها أصلها الكلام.

بذلك تكتمل الحلقة التواصلية مشكلة من باث ومتلق ، ورسالة مشحونة ببلاغ ، بالإضافة إلى الشفرة المتعارف عليها لفك الرموز البانية للخطاب ، ذلك لأن "الخطاب لا يتم إلا بين شخصين فما فوق ، لأن الكلام لا يتم إلا به ، وأن التواصل لا يتحقق إلا بوجوده ، فالخطاب عند الغربيين : كلام موجه يتكون من مجموعة متشابكة من الجمل يتواصل به طرفان من أجل تحقيق مقصديهما من التواصل ، أو وحدة متصلة متماسكة تشكل رسالة ذات بداية ونهاية ، أو كل خطاب يتواصل به المجتمع ويتفاعلون به ، وهي مفاهيم تؤكد أن الخطاب يقع في وسط اجتماعي يتواصل ، وهذا الخطاب مؤلف من مادة لغوية ، وأضافت الدراسات الحديثة الحركات والأشعار والرموز الي الخطاب الشفاهي (المنطوق) ، وبعض الدراسات اهتمت باللغة فقط وبعضها اهتم بالمقاصد الاتصالية ، وبعضها اهتم بالمجتمع الذي يتواصل باللغة ، وبعضهم استدرك على اللغة التواصلية العناصر غير اللغوية : الحركات والأشعار ، والرموز ، والزي ، والهيئة ، وغير ذلك من الأشياء التي تدل على معنى في العالم الخارجي ، وهذه العناصر مجتمعة جزء من التواصل الاجتماعي ، بيد أن اللغة لها اكبر نصيب في التواصل الاجتماعي ، وهي الأصل في النص المكتوب الذي يقوم على بنية لفظية دون العناصر التي تشارك من خارجها ، ولكن المفسر للخطاب المكتوب لا يستطيع الاعتماد

على البنية النصية وحدها دون أن يستعين بظروف انتاجها ، والعالم الخارجي والعناصر غير اللغوية التي ارتبط بها النص (عكاشة، مرجع سابق، ص17).

الخطاب عند المرسل هو مجموعة النصوص التي تحمل مضموناً لتحقيق مقاصد محددة والخطاب عند المتلقي يعد موضوعاً لعملية اعادة البناء أي نصاً للقراءة فيتعرض للتفكيك او التحليل التفسيري او للفهم او التفسير وللاخير وجهان :

1. تفسير مباشر : يقوم به المتلقي تجاه الخطاب دون ان يتدخل في الخطاب ويحاول ان يخضع نفسه للخطاب والمتلقي يعايش الخطاب ليفهمه ويفسره في ضوء مكوناته الخطابية .
2. تفسير غير مباشر : يعتمد على بحث المعاني العميقة وراء الكلمات ويحاول المتلقي تفسير النص في ضوء معطياته الرمزية والتداولية (تحليل المضمون بعلمية).
- ويعتمد الاقناع في الخطاب على عدد من العناصر منها :

- (1) العنصر الجمالي .
 - (2) بلاغة الاسلوب .
 - (3) الادله اللفظية .
 - (4) المفردات الواضحة ذات المعاني القوية .
- ان معطيات الواقع وجدية (الحزب) ، القيادة او الدولة هي التي تجعل المتلقي يتقبل (الكلامية المسوفة) سوف نفعل ، وسندحرهم وسنطور البلاد (سر الختم، 2008، ص4).

تغفل الجماهير الخطاب الذي يركز على العبارات الجميلة التي تحاول تغطية الشمس بيد القائد أو الحاكم . وتهمل الجماهير مثل هذا الخطاب لانه يغيب الحقيقة ويغالط الواقع . فهو خطاب امتاع نصي لا علاقة له بالجانب العملي وهو من ضروب خطاب السلطة الذي يتحلّى بالهشاشة البنيوية ويعتمد على الاثارة وشماعة (المؤامرة) التي ينسفها التناقض في مضمون النص. ويكشف هذا التناقض في الخطاب وتضارب التصريحات حجم الازمة الداخلية للنظام او الحزب المصاب بهذه المتلازمة الخبيثة.

لذلك ترى الباحثة ان الخطاب السياسي يقتضي المراجعة والترتيب لكي يسهم بشكل واضح في احداث التغيير اللازم والاصلاحات المطلوبة ولانجاز هذه الاهداف لابد من الاستفادة من تجارب وخبرات

الدول والمؤسسات المتقدمة والاهتمام بتطوير عناصر العملية الاتصالية ولقد أدرك العلماء أهمية العناصر غير اللغوية في الاتصال فالمرسل يجب أن يكون مؤهلاً ليضفي على الرسالة جودة الاداء ليكمل المعاني التي سكتت عنها الرسالة ثم يجسدها بفصاحته وقلمه ويجيد التواصل مع الجمهور فضلاً عن معرفة مقومات التأثير فيه بإعمال الملاحظة لرد الفعل - وان يكون مزود بمعلومات كافية ومعرفة بكل عوامل نجاح الاتصال (المؤثرات - الاستمالات - الامكانات اللغوية...إلخ) حتى تتوفر للخطاب عناصره التواصلية والاقناعية والاطلاع على نظريات التأثير والاقناع ونظريات الاعلام التي احصت مفردات اللغة لتحديد حقولها الدلالية وبحث خواص التركيب في النص الاعلامي ومضمون النص والهدف منه والمقاصد والاثار (الاستجابة) والاشارات والحركات التي توظف الى جوار العناصر اللغوية.

اللغة كيان حي يؤثر ويتأثر وهي الاداة الاولى التي تستخدم في توجيه الجماهير فاللغة تتميز بمؤثرات دلالية والخطاب المنطوق مؤثراً في الجماهير وقد ازداد اثر الخطاب السياسي بفضل انتشار وسائل الاعلام .

للخطاب المنطوق اثر كبير في عملية الاقناع لذا نجد بعض عناصر الخطاب المنطوق في الخطاب المكتوب فالسياسيون يقرءون الخطاب المكتوب على طريقة المنطوق ويضيفون عليه اثناء القراءة ، هذا بجانب الاشارات والحركات وذلك لجذب السامع . فالخطاب المرتجل له تأثيره على مشاعر الناس لكنه يرتبط بكفاءة المرسل وعلاقته بالمتلقي والمكان والموضوع مثل (لقاء جماهيري بعد استقبال حاشد) وفي هذا الاطار لابد من الاهتمام بالعناصر الصوتية التعبيرية .

تذكر الباحثة هنا ان الخطاب الإعلامي قد يتضمن اسلوب الخطاب الادبي واللغة المباشرة والمعلومات والاقتباس واستخدام لغة الخطاب اليومي لانها قناة مباشرة لوجدان الجمهور ، ويمكن الاقناع في الخطاب هو خضوع المتلقي لمقاصد مضمون الخطاب وتصديقه وقبوله ولكن الخطاب السياسي السائد يتميز بنسبة ضعيفة من المؤثرات البلاغية بسبب اختلاف الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

ثانياً : خصائص وقواعد الخطاب الإعلامي :

يمكن من خلال تعاريف الخطاب يقسم الخطاب الى :

1/ الخطاب القرآني : يعتبر القرآن الكريم من احدى اهم واقدّم الخطابات ، وهو الكلام الذي وجهه الله سبحانه وتعالى لعباده ، والذي يتميز بكلماته وجملته البلاغية المتفردة وبه العديد من الاحكام والقوانين التشريعية والدينية والتي يجب على جميع المسلمين الالتزام بها ، وكلامه ثابت وموحد وهو غير قابل للتعديل او التغيير كما ان هنالك قواعد واصول لقراءته .

ويمكن وصف خصائص وسمات الخطاب الإسلامي في النقاط التالية :

- كانت تقوم على الإقناع والتأثير في النفوس ، بالأدلة الساطعة ، والبراهين الناصعة ، وكثرة الاستشهاد بالقرآن الكريم ، وأحياناً بالشعر ومأثور الكلام من حكمة ومثل .
 - كانت تلتزم في مبدئها سمياً واحداً ، وهو حمد الله وتوحيده والثناء عليه بما هو أهله ، وقد ينضم الى ذلك الصلاة على الرسول (ص) واتباعه ، وكانوا يحرصون أشد الحرص على بدء الخطبة بالحمد حتى عابوا على زياد خطبته التي خلت منه وسموها (البترء) ، وكانوا يختمون الخطبة بمثل "أقول قولي هذا واستغفر الله لي ولكم".
 - اما اسلوب الخطابة في هذا العصر فهو الاسلوب الفطري الذي يساوق الطبع ويوائم السليقة، ولا يعتسف في لفظ أو فكر أو خيال (شرف،خفاجي،الصاوي،1998،ص302).
- أمتاز هذا العصر بكثرة الخطباء البلغاء كثرة رائعة ، وفي صدر الخطباء الخطيب الأول والزعيم الروحي الأعظم محمد صلوات الله عليه ، ومن الخطباء : أبوبكر الصديق ، وعمر بن الخطاب ، عثمان بن عفان ، وعلى بن أبي طالب، وعائشة ابنة ابي بكر الصديق ، وخالد وعبد الله بن العباس ، وعبد الله بن الزبير ، وأبو عبيدة بن الجراح ، ومعاوية ... وسواهم من اعلام الخطباء والبلغاء رضوان الله عليهم أجمعين ، ومن الخطباء المشهورين عطار بن حاجب بن زرارة .

إذا ما نظرنا الى ماسبق ذكره فقد أهتم علماء العربية ، وأضافوا إليها إنتاجاً جديداً وطوروها ، وبدأ الأهتمام باللسانيات مع بداية القرن التاسع عشر في أوروبا ، وظهرت مدارس لغوية وتبنت المدرسة البنيوية مع بداية القرن العشرين دراسة الخطاب وأشكاله ، وأهتمت المدرسة بتحليل اللغة ، وانتقلت من مستوى الجملة وحدة تحليلية إلى مستوى تحليل الخطاب كله ، فيشمل ذلك تحليل نسق المقولة المكتوبة أو المنطوقة وكذلك أدوات الإقناع أو الجدل التي يحتويها ، ولقد عمدت المدرسة على البنية النصية ولم تعبأ بغيرها(عكاشة،مرجع سابق،ص20).

2/ الخطاب النفعي او الايصالي : الذي يكون على شكل رسالة بعبارات مباشرة دون مراعاة القواعد والقوانين وتكون على شكل كلمات تخرج حسب سجية مرسلها بشكل عفوي غير متكلف ، طالما تكون نتيجته النهائية هي اوصول الفكرة او المعلومة المقصودة .

3/ الخطاب الشعري : وهو الذي يبنى على اسس ادبية وعلمية بناءاً على قواعد لغوية مدروسة ومن خلال كلمات ذات ايقاع جميل على الاذن ولكنها تحمل نفس الغرض والهدف الا وهو اوصول فكرة الشاعر او الاديوب الى الجمهور .

4/ الخطاب الاشهاري: هو الخطاب الذي تتبعه الشركات او المؤسسات التجارية للترويج لسلعها وبضائعها حيث يتبع فيه اسلوب التأثير بطريقة غير مباشرة من قبل البائع على المشتري ، وذلك باستخدام عبارات وذلك باستخدام عبارات اقناعية وتشجيعية وايجابية لوصف السلعة او المنتج مع ذكر الميزات والفوائد التي تعود بها على المستهلك وقد تكون المخاطبة من خلال الاعلانات المطبوعة في المجالات او الشوارع والتي تتميز بتصاميمها واللونها الجذابة ، او قد تكون من خلال الاعلانات المسجلة التي يتم عرضها على شاشات التلفاز او اذاعات الراديو والتي ترفق عادة الموسيقى .

5/ الخطاب الصحفي : الذي من خلاله يتم اوصول ونقل الاخبار سواء كانت الفنية او الرياضية او السياسية والاقتصادية الى الناس ، والتي من المهم ان تكون مصادرها موثوقة ليتم تقديم الاخبار بمصداقية وشفافية بطريقة حيادية وتقديرية .

6/ الخطاب السياسي : الذي يصدر من رجال السياسة ، ويمتيز بأسلوبه الموضوعي والذي يهدف بشكل اساسي الى تقديم العديد من الاقتراحات والحلول لتحسين الاوضاع ، كما وتدعو المتلقى الى الاقتناع بهذه الافكار والاقتراحات من خلال عبارات اقناعية تتخللها البراهين والحجج .

للاقتناع بالمرسل دور كبير في الخطاب فالاقناع له دوافعه وعناصره فهو يعتمد على دراسة طبيعة المتلقى ومداركه ، وهذه هي أمثلة لانماط المتلقين :

- متلقى متردد (يحتاج لجهد قليل) .
- متلقى منكر لمضمون الخطاب (يحتاج لوسائل اقناع مؤثرة) .

- متلقي خالي الذهن (يحتاج لمعلومات واساليب) .
- متلقي تابع هو الذي (يخضع لايدولوجية الخطاب) .

وأساليب الخطاب الدعائية تتمثل في الآتي:

- النكته (مؤثرة - سريعة الانتشار) .
- اسلوب التكرار (تكرار اعلان تجاري لسلعة خطاب او تعليق سياسي) .
- اسلوب الكذب (اسلوب غير مشروع) .
- اسلوب الاستضعاف والاستعطاف (تستخدمه الصهيونية) .
- الادب والفنون = مسرح - اناشيد.
- الشعارات (يطلقها الزعماء او القيادات الوسيطة في الاحزاب او الاعضاء) .
- بالونه الاختبار = (اطلاق شائعات لمعرفة اتجاه الرأي العام بتحليل رد الفعل) (سر الختم، 2008، ص4).

بعيدا عن اركان الخطاب التي تشمل على الخطاب والمخاطبة والخطيب والجمهور والتأثير ، وترى الباحثة ان عنصر اللغة له اهمية قصوى في انجاح الخطاب وهو الذي تركز عليه كل اركان الخطاب .
وتعتبر الدعاية المضادة نوع من انواع الخطاب الاعلامي وتنقسم الدعاية وفقاً للهدف الى قسمين :

1. دعاية استراتيجية .

2. دعاية تكتيكية

لكن حلبة المنافسة السياسية مليئة بالعناصر المنافسة ومقابل كل دعاية - دعاية مضادة لها تهدف الى نفسها واغتيالها وابطال مفعولها. وللعبور بسلام تشمل خطه الدعايه المضادة الاتي:

أولاً: تحديد افكار العدو.

ثانياً : مهاجمة نقاط الضعف في دعايته .

ثالثاً : اختيار توقيت المجابهة .

رابعاً : تقديم الادلة والبراهين .

خامساً : توضيح حقيقة الطرف الآخر .

سادساً : الحرب النفسية .

ثالثاً : أسس الخطاب الإعلامي :

- **الوضوح** : على الخطاب الاعلامي ان يكون واضحاً لفظاً ومعنى ، وذلك من حيث سهولة الكلمات والجمل والعبارات ، ليسهل فهمها الملتقي ويتحقق ذلك بالتركيز على الافكار والحقائق والمعلومات المهمة والاساسية التي يعرفها المتحدث .
- **الحيوية** : هى اختيار الكلمات المشوقة الجاذبة البعيدة عن الجمود لجذب المتلقين للخطاب .
- **التنوع** : هو تنوع الجمل والفقرات والعبارات بحيث تتضمن كل فقرة فكرة جديدة ومعلومات جديدة .
- **الاختصار** : هو الاختصار غير المخل بالخطاب ويجعل المتلقى متابعاً ومنجذباً للخطاب من افكار ومعلومات ومعان بسهولة ويسر وكما قيل في الاثر : خير الكلام ما قل ودل .

رابعاً : ضوابط تكوين الخطاب الإعلامي :

هنالك شروط يجب توافرها في الخطاب الاعلامي :

اولاً : تحديد الهدف من الخطاب الاعلامي .

ثانياً : تحديد الجمهور او الفئة المستهدفة .

ثالثاً : تحديد لغة واسلوب الخطاب المناسب حسب مستوى ثقافة الجمهور .

رابعاً : ان يكون اسلوب الخطاب جاذباً ومشوقاً .

خامساً : تحديد الوقت الذي ينبغي ان يستغرقه الخطاب .

سادساً : مراعاة الأدب والاخلاق والذوق العام في لغة الخطاب والبعد عن المهاترات والسب والشتم .

لذلك ترى الباحثة ان الخطاب الإعلامي من حيث التعريف هو إرسال معلومات محددة لمجموعة معروفة ومقصودة بغية التأثير فيهم وفي ارائهم ، لذلك فكلما كان تكوين الخطاب الاعلامي مبنياً على أسس ومعايير علمية وعملية كان الخطاب اكثر تأثيراً عل الجمهور ، وترى ان في بعض الاحيان يبنى الخطاب الاعلامي لحكومة ما او جماعة ما لبعض المقولات والمفاهيم للحزب المعارض او الجماعة المعارضة ويدمجه في اطار بنيته الخطابية بهدف التأثير في الجمهور وحرمان المعارض منها من احتكار هذا التأثير.

المبحث الثاني : وسائل الخطاب الإعلامي

أولاً : التطور التاريخي لوسائل الإعلام :

يمثل الإتصال حالة الإنتقال بالأفراد والشعوب من التعبير الغريزي إلى الإلهام من خلال عمليات ونظم متنوعة للإستعلام والإستقصاء وإصدار الأوامر والتوجيه ، فالإتصال يخلق اتفاقاً عاماً بين الأفكار ، كما أنه يؤكد الشعور بأن الناس يعيشون مع بعضهم البعض من خلال تبادل الرسائل وترجمة الفكر إلى عمل ، ومن ثم فإنه يعبر عن كل العواطف والحاجات ابتداء من أبسط المهام التي تكفل بقاء الإنسان حتى أسمى مظاهر الإبداع أو أشد مظاهر التدمير ، فهو بذلك يشكل مفهوماً شاملاً لحياة الإنسان وتواصله مع الآخرين أو مظاهر حياة يتفاعل معها وفق تطوره وانتقاله من حال إلى حال ، فقد تتابعت ثورات الإتصال عبر مختلف مراحل الوجود الإنساني وكل ثورة قدمت وسيط يمكن من خلاله إحداث تغيير كبير في الفكر الإنساني وفي تنظيم المجتمع وتراكم الرصيد الحضاري للبشرية .

باننتقال البشرية من عصر لعصر تتزايد مداركها وتتعاظم مفاهيمها وموروثاتها الحضارية وبذلك تختزل مراحل الثورة القادمة ، فقد إستخدم الإنسان اللغة كوسيلة للإتصال في 35000 ق.م ، وإخترع الكتابة 1700-1000 ق.م (في كل من مصر القديمة وسومر) وإخترع يوحنا جوتنبيرج الحروف الطباعية في 1456م وإخترع بليز باسكال أول آلة حاسبة تقوم بعمليات الضرب والطرح والجمع في 1645م ، وتحققت ثورة البخار في 1850م ، وتوضح المسيرة التطورية لتكنولوجيا وسائط الاتصال مدى التسارع الزمني الذي إكتسبه تلك التكنولوجيا مما أدى إلى ضغط الفواصل الزمنية بين كل مرحلة وأخرى وأدى إلى تغيير نمط الحياة في هذا العالم الذي كان من قبل مشتت الأجزاء (عطية، 2006، ص12).

حيث تصل وسائل الإعلام في هذا الوقت إلى اعداد متزايدة من الأفراد وذلك نظراً للزيادة الطبيعية في عدد السكان بالإضافة إلى زيادة نسبة التعليم وإرتفاع مستوى المعيشة والتطور التكنولوجي في وسائط الأعلام ، حيث انتشرت وسائل الأعلام انتشاراً ضخماً في مجتمعاتنا الحديثة ، وغزت كل بيت ولم تعد مجرد وسيلة ترفية ولكنها أصبحت ضرورة من ضروريات الحياة خاصةً بعد أن ارتبطت أجزاء العالم ببعضها وأصبح ما يحدث في دولة يؤثر في باقى دول العالم .

ثانياً : أنواع الوسائل الإعلامية :

كما أن الإعلام يلعب دوراً نفسياً من الناحية الإيجابية محلياً ، في بناء الاتجاهات السياسية في المجتمع أو الدولة ، عن طريق تقديم الخدمات الإخبارية والثقافية الشاملة على مدار الساعة ونقل ما يستجد من أحداث ، وتوعية الشعب وحثه على المشاركة في الحياة السياسية العامة والانتخابات النيابية والمحلية من خلال الندوات والمهرجانات والمحاضرات واللقاءات والحوارات والأحاديث الإعلامية للمسؤولين على اختلاف مستوياتهم ومسؤولياتهم.

أولاً : الصحافة :

زادت أهمية الصحف وعظم إنتشارها وتعددت ألوان ماينشر بها من أنباء ومقالات وموضوعات علمية وأدبية ، والصحف عادة لا تكتفي بنشر الأخبار بل تعلق عليها وتساعد القارئ على فهمها ، كما تتعرض للمشكلات القائمة وتحللها وتتناول مختلف الموضوعات القومية والسياسية والاجتماعية والثقافية بالشرح .

إن تأثير الصحافة على المجتمع صار واضح إلى حد أنها تلعب دوراً بارزاً في الحياة السياسية في المجتمعات المعاصرة ، ولقد بلغت في التأثير إن سميت بالسلطة الرابعة ، فلقد لعبت الصحافة دوراً هاماً في عرض الخطاب الاعلامي وخلق الرأي العام تجاه القضايا السياسية لدى الجماهير داخل المجتمع ، وهو ما يعرف بالإعلام السياسي فهي عملية شاملة لكافة أدوار تأثيرات الصحافة على الجمهور والمجتمع والسلطة ، ولأهمية الصحافة في عرض الخطاب الاعلامي في المجال السياسي يظهر من خلال تركيز الصحافة على عدة مهام :

- (1) إمداد الأفراد بالمعلومات اللازم من خلال معرفته بالقضايا والموضوعات والمجريات والأحداث السياسية سواء بالداخل او الخارج ، وذلك من خلال التغطية الإعلامية الوافية بشتى الموضوعات والشئون السياسية المحيطة به .
- (2) تزويد الأفراد بكل المعلومات والمعارف والحقائق السياسية اللازمة لتهيئة القارئ .
- (3) إطلاع القارئ على الحقائق في سرعة وثبات ووضوح شديد دون مواربة أو إخفاء حتى تصبح الصحيفة موضع ثقة ومجال مصداقية للقراء .

- (4) تحفيز الأفراد على المشاركة السياسية من خلال الدعوة المستمرة للتصويت والترشيح .
- (5) التوعية الأيدلوجية .
- (6) القضاء على اللامبالاة لدى الأفراد وذلك من خلال درج الأفراد على المشاركة في الوعي السياسي ، وتكوين وجهة نظر شخصية قائمة على الحوار السليم والجدل والنقاش المثمر ، وهذا يعني اعتماد الجماهير على الإحساس بالمسؤولية تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وأنه ليس مجرد رقم في صفوف الجماهير (عبد، 2004، ص128).

نرى أن مهمة الصحافة تتلخص في الإيجابية (بعيد عن الأخبار الرخيصة)، تفسير الأحداث المهمة بصورة سليمة ، التبسيط والسهولة في تناول المشكلة ، رفع المستوى الفكري والثقافي للجمهور ، متابعة الأحداث والأهتمام بقضايا الشعوب وتأييد القيم الجميلة في مجتمعاتنا ، والحملات الصحفية والأخبار تتأثر بعدة عوامل :

- أ- بعض الهيئات تلون الأخبار لمصالحها الذاتية .
- ب- المراسلين يضيفون استنتاجاتهم على الأخبار .
- ج - مكاتب التحرير لها لمساتها الخاصة .
- د - الجهة المالكة للصحافة .
- هـ- الصحف الصفراء تنشر الأحداث الفاسدة داخل المجتمع فقط بحجة الإصلاح وإن كانت تهدف لتخريب قيم المجتمع الثابتة (الجبور، 2010، ص58).

ونظراً لانتشار هذه الوسيلة وسهولة وصولها إلى مختلف فئات المجتمع، كان لابد من أن تكون هذه الوسيلة شريكاً حقيقياً وفاعلاً في إيصال الخطاب الاعلامي الذي تسعى الاحزاب السياسية إلى تعميمه عبر وسائل الإعلام المختلفة .

ثانياً : الأذاعة :

هى من أكثر الوسائل جذباً للمستمعين لسهولة توفرها حتى في المناطق النائية ولا تلهي الإنسان عن عمله ويحرص على متابعتها كما انها تنقل المعلومات والأخبار بسرعة ومن أهم المحطات التى تبث عليها مثلاً BBC ، حيث تقوم الدول الكبرى بإنشاء محطات إذاعية للتأثير على الرأي العام ونشر الخطب الإعلامية في مكان ما بمحطات إذاعية تبث الأغاني والترفيه وفي داخلها نشرات إخبارية تبث الأفكار التى تؤيد وجهة نظرهم وتقيد مصالحهم ، تهتم الإذاعة باختيار البرامج وأهمية القيم التى تروجها على المجتمع وبث روح الاهتمام المشترك للقضايا التى لا بد أن يلتفت ورأيها الشعب نحو قيادته ، لذلك نجد أنها مستهدفة حيث تجد أن إذاعات موجهة للدول المعادية مثل راديو سوا - الإذاعة العبرية الجديدة (الجور،2010،ص58) .

يمكن الاستفادة من الأذاعة من خلال خصائصها التى تتميز بها :

- تعتبر الأذاعة من الوسائل التى تخاطب حاسة واحدة أيضاً بدرجة عالية من الوضوح، ويستلزم تقديم قدر كبير من المعطيات والمعلومات ، وبالتالي لا تتطلب مشاركة أيضاً من المستمع ، وذلك حسب تصنيف ماكلوهان حيث يصنفها من ضمن الوسائل الساخنة التى تتجح في إستثارة المستمع وتفاعله مع المادة أو الشخصية التى يذيعها بسرعة .
 - تتفق الأذاعة مع الصحف في دعم الألفة بين المستمع والمحتوى الذى يستمع اليه يتأثر مناخ الأستماع الذى يتميز بأنه يخلق للمستمع عالماً خاصاً به ، يفتح عالماً كاملاً من الاتصال الضمني بين المستمع والمذيع .
 - إن غياب مشاهدة الوقائع والأحداث والإعتماد على ماتنقله الوسيلة يثير خيال المستمع إلى رسم الصورة الغائبة ، وبالتالي نجد أن المستمع يستغرق في المادة التى يستمع إليها مما يؤدي الى تأثيرها بالنسبة له (عبد،2004،ص128).
- تؤثر الأذاعة على الرأي العام القومي بالآتي :

- 1- تحقيق القدر الأقل من الفكر والقيم للدولة بما يسمح بتماسكه .
- 2- حفز الناس على مختلف ميولهم على مناقشة الأمور التى تهتم دولتهم وتؤثر فيها .
- 3- التخفيف من حدة العصبية الإقليمية .
- 4- تثقيف الشعب وتوعيته وإشباع حاجته الفكرية .
- 5- دحض الشائعات المحرصة فوراً والتصدي لها (الجور،2010،ص58).

ومن خلال الإذاعة يمكن الاستفادة منه كوسيلة لنشر الخطاب الإعلامي من خلال سهولة استخدامه في أي مكان وأي زمان من خلال خارطة البرامج التي يتم بثها وسهولة إعادتها للجمهور لأستثارتها .

لذا تقوم الإذاعة بالتنسيق مع الأحزاب لبث الخطاب الإعلامي عبر أثيرها ، وقد يتم وبشكل دوري بث العديد من البرامج الإذاعية وغيرها من الأخبار والتقارير الإذاعية والخطابات التثقيفية، إلى جانب الاتصالات الهاتفية للتعليق على الحوادث أو للحديث حول قضية أو الاستضافات لبعض المختصين أو المسؤولين في الأحزاب المختلفة من خلال اللقاءات الإذاعية للمشاركة في بعض البرامج أو النشرات الإخبارية التي تبث على الهواء مباشرة لاستقبال إتصالات المواطنين والإجابة على استفساراتهم حيال قضية أو موضوع بعينه أو لإيضاح الصورة الحقيقية للحزب السياسي وتفاصيله حيال قضية معينة.

تري الباحثة ان بعض السمات التي تتميز بها الاذاعة ومنها كونها فناً يعتمد على الأذن لدى المتلقى وعلى الصوت ، لذلك فان الهدف في الوسيلة الاذاعية صعب التحقيق قاصداً جهة الوصول الى الهدف التأثير في المستمع ، لذلك عند اعداد خطاب اعلامي عن طريق الاذاعة فاننا نحتاج الى مكونات كثيرة من الاعداد الجيد للخطاب وتحديد الجمهور المستهدف ومعرفته من خلال استطلاعات الرأي المهمة جداً ، ثم صياغة الخطاب ومن ثم تحديد زمن بث مثل تلك الخطابات حتى يؤثر الخطاب تأثيراً واضحاً على المستمع .

ثالثاً : التلفزيون :

إن دراسات تأثير التلفزيون كوسيلة تغطي كل مجالات العلوم الاجتماعية أصبح ضرورة من ضروريات الحياة العلمية ، فالملاحظ من نتيجة عدد من الملاحظات حول السلوك السياسي للمواطنين من جراء مشاهدة المواد السياسية في التلفزيون ، ففي أحداث حرب فيتنام ومواجهات السود للإضهاد العنصري بأمريكا وحرب فرنسا بالجزائر وإغتيال جون كينيدي ومارتن لوتر كينغ ، من الأحداث التي أثر فيها التلفزيون على اتجاهات الناس وتمكن من خلق رأي عام حول تلك القضايا .

يعتبر التلفزيون أفضل وسيلة إعلامية عرفها الإنسان، لأنه يجمع بين الصورة والصوت، وبذلك يستطيع السيطرة على حاستي السمع والبصر، وهما من أهم الحواس وأشدها اتصالاً بما يجري في نفس

الإنسان من أفكار ومشاعر، وهو ينقل الحدث إلى مشاهديه في أغلب الأحيان وقت حدوثه ، وينقله بما فيه من معان وانفعالات، وكذلك ينقل المعلومات الجديدة داخلية أو خارجية بأسلوب سهل وجذاب ، ويساعد على معرفة المشاهد محيطه، ومعرفة العالم من حوله (سعد الدين ،1998،ص153).

خصائص التلفزيون

إذا نظرنا الي التلفزيون من حيث الافضلية الاتصالية فيمكننا هنا ان نسرد بعض خصائصه التي يتميز بها وهي :

1. التثقيف والتعليم: للتلفزيون أهمية خاصة في هذين المجالين، وذلك عائد لقدرات التلفزيون الكبيرة، ففيه الصورة المسموعة، والمعروف أن هذه الصورة لها أثرها التعليمي، فهي تزيد من وضوح الكلمة، مما يؤدي إلى زيادة في فهم معناها. والكلمة نفسها توضح ما تتضمنه الصورة من أفكار ودلالات ومعان ومفاهيم، وهذا كله يساعد على سهولة فهم الموضوع الموجه واستيعابه.
- كما أن التلفزيون لديه المقدرة على جعل العالم بين يدي المشاهد، ونقله إلى أماكن لا يمكنه الوصول إليها، مثل أعماق البحار والفضاء، والغابات الممتلئة بالوحوش، هو يتيح نقل أحداث ووقائع ومعلومات علمية دقيقة تعجز الأجهزة الأخرى، والطاقة البشرية المجردة عن الوصول إليها.
2. التربية: لم يقف التلفزيون عند حد التعليم، بل تعدى ذلك إلى التربية، وصار له دور هام في تربية الجمهور، وبخاصة الأطفال، فله تأثير في تربية العقيدة والبادئ والأخلاق والسلوك، إضافة أنه يقوم بوظيفة التربية الفنية والجمالية.
3. للتلفزيون خصائص جامعة لم توجد في غيره، فقد ورث الحوار والحديث والتمثيل عن المسرح، وورث عن السينما شاشتها وطريقة عرضها، حيث يقدم الواقع المصور، كما ورث عن الإذاعة إمكانية الوصول إلى كل بيت، ويمكن القول أنه يعتبر ابناً لهذه الآباء الثلاثة، كما أن فيه كثيراً من الصحافة، فهو يقدم الأخبار، ويكفي الصحفي عناء الوصف.
4. الحضور المتزامن: إن أجهزة التصوير التلفزيوني حاضرة في زمان الحدث ومكانه، وعلى مدار أربع وعشرين ساعة، حاضرة في قاعة المؤتمر وساحة الحرب والمسرح، وفي كل مكان يُراد تصويره.

5. الآنية: إن تصوير الأحداث ونقلها بشكل مباشر إلى المشاهدين أكسب التلفزيون ميزة عالية، "فأنت على مقعدك الوثير يمكنك متابعة ما يجري على أرض المعركة خطوة بخطوة، وقد أثبت لنا التلفزيون كمتابعين لحرب الخليج [لأحداث أعوام (2001-2002-2003) المختلفة] مدى قدرته الهائلة على رصد الأحداث، وهي في طور التشكل زماناً ومكاناً، وأصبح التلفزيون امتداداً للعين البشرية التي لا يغفل لها جفن عما يدور في العالم من مجريات." (الطويرقي، 1997، ص249)

6. إشراك حاستي السمع والبصر: وهذه الميزة من أهم خصائص التلفزيون، فالصورة الحية المرئية لها أهميتها وفعاليتها في جذب المشاهد، "وتشكل قدرة في التأثير على عواطفه، وهي أقدر على التعبير من آلاف الكلمات. وتعتبر الصورة الحية من أحسن الوسائل إقناعاً، ونحن نعلم أن الرؤية أساس الاقتناع، والرؤية أو البصر أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات. ويعتبر التلفزيون من أكثر وسائل الإعلام إيضاحاً وقدرة على التفسير والتوضيح، لما يتميز به من خاصية الجمع بين الصورة المقترنة أو المدعمة بالصوت في مشاهد واقعية قريبة من مدارك الإنسان... كما أن الألوان تساعد المشاهد في استيعاب المعلومات واستيعابها، وبذلك يحيل التلفزيون المعلومات والأفكار المجردة إلى صور حية قابلة للفهم والإدراك، وتعطي الصورة الحية إحساساً بالألفة، وتزيد من المشاركة التي يتيحها التلفزيون لمشاهديه.

إضافة إلى ذلك فإن للتلفزيون خاصته بالمؤثرات المرئية الإلكترونية، التي يكثر استخدامها في مختلف البرامج، وتستعمل بهدف جذب الانتباه، فهناك الانتقال المفاجئ من صورة إلى أخرى لتتابع المشاهد، وإظهار صورة فوق أخرى، لتجسيد الأفكار التي تجول في ذهن شخصية من شخصيات النص، أو إظهار الأشباح، وتستخدم هذه المؤثرات في إظهار عدة صور في وقت واحد، وفي ظهور منظر وتلاشي آخر، وفي تغيير مفاهيم الزمان والمكان.

كما أن البصر أقل بكثير من شهود الأذن، والذاكرة تحتفظ بالصور المرئية، وتتأثر بها في أعماق اللاشعور، وكثيراً ما تحتفظها مدة طويلة.

7. لجمهور التلفزيون خصائص تختلف عن جمهور الوسائل الأخرى، فجمهور التلفزيون أولاً أكبر من غيره، وهو غالباً متابع وثابت نسبياً، وهذه الميزة تمكّن المرسل المسلم من تبليغ رسالته، وتسهيل عمله، وتسهم في إعطاء المستقبل فائدة أكبر.

فهناك أوقات معينة يتفرغ فيها بعض الناس لمتابعة برامج التلفزيون، وكثير منهم يتابعون برنامجاً معيناً في أوقات محددة، وذلك حسب وقت راحتهم ووجودهم أمام الشاشة، إلى ما هنالك من أحوال وظروف.

لأول مرة في التاريخ يستطيع أن يدخل الإعلامي إلى البيت، فيخاطب الجدّ والابن والحفيد، والرجل والمرأة، والكبير والصغير، في جو منزلي عائلي، وهذا ما أكسب التلفزيون الصفة العائلية.

8. شاشة التلفزيون قادرة على تكبير الأشياء الصغيرة، وتحريك الأشياء النامية.

9. للتلفزيون قدرة عالية في مخاطبة الرأي العام والتأثير فيه.

10. المرسل بعيد عن المستقبل في البرامج التلفزيونية، لذلك لا يعرف ردة فعل رسالته إلا بعد زمن.

11. تكاليف البث التلفزيوني عبر الفضاء عالية، فهناك ثمن القمر الصناعي، أو رسم الاشتراك في أحد الأقمار، ثم قيمة الأجهزة الأخرى، وهي كثيرة ومتنوعة، وقبل ظهور القنوات الفضائية كانت هناك المحطات الأرضية، وكانت أيضاً عالية التكاليف (الطويرقي، المرجع السابق، ص249).

12. التلفزيون وسيلة تعرض برامجها بشكل محدد، بحيث لا يمكنك كمتابع أن تتعرض لرسائل محدودة في أي وقت تشاء، كما تفعل بالكتاب أو الفيديو، فالأمر ليس قابلاً للتأجيل (الانترنت، طلاب جامعة دمشق).

لهذا يجب أن تكون برامج التلفزيون واضحة ومختصرة، تحترم وقت المشاهد، فتقدّم بطريقة سهلة الفهم والإدراك. إن هذه المميزات الثلاث السابقة تُعدّ من الخصائص السلبية للتلفزيون.

13. مقدرة التلفزيون على خطاب جميع الفئات، من علماء ومتقنين، وعمال وأميين، ومدنيين وريفيين، بل إن القرويين يشاهدون التلفزيون بنسب أعلى من أهل المدن، وذلك بسبب قلة الوسائل البديلة، مثل السينما والمسرح والفيديو والصحف.

14. يمتاز البث التلفزيوني بسهولة وصوله إلى أي مكان، مما يسّر وجوده في البيوت، إضافة إلى قلة تكلفته المالية للجمهور إذا ما قورن ببعض الوسائل المنافسة كالإنترنت.

15. الواقعية التامة في نقل الحدث، مع ما يتضمنه من انفعالات وحركات ومؤثرات صوتية، من تصفيق وضجة، وصوت أمواج، ودوي انفجار، وضجيج محركات.. الخ. فالشاشة على عكس الصحافة والإذاعة، هي أقرب الطرق لنقل الحدث الحي بمصادقية وموضوعية، مما يجعل التلفزيون أكثر مصداقية عند الناس من غيره.

16. سرعة التلفزيون في نقل الخبر أعطته ميزة إضافية، حيث صار من أهم مصادر الأخبار في وسائل الإعلام.

17. إن التلفزيون يوصل رسالته للمشاهد مع الراحة التامة، فهو لا يكلفه عناء الخروج من المنزل للمشاهدة أو تلقي المعلومات، كما هو حال كثير من وسائل الإعلام، كما أن الصوت والصورة فيه أيضاً تتيحان لهذا المشاهد رفاهية عالية في الاستماع والرؤية من دون إجهاد سمعي أو بصري، وهذا ما جعل منه وسيلة تسيطر على ميدان الاتصالات الجماهيرية بشكل كبير (الانترنت، طلاب جامعة دمشق).

هذه الأهمية أعطت التلفزيون الدور الكبير في مختلف الميادين التنقيفية والتربوية والصحية والاجتماعية والاقتصادية والإعلامية ، من أجل هذه الميزات العالية والخطيرة للتلفزيون، اهتم أصحاب الأفكار والقرارات بهذا الجهاز السحري، وسموه رسول العالم المتجول، واستخدموه للتجارة والإعلانات والدعايات، ولتحريك الشعوب وتوجيههم، وصاروا يفضلون فيه ثوان معدودة على صفحات كبيرة من الصحف.

لذلك ترى الباحثة ان التلفزيون يمتاز بالتأثير الايجابي الكبير في التوعية السياسية باعتباره من أهم وسائل الاتصال الجماهيري كونه يستثمر حاستي السمع والبصر معاً لدى المشاهد مما يساهم في تثبيت وتعزيز المعلومة (الخطاب) في أذهان المشاهدين بشكل أفضل وأكثر فاعلية من أية وسيلة إعلامية أخرى على أهميتها.

رابعاً : المؤتمرات :

نظراً لأهمية المؤتمرات الإعلامية ودورها في إطلاع الأجهزة الإعلامية على الخطاب الاعلامي للحزب ، تسعى الاحزاب السياسية المختلفة إلى تنظيم المؤتمرات الصحفية واللقاءات الإعلامية ، حيث يتم توجيه

بطاقات الدعوة لكافة المؤسسات الإعلامية وممثليها إلى عقد مؤتمر صحفي أو لقاء صحفي مفتوح يتم خلاله الحديث عن الإنجازات والخطط التطويرية ويتم الرد على أسئلة واستفسارات الإعلاميين المشاركين .

تعمل إدارة الإعلام بالتنسيق مع المؤسسات المختلفة على عقد الندوات المتخصصة وإلقاء المحاضرات التوعوية والتثقيفية، بهدف نشر وتعميم الخطاب الاعلامي لمختلف شرائح المجتمع، وذلك نظراً لفاعلية الاتصال المباشر في تحقيق التأثير المطلوب (الجبور، مرجع سابق، ص58).

أنواع المؤتمرات الصحفية:

يمكن أن نميز بين نوعين رئيسيين من المؤتمرات الصحفية حسب الزمن الذي تعقد فيه، وحسب عدد المشاركين في المؤتمر، بحيث يحتوي كل نوع على عدة أشكال وذلك على النحو التالي :

1- التقسيم الزمني للمؤتمرات الصحفية:

أ- المؤتمرات الصحفية الطارئة : وهي التي تعقد كلما وقع حدث هام أو خطير يدعو إلى عقدها والأمثلة لدينا كثيرة.

ب- المؤتمرات الصحفية الدورية : وهي المؤتمرات التي تعقدها بعض الرؤساء بصفة دورية، وإذا لم يتمكن الرئيس من حضورها أناب عنه وزير الاعلام أو الخارجية أو الداخلية أو المتحدث الرسمي، وهي تعقد شهرياً في الغالب.

ت- المؤتمرات الصحفية السنوية أو في المناسبات: وهي التي تعقد كل عام وترتبط في ذلك بذكرى معينة أو لتوجيه رسالة معينة أو غيرها.

2- تقسيم المؤتمرات الصحفية حسب عدد المشاركين فيها:

أ- المؤتمر الصحفي الفردي: وهو الذي يتحدث فيه شخصاً واحداً، ثم يجيب هو ذاته على اسئلة الصحفيين والمراسلين.

ب- المؤتمر الصحفي الثنائي: وهو الذي يعقد في نهاية الزيارة التي يقوم بها رئيس دولة ويحضره الرئيسان معاً، ويجيب فيه على أسئلة الصحفيين والمراسلين، كما يمكن أن يتم في شكل آخر عندما يعقده مسئولان أو وزيران أو مرشحان.

ج- المؤتمر الصحفي الثلاثي: وقد يكون على اثر انعقاد مؤتمر قمة صغير بين رؤساء ثلاث من الدول الصديقة أو المتنافسة، في ختام جولات من المباحثات بينهم، كما قد يتخذ شكلاً آخر كأن يكون بين ثلاث من المرشحين أو الوزراء أو المسؤولين الذين استكملوا عملاً ما.

د- المؤتمر الصحفي المشترك: وقد يعقده رئيس أو مسئول واحد ويدعو إلى حضوره عدداً من الوزراء المعنيين أو المسؤولين أو الذين يرتبط موضوع المؤتمر بهم وبوزاراتهم وبأعمارهم ليقوموا هم بالإجابة على الأسئلة والمشاركة في المناقشات. كما قد يشترك في عقده أكثر من حزب يمثل كل حزب منها رئيسه أو نائبه أو المتحدث باسمه، كما قد يشترك في عقده ممثلين لجهات أو منظمات أو أعضاء مؤتمر (الانترنت، موقع رمال، ص8).

مضمون المؤتمر الصحفي:

تنقسم المؤتمرات الصحفية من حيث محتواها إلى ثلاثة أنواع على النحو التالي :

أ- المؤتمر الصحفي الذي يعقد حول موضوع محدد بدقة ولا يتجاوزه إلى غيره من الموضوعات. وفي هذه الحالة يتم - في الغالب - إلقاء بيان يعد بعناية بالغة من جانب الخبراء والمستشارين، ويقوم فيه بالإجابة على جميع الأسئلة التي يتوقعون طرحها من جانب رجال الإعلام. وقد يحاول أحدهم أو بعضهم معرفة أبرز اتجاهات الأسئلة - بشكل مسبق - لكي يراعي ذلك في البيان.

ثم يقوم المسؤول بالإجابة على أسئلة الصحفيين والمراسلين، بينما يكون البيان نفسه معداً وجاهزاً ليتسلمه المندوبون عقد انتهاء المؤتمر الصحفي.

ب - المؤتمر الذي يعقد دون إعداد بيان وإنما يفتح فوراً باب الأسئلة والاستفسارات التي تدور كذلك حول موضوع محدد وهو الشكل الذي تتم فيه أغلب المؤتمرات الطارئة.

ج- المؤتمر الذي لا يعقد حول موضوع محدد. وأغلب هذه المؤتمرات من تلك التي تعقدتها نجوم الأدب والثقافة والسينما والمسرح ومن إليهم، حيث تتناول سبب وجود الشخص، ونشاطه الفني أو الأدبي أو الثقافي، وحياته الخاصة، وما إلى ذلك كله من موضوعات مختلفة تماماً عن موضوعات النوعين السابقين(الانترنت، موقع رمال، ص8).

تؤكد الباحثة إن الحاجة إلى عقد المؤتمر الصحفي تكون في حالة صعوبة قيام المسؤول بمقابلة كل صحفي على حدة، وهذا يحدث كثيراً أثناء زيارات الملوك أو الرؤساء أو الزعماء أو كبار الشخصيات السياسية لبعض البلاد الأجنبية حيث لا تمكنهم فترة الزيارة القصيرة أو كثرة المشاغل والأعباء من مقابلة كل الصحفيين والمراسلين الذين يطلبون تحديد مواعيد لإجراء احاديث صحفية خاصة لصحفيهم أو إذاعتهم أو وكالاتهم، عندئذ يكون المؤتمر الصحفي هو الحل الوحيد البديل.

لذلك ترى الباحثة أن المؤتمرات يمكن ان تكون مفيدة عندما تكون هناك أنباء هامة يراد إعلانها وبصعب تناولها في بيان صحفي ، أو حينما تقتضي أهمية الموضوع إتاحة الفرصة للرد على تساؤلات الصحفيين ، او كلما أراد الصحفيون والمراسلون أن يلتقوا بشخصية هامة لتوجيه الأسئلة إليها حول موضوع له أهميته الكبرى في وقت معين.

تضيف الباحثة ان المؤتمر يمكن ان يأخذ شكل حوار يجري بين الصحفيين والمراسلين من جانب والشخصية المسؤولة التي تدعو للمؤتمر من جانب آخر. وغالباً ما يبدأ المؤتمر بكلمة أو بيان يلقيه المسئول ثم تعقبه مناقشة بينه وبين الصحفيين والمراسلين، حيث يرد على كل الأسئلة التي يوجهونها إليه.

خامساً : شبكة الأنترنت :

لم يعد أحد يختلف على أهمية هذه الشبكة في الإتصال الدولي ، وبالرجوع الي المحددات الأساسية لوسائل الإتصال بالجماهير نجد أن معظم هذه المحددات متوفرة في شبكة الإنترنت وإستخدامها مثل الحجم الضخم للمستفيدين بوظائف الشبكة الذي يصل إلي مئات الملايين ويتزايد بنسب كبيرة عاماً بعد آخر ، وتعدد الوظائف التي أصبحت تؤديها الشبكة ويتصدرها الإعلام والمعلومات والترفيه والإعلان والتعليم عن بعد ، والجمهور المستهدف-المستخدم لملايين المواقع المتخصصة غير معروف للقائم بالإتصال- إلا أن

المستهدف هو إهتماماته التي تعكس السمة الأكبر من سمات التعرض إلي وسائل الإتصال الجماهيري ، تنوع المحتوى أو الرسائل الإتصالية في الموقع الواحد أو في مجموع المواقع الموجودة علي الشبكة بتنوع الوظائف وتنوع جمهور المستفيدين ، والإعتماد علي الوسائل الإلكترونية والآلية ، ويقابلها في شبكة الإنترنت الوسائل والمستحدثات الأكثر تطوراً ، وخصائص الأنترنت (الانترنت، موقع رمال ،ص8).

خصائص الأنترنت :

يمكن أن يستفاد من الانترنت كوسيلة للخطاب الإعلامي وتتحصر في الخصائص في الآتي :

1. تجاوز قيود العزلة في إطار واقع إفتراضي يرسم أطراف الإتصال من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني .
2. في إطار الوظيفة السابقة نشأت مايسمي بالمجتمعات الإفتراضية التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى مثل : مناهضة العنصرية الدعوة الي الديمقراطية وكثير من الأهداف والغايات التي تجتمع حولها هذه المجتمعات الجديدة .
3. وجود مواقع - مجهولة المصدر - تقدم خدمة إعلامية عن الوقائع والأحداث في شتي بقاع العالم وكتابة التقارير الإخبارية حيث لم تصبح الحقائق ملكاً خاصاً للسلطة أو لوسائل الإعلام المحلية والوطنية وحتى العالمية منها .
4. يسهم الإنترنت في تعبئة الرأي العام الإقليمي والعالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين ، وبحيث تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية ، وإتاحة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع من ممارسة حقوقها في الإعلام والإتصال من خلال تعدد وتنوع المصادر بعيداً عن السيطرة الرأسمالية وتأثيرات التمويل الإعلاني .
5. يتصدر الإنترنت في تقديم المعلومات التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق ، ذلك أدي للإنفجار المعلوماتي والمعرفي ، وساهم في تعميم الإستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها ولذا فقد أصبحت الإنترنت هي المصدر الرئيسي في البحوث.
6. في مجال التعليم عن بعد ، حققت دول العالم تقدماً ملموساً للإستفادة من شبكة الإنترنت في تقديم الخدمة التعليمية في كل المستويات ، وانتشرت المفاهيم والإستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد

ومن خلال الشبكات ، وذلك لتجاوز الصعوبات والمشكلات الخاصة بالتعليم التقليدي ، ولا يتوقف الأمر علي التعليم المنهجي ولكنه يمتد الي تعليم المهارات الحياتية المختلفة التي تقدمها مواقع عديدة علي شبكة الإنترنت .

7. يقدم الإنترنت أيضاً وظيفة التسويق عبر الإعلانات التي تقدمها لكافة الجماهير في كل العالم ،ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة للمتلقين دليلاً لإتخاذ القرارات الشرائية .

8. يقدم الإنترنت أيضاً خدمات جليلة في مجال تقدم الطب والعلوم الطبية المصاحبة له ، من حيث نشر البحوث ، وإجراء العمليات الجراحية والإستفادة من خبرة الأطباء عبرها في كل أنحاء العالم.

9. تسهيل عمليات البنوك ، والشركات متعددة الجنسيات في كافة العمليات الإقتصادية عبر العالم في ما يعرف بالتجارة الإلكترونية (الانترنت، موقع رمال ،ص8).

