

دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية

(مصر نموذجاً)

د . محمد نور السيد علي البصراطي

جامعة بنى سويف – مصر

ملخص :

إن وسائل الإعلام الجديد يمكن أن تلعب دوراً محورياً في عملية الإصلاح السياسى من خلال تعزيز المشاركة السياسية، التى تستند الى التواصل مع الجماهير فى مناقشة القضايا السياسية وتكوين شبكات قادرة على نقل مطالب الجماهير للسلطة ، فضلاً عن تعدد وتنوع منابر التعبير السياسى لجميع الاتجاهات السياسية.

Abstract:

That new media can play a pivotal role in the process of political reform through the promotion of political participation, which is based on communication with the public to discuss political issues and the formation of networks capable of transmitting the demands of the masses of the authority, as well as the multiplicity and diversity of the platforms of political expression for all political trends.

مقدمة :

في الوقت الذى ينظر فيه للإعلام على انه أحد القنوات الهامة التى تستطيع أن تصل بين المطالب الشعبية و الحكومة، تشكل وسائل الاعلام الجديد أحد المداخل الرئيسية لدراسة العلاقة بين الدولة و المجتمع، وانعكاس ذلك على الاصلاح السياسى و تعزيز المشاركة السياسية.

وبالرغم من محاولات الاعلام التقليدى تطوير آلياته ومحتواه، إلا إن سرعة التطور فى الاعلام الجديد تفوق تلك المحاولات سواء فى الآليات أو المحتوى، حيث ينظر للإعلام الجديد على انه البديل الذى تم الاستجابة له نتيجة اخفاق وسائل الاعلام التقليدية فى أداء ادورها وتوصيل رسالتها فى ظل نظم سابقة على ثورة 25 يناير عمدت الى وضع كافة القيود امام ممارسة العمل الاعلامى بشفافية، و يتعين التأكيد على أن دور الاعلام الجديد قد لفت الانتباه الى جانب هام للاصلاح السياسى يتخطى المؤسسات و الاجراءات، ليصل الى تفاعل الجمهور معه.

والورقة تأخذ من بعض وسائل الاعلام الجديد مدخلاً للتعرف على الادوار التى قامت بها تلك الوسائل فى تعزيز المشاركة السياسية على الارض مع التطبيق على الحالة المصرية، والفرص المتاحة من أجل تعزيز المشاركة السياسية الرقمية. وينظر لعلاقة الاعلام الجديد بالمشاركة السياسية من عدة وجهات نظر:

وجهة النظر الأولى: تعترف بالدور الفاعل للإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية بإعتبار أن وسائل الإعلام هي أداة رئيسية فى عملية المشاركة السياسية بصفة خاصة، و التنمية السياسية بصفة عامة.

وجهة النظر الثانية: تنظر بنظرة سلبية لدور وسائل الإعلام الجديد في عملية التغيير السياسى و دعم المشاركة السياسية من منطلق عدم وجود علاقة إيجابية واضحة بين زيادة فاعلية المشاركة السياسية ووسائل الإعلام الجديد، أو التقليل من أهمية دور الاعلام الجديد فى المشاركة السياسية.

وجهة النظر الثالثة: تنظر إلى طبيعة العلاقة بين الإعلام الجديد والمشاركة السياسية من زاوية اعتدالية تعطي للإعلام أدواراً محددة في مرحلة الفاعلية السياسية.

وتستهدف الورقة البحثية التعرض لدور وسائل الاعلام الجديد فى تعزيز المشاركة السياسية من خلال ثلاثة محاور: يتعلق الأول ببيئة الاعلام الجديد، بينما الثانى يتعرض لوظائف وسائل الاعلام الجديد فى المجتمع، ثم المحور الثالث يناقش الدور الذى يقوم به الاعلام الجديد فى تعزيز المشاركة السياسية.

المحور الاول : بيئة الإعلام الجديد

لقد شهد العالم في نهايات القرن الماضي وبدايات القرن الحالي تطورات وتحركات سياسية كبيرة مما دفع الدول والحكومات باللجوء إلى مختلف الوسائل والاساليب الإعلامية والإتصالية من أجل تحقيق غاياتها وأهدافها وتعميق مبادئها والترويج لإيديولوجيتها، وإستخدام الإعلام من أجل الترويج لنظم الحكم المختلفة و الإهتمام بالجوانب والقضايا السياسية التى تخص النظام الحاكم، و العمل على إحداث التأثير والتغيير في الآراء والأفكار والقناعات لدى أفراد الشعب.