ترى الباحثة ان المؤتمرات يكون الهدف منها الرأي العام في المقام الأول. حيث يعقد مثل هذه المؤتمرات كبار المسؤولين أو الوزراء أو الرؤساء أو الزعماء حين تكون هناك حالة عاجلة لشرح سياسة معينة أمام أكبر عدد ممكن من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع إلى نسبة كبيرة من الرأي العام الذي تخاطبه الصحف والإذاعات ومحطات التلفزيون ووكالات الأنباء.

ثالثاً : وظائف وأساليب الوسائل الإعلامية :

إذا كان الوعي لدى الافراد يؤثر في سلوك الفرد فبالتالي يحسب هذا الأثر على النظم السياسية نفسها نجد ان الوسائل الاعلامية لها وظائف عدة منها :

1. تنشئة وتثقيف الأفراد وتكوين الآراء والاتجاهات :

هي العملية التي يكتسب من خلالها الأفراد المعتقدات والاتجاهات والقيم الأساسية التي تعتبر الأساس في تكوين الفرد ، كما أنها العملية التي يكتسب من خلالها الأفراد التوجهات والمدرجات السياسية ، فعملية التنشئة عملية متكاملة الجوانب في بناء شخصية الفرد .

تعمل وسائل الإعلام على تقديم الخدمات الإخبارية والحقائق الصادقة والدقيقة ، لتساهم في زيادة المعلومات العامة لدى الجمهور في كل المجالات العسكرية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية

والفكرية ، من خلال إبراز الرأي والرأي الآخر ضمن بوتقة تنقيفية مبرمجة قائمة على احترام الآراء الأخرى وبالتالي تكوين أو تشكيل رأي عام غالب .

تشمل عملية التنقيف العام الأفراد والأسرة ، والتنشئة الاجتماعية والسياسية والثقافية ، كترية الأطفال وتعليم الكبار ذكورا وإناثا ، وطرق المعاملات والمجاملات الاجتماعية وآداب السلوك العامة من العادات والتقاليد والقيم والأخلاق الحميدة أو الشريرة ونبذ الخلافات والانحرافات على اختلاف وتنوع صورها وأشكالها ، في البيت والشارع والمدرسة والمؤسسة ، لخدمة الصالح العام والاستفادة من خبرات وتجارب الآخرين في شتى مجالات الحياة . ويمكن لوسائل الإعلام أن تغير اتجاهات الرأي العام حيال أي مسألة من المسائل في الحياة العامة والخاصة فهي الوسيلة الأكثر انتشاراً لإيصال المعلومات والأخبار بشأن قضية أو قضايا معينة (الانترنت، علاونة، 2008).

ذلك بتزويد الأفراد بالوعي في شتى المعارف والمجالات والميادين والمفاهيم التي تتعلق بخلق رأي عام ، والتي ترتبط بالأمور التي يحتاجها في إطار بناء شخصيته السياسية وحركته السياسية في المجتمع .

2. التجنيد والتعبئة السياسية :

بمعنى تعبئة الأفراد وتهيينتهم النفسية والمعنوية والذهنية لأستقبال أحداث سياسية متوقعة ، تماماً مثل عمليات التعبئة السياسية التي تسبق إنتخابات الرئاسة والانتخابات البرلمانية والتشريعية .

3. التطوير السياسي للأفراد :

تستطيع وسائل الإعلام أن تمثل دوراً في مسيرة التطور السياسي في المجتمعات ، حيث تقوم وسائل الإعلام المختلفة بتقديم المعلومات والحقائق والآراء والأفكار والصور حول الموضوع ، هذا من شأنه أن يلقي ضوءاً أكثر يساعد بطريقة مباشرة تساهم في زيادة الوعي نحو الاتجاه السلبي أو الإيجابي (عبد، 2004، ص128).

نجد أن الوسائط تهئ ذخيرة متنوعة من المعارف والمفاهيم وحصيلة مليئة بالأفكار نتيجة ما يقرأ الفرد أو ما يشاهد أو ما يسمع به داخل المجتمع ، من أبرز وظائف الوسائل الاعلامية :

4. التعليم الشعبي العام المفتوح :

هي وظيفة رئيسية من وظائف ومهام مختلف وسائط الإعلام ، تهدف إلى زيادة نشر المعلومات العامة والمتخصصة لمساعدة الجمهور على التفكير السليم وتنمية المهارات اللغوية والمهنية تجاه نمط معين من أنماط التعليم . وتشمل عملية التعليم العام للذكور والإناث في رياض الأطفال ، طلبة المدارس ، طلبة الجامعات ، والعمال والفلاحين والأميين من كل الفئات الاجتماعية . وفي كثير من الأحيان يتم تخصيص زوايا إذاعية أو تلفزيونية أو صفحات في صحيفة معينة لمعالجة قضايا التعليم العام . وتشمل تعليم القوانين والحقوق السياسية والاقتصادية والاجتماعية حسب الفلسفة الفكرية والإنسانية السائدة أو التي تهدف إلى ترسيخها الدولة أو الثورة أو المؤسسة الإعلامية . كما تلعب وسائل الاتصال دوراً مهماً في التدريب على مختلف المهارات والقضايا المطروحة بهدف رفع الكفاءة الإنتاجية وتحسين الأداء العام للأفراد والجماعات والأحزاب السياسية والقضاء على الأمراض الاجتماعية.

5. توثيق المعلومات والبيانات :

تساهم وسائل الاتصال الجماهيرية في توثيق المعلومات والبيانات بشكل كلي أو جزئي أو انتقائي وفق ما تحدده إدارة المؤسسة الإعلامية الخاصة أو الحكومية أو العامة أو الحزبية ، وذلك من خلال نقلها للمعلومات والخدمات المتعددة على مدار فترات زمنية متعاقبة أو متقطعة في مناسبات وطنية ورسمية ، يومية أو أسبوعية أو شهرية أو فصلية أو سنوية . وبهذا فإن ملفات وسائل الاتصال والحالة هذه تعد نوعاً من التاريخ لنشاطات أو فعاليات رسمية أو شعبية أو فردية ، يمكن للباحثين أو الراغبين أو المهتمين الرجوع إليها وسهولة لاستفادة من المعلومات أو البيانات أو الإحصائيات المحفوظ بها والموثقة وفق مواضيع أو عناوين محددة .

6. بث ونقل الشعارات الدينية :

إيماناً منها في كسب ود السواد الأعظم من المتلقين للمواد الإعلامية المختلفة ، تسعى معظم وسائل الاتصال إلى تغطية وبث الشعارات الدينية وفق السياسة العامة لوسيلة الإعلام ، وذلك بشكل يومي أو التركيز

على أحداث دينية محددة وخاصة في المناسبات الدينية الأساسية الأسبوعية أو الفصلية أو السنوية ، حيث يتم إجراء اللقاءات والحوارات مع كبار المسؤولين الدينيين أو مع عامة الشعب ميدانياً أو مكتبياً ، مثل نقل وقائع الصلوات والعبادات والطقوس الدينية الإسلامية أو المسيحية أو غيرها ، من المساجد يوم الجمعة أو الكنائس يوم الأحد ، لتبقى وسائل الإعلام قريبة من نفسية المتلقي وبالتالي كسب مصداقية لدى الجمهور (الانترنت، علاونة، 2008).

7. التسلية والإمتاع والترفيه :

يسعى القارئون على وسائل الإعلام المختلفة لتضمين مواد مسلية للترفيه والترويح والتنفيس عن المتلقين قراء أو مشاهدين أو مستمعين لتمضية أوقات فراغهم ، بمختلف فئاتهم العمرية والنوعية ، الأطفال والشباب والرجال والنساء على حد سواء ، وذلك لأن هموم الحياة ومشاغلا كثيرة ومتشعبة ، والإنسان بطبعه يحب التنوع في مسيرة الحياة اليومية ، وهو بحاجة ماسة إلى الترويح عن النفس لنسيان أو تناسي المنغصات العادية أو الطارئة ولكي يتمكن من ممارسته حياته الطبيعية اليومية بشكل عادي خال من التوتر، وتشتمل المواد الإعلامية على العديد من الفقرات الإذاعية أو التلفزيونية أو المكتوبة في الصحف والمجلات وغيرها ، مثل الموسيقى والأغاني والمنوعات التقليدية والعصرية والكلمات المتقاطعة والجوائز المالية والعينية وسواها (الانترنت، علاونة، 2008).

8. الدعاية والحرب النفسية:

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في عملية الدعاية الفكرية والفلسفية والسياسية والدبلوماسية والعقائدية لنظام سياسي أو حزب سياسي أو تنظيم جماهيري أو ثورة من الثورات للتأثير على المستمعين المراد إيصال المعلومات والبيانات السياسية إليهم وفق سياسة إعلامية مبرمجة ، إضافة إلى شن حملة نفسية واجتماعية ضد سياسات معينة معادية للنظام السياسي في الدولة أو معادية ومناهضة للثورة ، وذلك بهدف إضعاف عزيمة العدو وتثبيط همته ، أو إثارة الكراهية والحقد وبث التشكيك وزرع عدم الثقة على نظام سياسي أو جماعة سياسية أو عسكرية أو اقتصادية أو دينية .

المبحث الثالث : الخطاب الإعلامي للأحزاب :

أولاً : ضوابط الخطاب الإعلامي للأحزاب : يتم وضع ضوابط عامة للخطاب الإعلامي للأحزاب يجب مراعاة الآتي :

1. إيلاء الخطاب الإعلامي لمزيد من الإنفتاح وقبول الصالح النافع من ذلك النقد البناء بعد دراسة ذلك النقد الموجه إليه دراسة مستفيضة عبر المعنيين لأن الحكمة ضالة المؤمن.
2. العمل على تجديد مضامين الخطاب الإعلامي وتطوير أساليبه في إطار العمل المؤسسي المنظم وعلى ضوء الإستراتيجية الإعلامية الوطنية الواضحة المعالم والأهداف والمرونة وفقاً لما تقتضيه التحولات والتطورات التنموية وتحقيق التقدم.
3. إجراء الدراسات والمسوحات الميدانية الدورية للجمهور الداخلي والمحلي والجمهور الخارجي حول مدى قبول ذلك الخطاب ومستوى تأثيره والكشف عن المعوقات التي تحد من تأثيره.
4. إجراء الدراسات الوصفية التحليلية الكمية عبر تحليل المضمون للخطاب الإعلامي وقضاياه وإبعاده.
5. الاستفادة من الدراسات النقدية وتطوير هذه الدراسات بما يساعد على تجديد الخطاب الإعلامي وتطوير أساليبه وأدائه ليكون مواكباً للواقع منافساً للخطابات الإعلامية الأخرى الداخلية والخارجية.. من خلال الاستفادة من أسلوب تحليل الخطاب الإعلامي بأدواته المعروفة بمسار البرهنة، وتحليل القوى الفاعلة، وتحليل الأطر المرجعية إلى جانب التكامل بين التحليل الكمي والكمي.
6. الاستفادة من ملاحظات المتخصصين والمعنيين والنقاد العرب وغيرهم وخاصة المؤسسات الأكاديمية.
7. العمل الجاد على اعتماد الخطاب الإعلامي الرسمي على المهنية الإعلامية في ضوء مراعاة المصالح العامة للوطن وتطوره وتقدمه وترسيخ النهج الديمقراطي.
8. التوضيحية في سبيل إنجاح الديمقراطية وبما لا يخل بالثوابت والمصالح العليا للوطن والحفاظ على الأصالة والتطور مع المعاصرة في ضوء الارتقاء بالحرية الإعلامية المسؤولة(العجل:الانترنت)..

لم يحظ الخطاب الإعلامي باهتمام الباحثين اللغويين العرب إلا في الآونة الأخيرة ، فقد بدأت الدراسات العربية في تحليل الخطاب الاعلامي خلال الثمانينات على الرغم من تطوره في اوروبا والولايات

المتحدة الأمريكية ، ويمكن استخدام تحليل الخطاب الإعلامي في مجالات البحوث الاجتماعية كافة وفي مقدمتها البحوث الاعلامية ، فعملية تأصيل الخطاب الإعلامي ومكوناته وتشكيلاته والتغيرات التي تصاحبه في الممارسة ضرورة لفهم الخطاب الاعلامي وموقعه من اللغة الاتصالية كنظام عام وقد تحول الخطاب الاعلامي في عصرنا الى خطاب رئيسي وهو الخطاب السائد والشائع الذي يهدف الى الاخبار والتأثير على السامعين والقراء .

ثانياً : ضوابط تحليل الخطاب الإعلامي :

مثل هذه التداخلات الخطابية يجدها الباحث على المستوى النظري بين مدارس واتجاهات تحليل الخطاب المختلفة، إذ برز في السنوات الأخيرة تيار بين العلماء والباحثين يدعو إلى التأليف بين مدارس تحليل الخطاب أو استعارة بعض المفاهيم التحليلية واستخدامها أو إعادة تعريفها واستخدامها في سياقات جديدة . ويجب ان يتميز الخطاب الاعلامي بمجموعة من التمايزات :

1- ترتيب موضوع الخطاب الإعلامي لكل من الرموز والمضمون مع تحديد الطريقة التي يقدم خلالها الخطاب سواء كان خطبة ام دراساً او مقالاً او حديثاً اذاعياً او تلفزيونياً او اي شكل آخر .

2- معيار الجاذبية : البدء بعرض الجوانب الأكثر جاذبية او تشويقاً ثم ايراد الجوانب الاخرى وذلك لجذب انتباه المستقبل ودفعه للاستماع او القراءة او المشاهدة .

3- معيار الاولوية والحدثة : يعني ان النقاط التي تقدم اولاً تحظى باهتمام اكبر من تلك التي تليها في العرق او التقديم (حجاب، 2004، ص255).

الخطاب الاعلامي وضع له القرآن الكريم مجموعة ضوابط تظهر جليلة في الآتي :

1- احترام الأديان والعقائد : صان الاسلام حرية العقيدة قال تعالى :من شاء فليؤمن ومن شاء فليكفر(سورة الكهف :الآية29)

- 2- احترام المقدرة العلمية والثقافية : حيث تتبع الحرية من قدرة الانسان العملية والثقافية واشرافه عى البيئة التى يعيش فيها كقوله تعالى : (فاسألوا اهل الذكر ان كنتم لا تعلمون)(سورة الانبياء :الآية7).
- 3- مراعاة مصلحة المجتمع : ضرورة ان تراعى الكلمة الاعلامية مصلحة المجتمع ، ففي الاسلام اشارة واضحة الى ضرورة التزام المنابر اعلامية بمصلحة المجتمع كقوله تعالى : (والذين اتخذوا مسجداً ضرراً كफراً وتفریقاً بين المؤمنین وارصاداً لمن حارب الله ورسوله من قبل وان يحلفن ان اردنا الا الحسنی والله يشهد انهم لكاذبون)(سورة التوبة : الآية107).
- 4- مراعاة حرمة الحياة الخاصة للمواطنين : حق الخصوصية يعنى ان يعيش الانسان حياته بغير تطفل او تتبع من احد في قوله تعالى : (ولا تجسسوا ولا يغتب بعضكم بعضا) (سورة الحجرات : الایة12)

ثالثاً : نقاط الاختلاف والاتفاق في تحليل الخطاب الإعلامي :

يمكن رصد أهم نقاط الاختلاف والاتفاق في تحليل الخطاب الاعلامي في النقاط التالية :

أولاً : يمكن استخدام تحليل الخطاب في مجالات البحوث الاجتماعية كافة وفي مقدمها البحوث الإعلامية، لكن لا يمكن استخدام تحليل الخطاب كوسيلة للتحليل منفصلة عن قواعدها الأساسية النظرية والمنهجية.

فكل منهج لتحليل الخطاب لا يمثل فقط طريقة لتحليل البيانات وإنما يمثل وحدة نظرية ومنهجية متكاملة أي حزمة كاملة، وتتضمن هذه الحزمة: الافتراضات الانتولوجية ونظرية المعرفة ودور اللغة في البناء الاجتماعي للعالم، والنماذج النظرية، والإرشادات المنهجية وتقنيات وأدوات التحليل.

ثانياً: إن عدم التكامل والترابط النظري والمنهجي كأساس لعملية تحليل الخطاب ظل مسيطراً لفترة طويلة على مدارس واتجاهات تحليل الخطاب، من هنا ظهرت كل مدرسة وأنتجت أعمالاً مهمة بشكل منفصل عن بقية المدارس والاتجاهات، وذلك كنتيجة طبيعية لاختلاف وتباين الأسس النظرية والمعرفية لكل منها، وبالتالي بدت كل مدرسة وكأنها جزيرة منفصلة، رغم أن كلاً منها يعمل تحت مسمى تحليل الخطاب.

ثالثاً: يمكن القول إن مدارس تحليل الخطاب الألمانية أكثر تأثراً بمنهجية ميشيل فوكو، مقارنة بأعمال فيركلاو وفان ديك، ونجح الأخير في دمج وتطوير البعد الإدراكي في عملية تحليل الخطاب، بينما لفت

فيركلاو الانتباه إلى أهمية تحليل ممارسات إنتاج النصوص الإعلامية واستهلاكها، أي استقبال الجمهور وتفاعله مع الخطاب الإعلامي، فضلاً عن اهتمامه بعملية بناء النصوص والخطابات الإعلامية (الانترنت، موقع شومان، ص6).

رابعاً : إن التوجه النقدي في تحليل الخطاب - والذي أصبح أحد أهم السمات الهيكلية لمدارس تحليل الخطاب - ارتبط بالتأثر الواضح بأعمال غرامشي وألثوسير ومدرسة فرانكفورت ومدرسة التحليل الثقافي وأعمال فوكو ورولان بارت، وأخيراً أعمال عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو، وتجسد في التركيز على دراسة علاقات السلطة والهيمنة داخل المجتمع والأيدولوجية، وكذلك اختيار موضوعات للدراسة التطبيقية تكون ذات طابع اجتماعي وسياسي مؤثر، مثل قضايا التمييز العنصري والتمييز ضد المرأة والأقليات والفئات المهمشة.

في هذا الإطار تلعب الأيدولوجية دوراً مهماً في التحليل النقدي للخطاب ، ولا شك أن الاتفاق على فكرة الهيمنة عبر الإقناع وتحقيق إجماع وتعدد شكلي داخل المجتمع، أو ما يعرف بالهيمنة الناعمة، هو ما دفع مدارس التحليل النقدي للخطاب نحو الاهتمام بتحليل الخطاب الإعلامي، إذ يعكس ويجسد كل من المجال الإعلامي والخطاب الإعلامي عملية الصراع والهيمنة عبر الإقناع وتزييف وعي الجماهير.

خامساً : في إطار التوجه نحو الجمع التركيبي اعتماداً على منهج تكاملي بين مدارس تحليل الخطاب ظهرت أعمال بحثية مهمة، أبرزها أعمال فيركلاو، جمعت بين المناهج التفسيرية الاجتماعية التي تحاول تفسير واقع اجتماعي معين وبين المناهج النقدية التي تركز بشكل أكثر صراحة على ديناميكيات القوة والمعرفة والأيدولوجيا التي تحيط بالعمليات الخطابية ، ولكن تجدر الإشارة إلى أن العملية هنا نسبية، لأن الدراسات التفسيرية الجيدة تهتم أيضاً بقضايا القوة والمعرفة، كما تتضمن الدراسات النقدية اهتماماً بعمليات التفسير الاجتماعي (الانترنت، موقع شومان، ص6).

سادساً : إن معظم مدارس تحليل الخطاب اعتمدت على عينات صغيرة من المواد الإعلامية، خصوصاً المواد المنشورة في الصحف، واعتبرت نفسها نوعاً من التحليل الكيفي، ومن ثم لم تهتم بالمؤشرات الكمية، بل ركزت على الفهم والتأويل، انطلاقاً من فكرة مهمة عبّر عنها بيغر، استناداً إلى فوكو، وتدعو إلى ممارسة

التحليل وفهم الخطاب من خلال التعرف على القواعد والإجراءات الروتينية في كل جزء من الخطاب ، وبالتالي يمكن حل مشكلة التعميم النمطي عن طريق الاستمرار في تحليل الأجزاء الأهم في الخطاب (العقد الخطابية والنصوص المركزية) حتى لا يوجد شيء يمكن العثور عليه بواسطة هذا التحليل.

توضح الباحثة انه مهما يكن من أمر الاتفاقات أو الاختلافات بين مدارس تحليل الخطاب فإن منهجية تحليل الخطاب الإعلامي باتت تقليدًا علميًا معترفًا به ومتناميًا، ويكتسب كل يوم أرض جديدة رغم عدم وضوح مفهوم الخطاب وتضارب واختلاف المفاهيم والأطر النظرية الخاصة بتحليل الخطاب، لكنه عموماً يعتمد على علوم ومناهج اجتماعية عدة، كما يدمج بين المساهمات الحديثة والنقدية في مجال اللغويات واللغويات التطبيقية والنقد الأدبي، ويزوج بين التحليل اللغوي والسميولوجي، ويستفيد من الاتجاهات الحديثة في التأويل، والتيارات النقدية في علم الاجتماع والانثربولوجي، والدراسات الثقافية، وعلم النفس الاجتماعي.

من جانب آخر تؤكد الباحثة إن منهج تحليل الخطاب يمنح الخطاب الإعلامي أهمية خاصة، وفي الوقت نفسه يراعي خصوصيته من زاوية تعدد أشكاله ومضامينه سواء كان مكتوبًا أو مذاعًا أو مرئيًا ، بالإضافة إلى علاقته الجدلية بالمجتمع ، فهو لا يعكس الواقع أو علاقات القوة والهيمنة في المجتمع فقط، وإنما يساهم في بنائها عبر عمليات إدراك الواقع ، وتحديد الهويات الاجتماعية ، وتكوين الخطاب، واختيار المفردات ، وكذلك عمليات التناص بين الخطابات والتفاوض بينها ، لا سيما التفاوض بين منتج الخطاب والجمهور الذي يستقبله ، كما يلعب الخطاب الإعلامي دورًا مؤثرًا في بناء العلاقات الاجتماعية وتحديد الهويات الاجتماعية والثقافية ، فهو عملية مستمرة ومعقدة تتفاعل فيها وعبرها قوى ومتغيرات محلية ودولية تعكس أوضاع المجتمع وثقافته والمرحلة التاريخية التي يعيشها.

ظهرت في مطلع التاسع عشر مدارس تحليل الخطاب التي انتشرت وأصبح لها وجود وتأثير ملحوظ في الدراسات الأجنبية والعربية ، ومع ذلك فإن هناك غموضًا وعدم اتفاق بين هذه المدارس حول مفهوم الخطاب الإعلامي ومكوناته .

بغض النظر عن هذه الاختلافات فإنه يجب التسليم بأن الخطاب الإعلامي ممارسة اجتماعية متغيرة، ويتعرض دائماً للتغير والتطور، لكن الأمر الأكثر أهمية هو أن نفهم أن الخطاب الإعلامي ليس

شيئاً واحداً بل هناك عدد من الخطابات الإعلامية المتصارعة أو المتعاونة، كما أن هناك تداخلاً أو تعايشاً بين أكثر من خطاب ، وتعكس هذه الخطابات المتداخلة حقائق اجتماعية متباينة ومصالح متعارضة، ومع ذلك فقد تحدث استعارات في المفاهيم والأطروحات في إطار محاولة كل خطاب أن يواكب الواقع ويحظى بقدر أكبر من التأثير الاجتماعي.

على سبيل المثال قد يتبنى الخطاب الإعلامي لحكومة ما بعض المقولات أو المفاهيم لحزب معارض ويدمجها في إطار بنيته الخطابية، بهدف التأثير في الجمهور وحرمان المعارضة احتكار هذا التأثير ، كما أن خطابات الأحزاب المختلفة قد تتبنى بعض مقولات ومفاهيم خطابات أحزاب من أقصى اليسار، أو العكس.

المبحث الأول

ماهية الحزب السياسي

المبحث الاول : التطور التاريخي للأحزاب السياسية :

ولاً : النشأة التاريخية للأحزاب السياسية :

يرى البعض ان الشعوب قد عرفت الأحزاب السياسية في العهود السابقة وكانت هذه الاحزاب عبارة عن "احزاب فكرية" لعلها كانت المظهر الاول لقيام الأحزاب السياسية في اقدم العصور الى جانب "احزاب المصالح المتناقضة" التي كانت تتمثل في احزاب المصالح المتناقضة التي كانت تمثل الاغنياء والفقراء وعلى هذا الاساس لم تكن تلك الاحزاب قائمة على اسس علمية سليمة كما هو الحال في الاحزاب الحديثة التي تستخدم كافة الاساليب العلمية الدقيقة في تأسيس اركانها .

عرفت الحضارة القديمة العمل الحزبي فقد عرفت الحضارة اليونانية ففيها ارتبطت الاحزاب بمفهوم الممارسة السياسية التي تدور حول تأييد أو معارضة القائد السياسي من ناحية والوضع الاقتصادي من ناحية اخرى وكان مفهوم الحزب في الحضارة الرومانية مرتبطاً بالاصلاح الدستوري ومن هنا عرفت الجماعة الرمانية حزب الاحرار وحزب الشعب .

تؤكد الباحثة ان الأحزاب السياسية تقوم بدور مهم في مجال التوعية والتحديث وتجميع الطاقات الفردية المشتتة في طاقة جماعية قادرة على التأثير في مجرى الحياة العامة للمجتمع ، كما تقدم هذه الأحزاب بدور لا يقل أهمية في مجال التحول الديمقراطي للأنظمة السياسية حتى ان بعض علماء القانون يرون ان الديمقراطية غير ممكنة من دون أحزاب سياسية .

تعتبر ظاهرة الأحزاب السياسية بمحتواها الجماهيري المنظم أي التي ترتبط بالجمهور أو بقطاع كامل منه ظاهرة تعود جذورها اواخر القرن التاسع عشر ، اما الظاهرة الحزبية بمعنى التشيع السياسي أو المذهبية الحزبية فتعتمد جذورها الى ما هو ابعد من ذلك في بطون التاريخ ، وربما امكن القول بأن نشوءها ونموها كان مترافقاً مع نشوء ونمو الظاهرة السياسية نفسها ، حيث تؤكد المتابعة الواقعية انه لم يوجد نظام للسلطة

الا وكان له المؤيدون له والمتحزون معه وكان له المعارضون او المتحزون ضده وذلك بغض النظر عن حجم من يؤيد او من يعارض (عساف، 1983، ص198).

كما ان التاريخ السياسي ملئ بالصراعات السياسية التي اعقت وفاة الخليفة الثالث عثمان بن عفان رضي الله عنه ما نتج عنها من حروب بين مؤيد ومعارض وخارج ، ومع ذلك فإن تشابه المصطلحات يجب الا يخدعنا ويدفعنا الى الكلام عن هذه المؤسسات بأنها أحزاب سياسية وهي تؤدي الدور الذي تؤديه الأحزاب السياسية بتنظيماتها واهدافها التي تتجسم طبيعتها من خلال سعيها المشروع للسلطة وهي لم توجد الا بداية القرن التاسع عشر حيث نشأت في الولايات المتحدة الامريكية ثم انتقلت الى البلاد العربية (الخطيب، 1994، ص40).

اما عن النشأة التاريخية المحددة لظهور الاحزاب السياسية فان البعض يرجعه الى سنة 1832م في بريطانيا غير ان موريس ديفرجيه 1850 في كتاب له باسم الاحزاب السياسية يرجع هذه النشأة الى ما قبل التاريخ كان هنالك جماعات وجمعيات قائمة في ايطاليا في عصر النهضة فضلا عن انه كانت هنالك اندية يلتقى فيها اعضاء الجمعيات الثورية وكذلك المجالس التي تقوم بالاعداد للانتخابات وفقا لامتيازات الملكية وهذه الجمعيات والاندية القديمة تشبه الى حد ما التنظيمات الشعبية التي تهتم باتجاهات الرأي العام وتقدير تأثيره الفعال في الديمقراطيات الحديثة .

إن الظاهرة الحزبية من الظواهر السياسية والدستورية البارزة في هذا العصر والتي تتصل اتصالاً مباشراً مع طبيعة التطورات التاريخية والعوامل المؤثرة فيها وعلى رأسها مجموع التطورات التي تتصل بالعملية الدستورية والنظام الانتخابي وأهداف العمل السياسي الحزبي ، فاحزاب الكتل البرلمانية كانت عبارة عن تجمعات تجرى وراء تحقيق مصالحها المحدودة وهكذا يكاد يكون نشوء اللجان الانتخابية مبادرة من اليسار ، اذ بفضلها أمكن التعريف بالنبذة الجديدة القادمة على منافسة المجموعة القديمة في اذهان الناخبين(عادل، 1992، ص115).

يعتبر نشوء الأحزاب نتيجة عوامل متعددة ومعقدة بعضها خاص ببعض البلدان وبعضها عام ، اما ما هو خاص فيمكن ادراج الأعراف والتاريخ والمعتقدات الدينية والتركيب العنصري والخصومات القومية ،

اما العوامل العامة فيمكن ادراجها في ثلاثة عوامل رئيسية وهى العوامل الاجتماعية والاقتصادية والايولوجية والعوامل التقنية (الخطيب،1994،ص41) .

أسباب نشأة الأحزاب السياسية : ان الأحزاب السياسية لم تنشأ نشأة واحدة بل نشأة باشكال ولاسباب مختلفة أهمها :

أ- ارتباط ظهور الأحزاب السياسية بالبرلمانيات ووظائفها في النظم السياسية المختلفة : لانه مع وجود البرلمانات ظهرت الكتل النيابية التى كانت النواة الاولى لظهور الاحزاب ، حيث اصبح هناك تعاون بين اعضاء البرلمانات المتشابهين في الافكار والمصالح ، كما حدث في العديد من الاحزاب الاوروبية وفي العالم النامي توجد حالة حزب الحرية والائتلاف العثماني الذي كان في الاصل مجرد كتلة للنواب العرب في البرلمان التركي عام 1911م.

ب- ارتباط ظهور الأحزاب السياسية بالتجارب الانتخابية في العديد من بلدان العالم : وهى التجارب التى بدأت مع سيادة مبدأ الاقتراع العام عوضاً عن مقاعد الورثة ومقاعد النبلاء وقد اختفت تلك الكتل -بداية- مع انتهاء الانتخابات ، لكنها سرعان ما استمرت بعد الانتخابات واسفرت عن احزاب سياسية تتألف من مجموعات من الاشخاص متحدين في الفكر والرأي .

ج- ظهور منظمات الشباب والجمعيات الفكرية والهيئات الدينية والنقابات : وقد سعى بعض هذه المؤسسات لتنظيم نفسها بشكل اكبر من كونها جماعات مصالح تحقق الخدمة لاعضاءها ولعل أبرز الامثلة على ذلك حزب العمال البريطاني .

د- ارتباط نشأة الأحزاب السياسية (في بعض الاحيان) بوجود أزمات التنمية السياسية : ان العديد من الازمات الشرعية والمشاركة والاندماج أدت الى نشأة الكثير من الأحزاب السياسية ومن الأحزاب التى نشأت بموجب أزمة شرعية وما تبعها من أزمة مشاركة نذكر الأحزاب السياسية الفرنسية التى نشأت إبان الحكم الملكي في اواخر القرن الثامن عشر وخلال الحكم الاستعماري الفرنسي في خمسينيات القرن الماضي ، اضافة الى بعض الأحزاب العربية التى جعلت من الوحدة العربية والفكرة القومية هدفاً لها .

هـ- ظهور الأحزاب السياسية نتيجة قيام بعض الجماعات بتنظيم نفسها لمواجهة الاستعمار والتحرر من الاحتلال الاجنبي : هو الامر الذي يمكن ملاحظته على وجه الخصوص في الجيل الاول من الأحزاب السياسية التي ظهرت في بعض بلدان العالم العربي ودول افريقيا ، ورغم ما قيل عنها في بداية نشأتها من انها ستكون اداة للانقسام والفساد وعدم الاستقرار السياسي وانها ستفتح المجال امام التدخل الاجنبي وفق منظور جورج واشنطن مؤسس الولايات المتحدة الأمريكية .

ثانياً : تعريف الحزب السياسي لغةً

حزب يحزب ، حزباً ، فهو حازب والجمع :حزب وهى حازبة والجمع حزب وهو حزيب ايضاً والجمع : حزب والمفعول محزوب ، حزب الأمر : اشتد وحزبه الأمر : اصابه واشتد عليه حزب القرآن : جعله احزاباً حزب القوم :قوامهم ، أمر حازب : جدي ، امر مهم حزبه حازب : تعرض لحادث مؤسف، وحزيب : شديد ، والحزباء : مكان غليظ مرتفع ، والحزابي : اماكن منقادة غلاظ والحزبيون العجوز(بن منظور:1993:ص252).

جاء في مختار الصحاح : حزب الرجل اصحابه ، والحزب ايضاً يعنى الطائفة ، ويقال تحزبوا بمعنى تجمعوا ، والاحزاب تعنى ايضا الطوائف التى تجتمع على محاربة الانبياء عليهم السلام والسلام ، ومن هنا نرى ان كلمة (الحزب) لغة تفيد الجمع بين الناس وهو ما يدل على الاعتياد على شئ ما .

وردت كلمة حزب في القرآن الكريم 20 مرة في 13 سورة ، وردت 8 مرات بصيغة المثنى ، و 11 مرة بصيغ الجمع وهنالك سورة كاملة باسم الأحزاب ، ومن خلال استقراء هذه الآيات يتضح ان "حزب" في القرآن الكريم يفيد بشكل عام معنى الترابط المنظم سواء اكان في الخير او الشر . كما ورد في سورة الكهف الآية (12) (ثم بعثناهم لنعلم اى الحزبين احصى لما لبثوا امداً) وفي قوله تعالى (استحوذ عليهم الشيطان فانساهم ذكر الله اولئك حزب الشيطان الا ان حزب الشيطان هم الخاسرون) سورة المجادلة (19) وقوله تعالى في سورة المؤمنون (53)(فتقطعوا امرهم بينهم زبراً كل حزب بما لديهم فرحون).

بعد استقراء معانى الحزب في القرآن الكريم نصل الى الحقائق التالية :

1- وردت كلمة الحزب تارة بمعنى المدح وقوله تعالى (حزب الله) .

2- ورد بمعنى الذم كقوله تعالى (حزب الشيطان) .

3- ورد بمعنى عام في قوله تعالى (فتقطعوا امرهم بينهم زبراً كل حزب بما لديهم فرحون).

لا يفيد مصطلح الحزب في القرآن الكريم المعنى الاصطلاحي المعاصر له والذي يعنى جماعة سياسية تسعى للوصول الى السلطة ، وانما يفيد المصطلح الجماعة والطائفة بشكل عام ثم يعرف ماهية هذه الجماعة من خلال ما يضاف للحزب فيكون ممدوحاً مثل "حزب الله" أو مذموماً مثل "حزب الشيطان" ، اما المصطلح بحد ذاته فليس بمذموم او ممدوح .

اما في السنة النبوية فقد ورد الحزب كما في القرآن الكريم بمعان متعددة وهى لا تخرج عن المعاني التي حددها معاجم اللغة والتي ذكرت سابقاً ، فقد جاء بمعنى الورد اليومي للقرآن ومنه قول الرسول صلى الله عليه وسلم : " طراً على حزب من القرآن فأحببت ان لا اخرج حتى اقضيه " فالحزب هنا ما يجعله الرجل على نفسه من قراءة أو صلاة كالورد ، وقد وردت الأحزاب بمعنى الطوائف ومنه الحديث : " اللهم أهزم الأحزاب اللهم اهزمهم وزلزلهم".

كلمة سياسي : مأخوذة من كلمة سياسة، والسياسة لغة تفيد القيام بشؤون الرعية واستخدام العرب لفظ السياسة، بمعنى الإرشاد والهداية ، غير أن كلمة سياسة تعني في الوقت الحاضر، كل ما يتعلق بالسلطة أو كما يقول مارسيل بريلو : " إن السياسة بالنسبة للعامة، تعني أساساً الحياة السياسية، الصراع حول السلطة، إنها ظاهرة بنفسها أما بالنسبة للناحية العلمية السياسية هي معرفة الظاهرة ".
ثالثاً : تعريف الحزب السياسي اصطلاحاً

لقد تعدت التعريفات بين رجال الفكر السياسي والقانوني للأحزاب السياسية ، ويرجع هذا التعدد الى اختلاف الايدولوجيات ، والى تطور النظرة الى وظيفة الحزب ومهامه ، والى الزاوية التي ينظر منها اليه .

الدكتور/ رمزي طه الشاعر يعرف الحزب : جماعة من الناس لهم نظامهم الخاص واهدافهم ومبادئهم التي يلتفون حولها ويتمسكون بها ويدافعون عنها، ويرمون الى تحقيق مبادئهم واهدافهم عن طريق الوصول الى السلطة او الاشتراك فيها(الشاعر:1979:ص104) .

يعرف الحزب السياسي ايضاً : " هو كل تجمع بين الاشخاص يؤمنون ببعض الافكار السياسية ويعملون على انتصارها وتحقيقها وذلك بجمع اكبر عدد ممكن من المواطنين حولها والسعى للوصول الى السلطة او على الاقل التأثير على قرارات السلطة الحاكمة " .

يعرف الحزب بأنه تنظيم دائم يتم على المستويين القومي والمحلي يسعى للحصول الى مساندة شعبية بهدف الوصول الى السلطة وممارستها من اجل تنفيذ سياسة محددة (الشرقاوي:1982م:ص200) ، الحزب يعرف بانه مجموعة منظمة تهدف الى المشاركة في وظائف المؤسسات للوصول الى السلطة وجعل افكارها ومصالحها الشخصية المتميزة (سلام :1983م:ص262).

يعرف الأحزاب السياسية بأنها مجموعة متحدة من الافراد تعمل بمختلف الوسائل الديمقراطية للفوز بالحكم لتنفيذ برنامج سياسي معين .(الطماوي:1996م:ص62) ، يعرف الحزب السياسي بأنه : خزان اجتماعي لمجموعة من الأفكار السياسية في منطقة من المجتمع ، اضافة لما تؤديه بوصفها قناة سياسية حيث تتجمع هذه الأفكار فتتساب الى داخل نظام الدولة فتدير عملية السياسة في النظام وبذلك يعمل الحزب على حفظ استقرار واستمرارية عمل الدولة (الخطيب ،1983،ص24) .

وقد لاحظت الباحثة ان من ال خلال التعريفات بانه لابد من وجودها في كل حزب سياسي وهي:

1- مجموعة منظمة من الأفراد قادرة على التعبير عن مطالبهم .

2- وجود مجموعة اقتراحات تمس سياسة الحكومة .

3- وجود نشاط يهدف الى السيطرة على السلطة وممارستها .

ان تصنيف الاحزاب السياسية يواجه مشكلة معايير التصنيف فليس من السهل ايجاد تصنيفات موحدة لتقسيم الاحزاب السياسية وهذا راجع لاختلافات طبيعة الحزب وتنظيمه واهدافه او يرجع ذلك الى اختلافات في الانظمة السياسية المتنوعة .

ان ابرز الكتب في هذا المجال هو "موريس دوفرجيه" الذي ميز بين احزاب النخبة والاحزاب الجماهيرية ثم اضاف تصنيفاً اخر عام 1976م وهي الاحزاب ذات الهياكل الجامدة والاحزاب المرنة .(عبد النور:2006:ص35).

جاء في الموسوعة السياسية المجلد الثاني حول الحزب السياسي بأنه : " مجموعة من المواطنين يؤمنون بأهداف سياسية وأيدولوجية مشتركة وينظمون انفسهم بهدف الوصول الى السلطة وتحقيق برنامجهم " (الزين، 1990، ص49). بناء على ما ذكره من تعاريف للحزاب يمكن اعطاء تعريفاً شاملاً للحزب : " وهو عبارة عن تنظيم سياسي يعبر عن مصالح قوى اجتماعية معينة له برنامج سياسي يسعى من خلاله الى كسب تأييد الرأي العام قصد الوصول الى السلطة وممارستها " .

يمكن ان نضيف الى مكونات الحزب السياسي ما يلي :

- 1- اسم وشعار خاص للحزب يميزه عن بقية الاحزاب .
 - 2- عنوان رئيسي ومقرات فرعية .
 - 3- مجموعة من الاهداف يسعى الحزب الى تحقيقها .
 - 4- قائمة بشروط الانتساب للحزب .
 - 5- مالية عامة للحزب واجراءات صرفها (الكيلاني، 2006، ص12) .
- ظهر جلياً مدى التمايز بل والتناقض احياناً بين التعاريف المختلفة للحزاب السياسية الا ان ذلك لا يمنعنا من محاولة رصد بعض القواسم المشتركة بين تلك التعاريف وهي كالاتى :
- أ- ضرورة توفر رؤية سياسية موحدة اي وجود ايدولوجيا مشتركة تترجم عادة في برنامج الحزب السياسي الذي يعرض على المواطنين لاختياره عبر الانتخابات .
 - ب- وجود تنظيم يتمتع بالعمومية والاستمرار على ان يمتد التنظيم الى المستوى المحلى مع وجود اتصالات منظمة داخلية بين الوحدات المحلية والقومية .
 - ج - اهتمام الحزب السياسي بالتأييد الشعبي واستقطاب الانصار لاسيما في اوقات الحملات الانتخابية والتصويت والتظاهرات الهامة .
 - د - السعي الحثيث للوصول للسلطة او المشاركة فيها عبر اقامة التحالفات ي محاولة التأثير على قرارات واوليات السلطة الحاكمة من خلال وجود الحزب في صفة المعارضة .

هذا من خلال استقراء هذه التعاريف نرى ان هنالك عناصر يجب ان تتوافر في الحزب السياسي والتي تكون نقاط اتفاق بينها ويمكن حصرها فيما يلي (كامل، 1982، ص71):

(أ) **مجموعة من الافراد** : اذ لايمكن ان يطلق على تنظيم حزب ما لم يكن له اعضاء ومؤيدون وجماهير ، ولا يطلق على الشخص الواحد حزب مهما كانت لديه افكار وبرامج ما لم يلتف حوله الناس والجماهير .

(ب) **الاطار الفكري** : بمعنى انه يجب ان يجتمع هؤلاء الافراد حول رابطة فكرية وفق جملة من المبادئ والافكار ويكون لهم برنامج واضح المعالم .

(ج) **الاطار التنظيمي** : الرابط التنظيمي شرط اساس للحزب فلا بد من وجود نوع من العلاقة التنظيمية

بين افراد الحزب ، اذ ان الحزب يهدف الى كسب اكبر عدد ممكن من الجماهير الى صفوفه ، وهذا يقتضي وجود قوالب واشكال تنظيمية تستوعب هؤلاء الناس وتوظف طاقاتهم وتوزع الادوار بينهم .

(د) **الهدف السياسي** : ان الوصول الى السلطة هو العنصر الاساسي الذي يميز الحزب السياسي عن غيره

من التنظيمات ، فهناك تنظيمات عدة تشترك مع الحزب في العناصر السابقة مثل : الجمعيات الثقافية والنقابات المهنية وجماعات الضغط التي هي كلها عبارة عن مجموعة من الافراد يجتمعون على بعض المبادئ وقو توجد روابط تنظيمية بينهم ، ولكن ما يميز الحزب عن التنظيمات هو ان هذه الاخيرة لا تسعى للوصول الى السلطة ، فالجمعيات تسعى لنيل حقوق شريحة معينة كما هو الحال في النقابات المهنية ، او تسعى لحل بعض المشاكل والازمات الآنية وعليه فان المعيار الوحيد للتفريق بين الاحزاب وغيرها من التنظيمات هو الهدف السياسي ، وبهذا اى تجمع او تنظيم تجتمع فيه العناصر السابقة يمكن ان يطلق عليه " حزب سياسي " بينما توجد عناصر اخرى اضافة للعناصر الاساسية للحزب مثل : القيادة والادارة والعنصر المالي .

كذلك يمكن جمع الخصائص والعناصر الاساسية التي تميز الحزب حتى يصبح التعريف وافي ، ومن اهم هذه العناصر هي :

1. **العنصر الأيدولوجي** : كل حزب سياسي اذا لم يكن حاملا لايدولوجية فانه يعبر عن بعضالتوجهات ، او ان يكون له مذهب سياسي يسعى لاعلانه وتطبيقه .

2. **العنصر التنظيمي** : كل حزب سياسي له تنظيم على المستوى المحلي والمستوى الوطني وتكون هناك علاقة بين القمة والقاعدة المنتشرة عبر الوطن .

3. **غاية الحزب** : ان تتوفر ارادة واضحة في الوصول او المشاركة في السلطة وممارستها .

4. **ضمان التأييد الشعبي** : يعمل الحزب على كسب الدعم الشعبي وتجمع اكبر عدد ممكن من المنخرطين والمتعاطفين عن طريق الافناع للحصول على الاصوات في الانتخابات .

فيما سبق من تعاريف التي تم رصدها والتي قدمها الباحثون والمفكرون في محاولة منهم لضبط مفهوم الحزب السياسي وتحديد مدلوله الاجرائي ، وكاي مفهوم من مفاهيم العلوم الاجتماعية تتعدد التعاريف المختلفة للحزاب السياسية ، على انه من واقع النظر لهذه التعاريف يمكن الاشارة الى ان الحزب السياسي : " هو اتحاد بين مجموعة من الافراد بغرض العمل معاً لتحقيق مصلحة عامة معينة وفقاً لمبادئ خاصة متفقين عليها ، وللحزب هيكل تنظيمي يجمع قاداته واعضائه وله جهاز اداري معاون ويسعى الحزب الى توسيع دائرة انصاره بين افراد الشعب ويستهدف الوصول الى السلطة او المشاركة فيها او التأثير عليها بواسطة الدعم الشعبي او انشطة متعددة " .

ثانياً : تصنيف الأحزاب السياسية :

ان تصنيف الأحزاب السياسية يواجه اشكالية معايير التصنيف ، فليس من السهل ايجاد تصنيفات موحدة لتقسيم الأحزاب السياسية ، وهذا راجع الى اختلافات في طبيعة الحزب وتنظيمه وأهدافه او يرجع الى اختلافات في الأنظمة السياسية المتنوعة .

يرى الدكتور طارق الهاشمي ان هنالك عناصر اساسية لابد من توفرها في الحزب وهي :

i. **ال جماهير** : لابد في كل حزب سياسي من قاعدة جماهيرية (مجموعة من الناس) ، فكلما كان وعاء

الحزب من الجماهير او الاعضاء كبيرا كلما كان وصوله الى السلطة امرا سهلا وميسورا.

ii. **وحدة المصلحة والمبادئ** : تعتبر المصلحة عامل توحيد للحزاب وقد تتوقف احيانا على المبادئ او

العقيدة ، كما ان للمبادئ اهمية كبرى للحزاب والانظمة السياسية ، فلمن يريد الانتماء الى حزب سياسي

ان يتفهم مبادئه اولا، وهذا الامر ينطبق على النظام السياسي هو الآخر .

iii. **وحدة التنظيم** : اذا كانت الاحزاب السياسية اجهزة صراع بهدف الاستيلاء على السلطة فالتنظيم يلعب دورا اساسيا وقياديا لتحقيق الهدف ، فعلى اساس التنظيم والضبط يتوقف نجاح الحزب .

iv. **وحدة القيادة** : لكل تنظيم وحدة قيادة التي لها اهمية بالنسبة للانظمة السياسية وكذلك الاحزاب ، فالجماهير تتقاد وراء الزعماء والقادة .

v. **الوصول الى السلطة** : كل حزب سياسي يطمح في السلطة ، وعن طريق السلطة يكون في مقدور الحزب تطبيق البرنامج او المنهج الذي يتضمن مبادئه الرئيسية في العمل السياسي .

اقترح عالم السياسة "جون شارلو" تصنيف ثلاثي جديد يأخذ بعين الاعتبار ليسد الايدولوجية والتنظيم الظاهري للحزب ولكن بالاخص اهداف الحزب واستراتيجيته، ويميز هذا التصنيف بين احزاب الاعيان ، احزاب المناضلين ، احزاب التجمع (عبد النور ، ص35) :

1- **أحزاب الاعيان** : تشبه احزاب الاطر وتضم شخصيات بارزة ذات مكانة اجتماعية واقتصادية تتمتع بثروة تؤهلها لتمويل المعركة الانتخابية لمرشحي الحزب .

2- **أحزاب المناضلين** : تقوم باعطاء اهتمام اكبر للمنتسبين في صفوفها والذين يدفعون اشتراكاً ويبدلون نشاطاً لمصلحة الحزب وهؤلاء المناضلين يمارسون تأثيراً في نجاح الحزب واتخاذ قراراته (السويدي، 1990، ص103).

3- **أحزاب التجمع** : تهتم بالناخبين الذين يناصرون الحزب في المعركة الانتخابية ، فهذه الاحزاب غير طبقية وتهدف الى تعبئة الناخبين من اصل اجتماعي ومهني وعرقي مختلف .

وهناك تصنيف للاحزاب السياسية العربية التي تعتمد على معايير ايدولوجية وشكل العضوية وطبيعة القوى المؤيدة ودرجة المؤسسية واساليب العمل :

(1) **أحزاب الاشخاص** : تدعو الى التغيير المعتدل وتقبل المنافسة ، يتم تجنيد قياداتها من ابناء الطبقة العليا من ملاك الاراضي الزراعية ، كبار التجار ، شعبيتها محدودة ، قليلة الانتشار على مستوى الطبقة الوسطى وتعتمد على اسلوب الحوار والخطابة .

(2) **أحزاب الكوادر** : ظهرت لتعارض النظام القائم تتسم بالأيديولوجية الثورة ، وترفض المنافسة الحزبية ، تجند نخبتها من المثقفين والموظفين .

(3) **أحزاب الحركة الوطنية** : ظهرت كرد فعل للاحتلال كان هدفها الاستقلال ، انتشرت في الريف أكثر من الحضر ، كان للشخصية الكاريزمية دوراً هاماً في إظهارها (السويدي:1990م:ص103).

(4) **أحزاب النظام الحاكم** : كونتها النظم العسكرية في عقدي الخمسينات والستينيات عندما شعرت بحاجتها الى قاعدة شعبية منظمة ، وبحكم نشأتها ارتبطت بالنظام وعارضت المنافسة الحزبية .

(5) **الحركات الدينية** : ظهرت في العشرينيات لتكون أوائل التنظيمات ذات القاعدة الجماهيرية العريضة ، ثم انتشرت في السبعينات ، تدعو أيديولوجيتها الى التغيير الثوري السريع ، وتتصدى للنظام ولا تتحمس للمنافسة الحزبية (السويدي،1990،ص103).

ويحدد لابلومبارا ووينر عناصر مفهوم الحزب كما استعملاه في دراساته ما الهامة عن :الأحزاب في البلاد المتخلفة في أربعة عناصر(حرب،1987،17)

- استمرارية التنظيم: أي وجود تنظيم لا يتوقف المدى العمري المتوقع له على المدى العمري للقادة المنشئين له.
- امتداد التنظيم إلى المستوى المحلي مع وجود اتصالات منتظمة داخلية وبين الوحدات القومية والمحلية.
- توافر الرغبة لدى القادة على كل من المستويين المحلي والقومي للقيام بعملية صنع القرار سواء منفردين أو بالتآلف مع آخرين وليس مجرد التأثير على ممارسة السلطة.
- اهتمام التنظيم بتجميع الأنصار والمؤيدين في الانتخابات أو السعي -بشكل أو بآخر- للحصول على التأييد الشعبي في ضوء هذا كله يمكن القول إننا عندما نتحدث عن الحزب السياسي فإننا نقصد بذلك وجود " اتحاد أو تجمع من الأفراد، ذي بناء تنظيمي على المستويين القومي والمحلي يعبر -في جوهره- عن مصالح قوى اجتماعية محددة، ويستهدف الوصول إلى السلطة السياسية أو التأثير عليها، بواسطة أنشطة متعددة خصوصاً من خلال تولي ممثليه المناصب العامة، سواء عن طريق العملية الانتخابية أو بدونها."

نقاط القوة الخاصة بالأحزاب : وهى نقاط يمكن اجمالها في الآتى :

- 1- قابلية المواطنين لدعم الأحزاب والتصويت لها واقتناعا منها ببرامجها .
- 2- مطالبة وتوقعات المواطنين بوجود سياسات واضحة للأحزاب .
- 3- حجم التنوعات الكبيرة في شرائح المواطنين .

نقاط الضعف الخاصة بالأحزاب : وتتمثل في التالي :

- 1- **شخصنة الأحزاب :** ويكون ذلك من خلال اختيار الأفراد للتصويت او الترشيح لقائمة دون اخرى او الي شخص دون الآخر ويحوز على ثقة هؤلاء الافراد .
- 2- **التصور المغلوط عن دور الأحزاب :** حيث يرى معظم الافراد بالمجتمع ان دور الأحزاب الاساسي هو تقديم خدمات لهم وهو الدور الذي يتقدم على مهام وادوار اخرى يمكن ان تقوم بها الأحزاب كالمهام الرقابية والتمثيلية وهو ما يمثل مشكلة لاي حزب ، لانه يجعل الحزب مستنزف في اتجاه السعي لتوفير الخدمات الضعيفة وترك الخدمات الكبيرة التى يستفيد منها البلاد .
- 3- **ضعف الثقة والتشكك في الأحزاب**
- 4- **ضعف تواصل الأحزاب مع الأفراد :** وهى نقطة ضعف اساسية لدى كثير من الأحزاب فآليات التواصل مع الجمهور تحوى كثير من المشاكل سواء على مستوى الخطاب المقدم للمجموعات .

ثالثاً : وظائف وادوار الأحزاب السياسية :

توجد بعض التمايزات والاختلافات في الوظائف التى تؤديها الأحزاب السياسية في بلدان العالم الثالث مقارنة بالوظائف التى تؤديها الاحزاب في النظم الديمقراطية المستقرة في الغرب و التى تتمثل في تجميع المصالح والتعبير عنها والمشاركة في صنع القرارات والسياسات ومراقبة تنفيذها للحكم الراشد ، وتجنيد الكوادر السياسية للمناصب الحكومية ، وتنظيم العلاقة بين الحاكم والمحكوم أو بين المجتمع والدولة ، وتحقيق التوافق داخل المجتمع من خلال اشباع مطالب الجماعات والتوفيق بينها والمساهمة في التنشئة السياسية .

ونظراً للمكانة المحورية التي تتمتع بها الأحزاب في الأنظمة السياسية وارتباطها العميق بمفهوم الديمقراطية والمشاركة السياسية مما أدى الى القول بأن الأحزاب السياسية عماد الديمقراطية والمشاركة السياسية والعداء للأحزاب يخفى العداء للديمقراطية نفسها ، ذلك لأن الأحزاب نفسها أصبحت تضطلع بأدوار بالغة الأهمية داخل المجتمعات وخاصة أنظمتها السياسية حيث يمكننا التفريق بين وظائف الأحزاب خارج السلطة أو المعارضة .

ويمكن ان نجل أهم وظائف الأحزاب السياسية فيما يلي :

1/ تجميع المصالح : ويقصد بها تحويل مطالب الناس الى بدائل لسياسة عامة موجودة من قبل حيث يعرف بانه : النشاط الذي تتوجه فيه مطالب للأفراد والجماعات ومصادرهم لتقوية اقتراح سياسي ذي مغزى ، وتصبح الاقتراحات ذات مغزى حين تكتسب مساندة مصادر سياسية قوية والأحزاب مهياة بشكل خاص لتجميع المصالح ، فهتسمي مرشحين يمثلون مجموعة من السياسات ثم تحاول ان تحشد التأييد لهم (دسوقي:1999:ص148).

2/ التجنيد السياسي : يعنى بالتجنيد عموماً عملية اختيار افراد لشغل ادوار ضمن نسق اجتماعي معين ، ويعني التجنيد السياسي شغل المناصب الرسمية كرئيس مجلس الوزراء أو الوزير أو عضو برلمان او موظف اداري ، وكذا المناصب الأقل رسمية كالنقابي أو الحزبي او الدعائي (الكيلاني وآخرون، 2006، ص470).

3/ التنشئة السياسية : تشير الى عملية تعلم القيم والاتجاهات السياسية والسلوكيات والأنماط الاجتماعية ذات المغزى السياسي ،وهى عملية مستمرة يتعرض لها الانسان عبر مراحل حياته المختلفة ، وقد تقتصر هذه العملية على مجرد نقل الثقافة السياسية من جيل الى جيل ، كما انها قد تستهدف إحداث تغيير جزئي او شامل في مكونات هذه الثقافة ، وتعتبر الأحزاب من المؤسسات الهامة التي تقوم بهذا الدور من خلال تكوين رؤية المواطن للمجتمع والسياسة عبر صحافتها او ما تقوم به من نشاط تثقيفي وتوعوي (محسن،1995،ص25) .

4/ الأحزاب السياسية كسمسار أفكار : فهي تختار وتحدد القضايا التي تواجه المجتمع بما يخدم مصالحه ، ثم تعمل على تجميع هذه المطالب مع تأكيدها على المصالح المشتركة ومحاولتها التوفيق بين أكبر عدد من المواطنين .

5/ الأحزاب السياسية تقضي على الفردية السلبية : من خلال اطارها التنظيمي الذي يجمع اعداداً من المواطنين تقضي على الفوضى والفراغ السياسي ، اضافة الى كونها تعبر عن مدى تباين القو الموجودة في المجتمع .

6/ الأحزاب عامل نشاط في الحياة السياسية والبرلمانية : لانها تكم الشعب من التعبير عن حاجته ومطالبه بطريقة منظمة وفاعلة وتقوي الروابط بين الهيئة الناجبة والهيئة الحاكمة .

7/ الرقابة والمحاسبة : تقوم الأحزاب بمراقبة تصرفات الحكومة واعمالها الأمر الذي يؤثر على السلطة ويمنعها من التجاوزات والفساد لهذا فإن اسلوب عمل الأحزاب يضمن ان تكون النظريات والأهداف السياسية والاجتماعية في وضع قابل للتطبيق (دسوقي:1999:ص148).

8/ اداة لاضفاء الشرعية : ان مشاركة الأحزاب في العملية السياسية تمنح النظام السياسي الشرعية في حين ان مقاطعة الأحزاب للانتخابات مثلاً قد يشكك او يقلل من شرعية النظام سواء في الداخل او الخارج (محسن،1995،ص25) .

9/ الحفاظ على تماسك الكتل البرلمانية : ان وجود أحزاب منظمة من شأنه ان يجعل المجالس البرلمانية بمنأى عن تأثير الانفجارات العاطفية الشعبية التي يخشاها النواب غير الملتزمين حزبياً (دسوقي:1999:ص148) .

10/ الأحزاب أداة لتحقيق التكامل القومي : ان الاحزاب عبر مراكزها ومكاتبها المنتشرة في مختلف انحاء الاقليم او الولاية وحثها على الانتساب اليها بغض النظر عن اختلافاتهم العرقية او الثقافية او الدينية قد يساهم في انتقال هذه الشعوب من الانتماء التقليدي الضيق القائم على القبيلة او الطائفة او المذهب الى فضاء ارحب وهو الانتماء الى الدولة خاصة في البلدان النامية التي تعرف تخلفاً في مجال التنمية السياسية(الكيلاني وآخرون،2006،ص470).

المبحث الثاني : النظم السياسية وتكوينات الأحزاب السودانية

أولاً : نشأة وتطور النظم السياسية :

نجد ان تباين مفهوم النظام او تصنيفاته وسماته ومكوناته يرجع الى تباين البيئات الثقافية والاجتماعية لتلك النظم ، واستكمالاً للمكون المركزي للنظام السياسي الى :

(1) النظام البرلماني :

تعتبر انجلترا هي الموطن الاول للنظام البرلماني ، حيث انتقل في مرحلة تالية الى خارج انجلترا وارتبطت تسمية برلماني لكون السلطة العليا تكون في يد البرلمان رغم قيام مبدأ التوازن ويتميز هذا النظام بالآتي :

- عدم مسئولية رئيس الدولة : وذلك ان البرلمان ليس له حق مساءلة رئيس الدولة عن اعمال السياسة والحكم في الدولة اذ يضطلع الوزراء بهذه المسئولية ، وبذلك لا يحق للبرلمان ان يقيل الرئيس .
- المسئولية السياسية للوزارة : تعتبر الوزارة هي وسيط التعاون بين السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية ، اذ بعد هذا المبدأ من الركائز الرئيسية التي تميز النظام البرلماني عن النظم الاخرى ، وبذلك تكون الوزارة مسئولة سياسياً امام البرلمان الذي يمثل الشعب في كل صغيرة وكبيرة تتصل بمصالحه .
- وجود مبدأ التوازن بين السلطتين التشريعية والتنفيذية بمعنى ان السلطتين متعاولتي الكفة من حيث السلطات بصورة تضمن التوازن بينهما حيث ان كل سلطة تمتلك سلاحاً في مواجهة الاخرى .

(2) النظام الرئاسي :

تعتبر الولايات المتحدة هي موطن النظام الرئاسي ويشكل الانودج النمطي ، وارتبطت تسميته لمركزية الدور الذي يلعبه الرئيس في هذا النظام ويتميز :

- ينفرد النظام الرئاسي يميزه كون ان الرئيس يتم انتخابه من الشعب مباشرة كما في النظام البرلماني ، وتتبع قوة الرئيس وفاعلية دوره في قيادة الجهاز التنفيذي من كونه منتخباً ومفوضاً من قبل الشعب وبالتالي مسئول امام الشعب .

- ثنائية الجهاز التنفيذي : يعتبر الرئيس في الوقت نفسه رئيس الحكومة حيث تناط به مهمة وضع السياسة العامة للحكومة ، ويتمتع بوضعية قوية من خلال الصلاحيات الممنوحة له دستورياً حيث انه مسئول عن الجهاز التنفيذي وكل ما يتعلق به ويمتلك صلاحية تعيين الوزراء او عزلهم .

- عدم وجود مبدأ المسؤولية السياسية للجهاز التنفيذي حيث لا يعتبر الوزراء في ظل النظام الرئاسي سياسيون حقيقيون بالمعنى الحقيقي كما في النظام البرلماني ، فليس هنالك مجلس للوزراء ولا استدعاء للوزير داخل البرلمان بصفته الوزارية ويعتبرون الوزراء ادوات لتنفيذ السياسة العامة التي يضعها الرئيس (سليمان، 2005، 32).

(3) النظام العسكري :

هو نظام وصل للسلطة عن طريق القيام بثورة او انقلاب عسكري يعتمد على القوات المسلحة وهنالك تعريف بانه نظام تضطلع فيه المؤسسة العسكرية بدور رئيسي وذلك من خلال كونها الجهة الوحيدة المسؤولة عن اتخاذ القرار السياسي دونما اعتراف بالمؤسسة المدنية الاخرى ، بجانب العمل بروح قوانين الطوارئ حتى وان لم تكن معلنة وذلك حتى قبيل منع التجمع ومصادرة حق التظاهر والتعبير عبر الاعتماد على آليات القمع والقهر المختلفة مع شغل افراد القوات المسلحة لمناصب سياسية خاصة السيادية كالدفاع والخارجية والداخلية بجانب تهميش دور القضاء العادى والاستعانة بالمحاكم العسكرية في الفصل في المنازعات واصدار احكام دون محاكمة ، وعادة ما يتحول النظام العسكري الى نظام شمولي (سليمان، 2005، 32).

يقصد بمكونات النظام السياسي اي عناصر ومتغيرات النظام وهي :

1- **متغيرات بنيوية** : وتضم المقومات المادية (الموارد وغيرها) وتضم المقومات البشرية (افراد -

جماعات) ، ومقومات معنوية (قيم - رموز - ايدلوجيات - عقائد - عادات) ، ومقومات تنظيمية

(دساتير - قوانين) ومقومات مركزية (قيادة سياسية - حكومة) .

2- **متغيرات وظيفية** : تتعلق بطبيعة ووظيفة النظام السياسي .

3- **متغيرات علاقية** : وتشمل علاقات النظام الداخلية والخارجية (سليمان، 2005، 32).

إذاً يعتبر النظام السياسي عن ذلك الكل الذي يتأتى نتيجة للتفاعل والترابط الواعي بين مختلف المتغيرات او العناصر الواقعة في البيئة السياسية العامة اي ذات الصلة بالسلطة العامة في المجتمع .

ثانياً : تاريخ ونشأة النظم السياسية السودانية :

مر السودان بنظم سياسية منذ تكوينه وحتى اليوم وخلال تلك الحقب تطورت فيها وسائل الإعلام واصبح للتقانة دور في ذلك ، ففي فترة ما قبل الاستعمار الانجليزي كانت وسائل الاعلام بدائية ولا تتعدى النداءات التي يأمر الحكم ببثها ويتم تنفيذها بواسطة افراد معينين وسط الجمهور او عن طريق خطبة الجمعة او اجتماعات الحاكم .

لكن بعد ان دخل الانجليز السودان في سنة 1898م تغيرت الصورة وظهرت وسائل الاعلام الحديثة وكانت الصحف في مقدمتها اذ نشأت منذ السنوات الأولى للاستعمار الانجليزي وتطورت حتى وصلنا لنشأة الأذاعة في الاربعينيات وقد كانت الإذاعة مهمة للاستعمار الانجليزي اثناء الحرب العالمية الثانية (1939-1945) ، وبعد ان نال السودان استقلاله بدأت مرحلة الاعلام الوطني الحقيقي والمستقل والذي له دور مؤثر في حركة الواقع وقد كان دور الاعلام ما بعد الاستقلال كالاتي :

• **فترة الديمقراطية الأولى (1956-1958) :**

خلال هذه الفترة كان النظام الديمقراطي هو السائد ، وقد اخذ السودان بنظام الديمقراطية الغربية وبخاصة النظام الانجليزي وهو نظام يسمح بالتعددية السياسية وحرية تكوين الاحزاب وحرية العمل السياسي وحرية الاعلام، وعلى هذا الاساس فلقد شهدت تلك الفترة حريات اعلامية كبيرة وما اعطى الاعلام دوره المنافسة السياسية بين مختلف الأحزاب والفئات السياسية ، فكان الاعلام متنوعاً ولم تكن هنالك ضغوط تمارس على الاعلام (حاج حمد، 1996، ص149) .

• **فترة الحكم العسكري الأول (1958-1964) :**

عندما حدث الانقلاب العسكري الأول في 17 نوفمبر 1958م تم حل جميع الأحزاب السياسية وإيقاف العمل السياسي ومصادرة أجهزة الإعلام كلها لصالح النظام الحاكم ومن هنا لم تكن هنالك حريات اعلامية في البلاد وفي مثل تلك الظروف ليس من الممكن ان يكون للاعلام دور في التغيير (سعيد: 2012م، ص98).

• فترة الديمقراطية الثانية (1965-1969) :

خلال هذه الفترة عادت الديمقراطية للبلاد وكانت بنفس نهج الديمقراطية الغربية وبطريقة النظام الانجليزي وقد كانت هنالك منافسة حادة بين مختلف الأحزاب والفئات السياسية وكان هنالك دور للمنظمات الجماهيرية والاتحادات والنقابات ، وكان هناك نشاط سياسي ونقابي وأعلامي كبير ومتميز وكان من الطبيعي ان يكون هنالك دور كبير للإعلام اذا كانت هنالك مجموعة كبيرة من الصحف بعضها صحف سياسية مستقلة بصورة حقيقية وصحف اخرى مستقلة نظرياً ولكن لها ميولها لهذا الطرف او ذاك وهنالك صحف حزبية تصدرها مختلف الأحزاب السياسية وفي مقدمتها حزب الأمة والحزب الإتحادي الديمقراطي والحزب الشيوعي السوداني وكانت هذه الصحف تعكس للرأى العام ما يدور في البلاد من نقاشات داخل الجمعية التأسيسية وفي أروقة الأحزاب السياسية كما كانت تنقل للشارع السوداني المباحثات التي كانت تتم بغرض حل مشكلة الجنوب (الدائرة المستديرة) ، وكانت الصحف تمارس النقد بمختلف ضروبه سواء كان نقداً هادفاً يهدف لحل مشكلات الجماهير الاقتصادية والخدمية او نقداً لتحقيق أغراض سياسية (حاج حمد، 1996، ص149).

بما ان النظام الديمقراطي عادة يتكون من حكومة ومعارضة فقد تكون لهذه المعارضة صحفها المختلفة وان هذه الصحف تمارس النقد لسياسات الحكومة وللجهاز التنفيذي وتعكس رأى المواطنين وقضاياهم وتطلعاتهم المختلفة .

• فترة الحقبة المايوية (1969-1985م):

فوجئت جماهير الشعب السوداني في صبيحة 25 مايو 1969م بانقلاب عسكري يعلن حل النظام الديمقراطي والتعددية الحزبية وحل جميع الأحزاب السياسية وإلغاء جميع الصحف ومنع الجميع من مزاوله

العمل السياسي ومنع نقد الحكومة ، واتجه النظام الجديد لبناء مؤسساته السياسية والتنفيذية والاقتصادية والاعلامية وفق نهج دكتاتوري شامل ،لقد كان لايقاف جميع الصحف العاملة في السودان آنذاك ووضع اجهزة الإعلام كلها من اذاعة وتلفزيون وصحف تحت هيمنة النظام تأثيره البالغ عل العمل الإعلامي في البلاد ودوره في النقد وفي دفع المسؤولين لاتخاذ قرارات لصالح الشعب ، وقام النظام بحل جميع الأحزاب السياسية وتكوين تنظيمه الأوحد المسمى بالاتحاد الاشتراكي السوداني وجعل جميع الصحف السياسية مملوكة فقط للتنظيم الحاكم (سليمان ،2005م،ص73-77) .

يظهر للباحثة انه لم يكن هنالك أى نقد له أهمية يمكن ان يعيى الرأي العام ليمارس ضغطاً على النظام الحاكم لاجباره على اتخاذ قرارات لصالح الجماهير ، واستمر النظام حتى ايامه الاخيرة في نهجه هذا وفى الجانب الآخر نشط الإعلام السري المتمثل في المنشورات والبيانات الورقية والصحف السرية والكتابة على الجدران .

• فترة الديمقراطية الثالثة (1985-1989م) :

في 6 ابريل 1985م تمت الثورة على نظام مايو ودخل السودان في حقبة جديدة حيث استلم السلطة مجلس عسكري أعلن عن فترة انتقالية أمتدت لفترة سنة في 6 ابريل 1985 الى 1986م وخلال هذه الفترة تم ابطال القوانين المقيدة للحريات التى كان يعمل بها نظام مايو ومن ضمنها القوانين التى كانت تمنع حرية الإعلام والصحافة وصم جاءت بعد ذلك حكومة ديمقراطية منتخبة بقيادة الصادق المهدي ليمتد عهدها من 6 ابريل 1986م الى 1989م (حاج حمد،1998م،ص58).

• فترة الحكم الشمولي الثالثة (يونيو 1989م) :

إن انقلاب 30 يونيو 1989م هو لقاح بين ما آل اليه الحال في القوات المسلحة فاستغله الانقلابيون وبين ما صار اليه موقف الجبهة الاسلامية ، ولقد أعلن التشكيل الوزاري وتولى رئيس عمر البشير رئاسة مجلس الوزراء ولوحظ ان أغلب التشكيل له صلة بالجبهة الاسلامية ، وكان خطاب الحكومة انها جاءت من أجل حل مشاكل السودان وظهر عدد من الصحف الموالية للحكومة ، وسيطر النظام على الاقتصاد واستمر الحال رغم المحاولات الانقلابية ضد النظام التى باءت بالفشل وحدثت الانقسامات داخل الحركة الاسلامية

وتم تكوين حزب معارض (حزب المؤتمر الشعبي) ، في بداية هذا النظام تم حل جميع الصحف وإيقافها ، واصبحت هنالك صحيفتان فقط تنطقان بأسم الحكومة (صحيفة الانقاذ - صحيفة السودان الحديث) ولكن في النصف الثاني من التسعينات ظهرت قوانين جديدة للصحافة واصبح من حق القطاع الخاص والشخصيات الاعتبارية والافراد والاحزاب والتنظيمات انشاء صحف ناطقة باسمها او صحف عامة ، فنشأت صحف متعددة مستقلة ،ومعارضة ، ومالية للحكومة ، ثم تطور حق نقد الحكومة في الصحف ونشأت كذلك اذاعات وقنوات فضائية خاصة ، الان انه كان حق النقد مكفولاً في الصحف لتعدد ملكيتها الا ان أجهزة الأذاعة والتلفزيون ظلت مقيدة بخط الحكومة (سعيد،2012م،ص102) .

يمكن اعتبار قانون الحكم الذاتي لعام 1953م اول تجربة فيما يتعلق بأمر الدستور حيث نال السودان بموجبه حكماً ذاتياً باستثناء سلطات السيادة والسياسة الخارجية والتي بقيت بيد الحاكم العام ، وقد شكل الدستور ستانلى بيكر نموذجاً يحتذى به كل التجارب البرلمانية في السودان وذلك على مدى ثلاث تجارب برلمانية ، وقد وجدت القوى السياسية نفسها في مأذق حقيقي تمثل في ارتباط اعلان الاستقلال بضرورة وجود دستور ولكن لغياب جمعية تأسيسية لها الصلاحية في اجازة الدستور جعل من استصحاب قانون الحكم الذاتي بعد ادخال التعديلات عليه لاعتماده امراً لا مفر منه ، فتم تعديل المادة (2) الخاصة بسلطات الحاكم وتحولت الى الفصل الثالث من دستور 1956م والذي قضى بتشكيل مجلس سيادة خماسي تحولت له صلاحيات الحاكم العام ، ومع مجئ التجربة الثانية تم اعتماد دستور السودان المؤقت لعام 1956م مع اجراء بعض التعديلات عليه ليصبح دستور السودان المؤقت لعام 1964م والذي تم الحاقه ميثاق اكتوبر له ، والدستور الثالث هو دستور السودان الانتقالي اصداره باعتباره السلطة الدستورية العليا وقد أسس هذا الدستور للتجربة البرلمانية الثالثة ، حيث استهدى فيه بذلك بدستور السودان المؤقت لعام 1956م والمعدل 1964م (سليمان:2005م،ص81).

ظاهرة عدم انجاز دستور دائم للبلاد باتفاق كل الاطراف واستمرار ظاهرة الاستمرار على الدساتير المؤقتة والمعدلة انعكس بشكل سالب على اتخاذ القرار السياسي في ظل التجربة البرلمانية السودانية ، والشاهد على ذلك الدساتير تعتبر مرجعية صياغة العلاقة بين الدولة والمجتمع وغياب الدساتير يؤثر على

عملية صياغة هذه العلاقة بين الدولة بجانب ان عدم حسن موضوع الدستور يؤثر على حسم الكثير من القضايا الشائكة .

ثالثاً : الأحزاب السودانية ونشأتها :

إذا كانت الأحزاب السياسية نتاجاً لتطور البرلماني والانتخابي في أوروبا وأمريكا واعتبارها علامة للتحديث والتنمية السياسية فإن ظهور الأحزاب في بلدان العالم الثالث عموماً لم يأخذ هذا المسار ، حيث ان بلدان العالم الثالث لم تشهد الظاهرة البرلمانية وان شهدتها فإنها ليست أكثر من مؤسسات تمثيلية اتاحت تصويتاً محدوداً ومشاركة محدودة وكثيراً ما كانت الأحزاب القومية أو الدينية ترفض المشاركة فيها ، هكذا فمن غير الملائم معالجة الظاهرة الحزبية السياسية والمستقاة بالأساس من الخبرة الأوروبية والأمريكية وتأتي في مقدمة تلك الأسباب ان العديد من الأحزاب السياسية في العالم الثالث ليست احزاباً بالمعنى الاصطلاحي للكلمة حتى وفق أكثر مضامينها عمومية ، فان ظهور الأحزاب السياسية خارج قارتي أوروبا وأمريكا الشمالية في القرن العشرين وبالذات في بلدان العالم الثالث كان مقدمة العوامل التي دفعت الدارسين الى مراجعة المفاهيم المعتادة للحزب ولنشأة الظاهرة الحزبية ، فكانت النظريات المفسرة لنشأة الظاهرة الحزبية في العالم الثالث تتناول أزمات التنمية والشرعية والتكامل والتحديث .

نجد ان محاولة تطبيق عناصر مفهوم الحزب السياسي على بعض التنظيمات في دول العالم الثالث سوف يتم استبعاد العديد من الاحزاب ، فهناك العديد من تنظيمات المجتمع المدني اصبحت تنافس الاحزاب السياسية في القيام ببعض وظائفها ، في حين تبقى الاحزاب هي وحدها المؤهلة للوصول الى السلطة وتداولها دن غيرها من المنظمات غير الحكومية ، كما تقتقد معظم الاحزاب في العالم الثالث الى الاستقلالية عن الدولة والتي هي سمة اساسية للاحزاب في الديمقراطية الليبرالية في الغرب ، وفي المقابل هناك احزاب شرعية معترف بها لكنها لاتقوم باي دور في الحياة السياسية ، اما لضعفها او للقيود القانونية والادارية والسياسية التي تفرضها النظم الحاكمة على هذه الاحزاب مما تلغى استقلاليتها او تقلصها الى حد كبير مما يجعلها تحت سيطرة اجهزة الدولة ومؤسساتها ويحد من دورها في تفعيل عملية التطور الديمقراطي خاصة وان كثيراً من الاحزاب في العالم الثالث تفتقر الى الديمقراطية الداخلية والقواعد الجماهيرية .

ان السودان ومنذ نيله استقلاله في عام 1956م لم يشهد استقراراً سياسياً وحكومياً يذكر ، وكانت ظاهرة عدم الاستقرار السياسية سمة ملازمة لمختلف انماط الحكم التي تعاقبت على السودان ، ومن هنا تبرز تساؤلات كثيرة لمحاولة الوصول الى الاسباب الحقيقية التي ساهمت في بروز واستمرار هذه الظاهرة ، يبدو ان أهم مسببات عدم الاستقرار السياسي تتمثل في :

1- عدم وجود ثوابت :

وصول المجتمع الى الحد الأدنى من الاتفاق حول القضايا يعطي القدرة على المجتمعات على التعايش السلمي والتنظيم الجماعي الذي يعرف مناخاً طبيعياً للتطور والتقدم والرخاء ولكن لم تكن هنالك ثوابت في الحياة السياسية السودانية .

2- مشكلة الاندماج القومي :

لم توجد في السودان حالة اندماج قومي من خلال الشعور القوي بالانتماء الى متحد سياسي واحد .

3- تدخل الجيوش في السلطة :

ان ظاهرة الاضطراب السياسي والتي تقتنن بدرجة او اخرى مع العنف السياسي نتيجة للتدهور المتزايد في شرعية نظام الحكم مع القصور المتزايد في الفعالية في مواجهة المشكلات الاقتصادية والاجتماعية تؤدي في النهاية الى تدخل المؤسسات العسكرية التي تطيح بالقيادات ، وعادة ما تفشل النخبة العسكرية في استعادة الاستقرار السياسي ومواجهة المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والتي كانت سبباً في عملية الاستيلاء على السلطة مما يدفع الى دورات من عدم الاستقرار السياسي (حماد، 1987، ص272) .

4- التخلف الاقتصادي :

يعتبر سبباً في التعبئة السياسية التي تعتبر داخلية أكثر منها علاقات خارجية أو هيمنة امبريالية ، ووصفه انه صياغ تاريخي محدد وبنية سياسية سلطوية ومجموعة من النشاطات والسياسات النظرية

والفعلية المتداخلة والتي تعمل معاً على عقلنة وإدامة الارتباط الاقتصادي والثقافي والسياسي لبعض الشرائح الاجتماعية المحلية بالنظام الرأسمالي العالمي (عبد الله، 1986، ص 89) .

5- الصفوة السياسية :

سيطرة اقلية على زمام الأمور ، وهى من اسباب عدم الاستقرار ، وعموماً تحاول النخبة الحاكمة المحافظة على الاستقرار كي تزيد فرصة بقائها واستمرارها عن طريق الاكراه والاغراءات المادية (زايد، 1985، ص 125) .

6- العوامل الدولية والاقليمية :

منذ الحرب الباردة وظهور دول داخل الصراع بين القطبين وتبادل النظم الواقعة في السلطة والمعارضة بحيث لكل منها من يدعمه في القوة الكبرى ادت الى ظهور ثورات مسلحة وحروب اهلية وقبلية وانشادات عسكرية وشملت صراعات حدودية والتي كانت تتبع لمعسكرين ، مما ادى الى ارتفاع وتيرة العنف عدم اكتمال عمليات الدمج القومي (احمد، 1988، ص 40) .

إذا الأحزاب ظاهرة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بأهم التطورات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية لأي بلد من البلدان وبالتالي عن الأحزاب السياسية في السودان هو في الواقع حديث عن مجمل التطورات التي شهدتها هذا البلد ، فقد تأثر السودان منذ نشأته بظروف وطنية وقومية هامة وظروف دولية متغيرة كان لها الأثر البالغ في تشكيل وعمل المؤسسات السياسية والدستورية ومنها التجمعات والأحزاب السياسية .

تضيف الباحثة ان الاحزاب ظاهرة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً باهم التطورات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية لأي بلد من البلدان ، وبالتالي فالحديث عن الأحزاب السودانية هو في الواقع حديث عن مجمل التطورات التي شهدتها البلد ، فقد تأثر السودان منذ نشأته لظروف وطنية وقومية وظروف دولية متغيرة كان لها الأثر البالغ في تشكيل وعمل المؤسسات السياسية والدستورية ومنها التجمعات والأحزاب السياسية ، وان من العوامل التي تساعد على الاستقرار السياسي وتقود المجتمع السياسي نحو التنمية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية هي الاجماع والتي تمثل الدعامة الاساسية لأي متحد سياسي يرغب في الاستقرار ووجود الشرعية والتي لا تأتى الا بعد اقتناع تام بالطريقة التي يحكم بها ، ووجود منظمات ومؤسسات سياسية قوية

ومتكيفة وراسخة ومتماسكة وفاعله واحزاب سياسية حسنة التنظيم ودرجة عليّة من المشاركة الشعبية في الشؤون العامة والتي تنتهي الى وجود الى فعالية عالية في التعاون بين المؤسسات الحكومية وغيرها وكل ذلك يبنّي على وجود قاعدة حزبية واعية وفاهمة .

اقامت الانظمة الاستعمارية في البلدان المستعمرة مجالس تمثيلية واحياناً نظاماً انتخابياً محدوداً وغالباً ما رفضت الحركات القومية العمل من داخل ذلك النظام البرلماني ، ومع اضطراب حركات التحرر الوطني نتيجة لعداء النظم الاستعمارية لهذا فأنها لجأت الى السرية في الأمر الذي دفع بها الى تشكيل الأحزاب السياسية بالاضافة الى دور القادة في نشأة تلك الأحزاب وهكذا فإن الأنظمة الاستعمارية والبنية المجتمعية والتثقيفية والاقتصادية لدول العالم الثالث جعلت لهذه الأحزاب خصوصية واختلاف كبير عن الأحزاب الغربية ، وللزعامة دوراً هاماً في كل نظام حزبي الا انها في أحزاب الأشخاص تضطلع بالدور الرئيسي لأن الزعيم هو الذي أنشئ الحزب ويوجه نشاطه ويضع برامجه ومن ثم يستطيع الزعيم ان يغير في برامج الحزب دون ان يخشى عدم ولاء اتباعه أو اعضاء حزبه ، والمقدرة السياسية التي يتمتع بها الزعيم والتقليد الطبقي أو العائلي الذي يمثله عاملين مهمين في ولاء اعضاء هذه الأحزاب لزعيمها وتكثر أحزاب الأشخاص في الدول التي يقوى فيها الشعور برابطة القرى او القبلية .

فالأحزاب السياسية متعددة الأشكال والتوجهات :

- 1- الحزب السياسي الذي يدين بالولاء لشخص واحد .
- 2- الحزب السياسي الذي نشأ بسبب ظروف تاريخية معينة وتنتهي مهمته بانتهاء تلك الظروف كالأحزاب الوطنية المحددة الأهداف بتحقيق الاستقلال والتحرير .
- 3- الحزب السياسي الذي ينشأ على اساس تحقيق مبادئ ايدولوجية وأهداف بعيدة المدى كالأحزاب الاشتراكية والشيوعية .
- 4- الحزب السياسي الانتهازي الذي يقوم فقط من أجل ممارسة السلطة في أحسن الظروف الممكنة (الخطيب، 1983، ص59) .

انقسم الرأى العام السوداني في الاربعينيات الى قسمين (حاج حمد، 1996، ص149) :

القسم الأول : الذي يؤمن بضرورة ايجاد رابطة بين مصر والسودان وان اختلفوا في مدى قوة هذه الرابطة هل هي اتحاد فيدرالي او وحدة او اندماج ويطلق عليهم الأحزاب الاتحادية .

القسم الثاني : هو الذي ينادي باستقلال السودان دون اي رابطة مع مصر الا الروابط التي تجمع بين الدول كاملة السيادة في المحيط الدولي وهي الأحزاب الاستقلالية .

قد كتب عبد الخالق محجوب في كتابه "لمحات من تاريخ الحزب الشيوعي" : (ان السودان خرج بعد الحرب العالمية الثانية وهو يواجه مشاكل عاجلة لابد من حلها كالفقر والبؤس والتأخر الاجتماعي واما كل هذه المشاكل الشعب السوداني في حاجة لقيادة تواجه الامور وتنظم الصفوف وتقوده في معارك ضد عدو البلاد ". فبعد الاستقلال ومؤتمر الخريجين بدأ ينشطر الى كتلتين وعلى اساس تلك الكتلتين نشأة الاحزاب السودانية وهي كالاتي :

أولاً : الاتحاديين : تم اعلان حزب الاتحاديين في العام 1944م وكانت جماعة ابي روف هي النواة لهذا الحزب تميز اعضاء الحزب بالاطلاع والثقافة العامة وتقارب افكارهم الوطنية ولكنها ظلت محصور بين المتقنين فقط ، وكان اول اجتماع له في منزل المرحوم على الميرغني وهو الذي اخرج الحزب للوجود ولم يكن هذا الحزب غير مرتبط بأي طائفة دينية حيث سموا بارتسقاطيين الفكر وكان من دعاة العلاقة والوحدة مع مصر والدول العربية في اطار احتفاظهم بخصوصيتهم (سليمان ، 2005م، ص73-77).

*** الاشقاء :** تكونت من مجموعة تربط بينهم صلة القرابة داخل مؤتمر الخريجين ، حيث تميزوا بقوة نشاطهم السياسي الذي جعلهم يكتسحون الانتخابات دائماً ويسيطرون على المؤتمر بدأو عملهم السياسي في كنف السيد / عبد الرحمن المهدي صاحب النزعات الانفصالية عن مصر .

*** الأحرار :** نشأ عام 1944م وهو حزب ينادي بالوحدة مع مصر وتكون من مجموعة من الاصدقاء تربطهم الصداقات الشخصية اكثر من المبادئ ، وبعد سفر الوفد السوداني لمصر انقسموا الي شقين احرار اتحاديون وقاموا بالاندماج مع الحزب الاتحادي ، واحرار انفصاليون قاموا بالاندماج مع حزب الامة .

*** وحدة وادي النيل :** ويعتبر هذا الحزب ذات الميول الاتحادية مع مصر نشأ عام 1946م من مجموعة من المستقلين من اللجنة التنفيذية لمؤتمر الخريجين .

ثانياً : الأحزاب الاستقلالية :

* حزب الأمة :

تكون ليعبر عن الاتجاه السوداني والخصوصية السودانية عام 1945م متعقاً بشعار السودان للسودانيين الأمر الذي كانت ترتضيه بريطانيا لانه يمثل المعادل لشعار وحدة وادي النيل الداعي للوحدة مع مصر ، ويعتبر الطلاب الذين نادوا بضرورة انهاء الاضراب داخل لكلية غردون 1931م والعودة للدراسة وعلى رأسهم محمد على شوقي هم نواة هذا الحزب ويرجع الفضل في نشأته للسيد / عبد الرحمن المهدي .

* القوميين :

تأسس 1944م تحت دعوى الابتعاد عن مصر حيث نادوا بالتخلص من الاستعمار عن طريق فترة انتقالية على سبيل التدرج ومن ثم تشكيل حكومة ديمقراطية منتخبة لحكم البلاد وبنفس القدر الذي اندمجت به الاحزاب الاتحادية في الوطني الاتحادي اندمجت الاحزاب الاستقلالية في حزب الامة حيث استند الحزب على طائفة الانصار للسيد / عبد الرحمن المهدي ، بينما الحزب الوطنى الاتحادي طائفة الختمية للسيد / علي الميرغني .

ثالثاً : الأحزاب العقائدية :

* الحزب الشيوعي :

تأسس في ادمرمان 1945م على يد نفر من المتعلمين تحت مسمى الجبهة الوطنية للتحرير والاندماج مع مصر وقد دخل الفكر الشيوعي السودان عن طريق الطلاب السودانيين الذين تلقوا تعليمهم في مصر وعبر انقسامات مختلفة وقد فاز احد اعضائها آنذاك بعضوية اول برلمان سوداني 1954م وكان الحزب بقيادة عبد الخالق محجوب (سليمان ، 2005م، ص73-77).

* الأخوان المسلمون :

ارتبط ظهورهم بظهور جماعة الأخوان المسلمين في مصر الذين جاء ظهورهم كرد فعل عنيف على فشل النظام الليبرالي الوطني في مصر ، وتركز نشاطهم في عام (1945-1953) في نشر مبادئهم وسط الطلاب المعهد العالمي بادمرمان وكلية غردون الجامعية بمسمى التحرر الاسلامي ، وتطورت حديثاً عند قيام اول حزب سياسي تحت مسمى جبهة الميثاق الاسلامي 1964م عقب ثورة اكتوبر حيث تمكنت من الفوز بخمسين مقعد في انتخابات 1965م وتمكن من دخول البرلمان لأول مرة كقوة سياسية .

رابعاً : الكتل القبلية :

1- مؤتمر البجة في شرق السودان .

2- اتحاد جبال النوبة في منطقة جبال النوبة بغرب السودان .

خامساً : الأحزاب الجنوبية 1953م :

التي تعتبر احزاباً سودانياً حتى الانفصال من ضمنها (سليمان ، 2005م، ص73-77):

* حزب الأحرار الجنوبي : ظهر في المسرح السياسي عام 1951م وقد خاض انتخابات عام 1954م ونال عدد (11) مقعداً من مقاعد الجنوب وقد غير اسمه الى الحزب الجنوبي وعقد اول مؤتمر له 1954م بجوبا ومن أهم المبادئ التي كان يدعو لها هي الفيدرالية بين الشمال والجنوب .

وهناك احزاب جنوبية متنوعة منها : سانو بجناحيه 1963م .- جبهة الجنوب 1958-1964م - النيل - الأحرار 1953م - الجنوب الديمقراطي - الوحدة - السلام - الاشتراكي الديمقراطي.

يعد السودان من الدول الافريقية العربية فالثقافة السائدة هي خليط من العربية والافريقية ، فتكوينه العرقي عبارة عن خليط من الافارقة والنيلين والعرب ، ويمكن تتبع تاريخ البلاد منذ عهد الفراعنة عندما اقامت العديد من الممالك المروية اتصالاً سياسياً وتجارياً مع مصر ، سادت المسيحية في شمال السودان عدة قرون قبل هجرة الاسلام والعروبة الى البلاد في القرن الثاني عشر من خلال معابر عديدة من مصر في الشمال والبحر الاحمر في الشرق والمغرب الكبير في الغرب ، وقد دخل الاسلام السودان في بداية القرن السادس عشر عندما كانت تسيطر عليه سلطنتان اسلاميتان سلطنة الفونج وسلطنة الفور .

في عام 1821م اخضعت الامبراطورية العثمانية السودان لسيطرتها ولكن تم صدها عام 1885م على يد ثورة محمد احمد المهدي الشهيرة الذي اقام اول دولة سودانية اسلامية مستقلة وموحدة ، وحظي السودان بفضل المهدي وحكم المهدي وخليفته عبد الله التعايشي باول دولة محلية موحدة استمرت ستة عشر عاما ، وفي عام 1898م قاد البريطانيون حملة اعادة فتح مكونة من القوات المصرية والبريطانية سحقته جيش المهدي في موقعة كرري الشهيرة ، وحكم البريطانيون البلاد بعد ذلك اكثر من خمسين عاما حكما ثنائيا كانت مصر شريكا مؤثرا نال السودان استقلاله عام 1956م بعد حقبتين من الصراع الوطني الذي أدت فيه الصفوة المتعلمة دوراً فعالاً ، تبنت البلاد بعد استقلالها الديمقراطية البرلمانية ، ولكن بعد عامين ادى استيلاء العسكرية على النظام الى تأرجح البلاد المستمر بين الانظمة البرلمانية مرة والعسكرية مرة اخرى ، فمنذ عام 1956م اعترضت ثلاث تدخلات عسكرية ، ثلاث حكومات برلمانية وآخر تلك التدخلات هي حكومة الانقاذ الوطني التي استلمت الحكم في 30/6/1989م (محمد:1951م،ص2).

يعد التخلف الاقتصادي والاجتماعي من الاسباب الرئيسية التي ادت الى تغويض الديمقراطية في كثير من البلاد النامية ، ولان السودان من الدول التي توصف بالدول النامية عانى ويعاني من نفس تلك المشاكل والتي تؤدي الى انخفاض مستوى الدخل وقلة عدد المتعلمين ، وان كان هذا التخلف له اثره في الحياة السياسية بالسودان الا ان هذا الاثر ضعيفاً على الشعب السوداني الذي جبل على خصال حميدة واخلاق قوية اهمها الأمانة وبساطة الحياة ، وكذلك يتميز الشعب السوداني بقدر كبير من الوعي والادراك

السياسي الذي يمكنه من خلق رأى عام قوى يتفاعل مع الاحداث ويؤثر في توجيه السياسة العامة ، تلك الصفات والوعي والادراك هى التى حدثت بالانجليز في العقد الخامس في القرن العشرين وعندما ارادوا اقامة مؤسسات دستورية بالسودان الى تفعيل الديمقراطية الغربية وتطبيقها بالسودان رغم فشل تجربتها في كل من مصر وسوريا وايران وغيرها من دول الشرق الاوسط ، واذا كانت بعض الدول العربية تعاني من نظام الطوائف الدينية فإن معظم الدول الافريقية تعاني من ظاهرة تعدد القبائل والتمسك بالنعرة القبلية فإن السودان يعاني من المشكلتين معاً ، هذا التعدد والتباين العرقي والديني واللغوي الذي يميز السودان يعتبر مبرراً لاعتماد الصيغة الديمقراطية والتي تتيح لهذا التنوع والتباين ان يعبر عن نفسه سلمياً ، ويرى المفكرون في ذلك ضماناً لوحدة البلاد تلك الوحدة التي تاتي من خلال التباين والتعدد ، وتعتمد الصيغة الديمقراطية على الدساتير كركيزة من اهم الركائز الديمقراطية وترى انها كقواعد حقوقية تحدد كيفية ممارسة السلطة وتحول دون العودة الى السلطة المطلقة ، فهي ضمان ضد الحكم الى حكم استبدادي تعسفى وبما ان الديمقراطية الليبرالية ترى انه من غير الممكن تحقيق الديمقراطية المباشرة لذلك تصبح المشاركة في الحكم عبر ممثلين يختارهم الشعب ضرورة لتحقيق الديمقراطية غير المباشرة والاقتراع هو الحق المعترف به والبرلمان ركن اساسي للديمقراطية الليبرالية فهو الذي يتولى السلطة التشريعية ويراقب السلطة التنفيذية ، اما الأحزاب السياسية فهي ضرورة تقتضيها طبيعة الأنظمة الديمقراطية ، فالاحزاب تساعد على تكوين ثقافة عامة سياسية واجتماعية لدى الأفراد تسهم بذلك في تكوين رأى عام يسمح للمواطن بالمشاركة في الشؤون العامة أو بممارسة الضغط أو التأثير على صانعي القرار ومتخذيه وعلى القائمين بشئون السلطة (شافعى، 1968م، ص25) .

ففي عام 1953م جرت اول انتخابات برلمانية لاختيار حكومة وطنية وفقاً للنظام الديمقراطي وقد عرفت بالانتقالية والتي افضت الى الاستقلال التام في يناير 1956م ، وكانت الفترة الانتقالية هى بداية تطبيق الصفة الديمقراطية والتي تمت في كنف الاستعمار ، وتم نقل صفة حكم الدولة المستعمرة (بريطانيا) الى الدولة المستعمرة (السودان) ولم يكن متاحاً للمواطنين السودانيين في ذلك الوقت اعتماد صفة اخرى غير الصفة التي اختارتها الصفوة السياسية في تلك الفترة لاعجابها بها ، ولأن تلك الصفوة تلقت تعليماً غربياً حديثاً وتشربت بالافكار الوطنية .

المبحث الثالث : الخطاب الإعلامي والأحزاب

أولاً : أهمية الخطاب الاعلامي للأحزاب

سادت الأدبيات السياسية بشكل عام حتى منتصف الستينيات من القرن الماضي نغمة متفائلة حول الإمكانيات الواسعة للأحزاب في البلدان المتخلفة، كأدوات حاسمة وفعالة، في إنجاز الجوانب السياسية للتحديث والتغلب على أزمات التنمية السياسية. هذا التفاؤل ، ما لبث -تحت ضغط التطورات على الصعيد الواقعي -أن خفت حدته ، ليس فقط لما أصاب الأحزاب في البلاد المتخلفة من نكسات، و إنما أيضا لما أسفرت عنه التطورات في تلك البلدان من تعقيدات ومصاعب التحول التحديثي والتنموي فيها فضلا عما يتسم به هذا التحول من تمايزات واختلافات من إقليم إلى آخر بل ومن بلد إلى آخر.

ليست أهمية الأحزاب السياسية كظاهرة ترتبط بالنظم السياسية الحديثة، في حاجة للمزيد من الإثبات وبصرف النظر عن أي أحكام " قيمية " حول الظاهرة الحزبية، فإن النظم السياسية الحديثة تظل غالبا نظما "حزبية" سواء أكانت ليبرالية أم شمولية ، تعددية أم أحادية .هذا الارتباط القوي بين الظاهرة الحزبية، والنظم السياسية" الحديثة "يضيف أهمية خاصة على موقع وأهمية الأحزاب داخل إطار النظم السياسية السائدة في بلدان العالم الثالث، الساعية للفاك من أسار التخلف، وتحقيق التنمية في إطار تلك التطورات سوف تتناول هذه المداخلة الدور الذي عهد به للأحزاب في ظروف التحديث ، والوظائف التي أنيطت بها لتحقيق التنمية السياسية، سواء من خلال دورها في التحديث السياسي بشكل عام أو من خلال التركيز على قضايا محددة في التنمية السياسية .وذلك بالوقوف بداية عند مفهومي الحزب السياسي والتنمية السياسية .

ان وسائل الاعلام في المحيط السياسي تقوم بدور حارس البوابه او الناقل للأفكار والقضايا ذات الصلة الشرعية ، فهل نعمل على تدعيم الاراء والقيم والأفكار البناءة وفي نفس الوقت نعمل على اقضاء الافكار التي تعوق مسيرة التنمية السياسية ، وهذا بالإضافة لكل منبر سياسي للتعليم والتنشئة والتثقيف والتربية السياسية ، خلال ما ترسله من مضامين هادفة .

مما يعتبر متصلاً بشرعية الأحزاب وسنداً لها الحقوق المتعلقة بحرية التفكير وحرية العقيدة وحرية الاشتراك في الجماعات السلمية ، والحق في الاشتراك في ادارة الشؤون العامة للبلاد وهي ما وردت في المواد (18-21) من الاعلان العالمي لحقوق الانسان والتي جاءت كالاتى :

المادة (18) : لكل شخص الحق في حرية التفكير والدين والضمير ويشمل هذا الحق حرية تغيير ديانته او عقديته وحرية الاعراب عنها بالتعليم والممارسة واقامة الشعائر ومراعاتها سواء ذلك سراً او جهرأ او منفرداً او مع جماعة.

المادة (19) : لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير ويشمل هذا حرية اعتناق الآراء دون تدخل واستقاء وتلقى واذاعة الانباء والأفكار دون تقييد بالحدود الجغرافية وبأي وسيلة كانت .

المادة (20) :

1- لكل شخص الحق في حرية الاشتراك في الجماعات او الجمعيات السلمية .

2- لايجوز ارغام احد على الانضمام الى جمعية ما .

المادة (21) :

1- لكل شخص الحق في الاشتراك في ادارة الشؤون العامة للبلاد اما مباشرة او بواسطة ممثلين يختارون اختياراً حراً .

2- لكل شخص نفس الحق الذي يغيره في تلقد الوظائف العامة بالبلاد .

3- إن ارداة الشعب هي مصدر سلطة الدولة ويعتبر عن هذه الادارة بانتخابات نزيهه دورية تجرى على اساس الاقتراع السري وعلى قدم المساواة بين الجميع او حسب اي اجراء مماثل يضمن حرية التصويت .

نجد ان المطلوب من الأحزاب هو القيام بتوعية المواطن وبإعطائه من المعلومات مايمكنه من الحكم بطريقة موضوعية ، مجردة من كل خلفية سياسية ، هذا السلوك "الموضوعي" يقتضي قدراً من إنكار الذات لا تقوى عليه الأحزاب ، وحتى تقوم الأحزاب بوظيفتها في تكوين الرأي العام يتعين عليها أن تربط بين المواقف الفردية وأن تتسق فيما بينها بحيث تبلور هذه المواقف المتفرقة في رأى عام موحد يمثل اتجاهاً سياسياً ويلتزم الأفراد بالطبع حتى يساهموا في تكوين الرأي ، بالتخلي عن نظرتهم الفردية ونبذ تمسكهم بالآراء الفردية والاتجاه للتمسك بالموقف الجماعي ، واعتناق الافكار الجماعية أو بمعنى أكثر دقة ، الأيدولوجية التي يمثلها الحزب فالفرد إذ ينضم إلى حزب أو يسانده ، يواجه اختباراً صعباً ، مؤداه المقابلة

بين أفكاره الخاصة والأفكار التي يمثلها الحزب ، وقد لا يكون الألتقاء بينهما كاملاً ولا التطابق تاماً ، حينئذ يتعين على الفرد أن يتخلى عن بعض أفكاره التي لا تجد مكاناً لها في الأفكار العامة التي يمثلها الحزب ، وأن يتقبل أفكاراً أخرى جديدة ماكانت لتخطر له على بال لولا انضمامه للحزب .