وعند ظهور وسائل الاعلام الجديد، قامت الحكومات العربية ومنها مصر بإستخدامها فى خدمة مصالحها من اتصالات مع الدول الأخرى، دون الاستفادة الكاملة من الفرص المتاحة للتطور التكنولوجى الهائل فى هذه الوسائل، ومدى التأثير الذى يمكن أن تقوم به تلك الوسائل بين مستخدميها.

ورغم استمرار هيمنة وسائل الإعلام الرسمية ذات الرأي الواحد على الساحة الإعلامية انعكاساً لهيمنة الرأي السياسي الواحد - دخلت وسائل الإعلام الجديد مرحلة تتميز بعنصر المنافسة بين وسائل تتمتع لحقة طويلة بإحتكار القارئ والمشاهد، حيث استخدمت وسائل الاعلام الجديد المزايا التى تتسم بها عن

الاعلام التقليدي من أجل جذب العديد من المستخدمين إليها، ولم يعد بوسع الوسائل الرسمية أن تتجاهل هذه المنافسة.

أولاً : خصائص الإعلام الجديد

على الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد، التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الراهنة، تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة لوسائل الإعلام الجديد تلقي بظلالها وتفرض تأثيراتها على الفاعلية والاتصال الانساني، ومن أبرز هذه السمات التي تتصف بها وسائل الإعلام الجديد الراهنة ما يلي:

1. التفاعل :

الرسالة هي الوسيط بين المرسل والمتلقى، ويقصد بالرسالة التفاعلية للإعلام الجديد هي عملية تبادلية بين المرسل للرسالة والمتلقى لها، ليتحول المتلقى الى مرسل في نفس ذات الاتصال او فيما بعد، وهذه الخاصية أضافت بعداً جديداً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري والتي تتكون في العادة من منتج اعلامى ذات اتجاه واحد يتم إرساله من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المتلقى.

2. اللامجاهيرية :

وهذا العنصر يقصد به أن الرسالة يمكن أن توجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وفي مكان معين دون الأماكن الأخرى، وليس موجهة إلى جماهير كثيرة العدد كما هو متبع في وسائل الإعلام التقليدية، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الإتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

3. الاختلاف والتنوع :

ويعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقى اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه

للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى قيام المتلقى بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويُلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.

4. تجاوز الثقافة المحلية :

هناك علاقة طردية بين التطور الكبير في أعداد الشبكات الدولية و الإقليمية و بين تزايد أعداد مستخدمي تلك الشبكات في كل دولة من دول العالم نتيجة توافر إمكانيات الإتصال ورخص تكلفتها مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي و هو الأمر الذي يحقق أهداف هذه الأطراف، و على المستوى الجماهيري والثقافي أصبح يتعرض لهذه الشبكات الملايين من سكان العالم لتبادل الخبرات و التعرف على الثقافات المختلفة على الرغم من اختلاف اللغات التي تدار بها تلك المواقع.

5. تجاوز المكان والزمان :

طبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا يُعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطاً ضرورياً لها مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعلّيمية والترفيهية المختلفة أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحدث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات والمؤتمرات فإن التزامن يُعتبر شرطاً ضرورياً للاتصال وأن كان لا يُتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

ثانياً : التحديات التي تواجه الاعلام الجديد

1. صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
2. ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات، حيث مازالت بعض المجتمعات العربية تخشى على أبنائها من حرية التعامل مع تلك الوسائل، لتشككهم في هدمها للقيم و ثقافة المجتمع.
3. سعى رجال الاعمال و أصحاب الثروات للسيطرة على المواقع الاخبارية الشهيرة واسعة الانتشار على شبكة الانترنت، من أجل تأمين مصالحهم و نفوذهم الاقتصادي.
4. ضعف ضوابط السيطرة على تمدد التطرف والإرهاب، حيث تقوم بعض المواقع الالكترونية بعرض طرق تصنيع الأسلحة و القنابل وكيفية استخدامها. مما قد يترتب عليه نشر العنف و الفوضى في بعض المجتمعات.
5. التطور الدائم في إرتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة، وهو ما دفع معظم الحكومات العربية لاستحداث إدارات لمكافحة الجريمة الالكترونية.
6. توجيه النقد له بأن هذا الاعلام عشوائي، ولا توجد موثيق شرف يلتزم بها كل من يستخدمه، حيث ان الاعلام الجديد لا يشترط لتفاعل الفرد معه أو إرساله رسائل اعلامية أن يكون مؤهلاً وحاصل على دراسات معينة.
7. محدودية الموارد الإعلانية التي تخصص في سوق الإعلان للصحافة الإلكترونية قد تدفع مؤسسات الإعلام الإلكتروني للاعتماد على التمويل السياسي الذي غالباً ما يكون له أغراض تخدم أهداف سياسية.