تقتضي من الأحزاب القيام بالعديد من المهام وأولى هذه المهام هي مايقع على عاتق الحزب من ضرورة توجيه المواطن الفرد وإنماء الشعور لديه بالمسئولية وعلى الأخص تلقينه أن مصالحه الفردية مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمصلحة العامة ، فنادرًا مانصادف هذا الشعور لدى المواطنين وذلك باضفاء صبغة سياسية على مطالب هؤلاء وصياغة آمالهم الفردية صياغة عامة ويتعين على الحزب في هذا الصدد ان يعمل على مزج المطالب الفردية والخاصة بمقتضيات المصلحة العامة ، وبالطبع لايمكن للحزب ان يقوم بهذه المهمة بمجرد الاستجابة الى رغبات المواطنين ولكن على الحزب ان يقوم بترجمة هذه الرغبات (في إطار المبادئ العامة التي يعتنقها) الى برنامج عدد محدد ، يأخذ في الإعتبار الظروف الواقعية التي يباشر الحزب فيها نشاطه ، وهنا يتعين على الحزب أن يمد مهمته من توجيه المواطن إلى توعيته بالمشاكل وإطلاعه على حقيقة الأمر ، وبحيث يبدو الحزب وكأنه منظمة تعليمية : "يقدم للشعب مختلف المعلومات الإقتصادية والإجتماعية بالطرق المبسطة الواضحة التي توقظ فيه الوعي السياسي " ، ويلاحظ أنه كلما ازدادت المشاكل التي تواجهها الأمة كلما زادت الحاجة إلى توعية المواطن بهذه المشاكل ولكن يبدو أن اطلاع المواطن ، على المشاكل التي تواجه الحكومة يبدو أمراً صعباً وخاصة بالنسبة للأحزاب الحاكمة ، لذلك فغالباً ما تلجأ هذه الأخيرة في سبيل تبرير قرار ما ، وغالباً ما تحاول الأحزاب (حتى أحزاب المعارضة في بعض الحالات) أن تنسب القرار الى اعتبارات أيولوجية بحيث تخفى وراءها الصعوبات الحقيقية التي أدت إلى إتخاذ القرار .

ثانياً : التنمية السياسية والأحزاب

بدأ ومنذ أكثر من أربعة عقود البحث في التنمية السياسية يأخذ أبعاداً جديدة في علم السياسة، ولم يتناول هذا البحث البنية الاجتماعية -الاقتصادية للمنظومة السياسية فقط، وإنما تناول بالإضافة إلى ذلك

المنظومة السياسية بحد ذاتها بهدف توصيف التحولات التي تصيبها من حيث كون المنظومة السياسية تتطور كما تتطور المنظومة الاقتصادية والاجتماعية.

إن التنمية السياسية عملية معقدة تتجاوز التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وإن كانت غير منفصلة عنها، وهي تتضمن من خلال بحثها في مجموعة متعددة من العناصر، الانتقال إلى منظومة سياسية حديثة تؤدي دورا ايجابيا في عملية التنمية الشاملة التي تراهن دول العالم الثالث على انجازها.

وابتداء ينصرف الحديث عن أفكار " التنمية السياسية " في الأغلب الأعم منه خصوصا في مراحلها الأولى إلى إسهامات مجموعة من العلماء الأمريكيين الذين ضمتهم - على وجه الخصوص - الأمريكي برئاسة لجنة السياسات المقارنة التابعة لمجلس بحوث العلوم الاجتماعية جابرييل الموند.

كانت القضية المحورية هي كيفية إحداث " تنمية سياسية " في " الدول الجديدة " في إفريقيا وآسيا بشكل يؤدي إلى إقامة الديمقراطية الليبرالية فيها، هذا التركيز على التحرك نحو الديمقراطية قائمة على التفرقة بين الليبرالية كان مجرد جزء من نظرية أشمل للتحديث الحداثي والتقليدية في كافة العلوم الاجتماعية، وهو التقسيم الذي استند إلى أفكار " ماكس فيبر " حول التقليدية كحقيقة سابقة على الدولة وعلى العقلانية وعلى التصنيع.

بعبارة أكثر تحديدا كان القول ابتداء وكمدخل للتعريف بالتنمية السياسية، على أنها -كحقيقة فكرية- تمثل إسهام علم السياسة في نظرية التحديث التي تقاسمتها كافة فروع العلوم الاجتماعية والتي طرحت افتراضاتها النظرية الواسعة حول المجتمعات المتخلفة.

دون الخوض في مختلف التعريفات المعطاة للتنمية السياسية، فإنه وفي كل الأحوال تعبر التنمية السياسية عن تطور ملموس في واقع الدول والمجتمعات، من حيث أنها عملية تغير اجتماعي: (متعدد الجوانب ركيزته الإنسان، أي أن التنمية ذات مدلولات واضحة أهمها) (نقرش، 2005، ص514)

- **مدلول قانوني** : يتمثل بسيادة قواعد قانونية توصي بالتساوي والتمتع بحماية القانون، ويعبر عن ذلك وجود سلطة شرعية مركزية قوامها العدالة، قادرة على ضبط السلطات المحلية والتقليدية مع تبني اللامركزية الإدارية.

- **مدلول اقتصادي سياسي** : يتمثل بالسعي لتحقيق العدالة، بإشباع الحاجات المادية للمواطنين من خلال كفاءة في الإنتاج وعدالة بالتوزيع.

- **مدلول إداري** : يتمثل في القدرة على أداء الأدوار والوظائف بطريقة رشيدة وكفاءة عالية في شتى الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

- **مدلول اجتماعي سياسي** : يتمثل بوجود مجتمع سياسي ذي ثقافة سياسية معينة متبلورة وهوية محددة، يقبل الامتيازات ويتحمل المسؤوليات التي يتضمنها نظام سياسي ديمقراطي شرعي، وشرعية هذا النظام لا تقوم على مرتكز التقليدية، وإنما على مرتكزات حديثة في المقام الأول، من قبيل احترام الدستور والقانون، ومبدأ تداول السلطة ومبدأ تكافؤ الفرص والأداء السياسي المتميز داخليا وخارجيا.

لذلك نجد ان دور الأحزاب في التنمية السياسية يتشكل من خلال :

(1) الأحزاب السياسية وبناء الديمقراطية :

تشكل الأحزاب السياسية المحور الاساسي في العملية الديمقراطية في أى مكان في العالم ، وبدون وجود أحزاب سياسية فانه لايمكن الحديث ابدأ عن وجود ديمقراطية او شبه ديمقراطية ، لذلك ترتبط التنمية السياسية دائماً بالأحزاب السياسية والدور المسند اليها من خلال وضع الأسس الراسخة لقيام مجتمع ديمقراطي مبني على التعددية وصولاً الى مبدأ التداول السلمي على السلطة بين الأحزاب او التيارات المختلفة .

بهذا المعنى والمفهوم تكون الديمقراطية هي الغاية النهائية لعملية التنمية السياسية ،الا انه عمليا ليس هنالك نموذج ديمقراطي واحد متفق عليه ، لذلك لم تعد الديمقراطية اليوم مجرد شكل من اشكال الحكم وحسب بل صارت منهج تفكير واسلوب حياة يفرض وجوده على جميع مستويات الحياة ، ونظرة شاملة لصياغة العلاقات داخل المجتمع وتحديد الحقوق العامة والحريات ، وثمة شرطان اساسيان للحياة الديمقراطية يؤكد وجودهما الباحثون اولهما القنوات القانونية التي تضمن للمواطن المشاركة السياسية وتقرير مصيره والتي تحدد فيها حقوق وواجبات المواطن وهي الدساتير التي لا بد منها لتأطير وتنظيم الحياة السياسية وهي ضمانه

لها ، والشرط الثاني وجود المؤسسات التي تؤهل المواطن للمشاركة وهى منظمات المجتمع المدني والأحزاب والمؤسسات التربوية والتعليمية في جميع مراحلها.

إذا كانت وظيفة الأحزاب السياسية في النظم السياسية الراشدة تتمثل في التمثيل والاتصال وربط المصالح وتجميعها اضافة الى تجنيد واخيار العناصر القيادية للمناصب الحكومة ، لذلك تصبح الأحزاب السياسية قوى مؤسسية مستقلة تؤثر في التحديث والتنمية السياسية حيث يتأثر بها المجتمع ويؤثر فيها ، اي ان هنالك ارتباط وتأثير متبادل بين الحزب والتنمية .

(2) دور الأحزاب في تفعيل المشاركة السياسية :

تواجه مجتمعات الدول النامية في سعيها نحو الأخذ بنمط او بآخر من انماط التنمية عدداً من الأزمات من بينها : أزمة المشاركة السياسية التي تتخذ ابعاد مختلفة من حيث الصيغ المطروحة للمشاركة ومدى فاعليتها . وتعتبر ظاهرة العزوف عن المشاركة في الحياة السياسية من ابرز القضايا التي شغلت المهتمين بمستقبل الديمقراطية بصفة عامة والانتخابات بصفة خاصة نظراً لخطورة آثارها ودلالات اسبابها ، حيث يؤكد علماء السياسة على وجود عناصر مؤثرة في عملية المشاركة السياسية وهى (النظام السياسي - الأحزاب السياسية - القاعدة الشعبية) وبالتالي فان عدم قدرة اي عنصر على القيام بدوره في الحياة السياسية يؤدي الى إحداث خلل سياسي يضعف التنمية السياسية ، ونجد بالمقابل ان هنالك معوقات تقف حائلاً ضد المشاركة السياسية مسؤول عنها كل من الأحزاب السياسية والمجتمع على حد سواء ونجملها في الآتي :

1/ المعوقات المسؤول عنها الأحزاب السياسية :

1- تقصير الأحزاب في تقديم مشاريع وبرامج تخدم المواطنين ، وحصر نشاطها في خدمة مصالح

شخصية لاعضاءها وهو ما يؤدي الى العزوف عن الاهتمام بالأحداث السياسية والمشاركة فيها.

2- قلة المنبهات السياسية الموجهة للفرد والتي تقلل من امكانية مشاركته في العملية السياسية، حيث

تتوقف مشاركته على توفر الظروف الملائمة من حيث كمية ونوعية المنبهات السياسية التي يتعرض

لها ، وتنوع مصادرها من وسائل اعلام وحملات انتخابية ، وهو ما يؤدي الى تفعيل المشاركة السياسية .

3- معاناة الأحزاب السياسية من ضعف العضوية وذلك نتيجة اسباب عديدة منها عدم الاقتناع من جانب اكثرية الناس بدور الأحزاب والنظر الى معظمها على انها أحزاب اشخاص غير واضحة في برامجها ولا تعبر عن القضايا الحقيقية للمجتمع .

2/ المعوقات المسؤول عنها المجتمع :

1- ادوات التنشئة السياسية التي لايزال يسيطر عليها النمط السلطوي حيث يعيش الطفل داخل الاسرة باعتبارها النواة الأولية للتنشئة تحت ضغط واقع سلطوي ويستمر هذا النمط سائدا في مختلف مراحل العمر سواء في المدرسة او الجامعة وحتى الوظيفة وغيرها ، مما يؤثر على الممارسة السياسية للفرد ويبعدها عن الشكل الديمقراطي وكلما ابتعدت عملية التنشئة عن النمط السلطوي واقتربت من النمط الديمقراطي كلما كان ذلك دافعا قويا للأفراد نحو الممارسة السياسية الديمقراطية السليمة بالاضافة لتهيئة المناخ للممارسة السياسية يمكن ان يؤدي الى اعادة تشكيل نمط التنشئة والقيم المسيطرة عليها ويدفع الى نمط من التنشئة اكثر ديمقراطية (بدر الدين، 1986، ص22).

2- السلبية الشعبية واللامبالاة وعدم الميل الى المشاركة السياسية نتيجة ضعف الاتصال بين الجماهير والنظام السياسي ، حتى ان غالبية اعضاء البرلمان انفسهم تتجه اليهم السلبية بعد حصولهم على المقاعد في البرلمان والتغيب عن مناقشات المجلس وحضور جلساته .

3- سيطرة الطابع الشخصي على العلاقات السياسية ويقصد بذلك ان الروابط والعلاقات الشخصية تلعب دوراً هاماً في التأثير على العملية السياسية وخاصة عملية التجنيد النخبوي ، من خلال علاقات النسب والمصاهرة والزمانة وبالتالي تحول دون تطور المؤسسات ونضجها تضعف استقلالياتها ، ويمكن علاج هذا الوضع عن طريق فرض المعايير الموضوعية المتعلقة بالكفاءة والعلم والقدرة التي يجب ان تكون الاساس في اختيار الكوادر (بدر الدين، 1986، ص22) .

ثالثاً : أهمية الخطاب الإعلامي للأحزاب :

تعتبر الأحزاب إحدى الظواهر البارزة في الحياة السياسية ولا سيما في الأنظمة الديمقراطية وذلك لما تقوم به من تنافس على السلطة وتجسيدا لمبدأ المشاركة السياسية إضافة إلى التعبير عن إرادة المجتمع بكل أطرافه ومصالحه، وانطلاقا من هذه الأهمية في دنيا الحياة السياسية . نظرا للمكانة المحورية للأحزاب في الأنظمة السياسية وارتباطها العميق بمفهوم الديمقراطية و المشاركة السياسية ، فإن الأحزاب السياسية أصبحت تضطلع بأدوار بالغة الأهمية داخل المجتمعات و خاصة أنظمتها السياسية .

أولاً : مهام الخطاب الاعلامي للأحزاب :

يقدم (سيجمو نيومان) ثلاث مهام رئيسية للأحزاب السياسية سواء كانت ديمقراطية أو شمولية تنظم الإدارة السياسية للشعب والتسويق لمبادئ الحزب :

2. إدماج المواطن في الحزب و تعليمه الإلتزام السياسي .
 3. ممارسة الحزب دور الوسيط او همزة الوصل بين الرأي العام و الحكومة .
 4. اختيار القادة لانتخابهم من قبل الشعب الأمر الذي يستدعي مستوى من الوعي لدى المواطنين لضمان الإختيار الصحيح (شومان،الانترنت،ص2).
- أما ديفيد أبتير فيميز بين طبيعة الوظائف السياسية وفقا لطبيعة النظام السياسي الذي تتواجد فيه (ديمقراطي) ففي النظم الديمقراطية يبين أن الحزب يقوم بثلاثة وظائف رئيسية و هي :

- مراقبة السلطة التنفيذية .
- تمثيل المصالح .
- استقطاب المترشحين والأعضاء

* فيما يخص الخطاب الإعلامي للأحزاب يجب مراعاة الآتي :

- للكشف عن حقيقة واقع الخطاب الإعلامي المعارض بين المصالح الوطنية والعواطف الحزبية لابد من إقامة دراسات تحليل المضمون قائمة على منهجية علمية موضوعية.

- الاستفادة من إجراء بحوث المسح الميداني لمعرفة اتجاهات وآراء الجمهور والمتخصصين والمعنيين بشكل عام ، والكشف عن الايجابيات والسلبيات للخطاب الإعلامي الأحزاب عبر المتخصصين وفي إطار ما يعرف بالأطر المرجعية في دراسات الخطاب الإعلامي.

- الاستفادة من الدراسات النقدية وتقبل نتائجها ويصدر ربح إلى جانب تقبل ملاحظات وتصويبات المعنيين وتوصيات الندوات والمؤتمرات العلمية ونتائج وتوصيات البحوث العلمية.

- الخطاب الإعلامي يعتبر هو انعكاس لتوجهات الأحزاب السياسية وهذه هي المشكلة ومن هنا ولكي يتم إصلاح ذلك الخطاب وترشيد أدائه لما يخدم المصالح العامة والعليا للوطن ويتحرر من التعصبات الحزبية لابد من إصلاح نهج الأحزاب وتحولها من أحزاب إيديولوجية أو طائفية أو مناطقية أو سلالية أو عشائرية إلى أحزاب برامجية تتسابق وتتنافس في خدمة الوطن .

- الخطاب الإعلامي للأحزاب هو الأداء الإعلامي والفكري والسياسي للأحزاب وأخطاؤه وتجاوزاته هي انعكاس لأخطاء وانحرافات في فهم وتوجه وممارسة دور الأحزاب ومن هنا كان لزاما على المعنيين بالخطاب الإعلامي من الأحزاب ومن معهم تقويم أدائهم كالأحزاب على ضوء ما تستلزمه مصالح الوطن العليا والمفاهيم التعددية السياسية البرامجية والرسالة المقدسة للمعارضة التي تعني الخيرية من خلال التصويب والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، قال الله تعالى (كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر) ، وعلى ضوء الأثر (المؤمن مرآة أخيه) أي ترى السلطة جوانب قصورها من خلال تصويب المعارضة بالحكمة والإقناع الحسن كما قال الله تعالى: (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين) (العجل:الانترنت):.

- ضرورة وعي وتفهم المعنيين بالخطاب الإعلامي للأحزاب لضرورة التفريق بين الانتماء الحزبي ورسالة الإعلام الملتزمة والمتشعبة بروح المسؤولية الإعلامية والاجتماعية والواجبات الوطنية المقدسة ومن خلال ترسيخ الآتي :

أ. نهج التعددية السياسية البرامجية بحيث تتنافس تلك التعددية في خدمة الوطن والمواطنين كما يقول الله تعالى: (فليتنافس المتنافسون)، على ضوء قوله تعالى (وافعلوا الخير لعلكم تفلحون) وقوله تعالى: (لا خير في كثير من نجواهم إلا من أمر بصدقة أو معروف أو إصلاح بين الناس) ، وعلى ضوء قول الرسول صلى الله عليه وسلم (خير الناس أنفعهم للناس) وقوله صلى الله عليه وسلم: (خيركم خيركم لأهله).

ب. حماية الممارسة الديمقراطية من الانحراف بها عن المسؤولية الوطنية والأهداف الإنسانية الشورية العظيمة والتنافسية البرامجية.

ج. انطلاق الخطاب الإعلامي للأحزاب على مبادئ وأسس وقيم وأخلاق المهنة الإعلامية وقيم وواجبات المسؤولية الاجتماعية والإعلامية وواجبات وحقوق المواطنة الصالحة، ذلك إن تقليص التعصبات والرؤى الحزبية الضيقة وإعلاء المهنة الإعلامية ومعايير المسؤولية الاجتماعية وواجبات المواطنة الصالحة هو الكفيل بنجاح الخطاب الإعلامي الحزبي.

د. الالتزام العملي السلوكي بالممارسة الإعلامية القائمة على التوازن والتكامل بين الحرية والمسؤولية الإعلامية.

هـ. تركيز أولويات الخطاب الإعلامي على تدعيم الثوابت الوطنية ثم القواسم المشتركة ثم اهتمامات الجمهور المتلقي ومصالحهم ففي المجتمع الديمقراطي يتم توحيد الرأي العام والتأثير فيه من خلال تسليط الضوء على القضايا التي تهم المجتمع وان خير من يقوم بهذه الوظيفة المحررون والصحفيون.

و. حماية الخطاب الإعلامي من الإحكام المسبقة وإدعاء الوصاية واحتكار الحقيقة والتشاؤم والإحباط والتئيس والأساليب الدعائية والتضليل والتحيز والكذب والإشاعات والتضارب والإثارة والانفعالية والتلوين الدعائي وكل ما يسيء إلى المهنة الإعلامية.

ز. إنكار الذات والمصالح والرؤى الضيقة في سبيل إثارة القيم والأخلاق المهنية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية والواجبات الوطنية وتغليب مصالح الوطن العليا ودفع المفسد الكبرى بالصبر على المعالجات الحكيمة للمفسد الصغرى فإن الحضارات لا تتحقق إلا عبر ذلك.

ح. نأمل من تطوير الخطاب الإعلامي للحزب الحاكم وخاصة في الحد من المناكفات الحزبية السياسية والتطور في تفعيل السلطة الرابعة المعروفة بالرقابة الإعلامية.

ط. إبراز منافسة الخطاب الإعلامي للأحزاب للمجلس كقدوة للارتقاء بالخطاب الإعلامي الحزبي وتطويره لما فيه الصالح العام(العجل:الانترنت) .

المبحث الأول : مفهوم ونشأة الرأي العام

أولاً : النشأة التاريخية للرأي العام

لإعطاء تعريف واضح لمفهوم الرأي العام إرتأت الباحثة أن تستعرض في البداية التطور التاريخي لرأي العام من البداية إلى أن أصبح مصطلحاً شائع الاستعمال والتداول ، فالاشياء توجد أولاً ثم تعرض اسمائها ومنها الرأي العام فهو قديم قدم البشرية ، وإن هذا المصطلح كمصطلح من مصطلحات العصر الحديث الذي تعددت فيه وسائل التعبير عن هذا الرأي العام من الصحيفة الى الإذاعة الى التلفزيون .

ففى الازمنة القديمة والمجتمعات البدائية كانت شتى ضروب التجديد تأتى عادة عن طريق تطبيق القواعد المتولدة عن العادة اكثر مما كانت تأتى عن طريق المناقشة وتكوين الرأي لان ما كان يحدث في الواقع هو مجرد تداعى وتولد المعتقدات والقيم الثابتة المستقرة المصطلح عليها والاجراءات التى جرت عليها العادة .

يلاحظ المتأمل أن كتابات افلاطون (427-374 قبل الميلاد) تشكل مراجع عن الرأي العام أكثر فعالية من أية مراجع اخرى كتبت في هذا الميدان ، ولا يعنى هذا أن افلاطون كان يقصد شيئاً من هذا القبيل بل أن الأمر على النقيض من ذلك تماماً ، غير أن كتاباته تشكل اساساً فكرياً لدراسة الرأي العام لأنه عالج المقومات الجوهرية للتفكير وسلطانه ، ولقد كان يحبذ (افلاطون) يحبذ قيام الدولة الاستقرائية من خلال النظر اليها باعتبارها دولة ذات صبغة عقلانية وطبقية وكانت رؤياه موجه الى الرؤية القدسية اكثر مما كان موجهها الى الشئون الدنيوية ، قائمة على اساس موافقة المحكومين وقبولهم ويكون فيها الحكام هم الاوصياء على الصالح العام ، اما ارسطو(384-322 قبل الميلاد) فقد نحا منحى آخر ، وذلك بأن قال : إن معرفة الشئ عند الاستخدام بالتجربة المباشرة يختلف نوعياً عن معرفة العالم له ، وترتيباً على ذلك يمكن القول ان هذه التجربة المباشرة بالذات للضغوط والاعباء المتعلقة بالحكم ولأثرها على الاهتمامات والاهداف البشرية هى ما يعبر عنه الرأي العام (حاتم،1993،ص14).

عندما اكتشف الانسان الكتابة وما رافقها من تطور وظهور الحضارات زادت أهمية الرأي العام ، فكان حكام (سومر) و (بابل) و(آشور) يقيمون للرأي العام وزناً لا بأس به ، بل أن هذه الامبراطوريات القديمة

ابتدعت اساليب مؤثرة وفعالة من شأنها إدخال الرعب والخوف في قلوب اعدائها ومنافسيها عن طريق تصوير حكامها في شكل ابطال شجعان غير عاديين يهزأون بالموت ولا يخشون اي قوة ، وعن طريق تصوير جيوشها في شكل محاربين لا تلين لهم قناة ولا يغلبهم احد ، وعن طريق تصوير معداتهم الحربية في شكل معدات جهنمية تقذف بالنار واللهب ، وما شاكل ذلك من اساليب تؤثر في الجموع والجماهير الصديقة والمعادية على النحو الذي تكشف عنه الآثار التي لا تزال باقية حتى يومنا هذا .

كما تكشف آثار مصر القديمة عن إدراك واضح للرأى العام وتكشف عن أساليب راقية للتأثير فيه وتوجيهه الوجهة المطلوبة مثل (تأليه) الفرعون وتقديس الكهان وتشبيد المعابد وإقامة الأهرامات ، ولم يكن هذا كله سوى أساليب متطورة للتأثير في الرأى العام(شاهين،2010،ص9).

كانت المدن اليونانية القديمة أول من أعطى للرأى العام مجالاً واسعاً لتنظيم شئون المجتمع ، ولقد تحدث الرومان بعد ذلك عن (الآراء الشائعة) ووصلوا الى مفهوم (صوت الجمهور أو صوت الشعب) ، وإن الكلمات الإغريقية كمصطلح كراى المواطنين الراغبين في التأثير في الأمور العامة ، وقد ظهر في روما القديمة مفكرون وخطباء مفوهون من أمثال (شيشرون) واخيه (كونيتوس) وغيرهما ممن اسهموا في تكوين الرأى العام وتشكيله بل أن كونيتوس كتب رسالة كاملة عن الدعاية وفنونها ، كذلك حفلت روما بالآداب والفنون ذات التأثير القوي الفعال على العقول والاخليلة وانماط السلوك فضلا عن النشرات المكتوبة التي كانت توزع على المواطنين (حاتم،1993،ص14) .

كانت هنالك عدة عوامل ساعدت على زيادة الرأى العام هي (شاهين،2010،ص9) :

قيام المدن وظهور التجمعات الجماهيرية الكبرى.

قيام الثورة الصناعية وقيام النظم الديمقراطية .

التوسع في الانتخابات وتحرير المرأة العبيد .

إنتشار التعليم .

ظاهرة الصالونات خاصة في فرنسا ، والثورات ونشوب الحروب .

ظهور وسائل المواصلات الاتصال.

ثم جاءت الحضارة الاسلامية ومن خلال القواعد التي ارستها نستطيع القول ، إنها قد إهتمت بالرأى العام وأعطته سلطات كبيرة تصل الى حد معصية الحاكم والثورة عليه إن هو خرج عن حدود سلطته المحددة له ، وقد وضع الإسلام اصولاً عامة منها مبدأ (الشورى) كما اعترف الاسلام بالحقوق والحريات كحق الملكية الفردية والجماعية وأقام حرية الرأى وحرية العقيدة وغير ذلك من الحريات الاخرى .

إذا تتبعنا سيرة المصطفى صلى الله عليه وسلم فهمى تشريع سني معروف من خلال انه كان يعمل على إيجاد الرأى العام ، ولكنه عن وعي وإدراك تأمين لما يدعوا له ، إلى أن تمكن من إقامة الدولة الإسلامية ، حيث كانت قريش تؤلب الرأى العام ضده حتى تتغلب على دعوته بل كانت تعمل على أن لا تسمع ويصبح لها رأى عام ، وقد نجحت دعوته في المدينة بعد أن اصبح لها رأى عام ، حتى في قوله : ثم لا يجدوا في أنفسهم حرجاً مما قضيت وسلموا تسليماً" (قرآن كريم،سورة النساء،الاية65) ونراه صلى الله عليه وسلم قبل أن يغزوا كان يهيئ الرأى العام بين المسلمين وهذا استنتاج من سيرته المباركة ، لأن الفكر عنده يسبق العمل ويريد أن يقوم الناس به عن قناعة مسبقة .

أبتدأ ميكافيلي (1469-1527) كتاباته متناولاً الفكر الفلسفي ما يسمى (بالرأى العام) فقد اعتبره عنصراً يجب أن يؤخذ بالحسبان في علمية الصراع من أجل السلطة .

اما شكسبير (1564-1616) فانه فردي عصره في إدراك مفهوم (الرأى العام) عن غير عمد او قصد ، ويكفي كدليل على ذلك تصوير مدى ادراكه وقوة فكره وسلطانه ان نذكر ما اجراه على لسان "هاملت" من انه : "لايوجد شئ يمكن وصفه بأنه خير أو شر ذلك ان التفكير هو الذي يخلع عليه هذه الصفة أو تلك " ، وكذلك يقول شكسبير في احدى مسرحياته على لسان احد الشخصيات : " أن الرأى العام هو الجواد الذي يمتطي الحاكم صهوته (حاتم،1993،ص14).

فيما كان روسو (1712-1778) أول فيلسوف يستخدم تعبير الرأى العام ومن أهم كتاباته كتابه في العقد الاجتماعي ، ويمكن اعتبار الفكرة الاساسية وراء العقد الاجتماعي هو موضوع الوحدة (وحدة البناء الاجتماعي) وذلك باخضاع المصالح الخاصة للادارة العامة ، فالحكومة دورها مساعد لأن الادارة العامة

هى مجموع ارادة الشعب الذي يضع القوانين والحكومة ما هى الا الافراد الذين يقومون بتنفيذ القوانين ، وواضح أن مفهوم إرادة الشعب يشير في المعنى العملي التطبيقي الى جوهر الرأى العام في معناه المعاصر في القرن الثامن عشر المسمى (عصر التنوير) جاءت الثورة الامريكية وبعدها الفرنسية كأبرز حدثين يعبران عن دور قوة الرأى العام ، فقد شهد القرن السابع عشر ظهور مفكرون تمردوا على استعباد العقول وسحق الرأى العام فكتب (ملتون) يطالب بالغاء تصاريح الطباعة والنشر ، وكتب (جون لوك) مدافعاً عن الحرية الفكرية ، وكتب (وليم تمبل) رسالته المشهورة عن السلطة السياسية ، وسرعان ما ادى التطور التجاري ونشوء الطبقة الوسطى وانتشار التعليم الى تدعيم مكانة الرأى العام واهميته(حاتم،1993،ص16).

اما في القرن الثامن عشر والمسمى - عصر الاستنارة - حقق الرأى العام أروع الانتصارات وذلك في قيام الثورتين الفرنسية والامريكية تحقيقاً لرغبات الرأى العام ، كما تمثلت في ظهور مفكرين أحرار من أمثال (مونتسكيو) و(فولتير) و (روسو) وغيرهم من المفكرين الذين دافعوا عن العقل الانساني ومهدوا الطريق اما نشوء الرأى العام الحر المستنير ، ثم جاء القرن التاسع عشر المليء بالاحداث والتغيرات حيث قامت الثورة الصناعية وتطورت الكشوفات العلمية واختراع وسائل الاتصال الجديدة حتى اصبح الرأى العام ذا سطوة وسلطان كبير ، كان من نتائجه مطالبة العمال بوضع التشريعات التى تضمن حقوقهم ومصالحهم ، وشهدت نهاية القرن التاسع عشر كتابات (جوستاف لوبون) العالم الاجتماعى الذى كان احد الاوائل الذين ادركوا فكرة (الجمهور) و(التكتل) الشعبى وتأثيرها في العمل السياسى ، واخيراً جاء القرن العشرين فتوج انتصارات الرأى العام بمزيد من الانتصارات ذلك ان ظهور الراديو والتلفزيون والسينما قد جعل هذا القرن قرن الرأى العام ، وكان للحرب العالمية الاولى التى شهدها هذا القرن أثر هام في تدعيم الرأى العام فظهرت الدراسات النفسية في القارة الجديدة بعد هذه الحرب التى ركزت على دراسة السلوك قادت الى اكتشاف ان اصل السلوك ما هو الا بعض صور التهيؤ للعمل واطلقت عليه مفهوم (المواقف) أو (الإتجاهات) وهذا المفهوم ليس الا الرأى العام في جوهره أو القاعدة التى يقوم عليها الرأى العام ، ومنذ الثلاثينيات بدأ ما يسمى بأبحاث وقياس الرأى العام حيث تقوم هذه الابحاث بقياس المواقف وردود الافعال على اقضايا والموضوعات التى تشهدها الحياة السياسية (حاتم،1993،ص16).

إن الاحداث الضخمة التي شهدتها القرن العشرين والتي هزت الوجدان العالمي بأسره من الحروب العالمية الأولى والثانية قد أثرت بهذا الشكل أو ذاك بالرأى العام وبدوره في الحياة السياسية الوطنية والدولية واصبح لرأى العام دور كبير في صياغة الاحداث وفي توجيهها ويات اصحاب القرار السياسي يضعونه في حساباتهم سواء صرحوا بذلك أم لم يصرحوا به .

(أ) الرأى العام لغةً :

يعتبر الرأى العام مصطلح من المصطلحات القليلة التي يصعب على الباحثين تحديدها تحديداً دقيقاً ، وتؤكد التعريفات المختلفة له على صعوبة وضع تعريف دقيق محدد - للرأى العام - ، ويذهب بعض الباحثين الى أن القدرة على قياس الرأى العام (تفوق القدرة على تعريفه أو تطويعه ، فعلى الرغم من أن المفهوم ظهر في القرن الثامن عشر فانه لم يعرف بعد بشكل محدد أو مرضي ، فالرأى العام من الصعب وصفه ، ومن غير الميسور قياسه ، ومن المستحيل رؤيته ، ورغم كل هذه الصعوبات فإن قوة الرأى العام لا يمكن تجاهلها في أي مجتمع)(عبدالله،راغب،1992،ص89).

فيتكون الرأى العام من كلمتين هما : الرأى العام ، وكلمة الرأى لغةً َّ كما جاء في المعجم الوسيط تعنى : الاعتقاد والعقل والتدبر والنظر والتأمل ، ويقال في اللغة (رأى ، يرى ، رؤية ، راء ، الرائي ، مرئي) ، ورأى الشئ أبصره بحاسة البصر ، ورأى فلان رؤيا فيما يرى النائم ، ف الرؤية المشاهد بالبصر ، والرؤيا فيما يراه المرء وعتقده (المنجد،1988،ص243) .

يبين الخليل بن احمد الفراهيدي في معجم العين أن الرأى قسمان هما رأى القلب ورأى العين ، ويفصل بين مستوى العيانية ، والرؤية القلبية ، والرؤية القلبية هنا بمعنى الرؤيا العقلية (الفراهيدي،1985،ص30).

تشير بعض المعاجم العربية الى ان الرأى والعقل ينبعان من دائرة واحدة والعلاقة بينهما وثيقة بحيث يكاد مفهوم الرأى يكون هو العقل(الصعيدى،موسى،1987،ص81).

اما كلمة عام في اللغة فتعنى الشامل ، وعكسه الخاص ، وجذر الكلمة عمَ (عمم) ، يعم ، عموماً ، عام وتقال للعام من كل أمر، كما جاء في القاموس المحيط، ويشير وصف الرأى بأنه عام الى الشمول

الناشئ عن وجود الجماعة من الناس الذين يتعلق بهم الرأي العام (المعجم العربي الاساسي، 1412هـ، ص869).

يفيد التطور الدلالي لمصطلح الرأي العام بأنه ترجمة حرفية للمصطلح الانكليزي Public Opinion الذي يقابله باللغة الفرنسية Opinion Publique ويتضح من النص ان اصل كلمة Public فرنسي ويعنى الجمهور ، أو العامة من الناس ، أو عموم الشعب، وهى كلمة مستحدثة جاءت بها الثورة الفرنسية لتعطي مدلولاتها الحديثة ، اما كلمة Opinion - وهى كلمة لاتينية الاصل - فتعنى (فكرة - رأى - معتقد فكري) وجذر الكلمة Opioe ويعني العقل ، وتبعاً لذلك فان مصطلح الرأي العام Public Opinion يعني بشكل دقيق رأى العامة من الناس ، الذين يطلق عليهم الآن مصطلح الجماهير ، وقد جاءت الترجمة العربية للمصطلح لتنتقله من مفهوم رأى العامة الى الرأي العام ، وفي ذلك اختلاف دلالي كبير مابين مفهوم الكلمتين العامة والعام لغوياً وفلسفياً وفقهياً (الدبيسي، 2011، ص26) .

اما معجم المصطلحات الاعلامية فيعرف الرأي العام بأنه " وجهة نظر اغلبية الجماعة التى لا يفوقها رأى آخر ، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعنى بالجماعة وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة ، وان رأى العام صورة من صور السلوك الجمعي (الجماعي) ، تمخضت عن مناقشة وجدل بين أفراد متعددين تعينهم المسألة التى يتعلق بها هذا السلوك أو هذه المناقشة ، ويتجهون لتحقيق هدف أو غاية مشتركة، ويتأثرون في ذلك باعتبارات وعوامل مختلفة(شليبي، 1989، ص48).

يعرف قاموس وبستر رأى العام بأنه رأى المشترك ، خصوصاً عندما يظهر أنه رأى العامة من الناس (الدبيسي، 2011، ص26).

(ب) الرأي العام اصطلاحاً :

تفيد التعرض للتعريفات المختلفة للرأي العام والتي أوردها كبار الباحثين في دراساتهم التعرف على وجهات النظر والآراء المختلفة ومدى الاختلاف والاتفاق في تقدير المتغيرات المؤثرة في الرأي العام والمكون له .

يذهب جون ستيورات ميل إلى ان ما يريده أو يرفضه المجتمع - أو الفئات القوية فيه - هو الشيء الاساسي الحاسم الذي تتقرر بمقتضاه القواعد التي يجب مراعاتها وعدم تعارضها مع القانون أو الرأي ، أما ميكافيللي فيذهب الى أنه لا يمكن لأي حكيم أن يتجاهل الرأي العام في القضايا ذات الطابع الجماهيري ، لأن الجمهور لن يرتكب أي خطأ في ترتيب واختيار الأفضليات ، كما أن خطاءه - إذا ارتكب - ستكون محدودة بالقياس الي الأخطاء التي يمكن أن تنجم عن تجاهل رأيه (بدر، 1977، ص63).

أما جيمس برايس فيذهب إلى أن الرأي العام هو مجموعة الآراء التي يدين بها الناس ازاء القضايا والموضوعات التي تهم المجموعة وتؤثر فيها ، وعرف (دوب) في كتابه " الرأي العام والدعاية " : بأنه ميول الناس أزاء قضية ما حينما يكونون أعضاء في نفس الجماعة الاجتماعية ، فالرأي العام في نظر دوب هو ثمرة الجدل والنقاش بين الأفراد ، حيث يسود أحد الآراء الفردية على بقية الآراء أو تصل الجماعة الي رأي جديد كان في بادئ الأمر فردياً ثم تناولته الجماعة بالتحوير والتبديل " ، ولكن يرى فلويد البورت الرأي العام بأنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس عما يرونه في مسألة ما - إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه اليهم - تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لحالة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية جماهيرية ، بحيث تكون نسبتهم في العدد - مع الكثرة والاستمرار - كافية للتأثير على افعالهم بطريقة مباشرة تجاه الموضوع محل الرأي(حسين، 1997، ص17) .

يقول جيمس يانج : أن الرأي العام هو الحكم الاجتماعي الذي يعبر عنه مجتمع واع بذاته ، وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها ، على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة اساسها التعقل والمنطق ، وأن يكون هذا الحكم من الشدة والعمق ما يطفل تأثيره على السياسة العامة (بدر، 1977، ص63) .

أما وليام ألبيج فيرى أن الرأي العام يأتي نتيجة عملية النقاش بين الأفراد والجماعات الصغيرة وعرفه في كتابه (الرأي العام الحديث) من خلال عدة أسس تتمثل في (حسين، 1997، ص18) :

- الرأي العام هو الرأي الناتج عن عملية تفاعل أفكار الأفراد في أي شكل من أشكال الجماعة نحو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة ما .
- الرأي العام هو تعبير فئات الجماهير عن الموضوعات التي تدور فيما بينهم .
- الرأي العام هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما وتعبّر عن رأي الأغلبية .

يحدد الدكتور. أحمد أبو زيد تعريف الرأي العام بأنه وجهة نظر أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه أو يجبه رأى آخر ، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعنى الجماعة وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة (أبو زيد، 1968، ص39).

أما الدكتور/مختار التهامي فيرى أن الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة ، النسبة لقضية أو أكثر ، يحتدم فيها الجدل والنقاش ، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشرةً (التهامي، 1974، ص26).

عرف الدكتور. إبراهيم أمام : (الرأي العام بأنه الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف ، أو تصرف من التصرفات ، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير إهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة) (أمام، 981، ص193) .

يرى الدكتور. اسماعيل سعد (أن الرأي العام من وجهة نظر علماء الاجتماع - بأنه حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شئون تمس النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم ، والتي يمكن أن تؤثر في تشكيلها عمليات الإتصال التي قد تؤثر نسبياً أو كلياً في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي والدولة) (سعد، 1972، ص49) .

يذهب بعض الباحثين الي تلخيص بعض التعريفات الحديثة للرأي العام في الدراسات الأجنبية ويخلصون من ذلك إلى أن " معظم الكتاب يرون أن الرأي العام يمثل الاتفاق الجماعي Consensus في الرأي بين

عدد متفاوت من الافراد ، وأن هذا الاتفاق يمارس درجة من القوة ، وينشأ هذا الاتفاق بمرور الوقت من جميع وجهات النظر التي تظهر وتنبور حول أمر أو قضية موضع نقاش (عبدالله،راغب،1992،ص91).

يتحدث التقرير النهائي للجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الى أنه من الأجدى تعريف الرأي العام بايضاح الأوصاف التي لا تنطبق عليه ، فهو ليس فطرياً بل يضرب جذوره في البنى الاجتماعية والثقافية ، وهو ليس مجرد تعبير عن إرادة الشعب وليس متطابقاً مع الجمهور على الرغم من أنه يرتبط به ارتباطاً وثيقاً ، ونظراً لأنه ليس أمراً يتعلمه الانسان أو تفرضه السلطة ، فانه مختلف عن الأيدلوجية ، كما أنه ليس معادلاً لمجموعة من المعارف ، بالرغم من أنه لا يمكنه أن يوجد دون توافر بيانات ومفاهيم تولدها التجربة ، وتستخدم مثل هذه البيانات لمعرفة ما إذا كان الجمهور يوافق على الموضوع أم لا يوافق ، فالرأي العام إذن هو رأى الذين لا يشاركون في عملية إتخاذ القرارات ويوجدون خارج مراكز السلطة(اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال (اليونسكو)،1981،ص410) .

ترى الباحثة الرأي بأنه تصور الذهن لأمر من الأمور داخلياً، متضامناً مع التعريف ولكن المقصود به في نطاق الفكر الدستوري الرأي معبراً عنه(حجاب، 2004 ،ص261) ، ولذلك عندما نتحدث الدساتير أو الدستوريون عن حرية الرأي لا يعنون التصور الداخلي (الذي لا يحتاج في ذاته لحماية لأنه باطني) ، إنما يعنون بالذات التعبير عنه ، لذلك تعرف حرية الرأي أحياناً بأنها قدرة الشخص على التعبير عن آرائه ونقل افكاره للناس بمختلف وسائل لنقل الآراء ونشرها ولادعوة لها .فالرأي هو الموقف الاختياري الذي يتخذه الفرد نحو أمر جدلي أو قضية خلافية وبالتالي فانه يعني الاختلاف والتناقض بعكس الحقائق التي تعني القبول العام وبدون الاختلاف والتناقض حول المسائل الجدلية لا يوجد مجال لبدء الرأي .

يجد د. سمير محمد حسين أن وضع تعريف حديث شامل للرأي العام يجب أن يسبقها إيضاح لبعض النقاط والجوانب الأساسية التي تسهم في بلورة هذا التعريف ويعرض أهم الجوانب فيما يلي (حسين،1997،ص21) :

- يرى بعض الباحثين إلى تعريف كلمة "عام" Public بأنها مرادفة لكلمة شائع أو جماهيري ، بينما تعبر هذه الكلمة في سياق تعبير (الرأي العام) عن كلمة جماعة ، أو جمهور ، أو فئة ، أو شعب ، وهذه الجماعة او هذا الجمهور يتأثر أفراده معا بتصرفات أو أفكار معينة، ومن هنا فان الرأي العام

- طبقاً لهذا التفسير - ليس هو الرأي الشائع على إطلاقه ، بل هو رأى جماعة معينة ، أو فئة معينة ، أو جمهور معين ، وقد يكون لديه اهتماماً خاصاً بالموضوع أو الفكرة أو القضية التي يقاس رأيه فيها ، أو قد يكون جمهوراً متجانساً من الناحية التعليمية ، أو الثقافية ، أو الاجتماعية ، أو المهنية ، أو العمرية ، وغيرها من التقسيمات المختلفة .

الدليل على صحة هذا التفسير أنه في حالات قياس الرأي العام لدى فئات مختلفة حول موضوع معين ، فإن النتائج النهائية للدراسة يجب تقسيمها طبقاً لآراء فئات متجانسة في داخلها .

- تستخدم كلمة الرأي لوصف التعبير عن شئ مختلف أو متميز عن المعرفة الثابتة ، فالرأي هو التعبير عن اتجاه نحو أمر جدلي أو قضية خلافية ، وبالتالي فإنه يعني الاختلاف والتناقض - بعكس الحقائق التي تعني القبول العام (عبدالله، راغب، 1992، ص90). - ويدور الاختلاف والتناقض حول مسائل جدلية أي يوجد فيها مجال لأبداء الرأي ، كما يعني ذلك أن يكون الرأي معلناً .
- الرأي جزء من منظومة متكاملة تبدأ بالمعلومات وتنتهي بالسلوك ، وتشمل (المعلومات ، الآراء ، الاتجاهات ، القيم والمعتقدات والمعتقدات ، السلوك) ويخلط كثير من الباحثين بين هذه المسميات الخمسة في نفس الوقت الذي لا يمكن فيه تكوين الآراء إلا بناء على المعلومات ، وبالتالي فإن الرأي العام هو الخطوة الثانية التي تتأسس على المعلومات ، ولا يمكن قياس الرأي العام لدى فئات ليس لديها معلومات عن الموضوع أو القضية المطلوب قياس الرأي بشأنها، كما أن المعلومات الخاطئة أو المضللة تؤدي الى تكوين الآراء الخاطئة أو السلبية، من جهة ثالثة توجد علاقة بين الرأي والاتجاه ، فالرأي هو التعبير المعلن عن اتجاه أمر جدلي أو قضية خلافية ، بينما يعبر الاتجاه عن الميل أو الاستعداد لدى الفرد للقيام بسلوك ايجابي أو مضاد نحو موضوع ما .
- يرى بعض الخبراء الي أنه من الافضل اطلاق مصطلح (الاتجاهات الجماعية) على الرأي العام ، ويتحدث دكتور . حامد زهران الى أن الرأي العام ليس مرادفاً تماماً للاتجاه - الذي يمكن تعريفه بأنه الحالة النفسية القائمة وراء رأي الفرد فيما يتعلق بموضوع معين - لأن الرأي العام يرتبط بعناصر الخلاف والأخذ والعطاء حول الموضوع أو المشكلة . كما أن هنالك تمييزاً عملياً بين الرأي والاتجاه هو أن وجود الرأي يتطلب وجود موضوع أو مشكلة لابداء الرأي فيهما، ويميل الاتجاه الي الثبات النسبي والاستقرار لتحقيق التناسب في استجابات الفرد وسلوكه تجاه مثيرات البيئة من حوله بينما الرأي العام متغير نسبياً (حسين، 1997، ص21) .

- تعدد نوعيات الرأى العام ما بين باطني وظاهر ، فعلي وكامن ، ومحلي واقليمي ودولي ، ويومي ودائم ، مما يؤدي الي صعوبة وضع تعريف متكامل ينطبق على كافة هذه النوعيات .
يرى بعض الباحثين الى أن هنالك عوامل وعناصر تؤثر في تحديد مفهوم الرأى العام ، حيث ان هنالك عدة عوامل أهمها (حسين،1997،ص24) :

- الرأى العام - كراًى موحد للجماعة - أمر لايمكن تصوره حتى اثناء مراحل كفاح الشعوب ونضالها من أجل كيانها وحياتها ، ويرجع ذلك الى اختلاف الجماعات في الشعب الواحد ، والى فروق واضحة بين اعضاء المجتمع الواحد ، والحكومات الواعية هى التي تحاول أن توحّد الرغبة بين أفراد الشعب الواحد وجماعاته بشرط أن يتميز الشعب بالحيوية والايجابية .
 - اذا أخذ مفهوم الرأى العام بمعنى أنه يشير الى طريق واحد لمسيرة الجماعة كلها فقد لا يكون له وجود على الاطلاق ، ولكن هنالك رأياً واضحاً من بين آراء الجميع أو رأياً غالباً على ما حوله من آراء .
 - الرأى العام ليس رأى شعب بأكمله ، بل يصح أن تعتبره رأى طبقة لها الغالبية والقوة بين طبقات الشعب كلها .
 - الرأى العام هو أقرب تعبير عن الحركات أو التيارات الكامنة وغير الواضحة في الحياة العامة .
 - الرأى العام هو التيار اليومي الذي يغلب صوته على صوت الآخرين في وسائل الاعلام والمجالس النيابية .
 - ينتج الرأى العام عن تفاعل أفكار الأفراد أو في أى شكل من أشكال الجماعة .
 - يتكون الرأى العام من خلال التفاعل بين الآراء المتضاربة للجماعة والأوضاع المتناقضة لأعضائها .
- يعتبر الرأى العام ظاهرة اجتماعية وسياسية(الفار،2006،ص180) حيث يتكون داخل المجتمع ويؤثر ويتأثر بالنظام السياسي الذي يسود المجتمع ، ويأخذ أشكال التعبير عنه ، والعوامل التي تشكله من طبيعة المجتمع الذي يتكون فيه ، وهو كظاهرة لهذه الصفات ملازم لنشؤ الدولة والسلطة السياسية ، فنج أن الرأى العام قد كان ملازماً لكل الأنظمة السياسية ، فنج ان الاهتمام بالرأى العام قد كان ملازماً لكل الانظمة السياسية التي شهدتها الأرض بغض النظر عن طبيعتها سواء كانت ديمقراطية أو ديكتاتورية ، إضافة لذلك هو رأى مجموعة من الناس تربطها اهتمامات مشتركة حول قضية معينة في مكان وزمان معين ، أو هو الموقف الاختياري الذي يتخذه الفرد إزاء مسألة أو قضية متنازع عليها وقابلة للجدل ، أو هى الرأى السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة للموضوع أو اكثر يمس هذه الغالبية مساً مباشراً أو يشغل تفكيرها .

يعرف الرأى العام بأنه الحكم الذي تصل اليه الجماعة في قضية ما ، ويشترط لتحقيق الرأى العام السليم شروط أهمها (حاتم،2003،ص49) :

- أن تكون هنالك مناقشات وافية حول القضية المطروحة .
 - أن تكون القضية المثارة بكل حقائقها ، عن طريق القادة وأجهزة الاعلام والدعاية ، أو عن طريق الجماعات والهيئات العامة.
- تحدد دكتورة سامية احمد جابر العناصر الجوهرية التى يمكن أن ينبني عليها تعريف الرأى العام من أهمها (عبدالله،راغب،1992،ص90) :

- يتكون الرأى العام من مجموع أفضل الآراء والتي يطلق عليها تركيبة الافضليات لغالبية الأفراد في مجموعة جماهيرية ما ، ومن ثم فان الكثرة العددية أمر هام .
 - يتكون الرأى العام حيال قضية تهم تلك الغالبية أو تهم مجموعة كبيرة من جمهور ما، وليس المقصود أن يتفق رأى كل اعضاء هذا الجمهور حولها ، إلا انها تحدد جمهور الرأى العام .
- قد عرفت لجنة اليونسكو لدراسة مشاكل الاتصال في العالم الرأى العام عبر ايضاح الأوصاف التى لا تنطبق عليه " فهو ليس فطرياً بل يضرب بجذوره في البنى الإجتماعية والثقافية وهو ليس مجرد تعبير عن إرادة الشعب وليس متطابقاً مع الجمهور على الرغم من أنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً "(عطية،2006،ص12).

ثانياً : وظائف الرأى العام :

هنالك وظائف مهمة للرأى العام في بناء المجتمعات وتسييرها وقيادتها وأهم هذه الوظائف هي(حجاب،2000،ص261) :

1. سن القوانين :

من الشروط الأساسية لنجاح القوانين ، أن يكون ممثلو الرأى العام في البرلمان ممثلين له فعلاً نتيجة لانتخاب حر ، حتى يكون تشريع القوانين والغاؤها نابعاً عن رغبة الرأى العام الممثل في نوابه أمام المجالس الشعبية ، كما يشترط أن يمهد لهذه القوانين أجهزة الاعلام والدعاية حتى يتبين الرأى العام ما هو صالح من القوانين التي تصدر من اجله وتطبق عليه ،واحياناً تصدر قوانين توافق عليها البرلمانات قبل التمهيد لها عند الرأى العام ، وهى وسيلة خاطئة لا تؤدي الي النتائج المطلوبة ، وقد حدث أن صدر قانون منع الخمر في امريكا ، قبل أن يعرف الرأى العام اضرار الخمر وفوائد القانون الذى صدر لمصلحة الشعب الامريكي ، وقال الرئيس الامريكي "ولسن" حينذاك:إنها وسيلة خاطئة لعمل شئ -حسن".

الرأى العام اقوى من القوانين بل انه يستطيع أن يلغى البرلمان نفسه اذا اخطأ هذا البرلمان ، كما أن الرأى العام عاطفي ، بينما القانون صارم وتحكمه مواد صريحة.

اذا عقدنا مقارنة بما حدث من تحريم الخمر في الاسلام وما حدث من صدور قانون امريكي حديث يمنعها لأدركنا هذه الناحية الهامة في اتجاهها الرأى العام : فقد بدأت آيات تحريم الخمر بالتمهيد المبدئ بقوله تعالى " لاتقربوا الصلاة وأنتم سكارى" (القرآن الكريم:سورة النساء :الآية43) ، وانتهت بالتحريم المقترن ببيان الاضرار في قوله تعالى " إنما الخمر والميسر والأنصاب والأزلام رجس من عمل الشيطان فأجتنبوه لعلكم تفلحون" (القرآن الكريم:سورة المائدة :الآية91)، وكان هذا التمهيد مع بيان الاضرار هو الوسيلة الاعلامية للاقناع قبل صدور قرار التحريم .

2. مساندة الرأي العام للهيئات الاجتماعية والسياسية والقادة والمفكرين :

يقوم الرأي العام بدور أساسي في مساندة الأفكار الاجتماعية والسياسية وغيرها، بل أن تأييد الرأي العام هو العنصر الأساسي لنجاح أى فكرة تدعو إليها هيئة من الهيئات أو يدعو إليها القادة والمفكرين .

قد تظهر فكرة سابقة لأوانها يدعو إليها مفكر من المفكرين ، فيقف ضدها الرأي العام ويقاومها ثم لا يلبث أن يتغير الاتجاه بعد سنوات ويعتق الرأي العام هذه الفكرة ويؤيدها.

3. رعاية الرأي العام للمثل الاجتماعية والخلقية :

هنالك عوامل اساسية تصنع المثل الاجتماعية الخلقية من أهمها القوة التي تصنع الحق ، والعادات التي تحكم سير المجتمع ، والعقل الذي يتحكم في العواطف ويمنعها من الجموح والانحراف، والرأي العام الذي يعتبر سند الاخلاق ، ومن الواضح أن الرأي العام كعامل اساسي في رعاية القيم الاخلاقية بما يملك من سيطرة ، وانما يؤدي دوراً خطيراً وهاماً ومستمراً في صياغة المثل العليا للمجتمعات.

إذا فقد الرأي العام سيطرته الاخلاقية يحدث دائماً التفكك والانهييار وقد أكد التاريخ أن سقوط الامبراطوريات العظيمة وزوالها كان يرجع في الأصل الي فقدان سيطرة الرأي العام على مظاهر القوة والعادات والعقل فى هذه المجتمعات .

4. الرأي العام ورفع الروح المعنوية :

من أهم وظائف الرأي العام رفع الروح المعنوية عند الجماهير التي تكونه لأن سيطرة الرأي العام على المجتمع تؤدي بالضرورة الي البعد عن التفرقة بين أبناء الوطن الواحد وتزيل الفوارق بينهم وتحقق الوحدة بين مشاعرهم ، وكلما قويت سلطة الرأي العام ازداد تأمين مصالح الشعب وثوقاً وإذا ضعفت سلطة الرأي العام تعرضت مصالح الشعب للأخطار .

إن سلطة الرأي العام تبث روح التعاون بين ابناء الوطن الواحد وتحدث التقارب بين فئات الشعب فتوحد اتجاهاتها ، وتسيطر على مبدأ اساسي في حياة الشعوب ، وهو الاتفاق على الاهداف ، وهذا الاتفاق يؤدي حتماً الى نجاح الشعوب في بلوغ غايتها وتحقيق امانيتها.

ثالثاً : تصنيفات -أنواع- الرأى العام :

توجد انواع متعددة للرأى العام طبقاً للعديد من المعايير التي تستخدم في تقسيم الرأى العام ، حيث يرى بعض الباحثين والخبراء إلى أن تقسيم الرأى العام تقسيمات مختلفة طبقاً لمعايير متنوعة ، وفيما يلي أهم التقسيمات :

1/ الرأى الشخصي والرأى الخاص والرأى العام : يقسم الرأى العام الى ثلاثة انواع وهى :

- الرأى الشخصي Personal: هو الذي يكونه الفرد نفسه في موضوع معين بعد تفكير في هذا الموضوع ، وذلك طبقاً لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله واتصاله مع المجتمع ، وهو الرأى الذي يرغب في أن يشارك به لمجموعة ويعبر عن وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئاً.
- الرأى الخاص Private: وهو ما يحتفظ به الفرد لنفسه ولا يبوح به لغيره خشية أن يعرض نفسه للخطر ، وتظهر أهمية هذا النوع من الرأى في حالة الاقتراع السري في الانتخابات حيث يعبر الفرد عن رأيه الخاص .
- يفرق الباحثين بين الرأى العام والخاص على اساس أن الرأى العام هو اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة ، في حين أن الرأى الخاص يعتبر ظاهرة نفسية وهو يمثل رأى الشخص الذي يعتنقه ويحاول ان يحققه ، كما أن الرأى العام يتميز عن الرأى الخاص بثباته النسبي (بدر، 1977، ص52-60) .

2/ تقسيم الرأى العام حسب النطاق الجغرافي

يمكن تقسيم الرأى العام على حسب التوزيع الجغرافي ويكون على النحو التالي :

1. الرأى العام المحلي Local : هو يختلف عن الرأى العام الوطني بوجه عام، حيث يعبر عن الرأى السائد في منطقة جغرافية معينة أو في احدى المحافظات داخل الدول ، كما يختلف عن الرأى العام العالمي الممثل في المنظمات الدولية ، ويتميز بالخصائص التالية :

 - الإنتماء : وهى ظاهرة الشعور الشديد لدى الاشخاص بالانتماء للمجتمع المحلي.
 - الصغر : بمعنى أن المجتمع ككل يكون وحدة مستقلة للملاحظة الشديدة ، كما يصلح أى جزء منه - كالعائلة مثلاً - لمثل هذه الملاحظة .
 - التجانس : بمعنى تشابه نشاط الافراد واتجاهاتهم على اساس المهن ، والمستوى الاجتماعي ، والاهتمامات المحلية المشتركة ، والسن ، والجنس ، ومستويات التعليم.

• الإكتفاء الذاتي : بمعنى أن جميع أنواع النشاط الاقتصادي والاجتماعي داخل المجتمع تستغرق كل حياة الفرد والجماعة (حسين، 1997، ص35-37).

من الطبيعي ان تؤثر هذه الخصائص تأثيراً كبيراً على الرأي العام السائد في هذه المناطق المحلية .

2. الرأي العام الوطني National : يرتبط هذا النوع من الرأي بالوطن أو الدولة وتستند اليه السلطة ويتميز بعدة خصائص أهمها :

• التجانس :

بمعنى انه رغم الخلافات الداخلية - التي قد تصل احياناً الي حد الصراع والتطاحن - الا ان الرأي العام الوطني يملك خلفية من التراث والتقاليد فضلاً عن تكاتفه حول مفاهيم معينة واضحة ومحددة .

• امكان التنبؤ به وبأبعاده وردود افعاله وذلك عن طريق الدراسات والقياسات التي تقوم بها مراكز ووحدات بحوث الرأي العام .

• معالجته للمشاكل الوطنية :

على أساس ان هذه المشاكل الوطنية تعنيه بالدرجة الأولى، وبالتالي يندر ان يكون مضمونه احدى المشاكل الدولية في أغلب الأحيان الا اذا كانت تمس الاهتمامات الوطنية (حسين، 1997، ص35-37).

3. الرأي العام الاقليمي Rejional : هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً

كالدول الخليجية أو الدول العربية مثلاً، أو اوروبا الغربية ، أو دول المغرب العربي ، أو دول جنوب

وشرق آسيا ، وذلك في فترة معينة نحو قضية أو موضوع يمس مصالح هذه المجموعة من الدول

مساً مباشراً ، ويدور حوله الجدل والنقاش وله عدة مقومات أهمها :

• المصلحة المشتركة وتأتي في الترتيب الأول من الأهمية .

• الإرتباط التاريخي .

• تقارب التقاليد والعادات والمعتقدات .

• تقارب اللغة والثقافة .

• تشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية أو تقاربها الى حد كبير .

يساعد توافر هذه العوامل بصورة كبيرة على توحيد آراء ووجهات نظر الشعوب المتجاورة جغرافياً.

4. الرأي العام العالمي International : يقصد به الاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد

أو التي تعكس توافقاً في الموقف بين أكثر من وحدة سياسية واحدة ، وهو سمة من سمات المجتمع

الدولى المعاصر. والرأى العام العالمى يعارض التعذيب والمعاملة اللانسانية ، ويعارض الامتيازات والسيطرة على اساس الجنس أو اللون(حسين،1997،ص35-37) .

3/ **التفرقة بين رأى الاغلبية والأقلية والرأى الائتلافى والرأى العام الساحق** : يتم توزيع الرأى من ناحية النقل الاجتماعى على النحو التالى :

1. رأى الأغلبية Majority : هو تجميع وتكرار الرأى الشخصى لأغلبية الجماعة الفعالة ذات التأثير ، ويمثل هذا الرأى مايزيد على نصف الجماعة ، ومن عيوبه أنه قد يركن الى الكسل والخمول ، ويدع شئونه لفئة قليلة من غير الاكتفاء للتعبير عنه والقيام بأعبائه .

2. رأى الأقلية Minority : هو رأى ما يقل عن النصف فى الجماعة ، ويعبر عن رأى طائفة من الناس لا يستهان بها ، وقد يكون من بين صفوفها بعض الممتازين المشهود لهم بالكفاءة ، لهذا تعرف الأغلبية للأقلية قدرها وتحسب حسابها ، خصوصاً وأنها قد تصبح غداً أقلية ، فالأقلية تعمل على أن تكسب الجماهير وتغزو ميادين جديدة لتظفر بالأغلبية .

3. الرأى الائتلافى Coalition : هو ائتلاف لبعض الآراء فى المجتمع إزاء مشكلة معينة فى وقت معين تحت ضغط ظروف معينة مما يستلزم قيام هذا الائتلاف ، وهو ليس وليد المناقشة الحرة التى أفضت الي نتائج واضحة وقرارات حاسمة ، وإنما وليد عامل خارجي أو عوامل خارجية ، متى مازالت هذه الظروف العارضة زال معها الرأى الائتلافى ، وهو دليل على ان الجماعة لم تصل أغليبتها الى رأى واحد فى المسائل العامة .

4. الرأى العام الساحق أو الرضا العام Consensus : هو الرأى الذى يمثل الاكثرية الساحقة للجماعة ، حيث تناقش قضية من القضايا ويصل كل فرد من أفراد الجماعة - أو الاكثرية منهم - الى قرار معين وهذا الرأى شبيه بالاجماع (بدر،1977،ص52-60) .

4/ **تقسيم الرأى العام وفقاً لعنصر الزمن** : يتم تقسيم الرأى العام وفقاً للاطار الزمنى كما يلي :

1. الرأى العام اليومي Daily : هو الذى يتأثر بالاحداث اليومية ومجريات الأمور ، وتغذيه بصفة خاصة الأحداث السياسية الجارية والمناقشات البرلمانية ، وما تنشره وسائل الاعلام المختلفة ، والشائعات ، والمصالح المباشرة للجماهير ، وهو عبارة عن رد فعل لما يحدث يومياً ، ويتقلب من يوم لآخر .

2. الرأى العام المؤقت Temporary or Momentary : هو الرأى العام الذى يتم حول حوادث طارئة ولمدة محدودة ، وينتهي دوام هذا الرأى بمجرد أن ينتهى التقاف هذه الجماعة حول الحادث ،

أى ان هذا النوع من الرأى العام يزول بزوال المشكلة أو الحادثة ، وهو لا يصلح أن تقام عليه دراسات بعكس الرأى العام الدائم.

3. الرأى العام الدائم : Permanent or Enduring : هو الرأى العام الثابت الذي يدوم فترة طويلة ويتصف بالاستقرار ، ويتأثر أساساً بالعوامل الحضارية ، ويتميز بأنه أكثر رسوخاً ، ويساعد على إرساء القواعد الأساسية للرأى العام ، وتعتنقه فئات كبيرة من الناس ، ويتصل اتصالاً قوياً بالثوابت الوطنية كالدين والاخلاق والتقاليد ، أى يتركز على أسس تاريخية وثقافية ودينية ، ويشترط فيه السواد الأعظم من الأمة ، ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة الا نادراً لانه وليد التفاعل بين الفرد ومقومات الجماعة والمجتمع ولذلك يتميز بالقوة والعمق (بدر، 1977، ص52-60).

5/ تقسيم الرأى العام حسب درجة وضوحه : يتم تقسيم الرأى العام على حسب درجة وضوحه على النحو التالي :

1. الرأى العام الفعلي أو الواقعي Active : هو الرأى العام القائم فعلاً في وقت من الاوقات ، ويظهر هذا فيما تنشره الصحف وتتناوله وسائل الاعلام المختلفة ، وفيما يظهره الناس في أحاديثهم ومناقشاتهم من تعليقات ، وما يترتب عليه من أفعال وتصرفات وسلوك .
2. الرأى العام الكامن : Latent : هو الذي يوجد اذا كانت هنالك مشكلة معينة تتطلب اتخاذ موقف معين ولكن الناس رغم احساسهم بهذه المشكلة في اعماقهم ، فان رأيهم حولها لم يتحدد بوضوح ولم يتحول اتجاههم حيالها الى سلوك ايجابي ، ويقفون منها موقف الاكتراث أو اللامبالاة (عبدالله، راغب: 1992: ص90) .

6/ تقسيم الرأى العام حسب درجة صراحته : يمكن تقسيم الرأى العام على حسب درجة صراحته :

1. الرأى العام الصريح المعلن External : هو الذي يعبر صراحة عن آراء الناس واتجاهاتهم وشعورهم ، ويكون الرأى العام صريحاً عندما يتم التعبير عما يعتل في النفوس حيث تتوفر الحرية ولا يخشى الناس التعبير عن ارائهم في صراحة تامة .
2. الرأى العام الباطني والمستتر Internal : وهو لا يظهر الا في الحالات التي تتطلب اتمام عمل معين في اتجاه معين وعادة لا يتم الافصاح عن الرأى وعدم امكان التعبير عن الموقف نتيجة خوف الجماعة من عواقب التعبير عن ارائها لانها ضد الاوضاع القانونية مثلاً، فاذا سنحت الفرصة

للجماعة - بتغيير الاوضاع مثلاً- تحول هذا الرأى الباطني المستتر الى رأى صريح وأصبح ظاهراً
(ابو زيد، 1968، ص75) .

7/ تقسيم الرأى العام حسب درجة ظهوره : يمكن تقسيم الرأى العام على حسب درجة ظهوره كما يلي:

1. الرأى العام الظاهر External : هو الرأى العام المعبر عنه أو الذي يتم التعبير عنه ، ويتكون هذا الرأى في البلاد التي يتمتع مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم .
2. الرأى العام غير الظاهر Internal : هو الرأى العام غير المعبر عنه ، ويحدث ذلك غالباً في مجتمعات الديكتاتوري والتي يخشى فيها الفرد التصريح برأيه في المشاكل المختلفة التى تحدث في وطنه ، وإذا اعطيت الفرصة والحرية لهؤلاء المواطنين في التعبير عن رأيهم فإن رأيهم يتحول من رأى عام غير ظاهر الى رأى عام ظاهر، وهناك عدة شروط وعوامل تؤدي الى تحويل الرأى العام غير الظاهر الى رأى عام ظاهر من أهمها :
- 3- ازدياد وشدة اتجاه الناس نحو مشكلة معينة الى درجة لا يستطيعون كتمانها، وهنا يظهر الرأى العام وينطلق استجابة للعامل السيكولوجي وهو عدم الاحتمال لشدة الحالة.
- 4- اما العامل الاجتماعي فهو رفع الموانع الاجتماعية أو القانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأى العام ، كموافقة الدولة أو تشجيعها على ظهور آراء معينة لم يكن يتاح لها الظهور قبل ذلك (حسين، 1997، ص21) .

8/ تقسيم الرأى العام حسب وجوده : كما يمكن تقسيم الرأى العام حسب وجوده كما يلي :

1. الرأى العام الموجود بالفعل Actual : هو الرأى العام الذي يحدث نتيجة بعض الاحداث، وتظهر آثاره في التعليقات والمناقشات، ويكون هذا الرأى الموجود أحد ثلاثة أنواع هي :
- 5- الرأى العام الدائم الذي يتسم بالاستمرارية .
- 6- الرأى العام الوقتي وهو الذي يظهر حيال مشكلة وقتية ، وغير مستمر ويتأثر بسهولة بوسائل الاعلام والدعاية والشائعات وحملات الهمس .
- 7- الرأى العام المؤقت وهو المحدد بعوامل زمنية ومكانية، وتمثله منظمات معينة كالأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة، وينتهي أجل هذا النوع من الرأى اذا تغير أحد هذه العوامل .
2. الرأى العام المتوقع ظهوره Latent : وهو الذي لم يكن موجوداً اصلاً ، ولكن يتوقع ظهوره أو وجوده عقب موضوع معين ، أو حادثة معينة، أو مشكلة من المشكلات التى تشغل بال الرأى العام

وتؤدي مراكز بحوث الرأي العام دوراً هاماً في التنبؤ بالرأي العام المتوقع ظهوره (حاتم، 2003، ص52).

9/ تقسيم الرأي العام حسب درجة تأثيره وتأثره : كما يمكن تقسيم الرأي العام حسب درجة تأثيره وتأثره:

1. الرأي العام النابه أو المسيطر أو القائد : يمثل هذا النوع من الرأي صفوة المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء والاعلاميين والساسة ، وهؤلاء نسبتهم ضئيلة في المجتمع ، وهم الذين يقودونه ويقومون بتنقيفه وإرشاده وتوجيهه، كما أن هؤلاء لا يتأثرون بوسائل الاعلام ولكنهم هم الذين يؤثرون في هذه الوسائل بما لديهم من اراء وافكار .

2. الرأي العام المثقف : يمثل هذا النوع من الرأي المتعلمون والمثقفون في المجتمع ، ويختلف حجمه حسب درجة التعليم ، الثقافة ، وهو رأى يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم ، ولكنه يتأثر بوسائل الاعلام بنسب متفاوت حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها .

3. الرأي العام المنساق أو المنقاد : هو رأى السواد الاعظم من المجتمع خاصة من الاميين أو من الذين نالوا حظاً قليلاً من التعليم والثقافة ، ويتأثر هؤلاء بأجهزة الاعلام المختلفة من صحف واذاعة وتلفزيون وعروض سينمائية ، كما أنها يتقبلون ما ينشر أو يعرض أو يذاع دون التفكير في مضمون الاعلام كما يتقبلون الشائعات ويكونون عرضة لحملات الدعاية والهمس (ابو زيد، 1968، ص75) .

10/ تقسيم الرأي العام حسب درجة ثباته : كما يمكن تقسيم الرأي العام حسب درجة ثباته:

1. الرأي العام الثابت (نسياً) : ينبع من العادات والتقاليد ، ويستمر ولا يتغير الا بعد وقت طويل .

2. الرأي العام المتغير : هو الذي يتأثر بوسائل الاعلام والدعاية والشائعات ، ويسهل التأثير فيه وتغييره بسرعة فلا يستمر (حسين، 1997، ص45).

11/ تقسيم الرأي العام حسب حركته : يتم تقسيم الرأي العام حسب حركته على النحو التالي :

1. الرأي العام الاستاتيكي " المستقر أو غير المتحرك " Static : ويستمد قوته من التقاليد والعادات والقيم والمبادئ المستقرة والمصطلح عليها ، ومن ثم فانه اشبه بموافقة جماعية ناتجة عن مجموعة من الآراء المعتقدة دون تحميص ، وبقدر ما هو جامد فانه مستقر الى حد كبير .

2. الرأي العام الديناميكي " النشط أو المتحرك " Active : وهو الذي ينشأ عن الرغبة في التغيير ، ويعتمد على الحيوية والتعقل والتمحيص أكثر من العادات والتقاليد (بدر، 1977، ص60) .

المبحث الثاني : طرق تشكيل وتكوين الرأي العام

أولاً : طرق تشكيل الرأي العام

يتأثر الرأي العام بمجموعة من العناصر والعوامل والمحددات التي تسهم في تكوينه وتشكيله ، وهذه العوامل كثيرة ومتشابكة كما انها تتفاعل مع بعضها البعض تفاعلاً ديناميكياً ، بمعنى أن كل عنصر منها يؤثر في الآخر ويتأثر به ، فهي ليست عناصر او عوامل نظرية منعزلة ، ولكنها قوى فعالة في مجال نابض بالحركة ، ولا يمكن فهمها الا باعتبارها مؤثرات متكاملة .

يشير أحد الخبراء الى أنه من المستحيل ان نفهم الرأي العام في أمه من الأمم ما لم ندخل في اعتبارنا تلك القوى المادية والادبية والاجتماعية التي تشكل شخصية هذه الأمة ، فالانسان في المجتمع يتأثر بالأسرة ، والدين ، والتقاليد ، والمؤسسات التعليمية ، ونظام الدولة ، والأصدقاء ، والأقران ، ووسائل الاعلام المختلفة ، والجماعات ذات النفوذ كالتقابات والأحزاب والهيئات ، فمن خلال هذه القنوات المتشعبة تمر التأثيرات المختلفة كل يوم لكي تشكل الرأي العام (امام، 1981، ص24) .

يعرض دافيسون لعملية تشكيل وتكوين الرأي العام آخذاً في الاعتبار المدخل الاجتماعي ، ومركزاً على دور الزعماء وقادة الرأي في تشكيل الرأي العام وذلك وفقاً للخطوات والمراحل التالية :

1. تأثير الجماعات الأولية :

يمكن أن نشبه نمو الافكار وانتشارها بالبذور التي يضعها في الأرض ، فالقليل منها فقط هو الذي يجد الأرض الصالحة الملائمة لنموه وتكاثره .

2. ظهور الزعامة أو القيادة :

ترتبط هذه المرحلة بظهور قيادات في الجماعات الأولية الصغيرة حيث تنتشر الأفكار بين أشخاص لا يعرفون بعضهم بعضاً .

3. الإتصال بين الجماعات المختلفة :

حيث تنتقل الحقائق والآراء المتعلقة بالقضايا ذات الأهتمام الواسع الي جماعات أوسع من الجماعات الأولية .

4. الصياغات الجديدة والقادة الجدد :

أن العملية التي حدثت بين الجماعات الصغيرة الأولية في المرحلة الأولى يمكن أن تحدث من جديد ولكن مناقشة الجماعة هذه المرة تتم على أساس وجود أفراد وجماعات أخرى تفكر في نفس الموضوع وتحدث عنه .

5. توقعات سلوك الآخرين :

عادة يتم التعرف على آراء الآخرين خارج دائرة الخبرة المباشرة ، وذلك اثناء عملية تشكيل وتكوين الاتجاهات بالنسبة للمسائل العامة ، لأن معرفة آراء الجماعات الأخرى تؤثر في اتجاهات وآراء الجماعة بالنسبة للقضايا التي تحتاج الي المناقشة العامة .

6. مرحلة التفكك والاختفاء :

فالرأي العام ظاهرة مؤقتة وقد يختفي بالنسبة لقضية معينة ليظهر بالنسبة لقضية أخرى ، كما قد يتحطم بتأثير قوة مادية عندما يتم إقصاء قادة الرأي (حسين، 1997، 45).

يرسم دافيسون صورة تفصيلية لعملية تشكيل وتكوين الرأي العام في المراحل والخطوات التالية:

- عندما يتم اتصال بين شخص وآخر حول موضوع ما ، فإن جذور هذا الموضوع تبدأ في النمو .
- ثم تصبح المناقشة عامة ويظهر الموضوع على السطح ويأخذ شكلاً ما .
- يتولى الموضوع بعد ذلك مجموعة من المفكرين .
- ثم يأتي دور قادة المجموعة حيث يتبنون الموضوع .
- ثم يأتي بعد ذلك دور وسائل الاعلام ، والوكالات المتخصصة في التغيير وفي دراسة الرأي ومتابعته .
- ويتم بعد هذا تبسيط الافكار ووضعها في صورة عامة بحيث يستطيع الرجل العادي او رجل الشارع فهمها .

- وبعد كل هذا يصبح الموضوع محل انتباه كثير من الناس (حسين، 1997، 45).

ثانياً : مراحل تشكيل الرأي العام :يضع جاكسون باور هيكلًا لعملية تشكيل وتكوين الرأي العام يتكون من ثلاث مراحل رئيسية هي :

المرحلة الاولى :

هي مرحلة السلوك الجماهيري عندما تتكون الآراء في المجموعات الجماهيرية الأولية المتفرقة .

المرحلة الثانية :

هى مرحلة المناقشات الجماهيرية عندما تنتقل الآراء التي تكونت حديثاً الي مجموعات جماهيرية تالية ، أى إلى آراء عدد اكبر من الناس .

المرحلة الثالثة :

هى مرحلة اتخاذ القرار أو إصداره (طلعت،1983،ص187).

قد قام باور بتقسيم هذه المراحل الرئيسية الثلاثة الى سبع خطوات توضح عملية تشكيل وتكوين الرأى العام لدى الافراد والجماعات وذلك على النحو التالي :

1- هى أن يهتم مجموعة من الافراد - لكل فرد منهم اهتماماً منفرداً ومستقلاً عن الآخرين - بمشكلة اجتماعية ، وفى هذا فأنهم يجمعون الافكار والمعلومات عنها من مصادر متعددة .

2- وتتقدم مجموعة منظمة باقتراح يتضمن حلاً لهذه المشكلة ، فتكثر بذلك المناقشات ويظهر الجمهور .

3- فاذا ظهر " اعتراض منظم " يمكن حينئذ ان نقول ان الجمهور قد يكون بالكامل .

4- بعد ان يتم حل المشكلة بطريقة منظمة ، وبعد ان يتم توحيد الآراء حولها ، فان المجموعة المعارضة تسعى الي الحصول على تأييد الأفراد المحايدين لها .

5- من خلال تلك المناقشات التي توضح الآراء المتفقة المؤيدة والآراء المعارضة يتم ظهور الرأى العام .

6- بعد أن يتم ظهور الرأى العام تتخذ المؤسسات الحكومية اجراءات حاسمة .

7- لذلك يقوم المسئولين في الدولة تنفيذ هذه الاجراءات ويصدرون القرارات اللازمة لتنفيذها(طلعت،1983،ص187) .

يرى البعض أن المدخل الاجتماعي الاعلامي ان صياغة مراحل تشكيل وتكوين الرأى العام استناداً الى أن عملية الرأى العام تتكون من عنصرين رئيسيين هما :

(1) موقف الرأى العام : ويمر عادة بالمراحل التالية الموضحة بالشكل رقم(1) :

1. وجود احساس ما لدى الجمهور او وجود عاطفة في مجتمع ما ، حيث ينبع هذا الاحساس من ثقافات ذلك المجتمع ، ولكن ذلك لا يعني بالطبع ان ثقافات المجتمع واحساس جمهور الناس فيه هما شئ واحد .
 2. حينما تظهر في المجتمع مسألة ما ، فان الناس يكونون عنها "عادةً" وجهات نظر مختلفة .
 3. وتجمع هؤلاء الناس حول تلك المسألة هو ما يضفي عليها صفة (العمومية) .
 4. فاذا كان هذا الجمهور يتمتع بالديمقراطية ويمارس نشاطه في ظلها فان ذلك يترتب عليها تطوراً هاماً لعملية الرأي العام .
 5. بعد مرور فترة مناسبة من الوقت تتم فيها مناقشة الجمهور للموضوع .
- (2) ناتج الموقف : بعد أن تأخذ المناقشات العامة بين الجمهور الوقت المناسب الكافي تحدث العمليات المناسبة :
- 1- ظهور الرأي العام : ويطلق عليه البعض " الرأي العام الحقيقي " وهو يعني من ناحية اخرى أنه الرأي الذي يتفق والاتجاهات الموجودة لدى الجمهور .
 - 2- إنهاء القضية ذلك أنه بعد ان يتخذ الجمهور سلوكاً اجتماعياً معيناً نحو القضية يتم تبديلها بمسألة أخرى(حسين،1997، ص45) .
- اما الباحثون في مجال العلوم السياسية فيركزون على عملية تكوين الرأي العام تجاه قضية معينة يمر بخمس مراحل على النحو التالي :
1. **مرحلة إدراك المشكلة** : وفي هذه المرحلة تؤدي وسائل الاتصال الجماهيري دوراً هاماً في اثاره الاهتمام بالمشكلة .
 2. **مرحلة المناقشة الاستطلاعية وتعدد الآراء** : حيث تظهر وجهات النظر المختلفة في تصور المشكلة وحلولها ، وربطها بالمجتمع الذي تتأثر فيه .
 3. **مرحلة الصراع** : والذي يبدأ من عملية المناقشة كما يبدأ بالأفراد وينتهي بالقوى الاجتماعية القائمة ، فيصبح صراعاً فنوياً أو طبقياً .
 4. **مرحلة البلورة والتركيز** : حيث تؤدي عملية الصراع الى وضوح الأبعاد والمفاهيم فتبدأ وجهات النظر في الالتقاء والتقارب بالنسبة لنقاط معينة .
 5. **مرحلة الرضا والاتفاق** : مع استبعاد الآراء المتطرفة والوصول الى الحلول الوسط بالنسبة لبعض النقاط بحيث يصبح هنالك رأى معين يحوز رضا الأغلبية وقبولها ، كما تتخطى المعارضة عن موقفها بالنسبة

للموضوع ، ويتم استيعاب ما اتفقت عليه الجماعة على أنه مظهر من مظاهر التعبير عنها ، وقد يصبح جزءاً من روح الجماعة (احمد،1987،ص47).

بأستعراض كل هذه المجموعات من اراء وتصورات الباحثين حول عملية تشكيل الرأى العام والتي استند كل تصور منها على مدخل معين يمكن أن نعرض نموذجاً تحليلياً لعملية تشكيل الرأى العام بخطواتها التفصيلية آخذين في الاعتبار مجموعة المداخل المختلفة كالمدخل السياسي والاعلامي والاتصالي والنفسي والسلوكي والاجتماعي ، وكذلك تأثير المتغيرات المختلفة على عملية تكوين الرأى .

• العناصر والمحددات والمتغيرات لعملية تشكيل وتكوين الرأى العام :

في هذا الاطار الشامل تمر عملية تكوين وتشكيل الرأى العام بالخطوات التالية:

- (1) نشأة المشكلة او الموضوع : وقد يتم ذلك بطريقة فجائية أو تدريجية .
- (2) إدراك المشكلة : والتي تمثل خطوة التعرف المبدئي على المشكلة وفهمها وتقدير ضرورة اتخاذ تصرف ما نحوها بعد تحليلها بوضوح ودقة .
- ((وفي هاتين الخطوتين تؤدي وسائل الاعلام الجماهيري وأساليب الاتصال المباشر دوراً هاماً في ادراك المشكلة الي جانب تأثير قادة الرأى)) (حسين،1997،ص67).
- (3) الاستطلاع بالمناقشة : حيث تظهر التساؤلات حول مدى أهمية الموضوع وخطورته ، والقيام باستكشاف الحلول الممكنة من خلال جمع بعض الحقائق عن الموقف ، وتتطلع الجماعة بأمل الى امكان التوصل الى حل " وتتأثر هذه الخطوة بالاتصال المباشر " .
- (4) بزوغ المقترحات من خلال المناقشة : وظهور اقتراحات بديلة لحل المشكلة ، مع تبادل الآراء مع افراد الجماعة ومناقشة هذه البدائل .
- (5) صراع الآراء : نتيجة اختلاف وجهات النظر حول المقترحات ، كما قد تلعب الشائعات دوراً هاماً في هذا الصراع ، مع اتجاه كل جماعة الى الدفاع عن رأيها .
- (6) تبلور الآراء في ضوء المعرفة والتفكير : والتسوية بين هذه الآراء بحيث تتبلور إما كآراء معارضة أو مؤيدة أو محايدة .
- (7) تقارب الآراء نتيجة المزيد من المناقشات والمباحثات : واستبعاد الآراء الضعيفة أو غير الواقعية أو غير الصالحة ، مع الاتجاه الى الرأى الوسط (حسين،1997،ص67).

((ويظهر في هذه الخطوات تأثير الاتصال المباشر وقادة الرأي بالتفاعل مع الخصائص الفردية والتأثير الجماعي)) .

(8) الاتفاق الجماعي : حيث تصل الجماعة الى الاتفاق على أن بديلاً معيناً يمثل حلاً أفضل للموقف ، ويكون هذا البديل عادة هو الرأي الأكثر قوة واعتدالاً وواقعية من وجهة نظر أغلبية الجماعة ، أو العناصر القيادية المؤثرة فيها ، والذي يحتوي على محاسن الآراء الأخرى ، ويصبح هذا هو الرأي العام لدة الجماعة.

(9) ترويج الرأي : حيث يتم الاتفاق على ترويج قبول الرأي أو الحل البديل ، مما يؤدي الي زيادة وعي الجماعة وادراكها الشامل لهذا الرأي .

((وتؤدي وسائل الاتصال الجماهيري دوراً كبيراً في هذه الخطوة خاصة اذا كانت القضية مطروحة على المستوى الوطني الشامل، كما يؤدي الاتصال المباشر دوره الفعال في ترويج الرأي بين افراد الجماعة)).

(10) السلوك الجماعي : وهو التعبير عن الرأي العام بعد تمام تكوينه عن طريق تنفيذ برنامج عمل ، والاستمرار فيه حتى الوصول الى النتيجة المطلوبة ، او حتى يتحول افراد الجماعة الى قضايا او جماعات اخرى (حسين، 1997، ص67) .

العناصر والمحددات والمتغيرات لعملية تشكيل وتكوين الرأي العام : تتأثر عملية تشكيل الرأي العام بالعناصر التالية :

1. وسائل الاتصال الجماهيري من صحافة ، راديو ، وتلفزيون ، ومطبوعات ، ونشرات .
2. اشكال الاتصال المواجهي المباشر كاللقاءات والندوات والاجتماعات والزيارات وتأثير قادة الرأي بمستوياتهم وانواعهم المختلفة .
3. المحددات الفردية كالتعليم والثقافة ودرجة الوعي ومستوى الادراك والقدرة والاتجاهات والذكاء والتصورات الذهنية لدى الأفراد .
4. المحددات الاجتماعية المتمثلة في التفاعل الاجتماعي وتأثير الجماعات ونفوذها على الافراد والعوامل الخاصة بالانتماء والعلاقات الاجتماعية .
5. تؤثر البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والمجتمعية تأثيراً كبيراً على عملية تشكيل الرأي العام .

6. لا يمكن النظر الى خطوات عملية تشكيل وتكوين الرأى العام نظرة مجردة ، وإنما يجب أن يتم تحليل هذه الخطوات في اطار متكامل يستند الى دراسة وتحليل كل العناصر والمتغيرات المذكورة وأثرها التفاعلي في عملية تشكيل وتكوين الرأى العام كعملية ديناميكية متفاعلة .

ثالثاً : المحددات والعوامل والمكونات لتشكيل الرأى العام :

يحدد الباحثون والخبراء هذه العوامل والمكونات في المجموعة التالية:

1- الجمهور **Publics** :

الذي يتكون منه المجتمع بفئاته وطبقاته ومستوياته المختلفة ، حيث لا يمكن ان يوجد الرأى العام ويتكون وينتشر الا بوجود الجمهور بتكويناته المختلفة .

2- الثقافة والحضارة السائدة في المجتمع او البيئة :

حيث يقصد بالثقافة **Culture** المعنى العام للحضارة بعاداتها وتقاليدها وآرائها وطقوسها وأنماط سلوكها ، مما يهيئ للفرد اساليب التعامل مع الناس والتكيف مع البيئة ، ومن ثم تشكيل الاتجاهات النفسية للرأى العام(حسين،1997،ص67).

3- وسائل الاتصال الجماهيري **Mass Media** :

تؤدي دوراً بالغ الأهمية والخطورة في تكوين الرأى العام وتشكيله ، وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول افكار وآراء واتجاهات معينة مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافياً أو غير متجانسة ديموجرافياً، ولا شك ان التطورات التكنولوجية الهائلة في وسائل الاعلام زادت من قدرة هذه الوسائل على تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير وتوجيهها نحو افكار وآراء معينة.

4- أشكال وأساليب الاتصال المواجهى المباشر **Communication Forms Face-to-Face** :

التي تتمثل في اللقاءات والندوات والاجتماعات والمحاضرات والزيارات والمعارض والمناسبات والاحتفالات المختلفة ، والتي يتلقى الفرد خلالها معلومات مباشرة عن قضايا وموضوعات متنوعة تسهم في تكوين رأيه وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا والموضوعات والمشكلات المطروحة في هذه الاشكال الاتصالية والتقليدية المباشرة .

5- التراث الثقافى **Culture** :

الذي يلعب دوراً هاماً في تكيف الأفراد والجماعات وتهيئتهم للقيام بأفعال والاستجابة لأفكار معينة تحدد انماط سلوكهم الجماعي ،ويسهم في تكوين الرأى العام وتشكيله طبقاً لما ينطوي عليه من عادات ومواقف واتجاهات ذات صفة مشتركة بين افراد المجتمع .

6- التنشئة الاجتماعية Socialization :

هى التي تؤدي الى حدوث آثار معينة على شخصية الاطفال تؤثر فى سلوكهم مستقبلاً ، وبالتالي تؤثر عليهم بوصفهم ممثلين للرأى العام أو ناقلين له ، ومن الاهمية ان نشير الى انه توجد علاقة هامة ومستمرة بين التنشئة الاجتماعية والتراث الثقافي حيث يتأثر كل منهما بالآخر ويؤثر فيه وينتج من هذا التأثير والتأثر تفاعلات في الرأى العام (حسين،1997،ص67).

7- الأحداث Events :

هى من العوامل الهامة في تكوين الرأى العام وتشكيله باعتبارها نتاج قوى متفاعلة داخل المجتمع تقرر وتحدد السلوك والرأى العام ، وترتبط قوة الأحداث بنوعيتها ، حيث يختلف تأثير الأحداث العالمية عن القومية عن المحلية أو النوعية التي تخص فئة محدودة من الرأى العام .

8- المعتقدات Beliefs :

هى التي تسهم في تكوين الطرق والاساليب المعتادة في النظر الى الاحداث ومعالجتها ، والتي تتوقع الجماعة من اعضائها ان يسلكوها بالفعل ازاء قضية او موقف او مشكلة ، وبالتالي فهى تمثل احد العناصر التي تدخل في تكوين الرأى العام .

9- القيم Values :

هى التي تمثل الاطار الذي يحتوي الرأى العام ، حيث يدور الرأى العام في معظم الحالات في إطار القيم السائدة في المجتمع سواء كان مجتمعاً محلياً او وطنياً أو نوعياً .

10- العادات Habits :

هى التي تمثل طبيعة الارتباط بين المنبهات والمثيرات للرأى العام والاستجابات المتوقعة لهذه المنبهات لدى الرأى العام ، وهطذا تعتبر العادات أحد المحددات الاساسية التى تكون الرأى العام كاستجابة متوقعة لمجموعة العوامل والمثيرات في الرأى العام ((حسين،1997،ص67-70) .

11- الاتجاهات Attitudes :

التي تمثل التكوينات الفكرية للفرد والتي يمكن أن تتبنى عليها مجموعة التصرفات السلوكية له ،
وتعتبر أعقد في التكوين من الآراء التي يكونها الفرد إزاء قضية ما ، كما إنها تؤثر تأثيراً واضحاً
على أنماط الرأي العام إزاء هذه القضايا أو المشكلات.

12- الميول Tendencies :

هى التى ترتبط بالمشاعر التى يحس بها الفرد نحو موضوع أو قضية ما ، وبالتالي فإنها تؤثر على
رأيه في هذا الموضوع ، كما أنها استجابات داخلية مميزة ، لأن استثارها تتطلب اتخاذ استجابات
واضحة وبذلك تصبح الميول استجابات مسبقة وهو ما يشير الى دلالة تأثيرها كأحد العوامل الهامة
في تكوين الرأي العام (حسين، 1997، ص67-70) .

13- المعرفة Knowledge :

هى التي تمثل حصيلة الافراد أو الجماعات من المعارف والخبرات اما نتيجة التعليم النظامي او
المعارف المكتسبة من سعة الاطلاع دون الارتباط بالتعليم الرسمي أو الخبرات المكتسبة يواء من
العمل أو البيئة المحيطة بالفرد أو الجماعة ، وكلما ازدادت معرفة الافراد او الجماعات ازدادت
قدرتهم على تكوين آراء مستيرة حول القضية أو الموضوع المطروح وازدادت قدرتهم ايضاً على
إدراك مجموعة المتغيرات المؤثرة فيه ، خاصة اذا كانت هذه المعرفة ذات صلة قريبة او وثيقة
بموضوع الرأي .

14- الأسرة Family :

باعتبارها إنها تمثل الخلية الاولى والاساسية المؤثرة في معظم المتغيرات السابقة التي تحدثنا عنها
باعتبارها عناصر مؤثرة في تكوين الرأي العام كالتنشئة الاجتماعية ، والاتجاهات والميول ويتلقى
فيها الفرد - خاصة في مراحل الطفولة - تراثه الفكري والاجتماعي والتربوي ويواجه بيئته المبكرة
ويمارس خبراته الاولى من خلال الاسرة كجماعة أولية ، كما يتعلم فيها كيفية التعبير من الرأي
والتي تشكل بعد ذلك نمط تعبيره عن الرأي بصفة عامة في مختلف المواقف الاجتماعية التي
تصادفه .

15- المؤسسات التعليمية Educational Institutes :

كالمدارس والمعاهد والجامعات حيث تؤثر في سلوك الافراد وآرائهم واتجاهاتهم تربوياً ونفسياً ، الى جانب مهمتها الاساسية في اكساب الافراد القدر الكافي من المعلومات العامة والمتخصصة في الموضوعات العلمية المختلفة ، وبالتالي فإنها تمثل أقوى العناصر التي تسهم في تكوين الرأى العام وتشكيله سواء من حيث مضمونه المعرفي او من اتجاهه وقوته.

16- الشعور الوطني National Feeling :

هو الذي يرتبط بالرأى العام الوطني اى على مستوى الوطن كله دون التخصيص على قضية محلية أو نوعية ، كما يرتبط ايضاً بالقضايا والموضوعات ذات الصبغة الوطنية ، فلاشك أنه في حالة تعارض الموقف مع المصلحة الوطنية يتحول الرأى العام سريعاً وبقوة نحو الأهداف والمصلحة الوطنية (حسين، 1997، ص 67-70) .

17- الشائعات وحملات الهمس Rumors and Whispering Campaigns :

التي تعتبر من اقوى العناصر التي تؤثر في تكوين الرأى العام - سلباً أو ايجابياً- حيث تقوم على اساس انتزاع بعض الاخبار أو المعلومات - أو جزء معين منها- ومعالجتها وتحريفها سواء بالمبالغة أو التأكيد أو الحذف أو التهوين ، ثم إعادة صياغتها عن طريق القاء ضوء باهر على معالم أو عناصر معينة فيها لتجسيما بطريقة انفعالية بحيث يتسیر للجماهير فهمها ويسهل سريانها واستساغتها واستيعابها على اساس اتصالها بالأحداث الجارية أو الوقائع أو الأشخاص ، وتمشيها مع العرف والتقاليد والقيم السائدة .

18- الدين Religion :

يمثل أحد المحددات الاساسية للرأى العام بما يتضمنه من تعاليم وقيم وأسس اخلاقية وأوامر ونواهي ، فضلاً عن الجوانب الروحية والوجدانية التي يشيعها في الفرد ، مما يجعل من الدين عنصراً مؤثراً في تشكيل الرأى العام من حيث مضمونه واتجاهه وقوته خاصة اذا كان هذا الرأى مرتبطاً ببعض القضايا أو الجوانب الدينية ، ويشير الباحثون الى أن التعاليم الدينية تؤثر في الرأى العام لدى الافراد من خلال عدة طرق مثل استراتيجيات القادة الدينيين في المناقشة والخطابة والتوعية الدينية ، واستخدام الاسلوب المنطقي والافناع بالحجج ، واستراتيجيات الجمعيات الخيرية الدينية ، واستراتيجية نشر التعاليم الدينية (حسين، 1997، ص 66).

19- القادة Leaders :

هم أحد العناصر المكونة للرأى العام سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو المهني أو الديني ، وسواء على المستوى الوطني أو المحلي ، وكلما زادت قدرة القادة والزعماء وكفاءتهم ازدادت درجة تأثير الرأى العام بهم ، حيث يؤكد الخبراء على التأثير العالي للزعماء والقادة على اتجاهات الجماهير وتصرفاتها بإعتبار أن الزعامة هي فن قيادة الجماهير والتأثير في معتقداتها وتشكيل آرائها بالطريقة التي تحدد الأهداف المرسومة (امام،1981،ص210) .

20- قادة الرأى Opinion Leaders :

هم الأشخاص ذوي التأثير الكبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك الأشخاص الآخرين في مجتمع ما بصورة مطلوبة ومتكررة في موقف اختياري ، ولأسباب وعوامل شخصية غير رسمية ولا تتصل بالمناصب والاوزاع الرسمية كالخبراء والعلماء وصفوة المثقفين والمفكرين وبعض الزملاء والاصدقاء والجيران ، ويلعب قادة الرأى دوراً هاماً في تشكيل الرأى العام وتوجيهه والتأثير فيه إزاء قضايا وموضوعات مختلفة متصلة بمجال تأثيرهم(حسين،1997،ص69) .

المبحث الثالث : الأحزاب وتكوين الرأي العام

أولاً : دور الأحزاب في تكوين الرأي العام :

يعد الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي وفي تحديد طبيعة الأوضاع المرتبطة بالتعامل بين الحاكم والمحكوم وفي إطار ذلك التعامل يمارس الرأي العام ، ويتكون الرأي العام للأحزاب السياسية من :

1- تحديد طبيعة الممارسات السياسية : يتمثل في الآتي :

1/ التأثير على القرار السياسي :

تعتبر سلطة الشعب في الدول الديمقراطية أعلى السلطة فيها ولذلك فإنه من المفترض ان القرارات الهامة في الدولة يجب ان تتبنى على الرأي العام بمعنى انه من اللازم يعكس نشاط الحكومة اليومي بطريقة او بأخرى هذا الرأي .

2/ التأثير على الانتخابات :

تسمح عمليات الانتخابات والتصويت وبخاصة في الدول الديمقراطية باختيار القيادات السياسية وتشكيل السياسة القومي في شكلها النهائي .

3/ التأثير على الحكم :

فالمسئولون في اي حكومة يفترض انهم يمثلون الشعب تمثيلاً صحيحاً وانهم يعكسون الرأي العام ولعل هذا ما يبرر الوعود التي يقدمها السياسيون للجماهير اثناء الانتخابات (حجاب، 2000، 35).

2- المتابعة السياسية :

لا تقتصر مهمة تكوين الاحزاب للرأي العام على الانتخابات فقط وانما تمتد لتشمل جوانب اخرى في الممارسة السياسية وهي مناقشة الحاكم واستجوابه وتقديم النصيحة لها ، كما قام به الصحابي الحباب بن منذر في احدى المواقع الحربية مع النبي صلى الله عليه وسلم حيث نصحه بتبديل الموقع فسأل النبي (ص)

: هو منزل انزله الله ليس لنا ان نتقدمه او لا نتاخر عليه ام هو الرأى والحرب والمكيدة فقال عليه الصلاة والسلام : بل هو الرأى والحرب والمكيدة فقال : يارسول الله فان هذا ليس بمنزل فانهض بالناس حتى نأتى أدنى ماء من القوم فتنزله ثم نغور ما وراءه من القلب ، وكذلك ما قاله الصديق ابو بكر الصديق في اول خطبة له كسياسة للحكم فقال : ان احسنت فأعينوني وإن زغت فقوموني " ، وهو نفس ما قام به عمر بن الخطاب حين قال : " اتقوا الله عباد الله واعينوني على انفسكم بكفها عنى واعينوني على نفسي بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر .

3- إنجاح خطط الدولة :

حيث يعمل الرأى العام على انجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يقوم بدور في احباطها اذا لم تتمكن الدولة من اقناع الرأى العام بتوجيهاتها ، لذلك تعمل الحكومة باساليب مختلفة الى دعوة الناس الى المشاركة والمساهمة في وضع هذه الخطط وفي تنفيذها .

4- تحديد ملامح السياسة الخارجية :

على الرغم من ان الرأى العام يبقى في الظل فيما يتعلق بتكوين السياسة الخارجية الا انه يمارس بعض الضغوط فيها حتى في الدول الديكتاتورية ، فالجهة التى تضع السياسة الخارجية لابد والى حدود معينة تأخذ في اعتبارها وهى تضع تلك السياسة رغبة الشعب او على اقل تقدير ما يمكن ان يقبله ، لذلك يجب الاهتمام بالرأى العام وان يكون لدى جميع المسؤولين عن وضع السياسة الخارجية في جميع الدول على السواء ويجب استثناء المسائل التى تمس وتتعارض مع مصلحة الوطن العليا .