8. ما زال الاعلام الجديد فى الدول العربية عامة و مصر خاصة يفتقد لأي تشريع قانوني ينظم الصحافة الإلكترونية ويحدّد قواعد عمل المواقع الإلكترونية أو يفرق بين تلك المصنّفة «مهنية» والمواقع والصفحات الشخصية.

9. إن التنظيم المهني والقانوني للصحافة الإلكترونية كواحدة من وسائل الاعلام الجديد فى حاجة ماسة وملحة لضمان حقوق العاملين فى هذا القطاع لاكتسابهم الحصانة المهنية أمام القانون، بالإضافة إلى دور التنظيم المهني فى تداول الخبرات وتنظيم الدورات المهنية وورش العمل التي تسهم فى رفع مستوى الأداء.

المحور الثانى: وظائف الاعلام الجديد فى المجتمع

طرحت قضية الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام الجديد في عملية الإصلاح السياسي في البلدان العربية خلال السنوات الأخيرة بعداً جديداً لما شهدته تلك السنوات من تغيرات في الحياة السياسية.

فقد لعبت وسائل الاعلام الجديد أدوار مؤثرة فى ثورات ما يطلق عليها الربيع العربي، وقد إستحدثت تلك الوسائل وظائف جديدة كالتفاعل بين المواطن والسلطة، والقدرة على الحشد الجماهيري وتنظيم المظاهرات، وتبادل الخبرات بين الثوار فى البلدان العربية التي تمر بنفس المرحلة، وهو ما أدى الى تطور فى الواقع الإعلامى وتأثيره.

أولاً : أسباب تفاعل المجتمع مع الإعلام الجديد :

1- ان البيئة السياسية فى الدول العربية ومنها مصر ، تجعل الرسالة الاعلامية الموجهة لتلك الشعوب مشكوك فى مصداقيتها ، وانها تتحدث بلسان حال الانظمة الحاكمة، وفى اتجاه واحد غالباً، وبالتالي كان هناك حاجة لمثل ذلك الاعلام الجديد ليملى فراغ تعدد الاراء، دون التقيد برأى واحد .

2- إن التحديات التي تواجه التعدد الحزبي - ولا أقصد هنا اجراءات الترخيص فحسب - بل على فاعلية الاحزاب فى الحياه السياسية واتصالها بال جماهير، والاضرار التي من الممكن ان تلحق بالمواطن عند مشاركته فى مظاهرات أو الاعتراض على السياسات العامة للحكومة، أو حتى الاجهار برأى سياسى مخالف لرؤية النظام الحاكم، جعلت الاحزاب ترى فى الاعلام الجديد طوق النجاة للتخلص من تلك القيود والتعبير عن حرية الرأى من خلالها.

3- الإعلام التقليدى أفقد ثقة الجمهور فيه، حيث ان الإعلام الرسمى لم يكن يسمح لأحد بمعارضة نظام الحكم، و كذلك الإعلام الخاص الموجه من أصحاب المصالح، ففى كثير من الأحيان يقف عند درجة معينة من النقد لتداخل علاقاته مع النظام الحاكم، وهو الأمر الذى أوجد ضرورة وجود متنفس للاعتراض.

4- عندما يشعر الفرد بجدوى وأهمية مشاركته بالرأى فى قضية معينة، وتجابوب الآخرين معه يجعله يطور من علاقاته التى تزيد بفعل وسائل الاعلام الجديد، لإكتسابه الكثير من الخبرات التى تؤهله لتطوير أداؤه .

5- الإعلام الجديد، يتيح حرية الابداع ويحفز على الابتكار فى توصيل الرسالة الاعلامية، وبالتالي يجتذب فئات مختلفة، تعمل على تطوير اداؤها من أجل اثبات التميز و القدرة على منافسة الآخرين فى طرح وجهات النظر .

وبالتالى كان المواطن يبحث عن وسائل اعلام غير تقليدية وغير مراقبة، يستطيع أن يتفاعل معها دون قيود أو خوف أو مصادرة لأراؤه، وبالتالى وجد المواطن ضالته فى الخروج من القمع و التهميش و إنكار الرأى الاخر فى الاعلام الجديد، فأصبح انخراط المواطن فى استعمال وسائل الاعلام الجديد هو البديل الديمقراطى للتعبير عن الرأى والحق فى ممارسة المشاركة السياسية، بل وأيضاً تبديد الخوف من الملاحقات الامنية.