5- مساندة الأفكار السياسية :

فالرأى العام أهمية بالغة في مساندة الأفكار الاجتماعية والسياسية بل يمكن القول ان نجاح اى فكرة او اتجاه سياسي او اجتماعي يتوقف على مدى ميول الرأى العام لهذه الفكرة او هذا الاتجاه ، وفى بعض الأحيان تظهر افكار قد تكون سابقة لأوانها ولا تلقى قبولا من الرأى العام ثم لا يلبث الرأى العام ان يتغير بمضى الزمن ويعتق هذه الفكرة ويرحب بها .

6- التحديث السياسي :

يعنى التنمية السياسية وينطوي على فكرة بناء وتطوير الهيكل المؤسسي والأبنية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التى تخلقها حركة التغيير الاجتماعي ويساهم الرأى العام في هذه العملية عن طريق : (تحقيق التمايز في الوظائف السياسية - تحقيق المساواة عن طريق ترسييد السلطة - توسيع المشاركة السياسية - زيادة قدرة النظام السياسي).

7- الحفاظ على الروح المعنوية :

فالروح المعنوية ما هى الا اهتمام افراد الجماعة وحماستهم لهذا الرأى العام القوي ، فالرأى المبحب للنفوس الذي يعتنقه افراد اي جماعة عن القيم السائدة هو الذي يخلق الروح المعنوية العالية .

8- اصدار القوانين والتصديق عليها :

الرأى العام هو النسيج الذي تصنع منه القوانين في المجتمعات الديمقراطية فليست القوانين الا تعبيراً عن رغبات الرأى العام وضماناً للنظم الاجتماعية والمثل الاخلاقية التى يؤمن بها الجميع ويسعون الى تحقيقها وينوب عنهم في صياغة هذه القوانين مباشرة من الرأى العام ، فعندما يكون الرأى العام يصدر مشكلة معينة يصل الى حل ... يكون بمثابة قرار يمكن ان يصاغ في شكل قانون . وكذلك عندما تصدر السلطات قانوناً قد يأخذ مكانه كموضوع يشغل الجماعة ويتكون حوله رأى عام مؤيد او معارض وعندما لا يصدق الرأى العام على هذه القوانين فانها تصبح مجرد حبر على ورق ولا يكتب لها البقاء .

ثانياً : آليات الأحزاب في تشكيل الرأى العام

تعمل الأحزاب السياسية دوماً من خلال عدد من الآليات على تحقيق اهدافها والابقاء بوظائفها السياسية والاجتماعية والثقافية ثم الاحتفاظ بقوتها وتماسكها الداخلي والخارجي ويمكن حصرها في :

1/ الوسائل السياسية :

تشمل التمثيل النيابي اى وجود ممثلين لها داخل المجلس النيابي ثم ايضا وجود اعضاء ينتسبون لها داخل المؤسسات الادارية والقضائية للدولة ، فوجود هؤلاء الممثلين داخل هذه المؤسسات يتيح للحزب فرصة تحقيق مبادئه من ما يخلق الالفه بين اعضائه ، حتى اذا نجح الحزب في الاستيلاء على السلطة تمكن من

وضع السياسة العامة للدولة وتنفيذها عن طريق هؤلاء الممثلين ، تستخدم ايضا الاحزاب عنصر المناقشة كاحد آليات تحقيق التماسك داخل الحزب حيث تعمل المناقشة على التوفيق بين وجهات النظر المتضاربة بين اعضاء الحزب مما يزيد من تماسك الحزب .

2/ المزاجية (التوفيق) بين المصالح العامة والخاصة :

تعمل جميع الاحزاب على التوفيق بين المصلحة القومية والمصالح الخاصة لاعضاءها وذلك باضفاء صيغة سياسية على مطالب هؤلاء ، وصياغة مصالحهم وآمالهم الفردية صياغة عامة ، يتم ذلك بالطبع في اطار المبادئ العامة التي يمتلكها الحزب ومدى تماسك افراد الحزب بها ، وعادة ما يحاول الحزب في المواقف ان يظهر انه يعبر عن رغبات الأمة في مجموعها وليس عن رغبات افراده وذلك عن طريق التمسك بالشعارات القومية (الطيب،2004،ص223-234) .

3/ وسائل الاتصال :

تعتبر وسائل الاتصال من صحف وتلفزيون واذاعة وغيرها آليات فعالة وفاعلة يعمل الحزب من خلالها للتأثير في الرأي العام وكسب تأييده وفي نظم الحكم الشمولي تستخدم المدارس لترسيخ مبادئ الحزب وخدمة اهدافه ، وفي الدول الديمقراطية تمتلك الاحزاب صحف خاصة بها ، كما نجدها في الدول المتقدمة تمتلك محطات اذاعية ، وقد يسمح لهذه الاحزاب في مثل هذه الدول باستعمال الاذاعة الرسمية لمدة محددة كما في الولايات المتحدة على وجه التحديد وذلك بانشاء لجنة حكومية لتنظيم حق الاحزاب السياسية في شراء الوقت اللازم لها في دور الاذاعة لتتصل بجمهورها .

4/ الوسائل القهرية :

تستعمل بعض الاحزاب وسائل العنف للاحتفاظ بقوتها واستمرار تضامنها وهي نوعين:

أ) العنف السافر : تستخدمه الاحزاب في الدول ذات الحكم المطلق عبر وسائل معسكرات الاعتقال والارهاب السياسي .

ب) العنف المستتر : فالاحزاب الديمقراطية تستخدم من خلال الضغط الاقتصادي والاجتماعي وان كانت بعض هذه الاحزاب لا تتورع عن اللجوء الى العنف السافر في بعض الاحيان(الطيب،2004،ص223-234) .

ثالثاً : الخطاب الإعلامي للأحزاب وتشكيل الرأي العام

يقتضي من الأحزاب القيام بالعديد من المهام وأولى هذه المهام هي مايقع على عاتق الحزب من ضرورة توجيه المواطن الفرد وإنماء الشعور لديه بالمسئولية وعلى الأخص تلقينه أن مصالحه الفردية مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمصلحة العامة ، فنادرًا ماينصادف هذا الشعور لدى المواطنين وذلك باضفاء صبغة سياسية على مطالب هؤلاء وصياغة آمالهم الفردية صياغة عامة ويتعين على الحزب في هذا الصدد ان يعمل على مزج المطالب الفردية والخاصة بمقتضيات المصلحة العامة ، وبالطبع لايمكن للحزب ان يقوم بهذه المهمة بمجرد الاستجابة الى رغبات المواطنين ولكن على الحزب ان يقوم بترجمة هذه الرغبات (في إطار المبادئ العامة التي يعتنقها) الى برنامج عدد محدد ، يأخذ في الإعتبار الظروف الواقعية التي يباشر الحزب فيها نشاطه ، وهنا يتعين على الحزب أن يمد مهمته من توجيه المواطن إلى توعيته بالمشاكل وإطلاعه على حقيقة الأمر ، وبحيث يبدو الحزب وكأنه منظمة تعليمية : "يقدم للشعب مختلف المعلومات الإقتصادية والإجتماعية بالطرق المبسطة الواضحة التي توقظ فيه الوعي السياسي " ،ويلاحظ أنه كلما ازدادت المشاكل التي تواجهها الأمة كلما زادت الحاجة إلى توعية المواطن بهذه المشاكل ولكن يبدو أن اطلاع المواطن ، على المشاكل التي تواجه الحكومة يبدو أمراً صعباً وخاصة بالنسبة للأحزاب الحاكمة ، لذلك فغالباً ما تلجأ هذه الأخيرة في سبيل تبرير قرار ما ، وغالباً ما تحاول الأحزاب (حتى أحزاب المعارضة في بعض الحالات) أن تنسب القرار الى اعتبارات أيولوجية بحيث تخفى وراءها الصعوبات الحقيقية التي أدت إلى إتخاذ القرار .

تضيف الباحثة ان الأحزاب السودانية تاخذ بمختلف وسائل الدعاية في سبيل الدعوة لفكرة أو برنامج معين ، سواء بالصحف أو الراديو أو التلفزيون أو النشرات أو الخطب ، ليس فقط للانتخابات والسلطة ، ولكن أيضاً لخدمة أيولوجية تعتنقها وتعمل في اطارها ، بل أننا نستطيع القول الآن ، بأن الانتخابات والسعي للسلطة ، أصبحت عند بعض الأحزاب وسيلة للدعاية المذهبية أكثر منها غاية وهدف ، وهذا بطبيعة الحال يختلف من حزب لآخر باختلاف طبيعته .

لذلك ترى الباحثة ان استخدام الأحزاب لقوة الرأي العام يحقق فائدة لايمكن ان تحقق بدون الأحزاب وبذلك يتضح لنا مدى أهمية الحزب في تكوين رأى عام فهو يلزم الفرد (على الأقل حين يمارس حقه الانتخابي) بأن يحدد مكانه في الجماعة ، وبين خط الحزب فإنه في نفس الوقت يتخذ موقفاً من القضايا العامة تجاه المجتمع ككل .

لذلك فان الخطاب الاعلامي اصبح وظيفة سياسية اقتصادية بالدرجة الاولى حيث يتولى عملية الاقناع الجماهيري من خلال محتواه السياسي للمادة الاعلامية المنبثة والمكتوبة عبر وسائل الاعلام ، وكل ذلك يتم من خلال طرح المجريات والاحداث على الجماهير في صورة خطابات مسموعة او مرئية او صحافة مكتوبة عن طريق حملات تسهل عملية نشر وخلق رأي عام " حيث يتم ذلك من خلال توصيل الرسالة المعنية من قبل صناع القرار بذكاء اعلامي شديد احياناً - والذي يجوز ان نطلق عليه في بعض المواقف فرض اعلامي ذكي مهذب لانه لا يبدو تلقائياً وغير مقصود في ظاهرة (عبد، 2004، ص73) .

ان المطلوب من الأحزاب هو القيام بتوعية المواطن وبإعطائه من المعلومات مايمكنه من الحكم بطريقة موضوعية ، مجردة من كل خلفية سياسية ، هذا السلوك "الموضوعي" يقتضي قدراً من إنكار الذات لا تقوى عليه الأحزاب ، وحتى تقوم الأحزاب بوظيفتها في تكوين الرأي العام يتعين عليها أن تربط بين المواقف الفردية وأن تتسق فيما بينها بحيث تبلور هذه المواقف المتفرقة في رأى عام موحد يمثل اتجاهاً سياسياً ويلتزم الأفراد بالطبع حتى يساهموا في تكوين الرأى ، بالتخلي عن نظرتهم الفردية ونبذ تمسكهم بالآراء الفردية والاتجاه للتمسك بالموقف الجماعي ، واعتناق الافكار الجماعية أو بمعنى أكثر دقة ، الأيدولوجية التي يمثلها الحزب فالفرد إذ ينضم إلى حزب أو يسانده ، يواجه اختباراً صعباً ، مؤداه المقابلة بين أفكاره الخاصة والأفكار التي يمثلها الحزب ، وقد لا يكون الألتقاء بينهما كاملاً ولا التطابق تاماً ، حينئذ يتعين على الفرد أن يتخلى عن بعض أفكاره التي لا تجد مكاناً لها في الأفكار العامة التي يمثلها الحزب ، وأن يتقبل أفكاراً أخرى جديدة ماكانت لتخطر له على بال لولا انضمامه للحزب .

تأخذ الأحزاب السياسية بمختلف وسائل الدعاية في سبيل الدعوة لفكرة أو برنامج معين ، سواء بالصحف أو الراديو أو التلفزيون أو النشرات أو الخطب ، ليس فقط للانتخابات والسلطة ، ولكن أيضاً لخدمة سياسات تعتنقها وتعمل في اطارها ، بل أننا نستطيع القول الآن ، بأن الانتخابات والسعي للسلطة ،

أصبحت عند بعض الأحزاب وسيلة للدعاية المذهبية أكثر منها غاية وهدف ، وهذا بطبيعة الحال يختلف من حزب لآخر باختلاف طبيعته .

ان استخدام الأحزاب لقوة الرأي العام يحقق فائدة لايمكن ان تحقق بدون الأحزاب وبذلك يتضح لنا مدى أهمية الحزب في تكوين رأى عام فهو يلزم الفرد (على الأقل حين يمارس حقه الانتخابي) بأن يحدد مكانه في الجماعة ، وبين خط الحزب فإنه في نفس الوقت يتخذ موقفاً من القضايا العامة تجاه المجتمع ككل .

الدراسة الميدانية

أولاً : وصف العينة (الأحزاب نموذجاً) :

إكتفت الباحثة بثلاث احزاب تعتبر ذات ثقل سياسي بالبلاد وهى (حزب المؤتمر الوطني - حزب الاتحادى الديمقراطى - حزب الأمة القومى) .

(i) حزب الأمة القومى :

تأسس في فبراير 1945م كأول حزب جماهيري سوداني تحت رعاية الامام عبد الرحمن المهدي ، وتشكل من كيان الأنصار الذي يؤيد فكرة المهديّة ومن بعض المثقفين المنادين باستقلال السودان ، ولقد انتخب عبد الله خليل أول سكرتير عام للحزب ولم كن للحزب رئيس حتى انتخاب الصديق المهدي رئيساً في 1950م .

وافق الحزب على الدخول في المجلس الاستشاري لشمال السودان ثم في الجمعية التشريعية لأجل انتزاع استقلال السودان ، واستطاع ان يمرر قرار الحكم الذاتي من داخل الجمعية التشريعية في 1952م.

واجه محاولات لشق صفه من بريطانيا (عبر الحزب الجمهوري الاشتراكي في 1952م) ومن مصر (عبر حزب التحرير في 1957م) لكنه صمد في وجهها .

بعد الاستقلال الذي تحقق في الاول من يناير 1956م اشترك الحزب في الحكم مع حزب الشعب الديمقراطي بعد حدوث الانشقاق في الحزب الوطني الاتحادي وذلك في الفترة مابين 1956م - 1957م ثم دخل في حكومة ائتلافية اخرى برئاسة السكرتير العام للحزب عبد الله خليل.

عارض حزب الأمة النظام العسكري بقيادة الفريق ابراهيم عبود مما أدى الى مجزرة المولد في اغسطس 1961م التى قتل فيها عدد كبير من انصاره .

انتخب السيد الصادق المهدي رئيساً للحزب عقب نجاح ثورة اكتوبر 1964م التى اطاحت بحكومة عبود وكان في السابق "إمام الأنصار" هو زعيم الحزب الأول وصاحب القرار القاطع فيه .

شهد الحزب أول انشقاق في 1968م قبل ان يرمم صفوفه في 1969م كما تعرض لحرب روس من نظام الرئيس جعفر نميري الذي كان يقوده الحزب الشيوعي في بداية عهده فأدت المواجهة الى ما سمي مجزرة الجزيرة أبا ودنوباوي في مارس 1970م وسقط فيها 907 قتلى من الانصار .

شارك حزب الأمة القومي في " انتفاضة شعبان" في سبتمبر 1973م التي فشلت ثم اشترك مع الحزب الاتحادي والأخوان المسلمون في الانتفاضة المسلحة في يوليو 1976م التي فشلت هي الاخرى في إحداث التغيير .

وقع مع نميري اتفاقا للمصالحة ونقل نشاطه الى الداخل في 1977م لكن الاتفاق انهار ، نال حزب الأمة القومي 101 من المقاعد في الانتخابات التي اعقبت الاطاحة بحكومة نميري في 1986م ، بينما نال منافسه الأول الاتحادي الديمقراطي 64 مقعداً ونالت الجبهة الاسلامية 51 مقعداً .

بعد انقلاب الانقاذ في 1989م التحق رئيس الحزب الصادق المهدي بمعارضه الخارج في عملية اطلق عليها اسم "تهتدون" وذلك في ديسمبر 1996م فقد هاجر المهدي وبضع وعشرون من اعوانه سرّاً مخترقين الحدود الشرقية مع اريتريا ، التقى الصادق المهدي بحسن الترابي في جنيف في مايو 1999م ، ثم الرئيس عمر البشير في جيبوتي في نوفمبر 1999م ليخرج بعدها مباشرة من التجمع الوطني المعارض بعد رفض فصائل التجمع لتلك اللقاءات الى ان عاد الي البلاد في نوفمبر 2000م في عملية سميت "تقلحون" .

أعاد الحزب في مارس 2009م انتخاب الصادق المهدي رئيساً له ، وصديق محمد اسماعيل اميناً عاملاً ، وانتخب سارة نقد الله رئيسة لمكتبه السياسي لتكون اول امرأة ترأس مكتباً سياسياً لحزب سوداني كبير (شبكة الجزيرة الاعلامية) .

(ب) حزب الاتحادي الديمقراطي :

يعتبر الحزب الاتحادي الديمقراطي من أقدم الأحزاب السياسية في السودان وهو اتحاد من حزبين سياسيين هما الوطني الاتحادي والشعب الديمقراطي وقد كان الرئيس اسماعيل الازهري رئيس وزراء السودان بعد الاستقلال رئيساً للحزب عندما كان باسم الحزب الوطني الاتحادي فقاد به معركة الاستقلال ، ويرأس الحزب حالياً محمد عثمان الميرغني مرشد الطريقة الختمية الصوفية عبر هيئة للقيادة تضم في

عضويتها احد نواب الرئيس السابقين على محمود حسنين واحمد سعد عمر وميرغني عبد الرحمن واحمد على ابوبكر وطه على البشير .

ليندمج في عام 1967م ، وجاءت تسميته من اندماج الحزبين حيث تؤخذ كلمة (الاتحادي) من الحزب الوطني الاتحادي وكلمة (الديمقراطي) من حزب الشعب الديمقراطي فاصبح اسم الحزب الجديد الحزب الاتحادي الديمقراطي ، وكان ذلك بعد اقتراح تقدم به الراحل الملك فيصل الى محمد عثمان الميرغني والرئيس الازهري عند وصوله الى الخرطوم في حديقة السيد علي للمشاركة في مؤتمر القمة العربي الذي دعى له السيد علي والرئيس الازهري بعد هزيمة مصر في الحرب ضد اسرائيل وكان الصف العربي منشقاً في وقتها بين مصر والمملكة العربية السعودية ولم تتوحد كلمتيهما في اجتماع الخرطوم ، فبعد ان وافق على مقترح الوحدة اصر الملك فيصل على الذهاب الى السيد علي في داره للقاءه وفي دار السيد علي بالخرطوم اعلن لزعيم الازهري مولد الحزب الجديد معلناً بداية وحدة الحزب الاتحادي الديمقراطي في شهر نوفمبر من عام 1967م .

بالرغم من ان بعض اعضاء الحزب كان يرفع شعار الاتحاد مع مصر الا انه قرر الانحياز للفكرة الاستقلالية التامة عن الدولتين البريطانية والمصرية ، ولعب السيد علي الدور الاكبر في هذا المنحى الذي جنب السودان مصر كثيراً من الاضرار والويلات سواء الداخلية او الخارجية .

وقف الحزب الاتحادي الديمقراطي معارضاً لكل الأنظمة العسكرية التي تولت حكم السودان وظل الحزب الوحيد الذي لم يشارك في اي انقلاب على الحكم الديمقراطي في السودان ، وكان الرئيس حسين الهندي رئيس الجبهة الوطنية المعارضة ضد نظام الرئيس نميري حتى وفاته في عام 1981م ومن ثم تقلد محمد عثمان الميرغني رئيس الحزب الاتحادي رئاسة التجمع الوطني الديمقراطي المعارض لانقلاب الانقاذ الذي اتى لاجهاض اتفاقية السلام التي ابرمها الحزب الاتحادي الديمقراطي في نوفمبر 1988م مع جون قرنق رئيس الحركة الشعبية لتحرير السودان آنذاك ، ولكن تغير الموقف في عام 2012م بمشاركة الحزب في حكومة البشير، ويشتهر الحزب الاتحادي الديمقراطي بأنه حزب الحركة الوطنية السودانية (شبكة الجزيرة الاعلامية).

(ج) حزب المؤتمر الوطني :

تأسس حزب المؤتمر الوطني عام 1998م على انقاض الجبهة الاسلامية القومية التي يتزعمها حسن الترابي ومجلس قيادة ثورة الانقاذ الوطني بقيادة عمر البشير ، يتولى اعضاء الحزب رئاسة ابرز المنظمات والاتحادات ، يؤكد الحزب انه يسعى الى تحقيق مبادئ واهداف منها اقرار الحاكمية في الدولة الله والعمل على توجيه الحياة العامة والخاصة ، وتحقيق الوحدة الوطنية ، مع ترسيخ الحكم على الشورى والديمقراطية ، والسعي لتطهير المجتمع من الفساد تأكيدا لاستقلال للأمة .

يتكون هيكل الحزب في المستوى القومي من المؤتمر العام ، ومجلس الشورى والمجلس القيادي والمكتب التنفيذي .

اختلف حسن الترابي مع حكومة الانقاذ بشأن جملة من القضايا ابرزها الحد من صلاحيات رئيس الجمهورية مما جعل البشير يحل البرلمان الذي كان يترأسه الترابي ويعلن الأحكام العرفية عام 2000م ، وفي 31 يونيو 2001م أسس الترابي مع بعض كوادر الإنقاذ التي غادرت الحكومة حزب المؤتمر الشعبي الذي سارع الى تشكيل تحالف مع الحركة الشعبية لتحرير السودان ابرز الفصائل السودانية المعارضة .

حصل حزب المؤتمر الوطني في انتخابات عام 2000م على 355 مقعداً من مقاعد البرلمان الـ 360 ، كما حصل مرشحه للانتخابات الرئاسية عمر البشير على 86.5% من أصوات الناخبين .

وقع الحزب في مايو 2008م مع حزب الأمة المعارض بزعامة الصادق المهدي وثيقة للتراضي الوطني عقب حوار استمر اكثر من سبعة اشهر حسب قولهما ، تضمنت الوثيقة - التي مهرها رئيسا الحزبين - على الثوابت التي تؤكد التي تكد دور الدين مرجعا وموجها وهاديا للناس مع احترام حرية الاديان والتعايش السلمي وحقوق الانسان .

كذلك فاز الحزب في الانتخابات التشريعية والرئاسية التي نظمت في ابريل 2010م حيث انتخب الرئيس عمر البشير لولاية جديدة ، وحصل المؤتمر الوطني على 322 مقعداً في المجلس الوطني (البرلمان)

في فبراير 2014م دعا حزب المؤتمر الوطني الى " الحوار من أجل وفاق وطني " مشترطاً على المعارضة عدم طرح شروط مسبقة للقبول بالجلوس لطاولة الحوار ، اختلفت قوى المعارضة في التعاطي مع دعوة الحزب الحاكم لكن هذه الأخيرة خلقت شخراً داخلها بعد تجاوب حزبي الأمة القومي والمؤتمر الشعبي مع الدعوة للحوار (شبكة الجزيرة الاعلامية) .

(علماً بأن حزب الأمة القومي وحزب الاتحاد الديمقراطي عقب الحقب السياسية كان مسجلاً وان حزب المؤتمر الوطني ايضاً كان مسجلاً باسماء مختلفة مثلاً الجبهة الاسلامية والأخوان المسلمون) .

جدول رقم (1/2)

الأحزاب التي ضمت مجتمع البحث

(قائمة تسجيل الأحزاب وفق قانون مسجل التنظيمات السياسية)

التسلسل	إسم التنظيم	تاريخ التسجيل بالدائرة القانونية لمسجل التنظيمات
1	الحزب الاتحادي الديمقراطي	1999/2/1م
2	حزب المؤتمر الوطني	1999/2/3م
3	حزب الأمة القومي	2005/4/26م

إكتفت الباحثة عند اختيار مجتمع البحث بثلاث احزاب تعتبر ذات ثقل سياسي بالبلاد وهي (حزب المؤتمر الوطني - حزب الاتحاد الديمقراطي - حزب الأمة القومي) ، ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة ، قامت الباحثة بإختيار عينة عشوائية بسيطة مقدارها (100) فردا ممثلة في المؤسسات الجامعية وصحف واعلاميون في البرامج السياسية بالأذاعة والتلفزيون وسياسيون (قادة رأي) وامانات ومكاتب العلاقات العامة بالأحزاب ، وقد تم اجراء الدراسة الميدانية للعام 2015-2017م .

ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية :

استعانت الباحثة بالمنهج الوصفي التحليلي ولأن المنهج هو الاداة او الوسيلة التي يعتمد عليها في سبيل الوصول الي مجموعة من الحقائق العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة .

1- تم تحديد مجتمع البحث Population وهو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراساتها فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجة الدراسة وأهدافها وتختار منه العينة .

2- فقد اختارت الباحثة عينة عمدية Purposive sample: وهي أن يختار الباحثة المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية، طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث (ذلك لان مجتمع البحث كبير وممتد ومتجدد، ولذا تم اختيار نماذج من المبحوثين بصورة عمدية، حيث قامت بالإجراءات الآتية لغرض الدراسة التطبيقية :

أ. مراجعة خطة البحث وإسقاطات الخطاب الاعلامي للأحزاب و موضوع الدراسة.

ب. تصميم استمارة الخبراء : بتحديد المحاور والفئات .

3- تحكيم الاستمارة من قبل أساتذة متخصصين إعلاميين ، وتعديل الاستمارة وفق آرائهم وهم:

أ- أ.د. حسن محمد زين - استاذ مشارك - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

ب- أ.د. مختار عثمان الصديق- استاذ مشارك- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

ج- أ.د. منصور عثمان محمد زين - أستاذ مشارك - جامعة امدرمان الاسلامية

د- أ.د. سلمى يوسف محمد عبد الله - استاذ مشارك - جامعة الزعيم الازهري

4- إجراء اختبارات الصدق والثبات Validity and Reliability على الاستمارة والتي تم فيها حساب

ثبات أداة الدراسة بحساب قيمة (ألفا كرونباخ) لقياس مدى ثبات الاستمارة، ففي حال كانت القيمة

أعلى من 60% وهي القيمة المقبولة إحصائياً، دل ذلك على ثبات أسئلة الاستمارة، فتبين أن القيمة

تساوي 94.8% مما يؤكد أن القيمة عالية، وهذا يشير إلى ثبات جميع المحاور الرئيسة المكون

للاستمارة وإمكانية الاعتماد على نتائجها والاستفادة منها في التفسير والمناقشة الصدق = الجزر التربيعي للثبات = 97.3 %.

5- تحديد المختصين المشاركين في ملء استمارة التحليل (استمارة خبراء مختصين) بعد مراجعة الاستمارة وفهم طريقة الإجابة وفق السلم الخماسي الموضوع للتقويم بدرجات (موافق بشدة = 5، موافق = 4 ، محايد = 3 ، لاوافق = 2 ، لاوافق بشدة = 1) ولذلك تم التقويم في سمنار رقم (2) جمعت عدداً من اساتذة كلية علوم الاتصال ، وتمت مراجعة استمارة للدراسة والتعليق على بعض جوانبها) .

6- تمت مراجعة الاستمارات والتأكد من أن الإجابات شاملة للأسئلة بما يمكن من إخضاعها للتحليل وفقاً لنظام الحزم الإحصائية المعتمد للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، ثم تحويل المعلومات إلى نظام (Excel) بما يضمن تعريب المعلومات وجودة الرسوم البيانية.

بناءً على التحليل الإحصائي، قامت الباحثة بتفسير المعلومات وقراءتها واستخلاص النتائج والتوصيات الختامية للدراسة من خلال المتوسطات الحسابية لاستخراج متوسط الترتيب لكل عبارة من عبارات محاور أداة الدراسة، حيث تم إعطاء الوزن 5 لعبارة اوافق بشدة ، والوزن 4 لعبارة اوافق، والوزن 3 لعبارة محايد، والوزن 2 لعبارة لا اوافق، والوزن 1 لعبارة لا اوافق بشدة، حيث يتم مقارنتها بالوسط الفرضي وهي في حالة المقياس الخماسي تساوي مجموع الأوزان المذكورة على عددها، أي تساوي (3) بحيث إنه إذا زاد المتوسط الحسابي عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على موافقة المبحوثين على العبارة. أما إذا قل عن الوسط الفرضي دل ذلك على عدم موافقة المبحوثين على العبارة. أما الانحرافات المعيارية فهي تقيس مدى التشتت في إجابات المبحوثين لكل عبارة، فإن كان الانحراف أقل من (1) يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها، مما يدل على أن هناك تقارباً بين استجابات المبحوثين. أما إذا كان أكبر من أو يساوي (1) يعني تشتت الإجابات، مما يدل على التباين في الإجابات وبعدها عن مضمون العبارة.

ثالثاً : تفرغ البيانات وتحليلها

رصد وتحليل البيانات الكمية : Analysis of data Quantities

قامت الباحثة في هذه المرحلة بترتيب الجداول والرسوم البيانية لكل من الفئات والوحدات الواردة في التحليل، واستخلاص المتوسطات الحسابية والمتوسط الحسابي العام لكل فئة لمقارنتها مع الفئات الأخرى في نهاية التحليل، ولمعرفة ترتيب الفئات وتأثيراتها ، وبعد ذلك ألحقت بكل جدول رسماً بيانياً لنسب تأثير كل درجة تقويمية على الفئة، وذلك على النحو التالي:

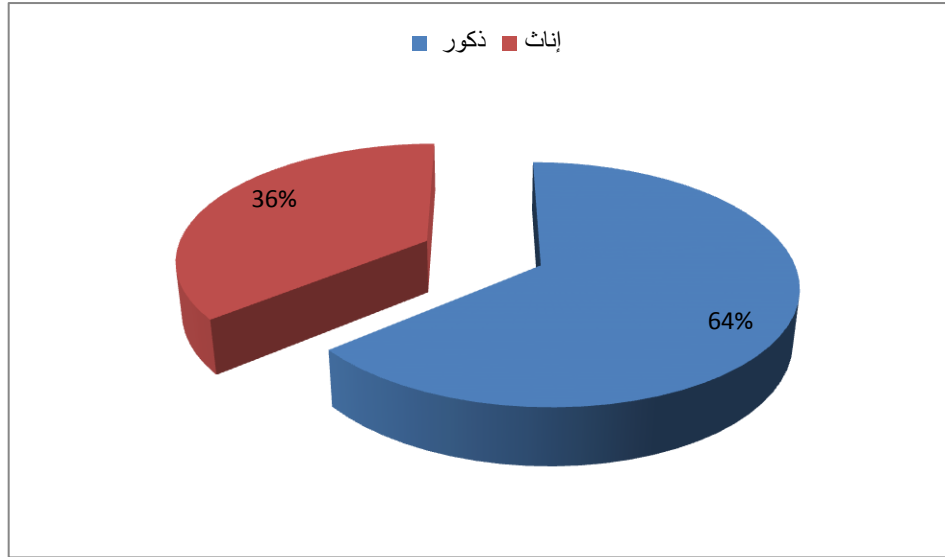
1. التوزيع التكراري لخصائص أفراد عينة الدراسة :

جدول رقم (2/2)

التوزيع التكراري للأفراد العينة حسب النوع

البيان	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	64	% 64
إناث	36	% 36
المجموع	100	% 100

الشكل رقم (1/3) للعينة حسب النوع



- يوضح الجدول (1/2) والشكل (1/3) ، ان أعلى تكرار افراد العينة الاستطلاعية في النوع (64) وبنسبة (64 %) للذكور ، ثم الاناث بتكرار (36) وبنسبة (36 %).
- من خلال هذا الشكل تأكد للباحثة ان نسبة الذكور اعلى من الإناث وذلك ان دل فانما يدل على ان المشتغلين بالمجال السياسي اكثرهم من الذكور ، برغم ان نسبة الإناث 36 % فى نسبة ليست بالقليلة دل على مدى فهم المجتمع للحركة السياسية وتفهمهم في تغيير وضع المرأة من خلال ارتفاع نسبة التعليم وارتياح المرأة لمجالات العمل المختلفة .

2. المستوى التعليمي :

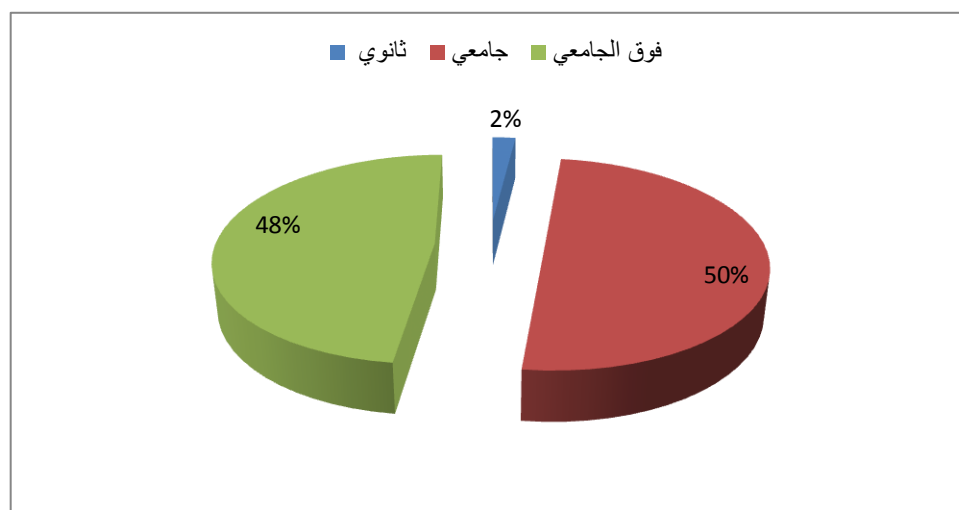
جدول رقم (3/2)

التوزيع التكراري للأفراد العينة المستوى التعليمي

البيان	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	2	2 %
جامعي	50	50 %
فوق الجامعي	48	48 %
المجموع	100	100 %

الشكل رقم (2/3)

للعينة حسب المستوى التعليمي



- يوضح الجدول (2/2) والشكل (2/3) أن أعلى تكرار أفراد العينة الاستطلاعية في المستوى التعليمي (50) وبنسبة (50 %) للجامعة ، ثم فوق الجامعي بتكرار (48) وبنسبة (48 %) ، وأخيراً ثانوي بتكرار (2) وبنسبة (2 %) .

- من خلال التوزيع التكراري والشكل اعلاه لأفراد العينة 98 % حاصلون على شهادات جامعية وفوق الجامعية دل ذلك على ان العينة العمدية والتي وزعت عشوائياً أكدت ان نسبة التعليم بها مرتفع مما يؤكد ان جميع الأسئلة في سيتم عليها من منطلق الفهم الاكاديمي والعلمى له ، وهذا يعطى بعداً علمياً على الاستمارة المبحوثين وأخذ هذه الاجابات بعين الاعتبار لما لهم من دراية علمية لمشكلة البحث ، ونسبة الحاصلون على الثانوي 2 % وهى نسبة ضعيفة جداً وقد لا يكون لها أثر يذكر في النتائج .

3. العمر :

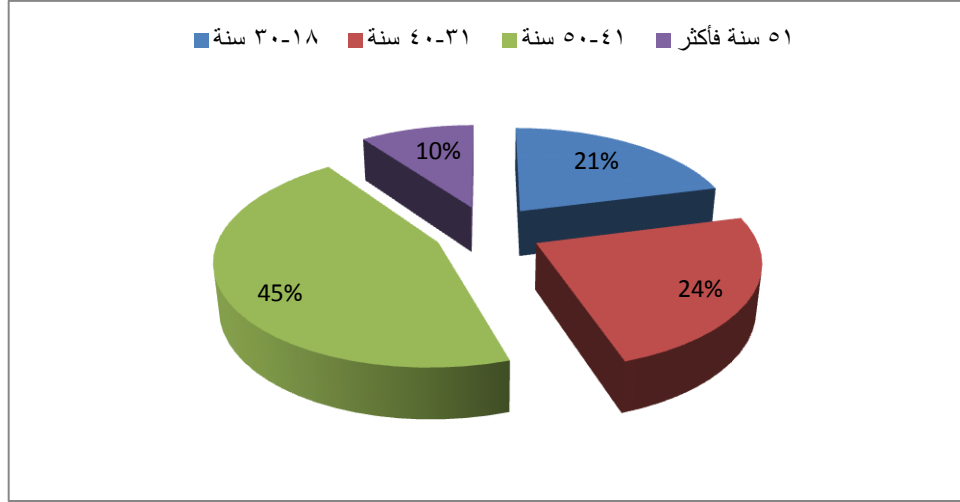
جدول رقم (4/2)

التوزيع التكراري للأفراد العينة حسب العمر

البيان	التكرار	النسبة المئوية
30-18 سنة	21	21 %
40-31 سنة	24	24 %
50-41 سنة	45	45 %
51 سنة فأكثر	10	10 %
المجموع	100	100 %

الشكل رقم (3/3)

يوضح العينة حسب العمر



- يوضح الجدول (3/2) والشكل (3/3) أن أعلى تكرار افراد العينة الاستطلاعية في العمر (45) وبنسبة (45 %) لـ 50-41 سنة ، ثم (24) وبنسبة (24 %) لـ 40-31 سنة ،بينما 30-18 سنة بتكرار (21) وبنسبة (21 %) ،واخيراً 51 سنة فأكثر سنة بتكرار (10) وبنسبة (10 %)
- من خلال التوزيع التكراري والشكل اعلاه لأفراد العينة حسب العمر فيدل على ان المرحلة العمرية من (50-41 سنة) والتي بلغت نسبة 45 % ان هذه النسبة معقولة من حيث توزيع النسب وهي المرحلة العمرية التي تعتبر ناضجة علمياً وعملياً وان لقها ادراك لمعاني الاستبيان ، وأن المرحلة العمرية (30-18 سنة) يتضح من خلالها استيعاب الكوادر الشبابية لمفهوم العمل السياسي بالبلاد مما يخلق قاعدة سياسية واعية من النشئ ، واتضح جلياً للباحثة ان الفئة العمرية (50-18 سنة) والتي بلغت مجتمعة نسبة 90 % من المبحوثين انها نسبة معقولة لأعمار المشتغلين والداخلين في المجال السياسي الاعلامي بالبلاد .

4. سنوات الخبرة :

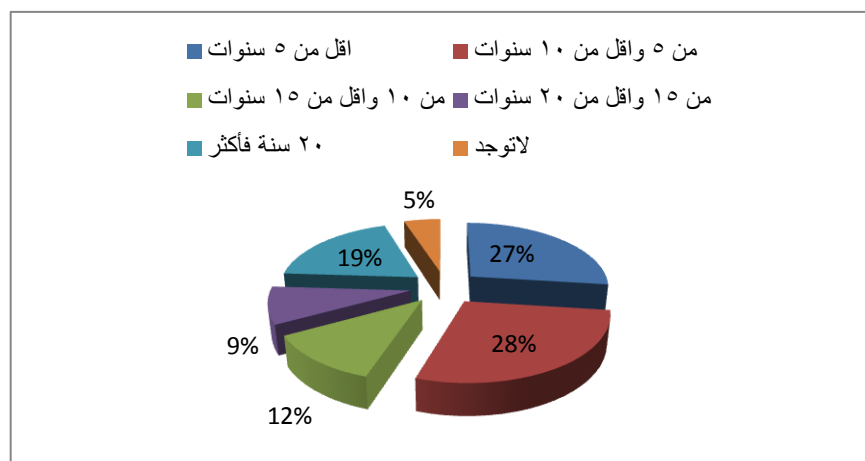
جدول رقم (5/2)

التوزيع التكراري للأفراد العينة حسب سنوات الخبرة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	27	27 %
من 5 وأقل من 10 سنوات	28	28 %
من 10 وأقل من 15 سنوات	12	12 %
من 15 وأقل من 20 سنوات	9	9 %
20 سنة فأكثر	19	19 %
لا توجد	5	5 %
المجموع	100	100 %

الشكل رقم (4/3)

يوضح العينة حسب سنوات الخبرة



- يوضح الجدول (4/2) والشكل (4/3) أن أعلى تكرار افراد العينة الاستطلاعية في سنوات الخبرة (28) وبنسبة (28 %) لـ 5-10 سنوات ، ثم من اقل من 5 سنوات بتكرار (27) وبنسبة (27 %) ، بينما 20 سنة فأكثر بتكرار (19) وبنسبة (19%) ، ثم من 10 وأقل من 15 سنة فأكثر سنة بتكرار (12) وبنسبة (12 %)
- من خلال التوزيع التكراري والشكل اعلاه لأفراد العينة حسب سنوات الخبرة فيدل على ان نسبة 95 % والتي كانت خبرتهم (اقل من 5سنوات - 20سنة) ، وهى نسبة ذات ثقل معرفي وموضوع البحث لذلك دلت هذه النسبة على الخبرة التى اكتسبها افراد العينة من خلال مجالاتهم المختلفة في العمل الاعلامي السياسي بالبلاد ، والتى تبني عليها اجابتهم حيث تؤكد على ان جميع الاسئلة ستكون متضمنة خبرتهم العملية والعلمية ، لذلك تؤكد الباحثة ان مجتمع البحث يمتلك خبرة عملية كبيرة ستساهم في ادراك ومعرفة الاسئلة والاجابة عليها بثقة .

5. الوظيفة :

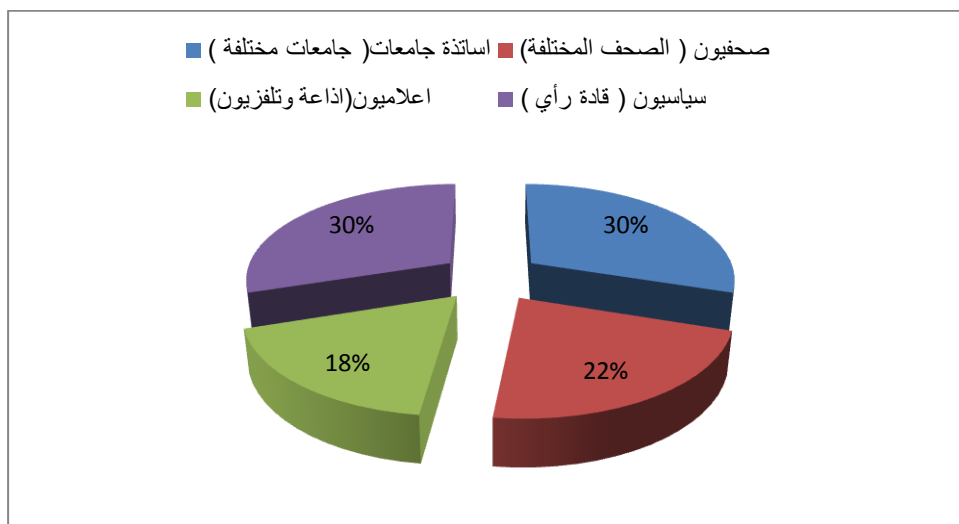
جدول رقم (6/2)

التوزيع التكراري للأفراد العينة حسب الوظيفة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
اساتذة جامعات (جامعات مختلفة)	30	30 %
صحفيون (صحف مختلفة)	22	22 %
اعلاميون(اذاعة وتلفزيون)	18	18 %
سياسيون (قادة رأي)	30	30 %
المجموع	100	100 %

شكل رقم (5/3)

يوضح الوظيفة



- يوضح الجدول (5/2) والشكل (5/3) أن أعلى تكرار افراد العينة الاستطلاعية في الوظيفة بتكرار (30) وبنسبة (30 %) لوظيفتي اساتذة جامعيون وسياسيون ، ثم صحفيون بتكرار (22) وبنسبة (22 %) ، واخيراً اعلاميون بتكرار (18) وبنسبة (18 %)
- من خلال التوزيع التكراري والشكل اعلاه لأفراد العينة وظائفهم التي يشتغلون بها ان نسبة 30 % والتي كانت لاساتذة الجامعات والسياسيون وهي نسبة مهمة تؤكد من خلال اجابتهم على الاسئلة انها عينة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بموضوع البحث وستكون كذلك لها أثر كبير في نتائج البحث لانها ستكون نتائج من اشخاص مهتمون بالموضوع ويشغلون في مجال البحث مما يعطى ثقلأ معرفياً بالنتائج .

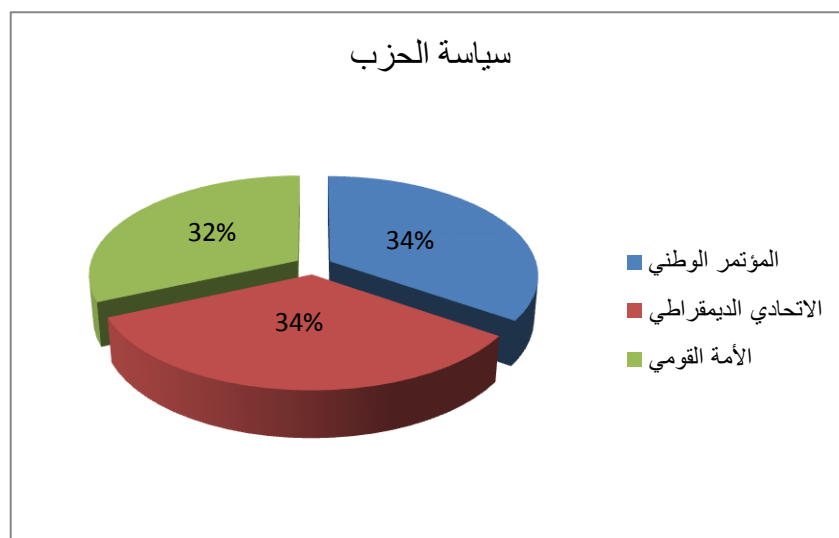
جدول رقم (7/2)

سياسة الحزب

الوحدات	المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
الالمام بمنهج الحزب	4.18	83.6	.973	3.78	75.6	1.053	3.85	70.0	1.147
التعرف على سياسة	4.18	83.6	.966	3.80	76.0	1.147	3.96	79.5	1.080
الفكرة الاساسية	4.20	84.0	.985	3.96	97.2	1.013	3.93	78.6	1.163
تساهم في تشكيل الرأي	3.91	78.2	1.179	3.50	70.0	1.332	3.68	73.6	1.243
المتوسط العام	4.12	82.0	1.026	3.76	80.0	1.136	3.86	75.0	1.158

شكل رقم (1/3)

سياسة الحزب



بناء على الجدول والرسم البياني اعلاه في اطار سياسة الحزب فانه :

أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة الفكرة الاساسية واضحة بنسبة 84% كما تراها العينة ، تليها في تحديد سياسة الحزب وحدتي الالمان بمنهج الحزب والتعرف على سياسته بنسبة 83.6% لكل وحدة ، بينما كانت مساهمة سياسة الحزب في تشكيل الرأي العام اقل بنسبة 78.2% .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور سياسة حزب المؤتمر الوطني لأفراد العينة ان سياسة الحزب اكثر وضوحاً وبنسبة عامة 82% .

- بينما اتفق المبحوثون على ارائهم حول الالمام بمنهج الحزب والتعرف على سياسته وفكرته الاساسية اذ جاء الانحراف المعياري اقل من الواحد الصحيح وهذا يؤكد وجود سياسات مكتوبة واضحة ، بينما لم تتفق اراء العينة تجاه اسهام الحزب في تشكيل الرأي العام وهي قضية رأي ، هذا يؤكد على فهم العينة للأجابة .

ب. حزب الإتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة الفكرة الاساسية للحزب واضحة بنسبة 97.2% كما تراها العينة ، تليها في تحديد سياسة الحزب التعرف على سياسة الحزب بنسبة 76% ووحدة الالمام بمنهج الحزب بنسبة 75.6% ، بينما كانت مساهمة سياسة الحزب في تشكيل الرأي العام اقل بنسبة 70% .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور سياسة حزب الاتحادي الديمقراطي لأفراد العينة واضحة بنسبة عامة 80% .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الالمام بمنهج الحزب والتعرف على سياسته وفكرته الاساسية اسهام الحزب في تشكيل الرأي العام حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد

الصحيح وهذا يؤكد عدم فهم اعضاء وكوادر الحزب لمنهجه وسياساته وفكرته الاساسية ومدى تشكله للرأى العام .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة المعرفة بسياسة الحزب اقل وضوح بنسبة 79.5 % كما تراها العينة ، تليها في تحديد سياسة الحزب معرفة الفكرة الاساسية للحزب بنسبة 78.6 % ووحدة تشكيل الحزب للرأى العام نسبة 73.6 % ، بينما كانت وحدة الالمام بمنهج الحزب اقل نسبة 70 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور سياسة حزب الأمة القومي لأفراد العينة اكثر وضوحاً وبنسبة عامة 75 % .

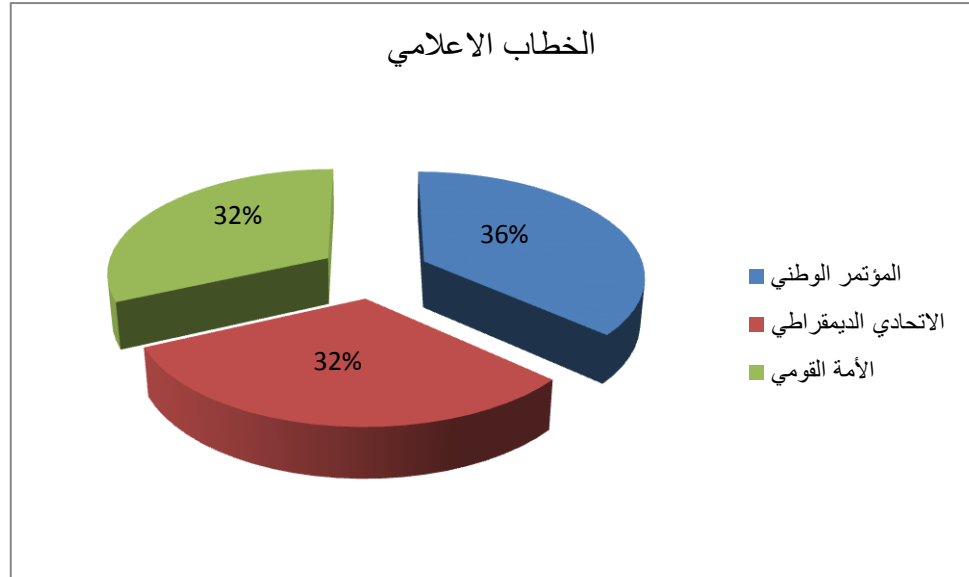
- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الالمام بمنهج الحزب والتعرف على سياسيته وفكرته الاساسية اسهام الحزب في تشكيل الرأى العام حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يؤكد عدم فهم اعضاء وكوادر الحزب لمنهجه وسياساته وفكرته الاساسية ومدى تشكله للرأى العام .