ثانياً : وظائف الإعلام الجديد من الناحية السياسية:

- 1- يساهم في رفع مستوى وعي المواطنين بأبعاد الظروف الاقتصادية والاجتماعية و السياسية التي يمر بها المجتمع.
- 2- يساهم في فاعلية التشارك الإتصالي، حيث لا يقتصر دور الفرد على مجرد تلقي الرسائل المرسله من المصدر، بل إبداء الرأي في صياغة الأهداف العامة للمجتمع، وقد يمتد هذا الدور إلى بعد عملي يسمح للفرد بالمشاركة الجادة في وضع الأهداف المعدة موضع التنفيذ.
- 3- يستطيع أن يوجد إطار سياسي ديمقراطي يقنع المواطن بجدوى المشاركة ويساهم في رفع معدلاتها، ويسرى ذلك على فاعلية الأحزاب و النقابات والجمعيات و جماعات المصالح.
- 4- يساعد الأحزاب والقوى السياسية على إثارة القضايا الجماهيرية، فوجود هذه القضايا و التفاعل معها يرفع من احتمالات المشاركة.
- 5- يساعد على توافر الأطر التي من خلالها يعبر الأفراد عن آرائهم تجاه القضايا المتجددة بمجتمعهم سواء كانت هذه الأطر حكومية أو خاصة، وبالتالي يستطيع الفرد أن يستحدث أطر جديدة لتنظيم حركتهم.
- 6- يقلل الوقت و الجهود المبذول من قبل المرشحين في التواصل مع الناخبين ويعتبر أحد ادوات التأثير في الدعاية الانتخابية.
- 7- يستطيع أن ينفذ حملات طرق الابواب التي تنتهجها جماعات المصالح من أجل حث المواطنين في قضية معينة، دون أن يكون مرتبط بوقت محدد. ولذا أصبح يحظى باهتمام الوحدات والتيارات السياسية كونه المعبر عن فكرها وفلسفتها ونشاطاتها وتطورها وقدرتها على التأثير في الجمهور.
- 8- يساعد على الاهتمام بالتنشئة السياسية منذ الصغر، والتربية على حرية التعبير و الاختيار والابتعاد عن النموذج السلطوي في التنشئة.

ثالثاً : وسائل الإعلام الجديد ودورها فى التنشئة السياسية :

لا شك ان التنشئة السياسية هى أحد العوامل المؤثرة فى فاعلية المشاركة السياسية، فالفرد الذى يتعرض لعوامل لتنشئة السياسية يكون أكثر استجابة لمنبهات المشاركة السياسية، وهناك وسائل تؤثر فى التنشئة السياسية تتنوع بين الأسرة والتعليم و الاعلام والتعرض لخبرات مثل التطوع والمشاركة المدنية.

ولعل وسائل الاعلام الجديد التى تتسم بفاعلية الاتصال وتبادل وجهات النظر وقبول رأى والرأى الاخر تلعب دوراً مؤثراً فى عملية التنشئة السياسية، عن طريق التفاعل الالكترونى الذى يلجأ اليه مستخدمو الانترنت وتمثل فى:

1. المدونات :

هى أحد تطبيقات الانترنت، والمدونة عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها مداخلات الافراد المهتمين بمحتوى المدونة، وهذه التدوينات تكون مؤرخة وملازمة بطريقة تصاعدية من الاحداث الى الاقدم، ويتحكم فى تلك التدوينات ناشر أو مصمم المدونة، ويكون لكل مداخلة مسار محفوظ لا يتغير منذ لحظة نشرها، حيث يمكن للقارئ الرجوع الى مداخلة تم تدوينها منذ فترة فى وقت لاحق، وهذه المدونات تستخدم كصحيفة يومية لنقل الاخبار، أو مناقشة الامور السياسية، أو أن تكون مهمة بنشر الوعي السياسى وتنشيط الثقافة الجماهيرية... الخ، وتلك المدونات تنشر متضمنة صور و فيديوهات، وبالتالي يمكن من خلالها تلبية المحتوى الذى يبحث عنه المتلقى وتكسبه خبرات وتنمى لديه الثقافة السياسية.

2. الصحافة الالكترونية :

هى منشور الكترونى دورى يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال وسيط الكترونى وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت، وللصحافة الالكترونية تأثير كبير فى نقل الاحداث، حيث أن الاحداث و الاخبار متجددة فيها بشكل سريع، ومن قوة تأثير الصحافة الالكترونية أجريت دراسات عدة

حول قدرة الصحافة الالكترونية مستقبلاً فى القضاء على الصحافة التقليدية. والصحافة الالكترونية تمتاز بتنوع التحليلات حول مضمون الخبر الواحد، فالذين يتفاعلوا مع الاخبار الالكترونية كل منهم ينظر للخبر بمنظور مرتبط بالثقافة و التعليم و المكان و السن الخاص به، ومن ثم فإن تنوع مثل تلك التحليلات يثرى الصحيفة الالكترونية نفسها ويسهم بشكل ما فى بناء الثقافة الشخصية.