جدول رقم (8/2)
الخطاب الاعلامي للحزب

الأمّة القومي			الاتحادي الديمقراطي			المؤتمر الوطني			الوحدات
الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	
1.278	66.0	3.30	1.378	64.2	3.21	1.458	70.4	3.52	يوجد وضوح بالخطاب
1.430	63.0	3.15	1.411	63.6	3.18	1.395	73.2	3.66	تشكيل الراي العام
1.219	69.4	3.47	1.308	67.6	3.38	1.435	70.8	3.54	يرسخ مفهوم الوعي السياسي
1.437	63.6	3.18	1.415	65.0	3.25	.962	86.6	4.33	يستفيد من وسائل الاتصال
1.341	65.5	3.28	1.378	65.1	3.26	1.313	75.3	3.76	المتوسط العام

شكل رقم (2)

الخطاب الاعلامي



بناء على الجدول والرسم البياني اعلاه في اطار الخطاب الاعلامي للحزب فان :

أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة الاستفادة من وسائل الاتصال واضحة بنسبة 86.6 % كما تراها العينة ، تليها في محور الخطاب الاعلامي للحزب وحدة تشكيل الرأي العام بنسبة 73.2 % ، ووحدة ترسيخ مفهوم الوعي السياسي بنسبة 70.8 % ووحدة وضوح الخطاب الاعلامي للحزب بنسبة 70.7 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور وجود خطاب اعلامي للحزب لأفراد العينة واضحة وبنسبة عامة 75.3 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول وضوح الخطاب الاعلامي للحزب وتشكيله للرأي العام وترسيخه لمفهوم الوعي السياسي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يؤكد تشتت اراء المبحوثين باعتباره قضية رأي .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة ترسيخ مفهوم الوعي السياسي كانت واضحة بنسبة 67.6 % كما تراها العينة ، تليها وحدة الاستفادة من وسائل الاتصال بنسبة 65 % كما تراها العينة ، وتليها وحدة وضوح الخطاب الاعلامي للحزب بنسبة 64.2 % ، ووحدة تشكيل الرأي العام اقل نسبة 63.6 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الخطاب الاعلامي لأفراد العينة واضحة بصورة عامة وبنسبة 65.1 % .

- وبرغم وجود خطاب اعلامي واضح للحزب الا ان المبحوثين تشتت ارائهم حول وضوح الخطاب الاعلامي للحزب وتشكيله للرأي العام وترسيخه لمفهوم الوعي السياسي واستفادة الحزب من وسائل الاتصال حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يؤكد عدم وجود خطاب اعلامي واضح ومؤثر .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة ترسيخ مفهوم الوعي السياسي كانت غير واضحة بنسبة 69.4 % كما تراها العينة ، وتليها وحدة وضوح الخطاب الاعلامي للحزب بنسبة 66 % ، وتليها وحدة الاستفادة من وسائل الاتصال بنسبة 63.6 % ، بينما كانت وحدة تشكيل الرأي العام اقل نسبة 63 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الخطاب الاعلامي لأفراد العينة واضحة بصورة عامة بنسبة 65.5 % .

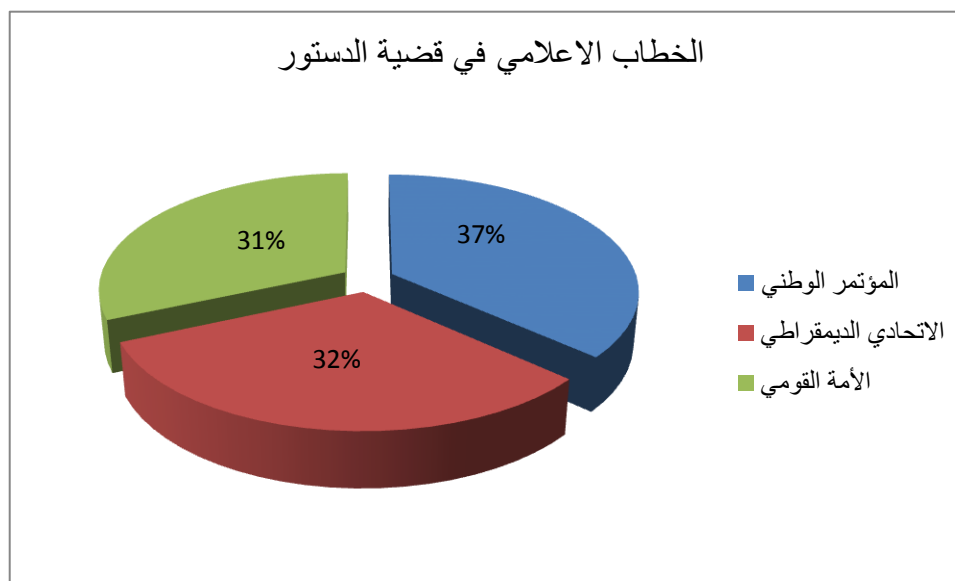
- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول وضوح الخطاب الاعلامي للأحزاب وتشكيله للرأى العام وترسيخه لمفهوم الوعي السياسي واستفادة الحزب من وسائل الاتصال حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يؤكد عدم وجود خطاب اعلامي واضح وعلمي هادف .

نتيجة الفرضية الاولى توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مفهوم الخطاب الاعلامي والاحزاب السودانية ، فحتمية الفرض الاول والمتمثل في ان للأحزاب السودانية خطاب اعلامي علمي واضح ومميز، أثبتت انه يوجد خطاب اعلامي .

جدول رقم (9/2)
الخطاب الاعلامي للحزب وقضية الدستور

الوحدات			المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
3.80	76.0	1.316	3.25	65.0	1.348	3.36	67.2	1.477			
3.69	73.8	1.320	3.33	66.6	1.300	3.23	64.6	1.420			
3.74	74.8	1.382	3.24	64.8	1.432	3.14	62.8	1.502			
3.62	72.4	1.442	3.16	63.2	1.405	3.08	61.6	1.460			
3.71	74.3	1.365	3.25	64.9	1.371	3.20	64.1	1.465			

شكل رقم (3)
الخطاب الاعلامي في قضية الدستور



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة المساهمة في المعرفة بالدستور نسبة 76 % كما تراها العينة ، تليها التنسيق بين الاحزاب بنسبة 74.8% ، ووحدة المساعدة في التخطيط للخطاب الاعلامي للحزب نسبة 73.8% ووحدة العمل على عرض الدستور نسبة 72.4% .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الخطاب الاعلامي للحزب في قضية الدستور لأفراد العينة واضح و بنسبة عامة 74.3 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم في ان الخطاب الاعلامي يساهم في عرض والمعرفة بالدستور ويساعد في التخطيط بالبلاد وينسق بين الاحزاب حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ، وباعتبار ان قضية الدستور قضية مهمة فيؤكد هذا المحور على عدم فهم الاحزاب لأهمية الخطاب الاعلامي والاستفادة منه في عرض القضية .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة المساعدة في التخطيط كانت غير واضحة بنسبة 66.6 % كما تراها العينة ، تليها وحدة المساهمة في المعرفة بالدستور بنسبة 65% ، ووحدة التنسيق بين الاحزاب بلغت نسبة 64.8% ووحدة العمل على عرض الدستور نسبة 63.2% .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الخطاب الاعلامي للحزب في قضية الدستور لأفراد العينة واضح و بنسبة عامة 64.9 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم في ان الخطاب الاعلامي يساهم في عرض والمعرفة بالدستور ويساعد في التخطيط بالبلاد وينسق بين الاحزاب حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ، وباعتبار ان قضية الدستور قضية مهمة فيؤكد هذا المحور على عدم فهم الاحزاب لأهمية الخطاب الاعلامي والاستفادة منه في عرض القضية .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة المساهمة في المعرفة بالدستور نسبة 67.2 % كما تراها العينة ، ووحدة المساعدة في التخطيط للخطاب الاعلامي للحزب نسبة 64.6 ، تليها التنسيق بين الاحزاب بنسبة 62.8% ، واخذت وحدة العمل على عرض الدستور اقل نسبة 61.6% .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الخطاب الاعلامي للحزب في قضية الدستور لأفراد العينة واضح وبنسبة عامة بلغت 64.1 % .

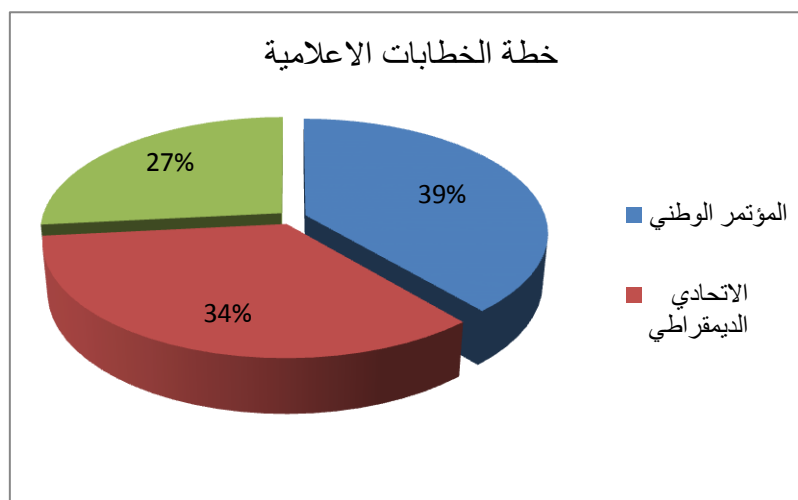
- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم ان الخطاب الاعلامي يساهم في عرض والمعرفة بالدستور ويساعد في التخطيط بالبلاد وينسق بين الاحزاب حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ، وباعتبار ان قضية الدستور قضية مهمة فيؤكد هذا المحور على عدم فهم الاحزاب لاهمية الخطاب الاعلامي والاستفادة منه في عرض القضية وطرحها ومناقشتها .

جدول رقم (10/2)
خطة الخطاب الاعلامي للأحزاب

الوحدات			المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
4.13	82.6	1.160	3.74	74.8	1.256	3.70	74.0	1.367	3.82	76.4	1.292
3.79	75.8	1.371	3.43	68.6	1.382	3.43	68.6	1.402	3.97	79.4	1.237
4.14	82.8	1.123	3.62	72.4	1.235	3.53	7.6	1.355	3.51	54.5	1.386
3.97	79.4	1.237	3.54	70.8	1.308	3.51	54.5	1.386	3.97	79.4	1.237

شكل رقم (4)

خطة الخطاب الاعلامي للأحزاب



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة قضايا الحوار والسلام كانت واضحة بنسبة 82.8 % كما تراها العينة ، تليها كذلك في الاهمية وحدة القضايا المرحلية والتي كانت واضحة بنسبة 82.8 % ، وبلغت وحدة القضايا الاستراتيجية نسبة 76.4 % ، بينما كانت القضايا السياسية اقل نسبة 75.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور ارتكاز الخطاب الاعلامي للحزب في خططته على القضايا المختلفة لأفراد العينة كان واضحاً و بنسبة عامة 79.4 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول القضايا التي ركزت عليها الخطابات الاعلامية لأحزاب السودانية حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وتظهر النسب ان هنالك تذبذب في تركيز القضايا من مرحلة لآخرى وهذا يدل على ان القضايا التي يتناولها الخطاب تتأثر بالقضايا المطروحة في الساحة السياسية بالبلاد .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة القضايا المرحلية كانت اقل وضوحاً بنسبة 74.8 % كما تراها العينة ، وتليها كذلك في الوضوح وحدة القضايا الحوار والسلام والتي كانت اقل وضوحاً بنسبة 72.4 % ، وبلغت وحدة القضايا الاستراتيجية نسبة 68.6 % ، بينما كانت القضايا السياسية اقل نسبة 67.4 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور ارتكاز الخطاب الاعلامي للحزب في خططته على القضايا لأفراد العينة واضحة و بنسبة عامة 70.8 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول القضايا التي ركزت عليها الخطابات الاعلامية لأحزاب السودانية حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وتظهر النسب ان هنالك تذبذب في تركيز القضايا من مرحلة لآخرى وهذا يدل على ان القضايا التي يتناولها الخطاب

تتأثر بالقضايا المرحلية في الساحة السياسية بالبلاد ، وان الاحزاب المعارضة لا تجد لخطاباتها اهمية كما في الحزب الحاكم .

ج. حزب الامة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية فإن وحدة قضايا الحوار كانت اقل وضوحاً بنسبة 76 % كما تراها العينة ، وتليها كذلك في الوضوح وحدة القضايا المرحلية والتي كانت اقل وضوحاً بنسبة 74 % ، بينما كانت القضايا السياسية اقل نسبة 68.6 % ، وبلغت وحدة القضايا الاستراتيجية نسبة 67.8 % .

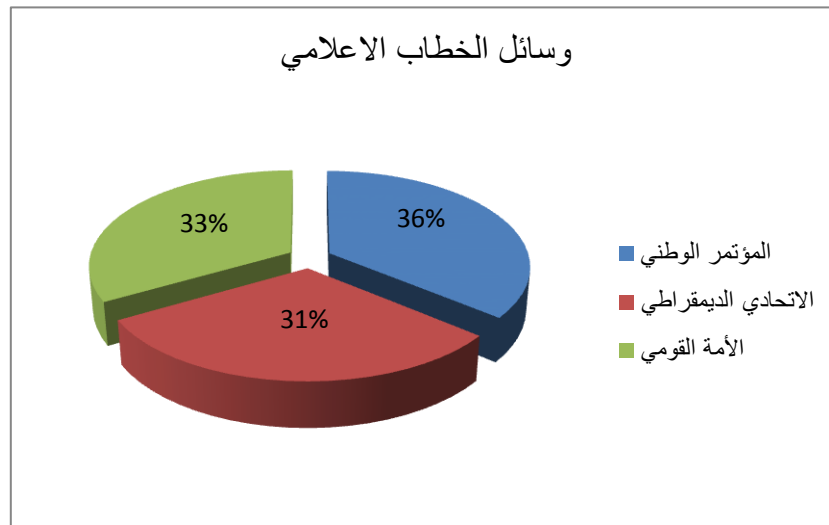
عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور ارتكاز الخطاب الاعلامي للأحزاب في خططته على القضايا لأفراد العينة غير واضحة تماماً بنسبة عامة 54.5 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول القضايا التي ركزت عليها الخطابات الاعلامية لأحزاب السودانية حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وتظهر النسب ان هنالك تنذبذ في تركيز القضايا من مرحلة لآخرى وهذا يدل على ان الاحزاب من خلال خطابها الاعلامي يتمرحل على حسب القضايا المرحلية بالبلاد .

جدول رقم (11/2)
وسائل إنجاز الخطاب الاعلامي للأحزاب

الوحدات			المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
4.26	85.2	1.141	3.55	71.0	1.435	3.85	77.0	1.429			
4.27	85.4	1.109	3.41	68.2	1.470	3.96	79.2	1.527			
4.09	81.8	1.145	3.46	69.2	1.397	3.93	78.6	1.410			
4.02	80.4	1.233	3.86	77.2	1.242	3.68	73.6	1.283			
4.16	83.2	1.157	3.57	71.4	1.386	3.86	77.1	1.412			

شكل رقم (5)
وسائل إنجاز الخطاب الاعلامي للأحزاب



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية لوسائل الخطاب الاعلامي إن وحدة وسائل الاعلام المختلفة كانت واضحة بنسبة 85.4 % كما تراها العينة ، تليها كذلك في الاهمية والوضوح وحدة الصحف الحزبية بنسبة 82.8 % ، وبلغت وحدة الناطق الرسمي للحزب نسبة 81.8 % ، بينما كانت وحدة مكتب او امانة الاعلام بالحزب الاقل نسبة 80.4 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور وسائل الاتصال للخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 83.2 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الوسائل التي استخدمها حزب المؤتمر الوطني حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهي قضية رأى وهذا يؤكد على فهم العينة للأجابة.

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية لوسائل الخطاب الاعلامي إن وحدة مكتب او امانة الاعلام بالحزب كانت اقل وضوح بنسبة 77.2 % كما تراها العينة ، تليها كذلك في ضعف الوضوح وحدة الصحف الحزبية بنسبة 71 % ، وبلغت وحدة الناطق الرسمي للحزب نسبة 69.2 % ، بينما كانت وحدة وسائل الاعلام الاقل نسبة 80.4 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور وسائل الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي لافراد العينة واضحة وبنسبة عامة 71.2 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الوسائل التي استخدمها حزب الاتحادي الديمقراطي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهي قضية رأى وهذا يؤكد على فهم العينة للأجابة .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية لوسائل الخطاب الاعلامي إن وحدة وسائل الاعلام كانت واضحة بنسبة 79.2 % ، وبلغت وحدة الناطق الرسمي للحزب نسبة 78.6 % ، وحدة الصحف الحزبية نسبة 77 % وتليها وحدة مكتب او امانة الحزب الاقل نسبة 73.6 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور وسائل الخطاب الاعلامي لحزب الأمة القومي لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 77.1 % .

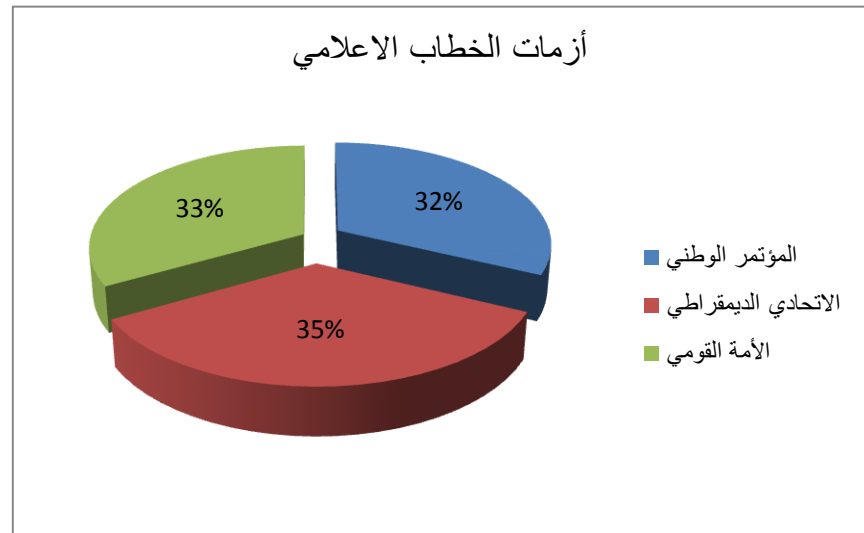
- بينما لم تتفق اراء العينة تجاه الوسائل التي استخدمها حزب الامة القومي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهي قضية رأى وهذا يؤكد على فهم العينة للأجابة .

الفرضية الثانية : توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين الأحزاب السودانية واستخدام وسائط الاتصال لتشكيل الرأي العام ، ونتيجة لما سبق فنجد ان الأحزاب نجحت في توظيف وسائل الاتصال في ابصال خطابها الاعلامي، ومن خلال ما سبق تحليله نجد ان معظم الاحزاب استفادت من وسائل الاتصال ولكن نجد ان حزب المؤتمر الوطني جاء في المرتبة الاولى في الاستفادة من وسائل الاتصال لانه الحزب الحاكم والمتمسك بكل اجهزة الاعلام بالدولة وهو يصدر قوانين العمل الاعلامي بالبلاد .

جدول رقم (12/2)
أزمات الخطاب الاعلامي

الوحدات			المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
3.46	69.2	1.631	3.75	75.0	1.371	3.61	72.2	1.427	72.2	1.427	3.61
3.17	63.4	1.448	3.61	72.2	1.266	3.39	67.8	1.467	67.8	1.467	3.39
3.39	67.8	1.426	3.61	72.2	1.309	3.40	68.0	1.457	68.0	1.457	3.40
3.43	68.6	1.492	3.64	72.8	1.358	3.51	70.2	1.529	70.2	1.529	3.51
3.36	67.3	1.499	3.65	73.1	1.326	3.48	69.6	1.470	69.6	1.470	3.48

شكل رقم (6)
أزمات الخطاب الاعلامي



أ. حزب المؤتمر الوطني :

يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية لوسائل الخطاب الاعلامي إن حول الأزمات التي يمر بها الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني ان وحدة أزمة الثقة كانت غير واضحة بنسبة 69.2 % كما تراها العينة ، تليها كذلك في الضعف وحدة أزمة وعى سياسي بنسبة 68.6 % ، وبلغت وحدة أزمة تغيير الميول نسبة 67.8 % ، بينما كانت وحدة أزمة تأهيل وتدريب الاقل نسبة 63.4 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الأزمات التي تمر بالخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة غير واضحة ومشتتة بناءً نسبة عامة 67.3 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول الأزمات التي تمر بالخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على ان الازمات التي تمر بخطاب الحزب غير واضحة ومشتتة وهذا يدل على انه لا توجد ازمات تذكر في الخطاب.

ب. حزب الأتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية لوسائل الخطاب الاعلامي إن حول الأزمات التي يمر بها الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي ان وحدة أزمة الثقة كانت واضحة بنسبة 75 % كما تراها العينة ، تليها كذلك في الوضوح وحدة أزمة وعى سياسي بنسبة 72.8 % ، ووحدة أزمة تغيير الميول وأزمة تأهيل وتدريب الاقل نسبة 72.2 % لكل وحدة .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الأزمات التي تمر بالخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 73.1 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول الأزمات التي تمر بالخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على ان الازمات التي تمر بخطاب الحزب متعددة ومختلفة وتعتبر قضية رأي .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية لوسائل الخطاب الاعلامي لحزب الأمة القومي إن الأزمات وهى ان وحدة أزمة الثقة كانت واضحة بنسبة 72.2 % كما تراها العينة ، تليها وحدة أزمة الوعى السياسي بنسبة 70.2 % ، وبلغت وحدة أزمة تغيير الميول نسبة 68 % ، بينما كانت وحدة أزمة تأهيل وتدريب الاقل نسبة 67.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الأزمات التى تمر بالخطاب الاعلامي لحزب الأمة القومي لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 69.6 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول الأزمات التى تمر بالخطاب الاعلامي لحزب الأمة القومي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل وجود ازمات تذكر ، وذلك لأن حزب الأمة القومي يعتبر في بعض الاحيان حزباً معارضاً فلذلك يمر بمجموعة من الازمات تقلل من وضوح الخطاب الاعلامي للحزب .

جدول رقم (13/2)

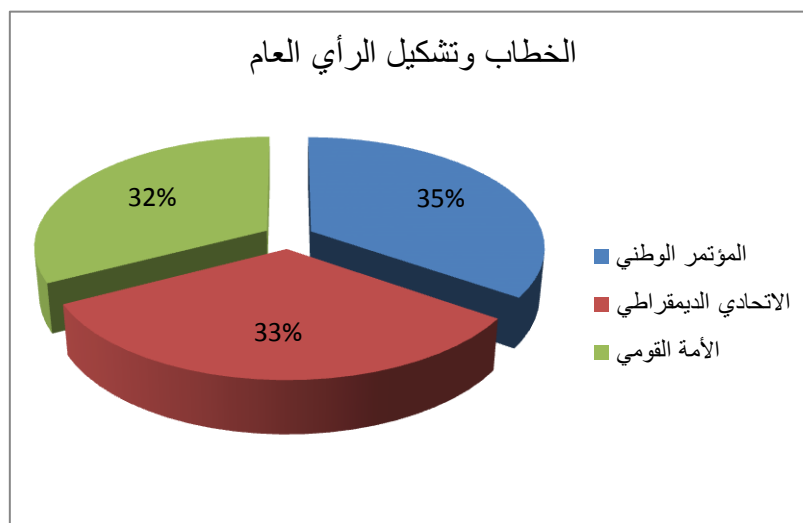
درجة التأثير بالخطاب الاعلامى للحزب

الوحدات	المؤتمر الوطني	الاتحادي الديمقراطي	الأمة القومي
---------	----------------	---------------------	--------------

الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	
1.417	70.4	3.52	1.383	71.2	3.56	1.338	75.8	3.79	يحدد الاتجاه السياسي
1.414	59.4	2.97	1.465	60.0	3.00	1.437	61.4	3.07	يغير الميول السياسي
1.360	65.6	3.28	1.331	68.8	3.44	1.252	75.6	3.78	يحدد الموقف السياسي
1.503	59.8	2.99	1.427	55.8	2.79	1.603	58.4	2.92	لا يؤثر في الموقف
1.424	63.8	3.19	1.402	64.0	3.20	1.408	67.8	3.39	المتوسط العام

شكل رقم (7)

الخطاب وتشكيل الرأي العام



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني ان وحدة تحديد الاتجاه السياسي كانت واضحة بنسبة 75.8 % كما تراها العينة ،

ووحدة تحديد الموقف السياسي نسبة 75.6 % ، وبلغت وحدة يغير الميول السياسي نسبة 61.4 % ، بينما كانت وحدة انه لا يخلق تأثير الاقل نسبة 58.4 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 67.8 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم وجود تأثير للخطاب الاعلامي في قضية الدستور وهو قضية رأي .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للمتوسط الحسابي والنسبة المئوية درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي ان وحدة تحديد الاتجاه السياسي كانت واضحة بنسبة 71.2 % كما تراها العينة ، ووحدة تحديد الموقف السياسي نسبة 68.8 % ، وبلغت وحدة يغير الميول السياسي نسبة 60 % ، بينما كانت وحدة انه لا يخلق تأثير الاقل نسبة 55.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي لافراد العينة غير واضحة ومشتتة بنسبة عامة 64 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على تشتت تأثير للخطاب الاعلامي وعدم ظهوره في قضية الدستور وهو قضية رأي .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني ان وحدة تحديد الاتجاه السياسي كانت واضحة بنسبة 70 % كما تراها العينة ، ووحدة تحديد الموقف السياسي نسبة 65.6 % ، وبلغت وحدة انه لا يحدث تغييرا ولا يؤثر نسبة 59.8 % ، بينما كانت وحدة انه يغير الميول السياسية الاقل نسبة 63.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب الأمة القومي لافراد العينة ضعيف وقد يكون معدوما وذلك من خلال نسبة عامة 63.8 % .

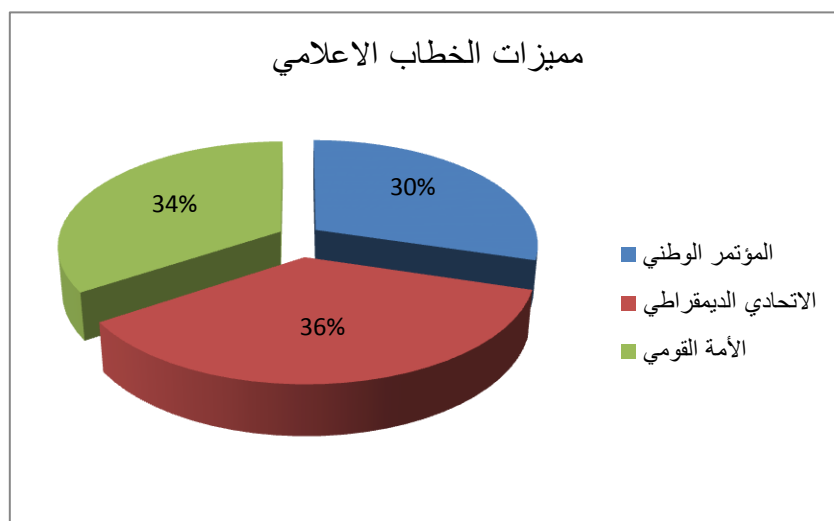
- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب الأمة القومي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وبدل على عدم وجود تأثير للخطاب الاعلامي .

الفرضية الثالثة : توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين استخدام الأحزاب السودانية ووسائل الاتصال وتشكيل الرأي العام ، وكانت نتيجة الفرض انه توجد علاقة طردية موجبة بين الأحزاب السودانية واستخدام وسائل الاتصال لتشكيل الرأي العام ، حيث ساهمت هذه العلاقة في تشكيل الرأي العام من خلال الخطاب الاعلامي للأحزاب من خلال تحديد الاتجاه السياسي بطريقة واضحة وحدد المواقف وغير في السلوك السياسي للافراد العينة .

جدول رقم (14/2)
مميزات الخطاب الاعلامي في قضية الدستور

الوحدات			المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
3.00	60.0	1.486	3.79	75.8	1.295	3.51	70.2	1.451			
3.21	64.2	1.432	3.81	76.2	1.240	3.62	72.4	1.234			
2.60	52.0	1.342	3.21	64.2	1.299	3.03	60.6	1.293			
2.79	55.8	1.518	3.31	66.2	1.488	3.26	65.2	1.325			
2.9	58.0	1.445	3.53	70.6	1.331	3.36	67.1	1.326			

شكل رقم (8)
مميزات الخطاب الاعلامي في قضية الدستور



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية محور تميز الخطاب الاعلامي لقضية الدستور لحزب المؤتمر الوطني ان وحدة الانفعالية في مناقشة الدستور كانت واضحة بنسبة 64.2 % كما تراها العينة ، ووحدة انه يتميز بنمطية ورتابة في الطرح نسبة 60 % ، وبلغت وحدة اثارة موضوعات الخلاف نسبة 55.8 % ، بينما كانت وحدة عدم المامه بموضوعات الخلاف الاقل نسبة 52 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة غير واضحة ومشتتة بنسبة عامة 58 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول تميز الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على الخطاب الاعلامي لم يكن مميز بالصورة الواضحة .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية محور تميز الخطاب الاعلامي لقضية الدستور لحزب الاتحادي الديمقراطي ان وحدة الانفعالية في مناقشة الدستور كانت واضحة بنسبة 76.2 % كما تراها العينة ، ووحدة انه يتميز بنمطية ورتابة في الطرح نسبة 75.8 % ، وبلغت وحدة اثارة موضوعات الخلاف نسبة 66.2 % ، بينما كانت وحدة عدم المامه بموضوعات الخلاف الاقل نسبة 64.2 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 70 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول تميز الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم وجود تميز للخطاب الاعلامي ولا يتسم بدرجة من الموضوعية والعلمية .

ج. حزب الامة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية محور تميز الخطاب الاعلامي لقضية الدستور لحزب الامة القومي ان وحدة الانفعالية في مناقشة الدستور كانت واضحة بنسبة 72.4 % كما تراها العينة ، ووحدة انه يتميز بنمطية ورتابة في الطرح بنسبة 70.2 % ، وبلغت وحدة اثاره موضوعات الخلاف بنسبة 65.2 % ، بينما كانت وحدة عدم المامه بموضوعات الخلاف الاقل بنسبة 60.6 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور درجة التأثير بالخطاب الاعلامي لحزب الامة القومي لافراد العينة اقل وضوحاً بنسبة عامة 67.1 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول تميز الخطاب الاعلامي لحزب الامة القومي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم وجود اي ميزة يتميز بها الخطاب الاعلامي ولا يتسم بدرجة من الموضوعية والعلمية .

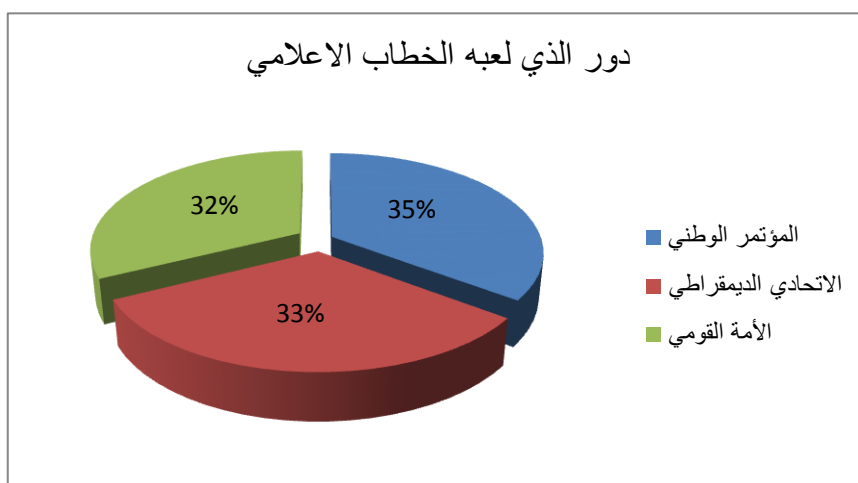
جدول رقم (15/2)

في نظرك للساحة السياسية بالسودان هل لعبت الاحزاب دورا ايجابيا في تشكيل الرأى العام تجاه قضية الدستور

الوحدات	المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
لعبت دوراً ايجابيا	3.70	74.0	1.449	2.87	57.4	1.424	2.94	58.8	1.413
لعبت دوراً سلبياً	3.00	60.0	1.476	3.39	67.8	1.180	3.36	67.2	1.325
شكلت اراء المجتمع	3.64	72.8	1.383	2.86	57.2	1.287	2.73	54.6	1.318
لم تتجح	3.11	62.2	1.610	3.31	66.2	1.410	3.33	66.6	1.442
المتوسط العام	3.36	67.3	1.480	3.11	62.2	1.325	3.09	61.8	1.375

شكل رقم (9)

دور الذي لعبه الخطاب الاعلامي



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الدور الي لعبه حزب المؤتمر الوطني في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور بوحدة انه لعب دوراً ايجابيا كانت واضحة بنسبة 74 % كما تراها العينة ، ووحدة تشكيلها لأراء المجتمع نسبة 72.8 % ، وبلغت وحدة في انها لم تتجح في لعب اي دور نسبة 62.2 % ، بينما كانت وحدة انه لعب دوراً سلبياً الاقل نسبة 60 % .
- عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الدور الذي لعبه الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 67.3 % .

- بينما لم تشتت اراء المبحوثون حول الدور الذي لعبه الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني في قضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على الخطاب الاعلامي لم يلعب دوراً ايجابياً في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور ، وتعتبر قضية رأي .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الدور الي لعبه الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور في وحدة انه لعب دوراً سلبياً كانت اقل وضوح بنسبة 67.8 % كما تراها العينة ، ووحدة عدم نجاحها في لعب اي دور في تشكيل الرأي العام نسبة 66.2 % ، وبلغت وحدة انها لعبت دوراً ايجابياً نسبة 57.4 % ، بينما كانت وحد تشكله لأراء المجتمع الاقل نسبة 57.2 % .
- عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الدور الذي لعبه الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لحزب الاتحادي الديمقراطي لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 62.2 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم حول الدور الذي لعبه الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي في قضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل

على ان الخطابات الاعلامية لم تلعب اي دور يذكر في تشكيل الرأي العام بالنسبة لقضية الدستور ،وهذا وتعتبر قضية رأي .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الدور الي لعبه حزب الأمة القومي في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور وحدة انه لعب دوراً سلبياً كانت غير واضحة بنسبة 67.8 % كما تراها العينة ، وان الخطابات الاعلامية لم تلعب دورا نسبة 66.2 % ، وبلغت وحدة في انها لعبت دورا ايجابياً نسبة 57.4 % ، بينما كانت وحدة انه لم يشكل اراء المجتمع الاقل نسبة 57.2 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الدور الذي لعبه الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لحزب الأمة القومي لافراد العينة لم تكن واضحة بنسبة عامة 62.2 % .

- بينما لم يتفق المبحوثون في ارائهم ان حزب الأمة القومي لعب اي دور في قضية الدستور عن طريق الخطاب الاعلامي حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم وجود خطابات واضحة ومميزة .

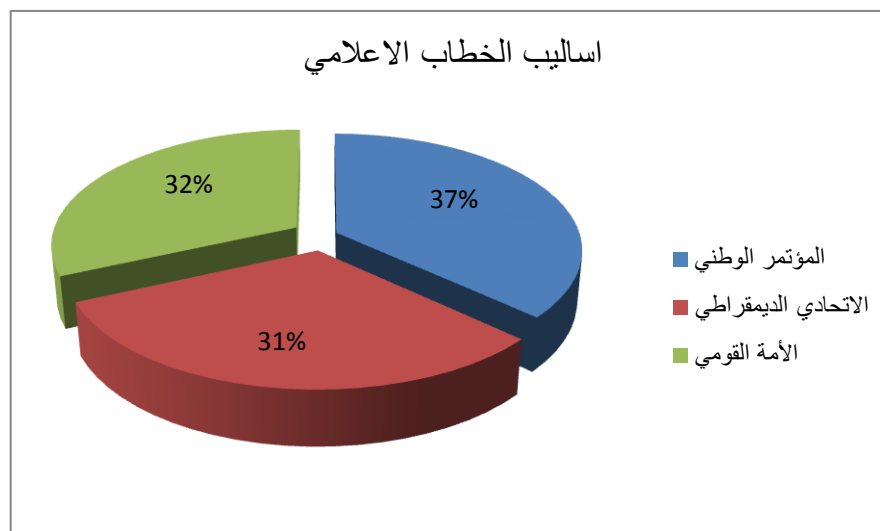
جدول رقم (16/2)

أساليب الأحزاب في خطابها الاعلامي

الأمّة القومي			الاتحادي الديمقراطي			المؤتمر الوطني			الوحدات
الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	
1.241	65.2	3.26	1.312	62.4	3.12	1.437	71.6	3.58	الاسلوب العقلي
1.294	72.6	3.63	1.125	75.8	3.79	.864	88.4	4.42	استمالة الجمهور
1.351	68.6	3.43	1.306	69.2	3.46	1.245	79.0	3.95	ايحائي لجذب الجمهور
1.492	59.8	2.99	1.479	57.0	2.85	1.547	69.8	3.49	الاسلو الموضوعي والشفاف
1.345	66.6	3.33	1.306	66.1	3.31	1.273	77.2	3.86	المتوسط العام

شكل رقم (10)

أساليب الأحزاب في خطابها الاعلامي



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الاساليب التي يستخدمها حزب المؤتمر الوطني في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور فإن وحدة ان اسلوب استمالة الجمهور كانت واضحة بنسبة 88.4 % كما تراها العينة ، ووحدة الاسلوب الايحائي في جذب الجمهور نسبة 79 % ، وبلغت وحدة الاسلوب العقلي نسبة 71.6 % ، بينما كانت وحدة الاسلوب الموضوعي والشفاف الاقل نسبة 69.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الاسلوب الذي اتخذه حزب المؤتمر الوطني لتشكيل الرأي العام عن طريق الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 77% .

- بينما اتفق المبحوثون على ارائهم حول اسلوب الحزب في استمالة الجمهور اذ جاء الانحراف المعياري اقل من الواحد الصحيح وهذا يؤكد وجود اساليب مختلفة من ضمنها هذا الاسلوب الذي اسهم في تشكيل الرأي العام السوداني ، بينما اختلف المبحوثين في ارائهم حول الاسلوب العقلي والايحائي والموضوعي الشفاف والتي قام بها حزب المؤتمر الوطني لتشكيل اراء المجتمع في قضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم وجود اساليب علمية ومجربة للمجتمع السوداني يتم الاخذ بها في معظم الظروف .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الاساليب التي يستخدمها حزب الاتحادي الديمقراطي في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور فإن وحدة ان اسلوب استمالة الجمهور كانت واضحة بنسبة 75.8 % كما تراها العينة ، ووحدة الاسلوب الايحائي في جذب الجمهور نسبة 69.3 % ، وبلغت وحدة الاسلوب العقلي نسبة 62.4 % ، بينما كانت وحدة الاسلوب الموضوعي والشفاف الاقل نسبة 57 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الاسلوب الذي اتخذه حزب الاتحادي الديمقراطي لتشكيل الرأي العام عن طريق الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 66.1% .

- بينما لم يتفق المبحوثون في آرائهم حول الأساليب التي قام بها حزب الاتحاد الديمقراطي لتشكيل آراء المجتمع في قضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم وجود أساليب علمية ومجربة للمجتمع السوداني يتم الأخذ بها في معظم الظروف .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الأساليب التي يستخدمها حزب الأمة القومي في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور فإن وحدة ان أسلوب استمالة الجمهور كانت واضحة بنسبة 72.6 % كما تراها العينة ، ووحدة الأسلوب الياحي في جذب الجمهور بنسبة 68.6 % ، وبلغت وحدة الأسلوب العقلي نسبة 65.2 % ، بينما كانت وحدة الأسلوب الموضوعي والشفاف الاقل نسبة 59.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الأسلوب الذي اتخذه حزب الأمة القومي لتشكيل الرأي العام عن طريق الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لافراد العينة غير واضحة بنسبة عامة 66.1 % .

- بينما اختلف المبحوثون في آرائهم حول الأساليب التي قام بها حزب الأمة القومي لتشكيل آراء المجتمع في قضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم وجود أساليب علمية ومجربة للمجتمع السوداني يتم الأخذ بها في معظم الظروف ، هذا يؤكد فهم العينة للاجابة .

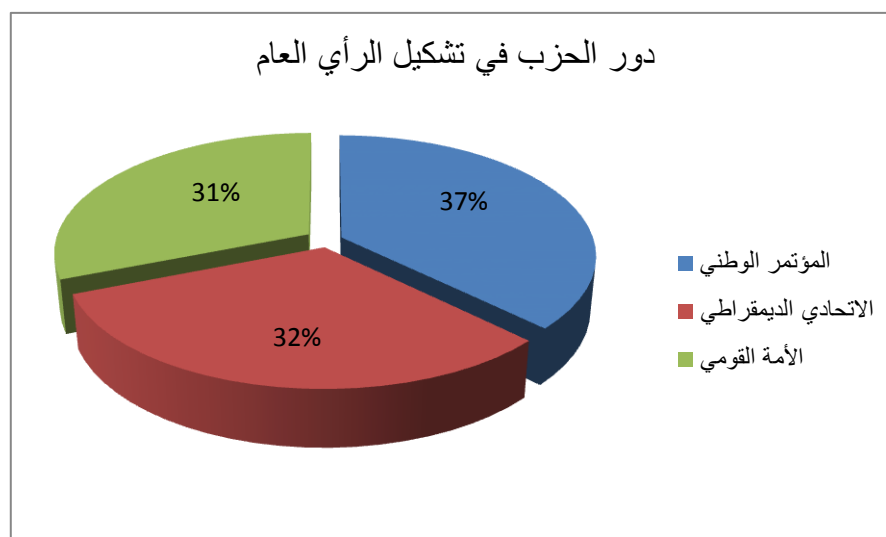
جدول رقم (17/2)

الدور الذي تقوم به الاحزاب السودانية في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور

الوحدات			المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
3.75	75.0	1.358	3.18	63.6	1.445	3.09	61.8	1.252	3.67	73.4	1.460
3.69	73.8	1.466	3.59	71.8	1.234	3.69	73.8	1.269	3.62	72.4	1.496
3.62	72.4	1.496	2.85	57.0	1.427	2.68	53.6	1.356	3.62	72.4	1.520
3.62	72.4	1.520	2.90	58.0	1.467	2.75	55.0	1.450	3.62	72.4	1.520
3.67	73.4	1.460	3.13	62.6	1.393	3.05	61.1	1.332	3.67	73.4	1.460

شكل رقم (11)

للدور الذي تقوم به الاحزاب السودانية في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الدور الذي قام به حزب المؤتمر الوطني في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور فإن وحدة التركيز على التنشئة السياسية كانت واضحة

بنسبة 75 % كما تراها العينة ، ووحدة التحيز لموضوعات معينة نسبة 73.8 % ، وبلغت وحدثى ممارسة النقد الواعي وتأكيد مبادئ التضامن نسبة 72.4 % لكل وحدة .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الدور الذي لعبه حزب المؤتمر الوطني لتشكيل الرأي العام عن طريق الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 73% .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الدور الذي قام به الحزب في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهو قضية رأي وهذا يؤكد على فهم العينة للأجابة .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الدور الذي قام به حزب الاتحادي الديمقراطي في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور فأن وحدة التحيز لموضوعات معينة كانت واضحة بنسبة 71.8 % كما تراها العينة ، ووحدة التحيز التركيز على التنشئة نسبة 63.6 % ، وبلغت وحدة تأكيد مبادئ التضامن نسبة 58 % ، بينما كانت وحدة ممارسة النقد الواعي الاقل بنسبة 57 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الدور الذي لعبه حزب الاتحادي الديمقراطي لتشكيل الرأي العام عن طريق الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 62% .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الدور الذي قام به حزب الاتحادي الديمقراطي في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهو قضية رأي وهذا يؤكد على فهم العينة للأجابة .

ج. حزب الأمة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور الدور الذي قام به حزب الأمة القومي في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور فأن وحدة التحيز لموضوعات معينة كانت واضحة بنسبة

73.8 % كما تراها العينة ، ووحدة التركيز على التنشئة السياسية نسبة 61.8 % ، وبلغت وحدة تأكيد مبادئ التضامن نسبة 55.6 % لكل وحدة بينما كانت وحدة ممارسة النقد الواعي الأقل بنسبة 53.6 %.

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور الدور الذي لعبه حزب الأمة القومي لتشكيل الرأي العام عن طريق الخطاب الاعلامي في قضية الدستور لافراد العينة غير واضحة بنسبة عامة 61.1%.

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الدور الذي قام به الحزب في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهو قضية رأي وهذا يؤكد على فهم العينة للأجابة .

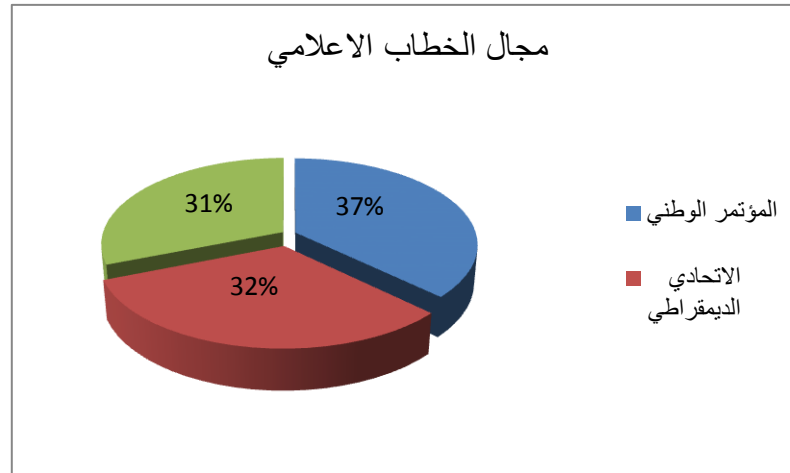
جدول رقم (18/2)

مجالات الخطاب الاعلامي التي تشكل الرأي العام

الوحدات	المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
الاعلام الرسمي	4.21	84.2	1.210	3.56	71.2	1.331	3.42	68.4	1.402
الاعلام الالكتروني	4.13	82.6	1.159	3.59	71.8	1.077	3.59	71.8	1.330
الاعلام الحر المستقل	3.80	76.0	1.416	3.30	66.0	1.397	3.30	66.0	1.516
الاعلام الحزبي	4.02	80.4	1.330	3.37	67.4	1.386	3.19	63.8	1.406
المتوسط العام	4.04	80.8	1.279	3.46	69.1	1.298	3.38	67.5	1.414

شكل رقم (12)

مجالات الخطاب الاعلامي التي تشكل الرأي العام



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور المجالات التي استخدمها حزب المؤتمر الوطني في خطابه الاعلامية في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور فإن وحدة الاعلام

الرسمي كانت واضحة بنسبة 84.2 % كما تراها العينة ، ووحدة الاعلام الالكتروني نسبة 82.6 % ، وبلغت وحدة الاعلام الحزبي نسبة 80 % ، بينما كان الاعلام الحر والمستقل النسبة الاقل بنسبة 76 %.

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور المجالات التي اثرت في الرأى العام لقضية الدستور لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 80.8 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الدور المجالات التي استخدمها حزب المؤتمر الوطني لخطابه الاعلامي في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ويدل ذلك على عدم وجود تأثير يذكر رغم قوة المجالات التي استخدمها الحزب في ايصال خطاباته .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور المجالات التي استخدمها حزب الاتحادي الديمقراطي في خطابه الاعلامية في تشكيل الرأى العام في قضية الدستور فإن وحدة الاعلام الالكتروني كانت واضحة بنسبة 71.8 % كما تراها العينة وتقاربها في النسب وحدة الاعلام الرسمي بنسبة 71.2 % ، ووحدة الاعلام الحزبي نسبة 67.4 %، بينما كان الاعلام الحر والمستقل النسبة الاقل بنسبة 66 %.

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور المجالات التي اثرت في الرأى العام لقضية الدستور لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 69.1 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول الدور المجالات التي استخدمها حزب الاتحادي الديمقراطي لخطابه الاعلامي في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وهذا يؤكد على فهم العينة للجوابة واحتمالية عدم معرفة كل المجالات لاعضاء الحزب او استخدامهم لها .

ج. حزب الامة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور المجالات التي استخدمها حزب الامة القومي في خطابه الاعلامية في تشكيل الرأي العام في قضية الدستور فإن وحدة الاعلام الالكتروني كانت واضحة بنسبة 71.8 % كما تراها العينة ، ووحدة الاعلام الرسمي بنسبة 68.4 % ، وبلغت وحدة الاعلام الحر المستقل بنسبة 66 % ، بينما كان الاعلام الحزبي النسبة الاقل بنسبة 63.8 %.

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور المجالات التي اثرت في الرأي العام لقضية الدستور لحزب الامة القومي لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 67.5 % .

- بينما لم تتفق اراء عينة المبحوثون في حول الدور المجالات التي استخدمها حزب الامة القومي لخطابه الاعلامي في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ويدل ذلك على عدم وجود تأثير يذكر لخطابات الاعلامية.

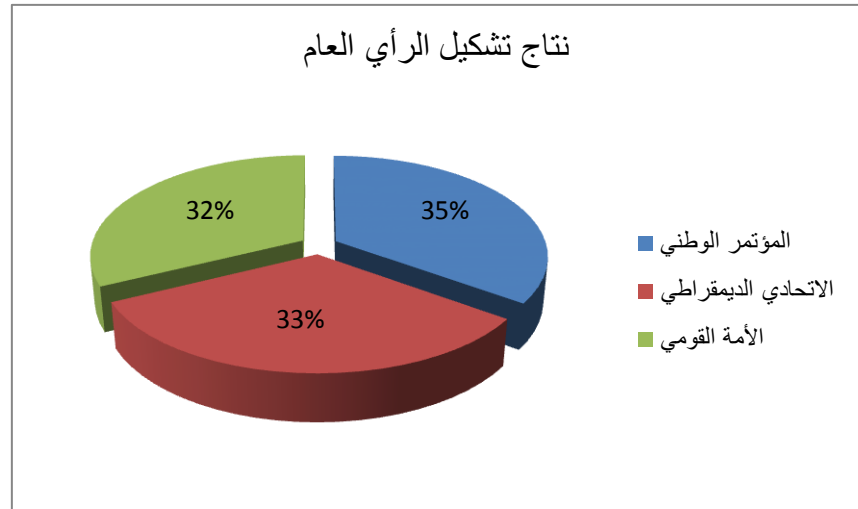
جدول رقم (19/2)

نتائج تشكيل الرأي العام في قضية الدستور

الوحدات			المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
4.26	85.2	1.093	3.65	73.0	1.291	3.47	69.4	1.348	3.23	64.6	1.291
3.23	64.6	1.382	3.38	67.6	1.300	3.24	64.8	1.291	3.74	74.8	1.424
3.74	74.8	1.360	3.32	66.4	1.402	3.37	67.4	1.424	2.75	55.0	1.456
2.75	55.0	1.456	2.79	55.8	1.392	2.83	56.6	1.444	3.50	69.9	1.323
3.50	69.9	1.323	3.29	65.7	1.346	3.23	64.6	1.377			

شكل رقم (13)

نتائج تشكيل الرأي العام



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور نتائج تشكيل الرأي العام لحزب المؤتمر الوطني في قضية الدستور فإن وحدة عكس وجهات النظر كانت واضحة بنسبة 85.2 % كما

تراها العينة ، ووحدة عرض الحقائق بنسبة 74.8 % ، وبلغت وحدة تناول القضايا المختلف عليها نسبة 64.6 % ، بينما كانت وحدة تضليل الرأي العام النسبة الاقل بنسبة 55 % .
عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور نتائج تشكيل الرأي العام لقضية الدستور لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة اقل بنسبة عامة 69.9 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول نتائج للخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وبديل ذلك على عدم وجود تأثير يذكر .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور نتائج تشكيل الرأي العام لحزب الاتحادي الديمقراطي في قضية الدستور فإن وحدة عكس وجهات النظر كانت واضحة بنسبة 73 % كما تراها العينة ، ووحدة تناول القضايا المختلف عليها بنسبة 67.6 % ، وبلغت وحدة عرض الحقائق نسبة 66.4 % ، بينما كانت وحدة تضليل الرأي العام النسبة الاقل بنسبة 55.8 % .
عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور نتائج تشكيل الرأي العام لقضية الدستور لحزب المؤتمر الوطني لافراد العينة غير واضحة بنسبة عامة 65.7 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول نتائج للخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح وبديل ذلك على عدم وجود تأثير يذكر .

ج. حزب الامة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور نتائج تشكيل الرأي العام لحزب الامة القومي في قضية الدستور فإن وحدة عكس وجهات النظر كانت واضحة بنسبة 69.3 % كما

تراها العينة ، ووحدة عرض الحقائق بنسبة 67.4 % ، وبلغت وحدة تناول القضايا المختلف عليها نسبة 64.8 % ، بينما كانت وحدة تضليل الرأي العام النسبة الاقل بنسبة 56.6 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور نتائج تشكيل الرأي العام لقضية الدستور لحزب الامة القومي لافراد العينة اقل بنسبة عامة 64.6 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول نتائج للخطاب الاعلامي لحزب الامة القومي في تشكيل اراء المجتمع لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ويدل ذلك على عدم وجود تأثير في الرأي العام السوداني .

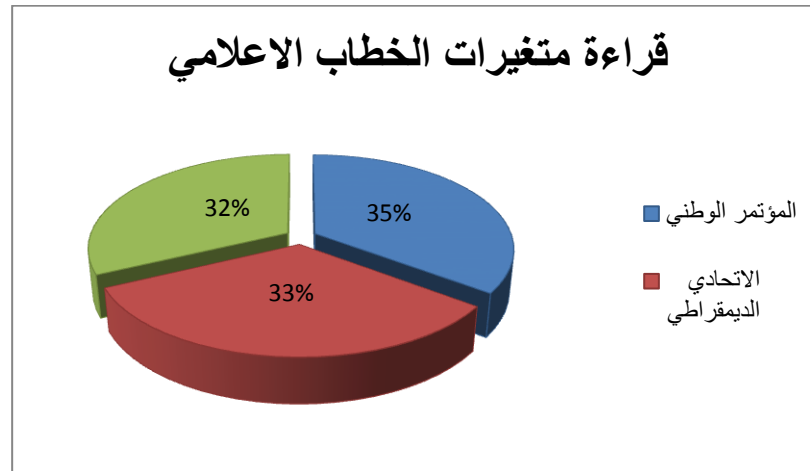
جدول رقم (20/2)

قراءة متغيرات الخطاب الاعلامي

الوحدات			المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي		
الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
3.64	72.8	1.478	3.43	68.6	1.479	3.40	68.0	1.436	3.64	72.8	1.478
3.77	75.4	1.374	3.52	70.4	1.382	3.36	67.2	1.404	3.77	75.4	1.374
3.14	62.8	1.356	3.10	62.0	1.353	3.13	62.6	1.280	3.14	62.8	1.356
3.64	72.8	1.379	3.21	64.2	1.351	3.06	61.2	1.371	3.64	72.8	1.379
3.55	71.0	1.397	3.32	66.3	1.391	3.24	64.8	1.373	3.55	71.0	1.397

شكل رقم (14)

قراءة متغيرات الخطاب الاعلامي



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور المتغيرات لحزب المؤتمر الوطني في قضية الدستور فإن وحدة انه لا يعرض كل الحقائق كانت واضحة بنسبة 75.4 % كما تراها العينة ،

ووحدة تحديد الاجندة وتأثيرها في الرأي العام بنسبة 72.8 % لكل وحدة ، وبلغت وحدة انها قضايا موجهة النسبة الاقل 62.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور رؤية حزب المؤتمر الوطني للمختلف المتغيرات لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 71 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول رؤية حزب المؤتمر الوطني في المتغيرات تحديد الاجندة وانها لا تعرض كل الحقائق وحتى القضايا تكون موجه وتؤثر في الرأي العام لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ويدل ذلك على عدم وجود تأثير يذكر باعتبارها قضية رأي وهي متغيرات غير علمية يعترف بها .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور المتغيرات لحزب الاتحادي الديمقراطي في قضية الدستور فإن وحدة انه لا يعرض كل الحقائق كانت واضحة بنسبة 70.4 % كما تراها العينة ، ووحدة تحديد الاجندة نسبة 68.6 % ، ووحدة تأثيرها في الرأي العام بنسبة 64.2 % لكل ، وبلغت وحدة اعتبار القضايا موجهة النسبة الاقل 62 %.

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور رؤية حزب الاتحادي الديمقراطي للمختلف المتغيرات لافراد العينة واضحة بنسبة عامة 66.3 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول رؤية حزب الاتحادي الديمقراطي في المتغيرات تحديد الاجندة وانها لا تعرض كل الحقائق وحتى القضايا تكون موجه وتؤثر في الرأي العام لقضية الدستور حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ويدل ذلك على عدم وجود تأثير يذكر باعتبارها قضية رأي وهي متغيرات غير علمية يعترف بها .

ج. حزب الامة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور المتغيرات لحزب الامة القومي في قضية الدستور فإن وحدة تحديد الاجندة كانت اقل وضوح بنسبة 68 % كما تراها العينة ، ووحدة

عرض كل الحقائق بنسبة 67.2 % لكل وحدة ، وبلغت وحدة انها قضايا موجهة النسبة 62.8

% ، وبلغت وحدة تأثيرها في الرأي العام الاقل نسبة بنسبة 61.2 %

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور رؤية حزب الامة القومي للمختلف المتغيرات لافراد العينة

اقل وضوح بنسبة عامة 64.8 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول رؤية حزب الأمة القومي في المتغيرات تحديد الاجندة

وانها لا تعرض كل الحقائق وحتى القضايا تكون موجه وتؤثر في الرأي العام لقضية الدستور

حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح ويدل ذلك على عدم وجود تأثير يذكر

باعتبارها قضية رأي وهي متغيرات غير علمية يعترف بها .

جدول رقم (21/2)

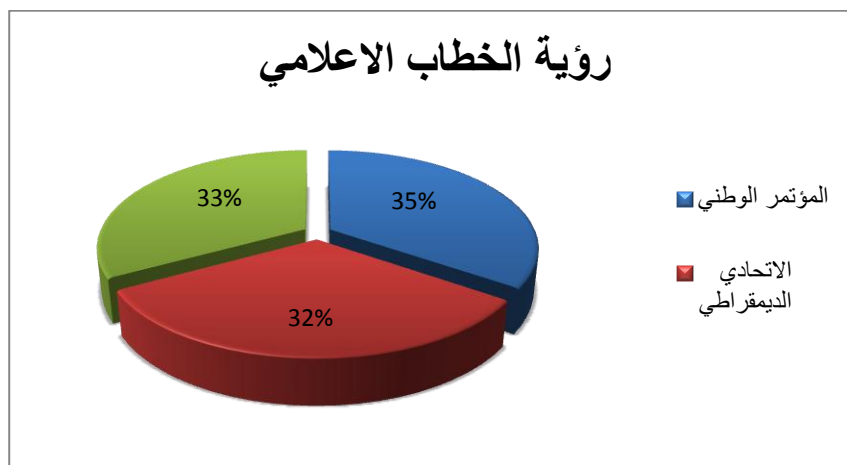
رؤية الخطاب الاعلامي للأحزاب في تشكيل الرأي العام بقضية الدستور

المؤتمر الوطني			الاتحادي الديمقراطي			الأمة القومي			الوحدات
الوسط	النسبة	الانحراف	الوسط	النسبة	الانحراف	الوسط	النسبة	الانحراف	

الحسابي	المئوية	المعياري	الحسابي	المئوية	المعياري	الحسابي	المئوية	المعياري	
3.38	67.6	1.520	2.86	57.2	1.407	2.99	59.8	1.398	يناقش القضية بحياد
3.65	73.0	1.423	3.12	62.4	1.355	3.13	62.6	1.381	يركز على القضايا الاقتصادية
2.79	55.8	1.399	3.04	60.8	1.358	2.94	58.8	1.362	يعتمد على اثاره القضايا
2.89	57.8	1.489	3.06	61.2	1.492	3.01	60.2	1.450	ينحصر في الانتقاد
3.18	63.6	1.458	3.02	60.4	1.403	3.02	60.4	1.398	المتوسط العام

شكل رقم (15)

رؤية الخطاب الاعلامي للأحزاب في تشكيل الرأي العام بقضية الدستور



أ. حزب المؤتمر الوطني :

- يلاحظ ووفقاً للوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور رؤية الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور فإن وحدة تركيزه على القضايا كانت واضحة بنسبة 73 % كما تراها العينة ، ووحدة مناقشته لقضية الدستور بحياد بنسبة 67.6 % ، ووحدة

في حصر على الانتقاد بنسبة 57.8 % ، وبلغت وحدة اثارة قضايا الخلاف النسبة الاقل 55.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور رؤية الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 63.6 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول رؤية خطاب حزب المؤتمر الوطني في مناقشة القضية بحياد وتركيزه على القضايا الاقتصادية واثارته للقضايا المختلفة وحصر الخطاب الاعلامي على الانتقاد حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح .

ب. حزب الاتحادي الديمقراطي :

- يلاحظ ووفقاً للمتوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور رؤية الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور فإن وحدة تركيزه على القضايا الاقتصادية كانت واضحة بنسبة 62.4 % كما تراها العينة ، ووحدة حصر على الانتقاد بنسبة 61.2 % ، ووحدة اثارة قضايا الخلاف بنسبة 60.8 % ، ووحدة مناقشته لقضية الدستور بحياد النسبة الاقل بنسبة 57.2 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور رؤية الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 60.4 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول رؤية خطاب حزب الاتحادي الديمقراطي في مناقشة القضية بحياد وتركيزه على القضايا الاقتصادية واثارته للقضايا المختلفة وحصر الخطاب الاعلامي على الانتقاد حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح .

ج. حزب الامة القومي :

- يلاحظ ووفقاً للمتوسط الحسابي والنسبة المئوية بمحور رؤية الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور فإن وحدة تركيزه على القضايا الاقتصادية كانت واضحة بنسبة 62.6 % كما تراها العينة ، ووحدة حصر على الانتقاد بنسبة 60.2 % ،

ووحدة مناقشته لقضية الدستور نسبة 59.8 % ، وبلغت وحدة اثاره القضايا النسبة الاقل بنسبة 58.8 % .

عليه فقد كانت نسبة المتوسط العام لمحور رؤية الخطاب الاعلامي لحزب الامة القومي في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور لافراد العينة اقل وضوح بنسبة عامة 60.4 % .

- بينما اختلف المبحوثون في ارائهم حول رؤية خطاب حزب الامة القومي في مناقشة القضية بحياد وتركيزه على القضايا الاقتصادية واثارته للقضايا المختلفة وحصر الخطاب الاعلامي على الانتقاد حيث جاء الانحراف المعياري اكبر من الواحد الصحيح .

جدول رقم (22/2)

نسب مقارنة الأحزاب

التسلسل	المحاور	المؤتمر الوطني	الاتحادي الديمقراطي	الأمة القومي
1	سياسة الحزب	% 82	% 80	% 75
2	الخطاب الاعلامي	% 75.3	% 65.1	% 65.5
3	الخطاب الاعلامي في قضية الدستور	% 74.3	% 64.9	% 64.1
4	خطة الخطابات الاعلامية	% 79.4	% 70.8	% 54.5
5	وسائل الخطاب الاعلامي	% 83.2	% 71.4	% 77.1
6	أزمات الخطاب الاعلامي	% 67.3	% 73.1	% 69.6
7	الخطاب وتشكيل الرأي العام	% 67.8	% 64	% 63.8
8	مميزات الخطاب الاعلامي	% 58	% 70.6	% 67.1
9	دور الذي لعبه الخطاب الاعلامي	% 67.3	% 62.2	% 61.8
10	اساليب الخطاب الاعلامي	% 77.2	% 66.1	% 66.6
11	دور الحزب في تشكيل الرأي العام	% 73.4	% 62.6	% 61.1
12	مجال الخطاب الاعلامي	% 80.8	% 69.6	% 67.5
13	نتاج تشكيل الرأي العام	% 69.9	% 65.7	% 64.6
14	قراءة متغيرات الخطاب الاعلامي	% 71	% 66.3	% 64.8
15	رؤية الخطاب الاعلامي	% 63.6	% 60.4	% 60.5

• قامت الباحثة باعداد هذا الجدول من خلال استقراؤها للجداول السابقة

1- بناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة ودرجة وضوح سياسات الحزب للجمهور وفق آراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً لسياسته الحزبية بدرجة 82 % يليه حزب الاتحادي الديمقراطي بدرجة 80 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الامة القومي بنسبة 75 % ، عليه فقد كانت سياسة حزب المؤتمر الوطني واضحة من خلال الالمام بمنهج الحزب والتعريف بسياسته وفكرته الاساسية واضحة مما اسهم في تشكيل رأي عام في قضية الدستور باعتبار حزب الحاكم الذي يقوم اعضاءه بتعريف كوادره المختلفة بسياسته ، بينما حزب الاتحادي الديمقراطي كان اكثر وضوحا في سياسته والمآله بمنهج الحزب وفكرته الاساسية التي دعمت تشكيل الرأي العام وبنسبة مقاربة لحزب المؤتمر الوطني وقد يكون ذلك باعتباره حزب يوالى في بعض الاحايين الحزب الحاكم ، اما حزب الأمة القومي فقد كانت سياسته اقل وضوحاً باعتباره حزباً أكثر معارضاً لحزب المؤتمر الوطني (الحاكم).

2- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة كيفية اداء الخطاب الاعلامي للأحزاب وفق آراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى لوضوح خطابه الاعلامي بدرجة 75 % يليه حزب الامة القومي اقل وضوحاً بدرجة 65.5 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الاتحادي الديمقراطي بأقل وضوح بدرجة 65.1 % ، عليه فقد كانت خطابات حزب المؤتمر الوطني واضحة من خلال وضوح الخطاب الاعلامي وترسيخ الوعي السياسي ويأتى ذلك من خلال استفادته من وسائل الاتصال مما اسهم في تشكيل رأي عام في قضية الدستور ، بينما حزب الامة القومي كان اقل وضوحا في خطابه الاعلامي ومدي ترسيخه للوعي السياسي ولم يتفقد من وسائل الاتصال باعتباره حزب معارض لذلك لم يشكل رأياً عاماً في قضية الدستور بنسبة عالية ، اما حزب الاتحادي الديمقراطي كان اقل وضوح في خطابه الاعلامية في قضية الدستور ويمكن ان نرى ان الحزب الديمقراطي كان في بعض الاحيان يوالى الحزب الحاكم وينصهر داخله مما يخلق نوع من التضامن مع الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني وذلك من خلال التوأمة واشراكه في الحكومة بسببة معقولة .

3- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة ودرجة خطاب الاعلامي وتشكله لقضية الدستور وفق آراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في

الدرجة الاولى اقل وضوحاً لخطابه الاعلامي في قضية الدستور بنسبة 74.3 % يليه حزب الاتحادي الديمقراطي بنسبة 64.9 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الامة القومي بنسبة 64.1 % ، عليه فقد كان الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني اقل وضوح حيث لم يساهم في التعريف بالدستور وعرضه والتخطيط له ولم يساعد في التنسيق بين الاحزاب لشرح اهمية الدستور ، بينما حزب الاتحادي الديمقراطي كان اقل وضوحا المساهمة في عرض وتعريف بالدستور والتنسيق بين الاحزاب الاخرى لفهم اهمية الدستور للبلاد ، اما حزب الأمة القومي فقد كانت خطاباته ضعيف في شرح وعرض الدستور ولم ينسق بين الاحزاب الاخرى لانشغال الاحزاب في الساحة السياسية في مواضيع السلطة والتمكين اكثر من اهمية الدستور .

4- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة والخطط التي ركز عليها الحزب لتشكيل رأى عام للجمهور وفق أراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً في خطته بدرجة 79.4 % يليه حزب الاتحادي الديمقراطي بدرجة 70.8 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الامة القومي بنسبة 54.5 % ، عليه فقد ركز حزب المؤتمر الوطني في خطته تناول القضايا المرحلية التي تهم البلاد وقضايا الحوار والسلام والقضايا الاستراتيجية والسياسية باعتباره الحزب الحاكم المنوط به حل جميع القضايا بالبلاد ولانه المسئول عن الدولة وجمهورها ، فقد استفاد من خلال ذلك في وضع الخطط وتبنيها وتنفيذها على حسب ما يتوافق معه كحزب ، بينما ركز الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي بعض القضايا ولكن لم يستفيد من كونه حزباً مالياً في طرح قضية الدستور والاستفادة منها في نشر سياسته كحزب له كينونته، اما حزب الأمة القومي فقد كانت خطته اقل وضوحاً فقد كان في بعض الاحيان يبعد عن الساحة السياسية بالبلاد باعتباره حزباً اكثر معارضاً لحزب المؤتمر الوطني (الحاكم) .

5- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة والوسائل التي استخدمها الحزب لتشكيل رأى عام للجمهور وفق أراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر في استفادته من وسائل الاتصال بدرجة 83.2 % يليه حزب الأمة القومي بدرجة 77.1 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الاتحادي الديمقراطي بنسبة 71.4 % ، عليه فقد كانت الوسائل التي استخدمها حزب المؤتمر الوطني لانجاح خطابه الاعلامي من صحف حزبية

ووسائل الاعلام وعن طريق الناطق الرسمي وامانة الحزب هي التي اسهمت في تشكيل الرأي العام حول قضية وذلك باعتباره الحزب الحاكم لكل امور الدولة ومؤسساتها المختلفة ومن ضمنها وسائل الاعلام كالأذاعة والتلفزيون وحتى الصحف ، ونجد ان قانون الحريات المعمول به ساهم في قوة الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني وأكد على هيمنة الحزب لاجهزة الاعلام المختلفة ، وبرغم وجود بعض الحريات الاعلامية فقد استفاد منها حزب الأمة القومي في نشر بعض القضايا عبر الوسائل الاتصالية المختلفة ، اما حزب الاتحادي الديمقراطي فقد كان خطابه الاعلامي اقل استخداماً للوسائل وذلك لان الحزب في بعض الاحيان اندمج داخل حزب المؤتمر الوطني لذلك كانت معظم خطابه مبروطة ببعض خطابات حزب المؤتمر الوطني .

ويعاب على حزب الاتحادي الديمقراطي انه لم يستفد من وجوده داخل الحكومة وتوأمته مع حزب المؤتمر الوطني (الحاكم) من استخدامه لوسائل الاتصال المختلفة لارسال خطابه الاعلامي.

6- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة والأزمات التي مرت بالخطاب الاعلامي للحزب في تشكيل رأى عام للجمهور وفق آراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب الاتحادي الديمقراطي في الدرجة الاولى اكثر الخطابات الاعلامية التي مرت بها ازمات بدرجة 73.1% يليه حزب الأمة القومي بدرجة 69.6% ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب المؤتمر الوطني باقل نسبة بدرجة 67.3% ، عليه فقد مر الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي بمجموعة من الأزمات التي أثرت في وضوح الخطاب الاعلامي وتشكيله الرأي العام في قضية الدستور وهذه الازمات هي أزمة ثقة ووعي سياسي وأزمة تغيير ميول بالاضافة الى ازمة تأهيل وتدريب العاملون على صنع الخطاب الاعلامي داخل الحزب مما ترتب عليه ان الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي كانت خطابه غير واضحة ولم تؤثر وتشكل الرأي العام في قضية بدرجة عالية ، بينما كان الخطاب الاعلامي لحزب الأمة القومي اقل تأثيراً بالأزمات نسباً لوجود وعي وثقة بين اعضاء الحزب لوكن كانت هنالك ازمة في الوعي السياسي ولكنها ضعيفة لم تؤثر في الخطاب الاعلامي ، اما حزب المؤتمر الوطني لم يتأثر بوجود اي أزمة في خطابه الاعلامي حيث ان جميع الأزمات يتم حلها اولاً بأول من خلال استراتيجية الحزب ، ولان الحزب هو حزب حاكم كانت كل الازمات التي

تمر تظهر على الساحة السياسية من منتقدي ومعارضى الحزب كان يسارع في حلها ومعالجتها بما له من سياسات وخطة واضحة في معالجة جميع القضايا والازمات .

7- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة ودرجة التأثير في الخطاب الاعلامي وفق أراء العينة فأن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً في درجة التأثير بخطابه الاعلامي في قضية الدستور بدرجة 67.8 % يليه حزب الاتحادي الديمقراطي بدرجة 64 % ثم يأتى في الدرجة الثالثة حزب الأمة القومي بنسبة 63.8 % ، عليه فقد أثر الخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور حيث حدد الاتجاهات والمواقف السياسية وقام بتغيير الميول المختلفة وتوحيدها تجاه قضية الدستور ، كما أكدت الخطابات الاعلامية لحزب المؤتمر الوطني ذلك تشكيلها لرأى عام حول قضية الدستور ، بينما لم يكن للخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي تأثير واضح حيث حدد الاتجاهات والمواقف ولكنه لم يكن له تأثير واضح في تشكيل الرأي العام ، اما حزب الأمة القومي فقد كان خطابه اقل تأثيراً من الحزبين اعلاه ورغم تحديده للاتجاه السياسي وذلك لكونه في بعض الاحيان يبعد عن الساحة السياسية بالبلاد باعتباره حزباً اكثر معارضاً لحزب المؤتمر الوطني (الحاكم) .

8- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة ومميزات الخطاب الاعلامي لحزب في تشكيل رأى عام للجمهور وفق أراء العينة فأن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب الاتحادي الديمقراطي في الدرجة الاولى من حيث مميزات خطابه الاعلامي بدرجة 70.6 % يليه حزب الأمة الديمقراطي بدرجة 67.1 % ثم يأتى في الدرجة الثالثة حزب المؤتمر الوطني بنسبة 58 % ، عليه فنجد ان حزب المؤتمر الوطني كان اقل وضوحاً في مميزات خطابه الاعلامية وذلك لانه المستفيد الاول في عدم وجود دستور دائم بالبلاد لان وجود الدستور يقوم على الحقوق والواجبات والحريات المتعلقة بالبلاد ، لذلك نجد ان حزب المؤتمر الوطنى لم يكن له خطابات اعلاميه في قضية الدستور وان وجدت فهي خطابات تميزت بالانفعالية في مناقشة بنود الدستور وبعض الخطابات تكون اكثر نمطية ورتابة ، اما حزب الأمة القومي فكانت معظم خطابته تقوم على الانفعالية في الطرح وذلك باعتبار ان حزب الامة من اكثر الاحزاب معارضة ، اما خطابات حزب الاتحادي الديمقراطي فقد كانت اكثر وضوحاً من الحزبين الاخرين وذلك لأن حزب الاتحادي الديمقراطي دخل

مع حزب المؤتمر الوطني وعرف كل الحقوق والواجبات بالدستور لذلك كان مهتماً بإيجاد دستور دائم للبلاد لاعطاء كل ذو حق حقه وتعريف المواطن بحقوقه وواجبات الدولة تجاهه .

9- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة والدور الذي لعبه الحزب لتشكيل رأى عام للجمهور في قضية الدستور وفق أراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً في الدور الذي لعبه بدرجة 67.3 % يليه حزب الاتحادي الديمقراطي بدرجة 62.2 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الأمة القومي بنسبة 61.8 % ، عليه فقد لعب حزب المؤتمر الوطني دوراً ايجابياً في تشكيل الرأي العام تجاه قضية الدستور من خلال تشكيله لأراء المجتمع ، بينما لم يلعب الخطاب الاعلامي لحزب الاتحادي الديمقراطي دوراً واضحاً في تشكيل الرأي العام تجاه قضية الدستور ، اما حزب الأمة القومي فلم تلعب خطابته اي دور في تشكيل الرأي العام .

10- وبناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة والأساليب التي ركز عليها الحزب لتشكيل رأى عام للجمهور وفق أراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً في اساليبه بدرجة 77.2 % يليه حزب الأمة القومي بدرجة 66.6 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الاتحادي الديمقراطي بنسبة 66.1 % ، عليه فقد ركز حزب المؤتمر الوطني في خطابه الاعلامية على الأساليب الأكثر تأثيراً كاستمالة الجمهور والايحاء لجذب اهتمام الجمهور والاسلوب العقلي والموضوعي والشفاف والتي اسهمت في التأثير لدى المجتمع السوداني ، فقد اظهرت ضرورة اهمية وضع دستور دائم بالبلاد ، بينما استخدم حزب الأمة القومي في الخطاب الاعلامي له اساليب اقل وضوحاً باعتبار اهمية الدستور للبلاد ، اما حزب الاتحادي الديمقراطي لم يستخدم الاساليب كثيراً فقد كانت معظم خطابه الاعلامية ردوداً على خطابات احزاب اخرى ورفضاً او تأييداً لها .

11- بناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة الدور الذي قام به الحزب لتشكيل رأى الجمهور وفق أراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً للدور الذي قام به في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور بدرجة 73.4 % يليه حزب الاتحادي الديمقراطي بدرجة 62.6 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الأمة القومي

بنسبة 61.1 % ، عليه لعب حزب المؤتمر الوطني دورا واضحا في تشكيل الرأي العام تجاه قضية الدستور من خلال التركيز على التنشئة السياسية للمجتمع التحيز لبعض الموضوعات وممارسة النقد الواعي واكدت المبادئ والتي من ضمنها التضامن الاجتماعي بالمجتمع ، حيث كان للخطاب الاعلامي لحزب المؤتمر الوطني الأثر في تشكيل رأي عام وتوجيهه نحو قضية الدستور ، بينما لعب الخطاب الاعلامي لحزب الاتحاد الديمقراطي كان دوراً ضعيفاً في تشكيل الرأي العام باعتبار وجود قضايا قد تكون أهم في نظرهم باعتبار ان هنالك بعض القضايا اهم من الدستور ، اما حزب الأمة القومي فقد كانت خطابه الاعلامية في قضية الدستور ضعيفه وذلك لتحيزها لبعض المواضيع الاخرى وعدم التركيز على التضامن القومي تجاه خلق دستور دائم بالبلاد وتعريف المواطن بأهمية الدستور لما يحفظ به الحقوق والواجبات .

12- بناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة ومجالات الحزب لخلق رأي عام للجمهور وفق آراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر استخداماً للمجالات المختلفة بدرجة 80 % يليه حزب الاتحاد الديمقراطي بدرجة 69.1 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الأمة القومي بنسبة 67.5 % ، وذلك لاستخدام حزب المؤتمر الوطني كل المجالات للتأثير ولتشكيل رأي عام حول قضية الدستور فقد استخدم الاعلام الرسمي باعتباره هو المالك الحقيقي للاعلام الرسمي والاعلام الالكتروني لانه يستلم كل منافذ الدخول الى الوسائط الالكترونية المختلفة وماتحملة شبكات الاتصال المختلفة وكذلك استخدم مجال الاعلام داخل الحزب لاضافة اعضاء جدد وتنشئتهم وتوعيتهم لقضية الدستور وكذلك استفاد من الاعلام الحر والمستقل بشراء مساحات متعددة وبث العديد من الخطابات بها لخلق تأثير وتشكيل للرأي العام حول قضية الدستور ، بينما حزب الاتحاد الديمقراطي كان من اكثر الأحزاب بعد المؤتمر الوطني استخداماً للمجالات المختلفة وخاصة مجال الاعلام الرسمي والالكتروني وذلك باعتباره حزب يوالى في حزب المؤتمر الوطني (الحزب الحاكم) ، اما حزب الأمة القومي فقد كانت استخدامه للإعلام الالكتروني اكثر من غيره من المجالات وذلك لان تفاعل المجتمع مع وسائل الاتصال الالكترونية اصبح اكثر تأثيراً ، ولان حزب الأمة يعتبر حزباً معارضاً للحكومة لذلك لم يكن له اي مجال في ان

يستخدم الاعلام الرسمي او الحر المستقل او الاعلام الحزبي وكل ذلك لن الحزب الحاكم وضع قيود للحريات الاعلامية لوسائل الاعلام المختلفة ..

13- بناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة ونتائج الحزب لاستمالة للجمهور وفق آراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً نتائج تشكيله للرأي العام بدرجة 69.9 % يليه حزب الاتحادي الديمقراطي بدرجة 65.7 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الامة القومي بنسبة 64.6 % ، عليه فقد كان تشكيل الرأي العام عبر الخطاب الاعلامي لكل الاحزاب ضعيف جداً وهذا يدل على ان الخطاب الاعلامي لم يكن له تأثير كبير في قضية الدستور ، وذلك لأن جميع الاحزاب تناولت قضية الدستور من خلال البنود المختلف عليها ولم تعرض حقيقة اهمية الدستور للبلاد وقامت بتضليل الرأي العام من خلال عدم توافقها مع بعضها البعض ، رغم ان الدستور مهم بالنسبة للبلاد وللمواطن الا ان الاحزاب لم تكن تظهر وجهة نظرها بوضوح تجاهه، ويدل هذا الى عدم وجود نتائج وتأثير للخطاب الاعلامي للاحزاب

14- بناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة ودرجة ظهور المتغيرات في الحزب وفق آراء العينة فإن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً لرؤية المتغيرات بدرجة 71 % يليه حزب الاتحادي الديمقراطي بدرجة 66.3 % ثم يأتي في الدرجة الثالثة حزب الامة القومي بنسبة 64.8 % ، عليه فقد رؤية المتغيرات المختلفة لحزب المؤتمر الوطني واضحة من خلال اخفائها لبعض الحقائق وتحديد لها للأجندة مما شكل رأي عام لقضية الدستور واعتبر حزب المؤتمر الوطني ان هنالك بعض القضايا التي تظهر في الساحة السياسية موجهة لذلك من خلال خطابها الاعلامي حاولت ان تؤثر في الرأي العام ، بينما حزب الاتحادي الديمقراطي كان اقل وضوحاً في رؤيته بان يخفي بعض الحقائق وعدم اظهارها خلال خطابه الاعلامي وتحديد الاجندة مما أثر في الرأي العام ولكن تأثير ضعيف نسبياً ، اما حزب الأمة القومي فقد كانت رؤيته تتحدد في اخفاء بعض الحقائق وكانت اجندته اقل وضوحاً باعتباره حزباً اكثر معارضاً لحزب المؤتمر الوطني (الحاكم) حيث ركز على ان القضايا موجهة من قبل الحزب

الحاكم (حزب المؤتمر الوطني) لذلك لم يكن للخطاب الاعلامي لحزب الامة القومي تأثير في الرأي العام لقضية الدستور .

15- بناء على الجدول اعلاه نجد انه من خلال مقارنة الأحزاب الثلاثة ورؤية الخطاب الاعلامي للحزب في تشكله للرأي العام للجمهور وفق أراء العينة فأن الأحزاب تترتب كالتالي : حزب المؤتمر الوطني في الدرجة الاولى الأكثر وضوحاً في الخطاب الاعلامي وتأثيره لخلق رأي عام حول قضية الدستور بدرجة 63.6 % يليه حزبي الاتحادي الديمقراطي والأمة الوطني بدرجة 60.4 % لكل حزب ، عليه فقد شكل الخطاب الاعلامي رأي عام حول قضية الدستور ولكن لمن يكن هذا الرأي واضحاً وقوياً والدليل على ذلك عدم البدء في مناقشة الدستور او كيفية وضعه ، كان حزب المؤتمر الوطني الاكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام ولكن حتى هذا التأثير لم يكن بالنسبة والاهمية بموضوع الدستور .

الفرضية الرابعة : توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين الاحزاب (المؤتمر الوطني ، الاتحادي الديمقراطي ، الأمة القومي) وخطابها الاعلامي في قضية الدستور .

الخاتمة

ما لاشك فيه أن للإنسان عقلاً يسعى من خلاله إلى الكشف عن حقائق الأمور والإلمام بمختلف المظاهر والظواهر. الأمر الذي دعاه إلى العمل الجاد إلى إيجاد وسيلة مثلى يشبع من خلالها فضوله فكان لابد من ظهور ما يسمى بالأحزاب السياسية أو الآله الحزبية . فقد أصبح الانتماء للأحزاب حقا من حقوق الإنسان الأساسية ، ولا يتأتى التواصل بين افراد وكوادر الحزب الا عن طريق الخطابات الاعلامية بوصفها القدرة على نقل ونشر الحقائق وتبصير كل فرد بما يحدث حوله في كل بقاع الأرض ، وعن طريق وسائل الاعلام المختلفة لم يعد مقبولا الآن حجب أي خبر أو معلومة عن الإنسان سواء في المجال السياسي او المجالات الاجتماعية والاقتصادية والصحية والثقافية والعلمية والتربوية ، وأصبحت المؤسسات والمنظمات والأحزاب باعتبارها جزء من هذه المنظومة ملزمة بإمداد وسائل الإعلام بالحقائق والأحداث أولا بأول حتى تستطيع أن تقدم للجماهير حقهم في الإعلام والاتصال.

كما كان الإعلام في بداية ظهوره يهتم بمجالات معينة فقط، وكانت محدودة بوسائلها وتأثيراتها، لكن الامر لم يتوقف عند ذلك، بل فاقت تطوراتها كل التصورات بفضل التطور المذهل لوسائل الاتصال من جهة، وقدرة الإعلام على التعبير عن مختلف المجالات. لذا فقد إتسعت مجالات الاعلام بصورة واضحة بحيث شملت الصحة والتعليم والامن والدفاع والإقتصاد والبيئة والمناخ والعلوم... وغيرها. وكما شملت بلغتها الشرائح والمستويات كافة حتى باتت من اهم ادوات المعرفة في العصر الراهن. وكان ذلك نتيجة للتطورات الكبيرة التي طرأت على التكنولوجيا وتقنيات الاتصال والإعلام والتي جعلت من العالم يبدو وكأنه قرية الكترونية صغيرة، لذلك أصبح الخطاب الاعلامي محورا أساسيا لمختلف القضايا السياسية، وازدادت اهميته بوسائله المختلفة في المجتمع في كافة مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، بما في ذلك المجال الحزبي ، اذ لحقت تلك التطورات بالظواهر الحزبية ذاتها، والظواهر التي تتعامل معها، الأمر الذي تطلب تحدياً وتطويراً مستمراً للسياسات الحزبية وللأساليب والوسائل والتقنيات التي تستخدمها في تعاملها مع المجتمع .

ان للأحزاب السودانية دوراً قوياً ومؤثراً في الدولة ، وعن طريق خطابها الاعلامي حيث تؤثر بدرجات متباينة ومتفاوتة على سياسة الدولة وفعالية أجهزتها لذلك يجب استغلال التأثير الايجابي لوسائل

الإعلام على المجتمع من خلال وضع استراتيجية ودعم قدرات الأحزاب السياسية والتعريف بأنجازاتها وقدرتها على مواجهة كل المشاكل السياسية بالبلاد وكل ذلك يتأتى من خلال وضع دستور دائم بالبلاد وحشد الرأي العام الذي يدعم ويساند ويحث افراد المجتمع من ضرورة فهم المواطن لحقه الدستوري ، وتلافي التأثيرات السلبية الناتجة عن نشر الشائعات والاذخار غير الصحيحه التي تقف ضد اقامة الدستور والاستقرار السياسي بالبلاد . لذلك كان لا بد من تأهيل القائمين على الاعلام الحزبي بكفاءة واقتدار من خلال نشر الحقائق ومواجهة الشائعات وحشد الرأي العام المساند لاجهزة الدولة والعمل على ضرورة فرض التعاون الكامل بين الأحزاب ووسائل الاعلام لمواجهة التحديات المعاصرة من خلال تكثيف المعلومات الاساسية من ضرورة وجود دستور دائم بالبلاد وتعزيز التعاون بين الجمهور والأحزاب وتوجيه حملات اعلامية مستمرة لايجاد مناخ ملائم للاستقرار السياسي .

وتتعاظم سطوة ودور وسائل الاعلام المختلفة وتأثيرها المباشر على فكر وسلوك الافراد والجماعات بما يمس هيبة المواطن والمجتمع خاصه في ظل وجود الدستور ، حيث اصبح الناس منساقون وراء ما يشاهدون ويسمعون لذا كان من المهم ان يخدم الاعلام قضايا المجتمع التي من أهمها قضية الدستور الدائم بالبلاد، الدستور الذي يسعى الى تحقيق امن الوطن والمواطن وحماية المكتسبات الحضارية واستمرار العملية التنموية والطمأنينه بين افراد المجتمع من ناحية وتقديم توعية وثقافة سياسية من شأنها أن تحفز افراد المجتمع على المساهمة في تحقيق الاستقرار الشامل بمفهومه الواسع من خلال حماية كل المقومات الاجتماعية والفكرية والدينية والاقتصادية والحضارية للمجتمع.

لذلك يكمن الهدف من الاحزاب بصفة عامه والخطاب الاعلامي لها بصفة خاصه هو تصحيح الافكار والمفاهيم الخاطئه وتغيير الاتجاهات السلبية لدى أفراد المجتمع من خلال تبصيرهم بضرورة ايجاد دستور دائم بالبلاد ، ولذا فأن الدراسة سعت الكشف عن دور الخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية ودوره في تشكيل الرأي العام وهو دراسة تطبيقية على عينة من الأحزاب وخطابها تجاه قضية الدستور ، فالخطاب الاعلامي يمكن ان يسهم بنصيب وافر في الاهتمام بضرورة وضع دستور دائم بالبلاد من خلال تشكيل رأي عام لافراد المجتمع وشرح ضرورة المعرفة بالحقوق والواجبات الخاصة بالمواطن .

أولاً: النتائج :

تتجلى بوضوح العلاقة الايجابية بين الاحزاب وخطابها الاعلامي ، وخاصة مع ما يقوم به الحزب من أدوار فاعلة ومؤثرة في دعم ونشر الأهمية بالدستور ، وكل ذلك يتأتى من خلال وسائل الاعلام المختلفة حيث اضحى الإعلام بلا منازع صاحب الدور الأكبر في التوعية بأبعاد القضايا السياسية ، ولقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج والتي وجد من الأهمية عرضها على النحو الآتي:

- 1- أوضحت الدراسة ان الأحزاب السودانية تمتلك خطاباً إعلامياً ، الا انه لم توجد استراتيجية علمية واضحة للخطاب الاعلامي للأحزاب وتعامله مع وسائل الإعلام المحلية والاقليمية .
- 2- أكدت الدراسة ان سياسة الحزب يجب ان تقوم على الالمام بمنهج الحزب والتعريف بسياساته وعكس الفكرة الاساسية للحزب لجمهور الحزب حتى يساهم في تشكيل الرأي العام .
- 3- من خلال عرض الجوانب التي تهتم بخصوصية الخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية يتضح ما يلي:

أ. يجب ان يكون الخطاب الاعلامي اكثر وضوحاً .

ب. يجب ان يساهم في ترسيخ مفهوم الوعي السياسي .

ج. يجب ان يساهم في عملية التنشئة السياسية .

- 4- من خلال عرض الأهمية الخاصة للخطاب الاعلامي وما يقوم به من دور في خلق الثقة بين الأحزاب السودانية يتضح ما يلي:

أ. المساهمة في التعريف بالدستور والاهتمام بالحوار المشترك بين الأحزاب والمواطنين لتعزيز مفهوم العمل السياسي.

ب. إن الأحزاب السياسية مسئولين تجاه مجتمعاتهم ومؤسساتهم الحزبية .

ح. إلتزم وسائل الإعلام عند قيامها بأدوارها المجتمعية بالمعايير المهنية للأداء الإعلامي بمصداقية وموضوعية ودقة.

د. الحرص عند عرض قضية الدستور على ضرورة استخدام الأساليب والفنون القادرة على أن

توصل الخطاب الاعلامي إلى الجمهور بهدف التأثير فيه، والحرص على انتقاء الشخصية

المناسبة، ودفعها للكتابة أو للحديث بأسلوب خطابي مناسب للوسيلة الإعلامية .

5- إتضح من خلال عرض الفقرات المتعلقة بالأحزاب السودانية تجاه خطابها الإعلامي فيما يتعلق بخطة الأحزاب الآتي :

أ. يجب العمل مع مؤسسات المجتمع من خلال القضايا المرحلية حتى تسهم في خلق رأي عام .
ب. دعم القضايا الاستراتيجية وعكسها للجمهور الأحزاب .

ج. يتم العمل على التنسيق مع الأحزاب المختلفة في عكس القضايا السياسية وقضايا الحوار والسلام وذلك لتعزيز إدراك أفراد المجتمع لدورهم في تحقيق الوعي السياسي.

6- أثبت من خلال عرض الفقرات المتعلقة بوسائل انجاح الخطاب الاعلامي للأحزاب ان الصحف الحزبية ومكتب أو امانة الاعلام ومكتب العلاقات العامة بالأحزاب ووسائل الاعلام المختلفة يجب ان تسهم في انجاح الخطاب الاعلامي للأحزاب .

7- إتضح من خلال عرض الفقرات المتعلقة بدرجة تأثر الأفراد للخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية ما يلي :

أ. المساهمة في تحديد الاتجاه السياسي للأفراد بالمجتمع .
ب. الأهتمام بتغيير الميول السياسية الضعيفة وجذبها الى ان يحدد الفرد ويميل اتجاه القضية المعنية وهى قضية الدستور .

ج. العمل على تحديد الموقف السياسي ، على ان لا يتأثر بالاتجاهات الاخرى التى تزعزع موقفه السياسي.

8- اظهرت الدراسة ان نقص الإمكانيات البشرية المؤهلة والمتخصصة في مجال الإعلام الحزبي وإنخفاض الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وعدم إهتمام الإعلاميين بإعداد الرسالة الإعلامية والخطاب الإعلامي والمسايرة للتقلبات والظروف المعاصرة المحيطة بالمجتمع تؤثر في درجة تشكيل الرأي العام .

9- يترتب على مميزات الخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية في الرأي العام أولاً الإلمام بموضوعات ومفاهيم الدستور ودراسة الحقوق والواجبات المترتب عليها ، والإبتعاد عن النمطية والرتابة في عرض قضية الدستور ، الابتعاد عن الانفعالية في مناقشة قضية الدستور ، البعد عن كل ما يمكن ان يثير موضوعات خلافية حتى لا يبتعد الخطاب الاعلامي تحويل الرأي العام للجماهير باتجاهات مغاير للغرض منه.

10- إتضح من خلال الدور الذي يجب ان تقوم به الأحزاب السودانية في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور الآتى :

أ. التركيز على التنشئة السياسية للأفراد .

ب. المساهمة في ممارسة النقد الواعي .

ح. العمل على خلق وعي سياسي واعى يسهم في خلق موضوعات ذات مفاهيم تسهم في اعداد لقضية الدستور .

11- ان استخدام الاسلوب العقلي لاستمالة الجمهور والاسلوب الايحائي لجذب الجمهور بالاضافة الى الاسلوب الموضوعي والشفاف من أهم الأساليب التى يمكن ان تساهم في انجاح الخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية حتى تؤثر في الرأي العام .

12- أثبتت الدراسة ان الأحزاب لم تتجح في توظيف وسائل الإتصال في إيصال خطابها الإعلامى وذلك لتحيز وسائل الإعلام للحزب الحاكم ، والمساحات الصحفية الضعيفة والقليلة في عرض قضية الدستور ، مع وجود قوانين للحريات الاعلامية ضيقت من خلق خطابات اعلامية للأحزاب المختلفة. 13- أظهرت الدراسة عدم وجود برامج من شأنها تعريف المواطنين بالدستور لتعزيز انتمائهم وضرورة معرفة حقوقهم الدستورية وواجباتهم .

14- أثبتت الدراسة ان الخطاب الإعلامى للأحزاب لم يساهم في تشكيل الرأي العام لقضية الدستور بعرضها لقضية الدستور بنمطية ورتابة ، وعدم شرح اهميته للمواطنين والتطرق لمواضيع خلافية واثارتها.

15- أظهرت الدراسة ان الخطاب الإعلامى للأحزاب لم يشكل رأياً عاماً واضحاً لأنها لم تحدد اجندة الخطاب الإعلامى ، ولم تعرض كل الحقائق الخاصة بالدستور ، لذلك خلقت بعض القضايا الموجهة وركزت عليها بعيداً عن الدستور ، ولم تناقش القضية بحياد وموضوعية .

16- أوضحت الدراسة عدم وجود التدابير اللازمة لإزالة العوائق والعقبات بين الأحزاب المختلفة والمؤسسات الإعلامية بالبلاد من قوانين وخلق حريات سياسية جديدة .

17- أهم المعوقات الفنية التي تحد من تأثير الخطاب الاعلامى للأحزاب السودانية في تشكيل الرأي العام عدم الاهتمام بتزويد وسائل الإعلام بالتقنيات الحديثة التي تساعد على إيصال الرسائل الإعلامية بطرق ووسائل متنوعة ومشوقة، وتقادم الشخصيات الحزبية من قبل الأحزاب السودانية في

تقديم خطابها الإعلامي وعدم توفر التدريب المناسب على الإلقاء الصحيح لخطاب الإعلامي او إعداد مكوناته بطريقة صحيحة.

التوصيات :

لقد أتضح من خلال ما تم تقديمه أن الأحزاب السودانية بخطابها الاعلامي القديم لا تستطيع التأثير في الرأي العام بمفردها وذلك لتوسع الحياة الاجتماعية وتعقد الظروف الاجتماعية ، وظهور سلبيات العولمة والغزو الثقافي والفكري ، الأمر الذي أدى إلى عدم تفهم الجمهور للخطاب الاعلامي للأحزاب السودانية ، ومن هذا المنطلق فإن الأحزاب السودانية بحاجة إلى ضرورة الاهتمام بالخطاب الاعلامي ووضع خطة استراتيجية علمية عملية للاستفادة من وسائل الاعلام ونشر مفهوم السياسة الحزبية .

وفيما يلي مجموعة من التوصيات :

1. الإهتمام بدعم وتوثيق الصلة بين الأحزاب السودانية ومؤسسات المجتمع المختلفة لتقديم الشخصية الحزبية بمفهومها الشامل .
2. إعداد خطة استراتيجية للخطاب الاعلامي .
3. الإهتمام بإقامة الدورات الإعلامية لمنتسبي الإعلام وامانات الإعلام ومكاتب العلاقات العامة في الأحزاب المختلفة لرفع مستوى كفاءتهم للمشاركة في صنع الخطاب الإعلامي ، والإهتمام بإعداد الرسالة الإعلامية والخطاب الإعلامي المسابير للتقلبات والظروف المعاصرة المحيطة بالمجتمع التي تسهم في تشكيل الرأي العام .
4. تشجيع الأحزاب المختلفة في المساهمة في الشروع لإعداد دستور دائم بالبلاد .
5. مساهمة الأحزاب في شرح أهمية الدستور للمواطنين وعضوية الحزب وجمهورها بأسلوب يتوافق مع احتياجاتهم المجتمعية.
6. إدخال مقررات تربوية دستورية ، ومقررات في حقوق الإنسان لتربية الأبناء على المشاركة الفاعلة في الحياة السياسية الحزبية .
7. العمل على زيادة بث البرامج التي من شأنها التعريف بالدستور لتعزيز انتمائهم وضرورة معرفة حقوقهم الدستورية وواجباتهم .
8. العمل من قبل الأحزاب والعاملين في الإعلام الحزبي (مكاتب امانات + مكاتب علاقات عامة) داخل الحزب على التخطيط لبرامج توجيهية من شأنها ارشاد اعضاء الحزب وذلك من خلال

- المساهمة في تحديد الاتجاه السياسي لهم ، والأهتمام بتغيير ميولهم السياسية الضعيفة وجذبها الى ان يحدد الفرد ويميل اتجاه القضية الدستور ، والعمل على تحديد موقفهم السياسي ، وذلك من خلال برامج وقائية وتنموية وبرامج توعوية .
9. العمل على تطوير برامج إعلامية تلبي حاجات ورغبات المواطن السوداني السياسية والدستورية ، مع تفعيل دورهم في اعداد وشرح اهمية الدستور .
10. ضرورة العمل على اتخاذ التدابير والإجراءات اللازمة لزيادة فاعلية الخطاب الاعلامي للأحزاب حتى يساهم في تشكيل رأي عام واعي .
11. اتخاذ التدابير اللازمة نحو إزالة العوائق والعقبات بين الأحزاب المختلفة والمؤسسات الإعلامية بالبلاد من قوانين وخلق حريات سياسية جديدة .
12. ضرورة عقد ندوات ومؤتمرات يلتقي فيها الأحزاب المختلفة بالأجهزة مع قادة الرأي والعاملين بالمؤسسات الاعلامية وقادة الفكر في المجتمع ، يتم خلالها عرض قضية الدستور التي تهم المجتمع لخلق وعي وارشاد في المساهمة في ايجاد دستور بالبلاد .
13. تفعيل نشاط وبرامج ادارات العلاقات العامة في الأحزاب المختلفة .
14. المساهمة في تعزيز دور الأسرة في خلق التنشئة السياسية لأبنائها وتنمية الوعي السياسي لهم وخلق قوة ايجابية تساهم في تحسين صورة الأحزاب السياسية.
15. ضرورة القيام باجراء المزيد من الدراسات والبحوث الإعلامية بحيث تقوم على أساليب مسحية للطبقات الانسانية في المجتمع السوداني لمعرفة اتجاهاتهم وطبيعة البرامج التي من شأنها خدمة وتلبية حاجاتهم ورغباتهم وبما من شأنه تعميمها نتائجها وإفادة متخذي القرار في الإعلام ، والتي من شأنها المساهمة في تعزيز المفاهيم الدستورية والتي ترتبط بصورة مباشرة بمفهوم الولاء والانتماء الوطني وبالتعاون والعمل يداً بيد بين الحزب والمواطنين.

• مقترحات لبحوث مستقبلية :

- 1- دور الخطاب الحزبي في التنشئة السياسية .
- 2- فاعلية الخطاب السياسي في التنمية الإجتماعية .
- 3- الاستراتيجية الإعلامية للخطاب الإعلامي للأحزاب السودانية .
- 4- تخطيط الخطاب الإعلامي ودوره في تنمية المجتمع .
- 5- دور المؤسسات الإعلامية في ترقية الخطاب الإعلامي بالسودان .
- 6- صناعة الخطاب السياسي .