المحور الثالث : دور الاعلام الجديد فى تعزيز المشاركة السياسية

لم يشهد الاعلام السياسي فى العالم العربى بصفة عامة ومصر بصفة خاصة هذا الإزدهار الا من خلال وسائل الإعلام الجديد والتي تعد الآن أحد عوامل التأثير والتغيير فى نظم الحكم، لذا فهى تمارس دوراً مميزاً وفعالاً فى التأثير السياسى على المجتمع بآلياته المختلفة، إذ يقوم بتعزيز ونجاح الوعي السياسي والإجتماعي وتدعيم المشاركة السياسية وتوعية الأفراد بما يدور حولهم من أحداث ومواقف سواء على المستوى الداخلى أو الخارجى ويساعد فى إحداث تغييرات جذرية فى المجتمع، ويتميز بقدرة فائقة فى نقل المعلومة من أكثر من مصدر.

اذ يقوم بدور رئيسي فى نقل وتدفق المعلومات من النخبة السياسية إلى الجمهور، و كذلك نقل مشكلات وطموحات الجماهير وتصوراتهم إلى النخبة السياسية، وبالتالي تشكيل ثقافة سياسية تسهم فى فاعلية المشاركة السياسية. و ينقسم دور الاعلام الجديد فى تعزيز المشاركة السياسية موضوع ذلك المحور الى نوعين:

أولاً: دور الاعلام الجديد فى المشاركة السياسية الحالية (على الارض).

ثانياً: نحو رؤية مستقبلية لدور الاعلام الجديد فى دعم المشاركة السياسية الالكترونية.

أولاً : دور الاعلام الجديد فى المشاركة السياسية (على الارض) .

يخطئ من يظن أن المشاركة السياسية قاصرة على الانتخابات فقط سواء ترشيحاً أو انتخاباً ، بل إن المشاركة السياسية فى أوسع معانيها هى كل ما يقوم به الفرد لصالح مجتمعه، و يكون قادر على التأثير فى السياسات و القرارات، فحضور الندوات و المؤتمرات و التظاهر، وعضوية الأحزاب السياسية، والاتصال بالمسؤولين السياسيين، والترشيح للمناصب العامة، وتقلد المناصب السياسية، و حتى المناقشات التى تخص الحياه السياسية كل ذلك يندرج تحت غطاء المشاركة السياسية، وتتعدد أدوار الإعلام الجديد فى دعم صور المشاركة السياسية التالية:

- الاستفتاءات.
- الانتخابات.
- الانضمام الى الأحزاب.
- المشاركة فى المظاهرات.
- الاحتجاجات الفئوية.
- الحملات الانتخابية

1. الاستفتاءات :

بعد ثورة 25 يناير كان لابد أن تقوم السلطة الانتقالية بإصدار إعلان دستورى بعد إيقاف العمل بالدستور، وقد تشكلت لجنة لوضع اعلان دستورى، وقام الاعلام الجديد من فيسبوك ومواقع على الانترنت بدور مهم فى تداول المواد المقترحة بالاعلان الدستورى، بل قام بدور حلقات النقاش المتخصصة، ثم آتت مرحلة التصويت على الإعلان الدستورى فى 19 مارس 2011، وقد إستخدم المؤيدين و المعارضين وسائل الاعلام الجديد (فيسبوك - تويتر) وكذلك المواقع الالكترونية لاعلان اراؤهم و نقدهم لبعض المواد، ومحاولة التأثير على أكبر عدد ممكن من المواطنين فى إتجاه ما يؤيد وجهة نظرهم، وهو ما ساهم فى التعرف على الآراء المختلفة، ودخول النخب السياسية على شبكة الانترنت للدلاء بأرائها من

خلال الصفحات الشخصية على الفيس بوك او التغريدات على تويتر، وقيام اللجنة العليا المشرفة عل الاستفتاء بفتح صفحة على شبكة الانترنت للرد على استفسارات المواطنين حول الاستفتاء وتوقيت بدأ عملية التصويت و نهايته.

2. الإنتخابات البرلمانية :

إتخذت اللجنة العليا للانتخابات البرلمانية بعد 25 يناير من وسائل الاعلام الجديد مدخلاً مكملاً لعملها، حيث أن تعديلات قانون مباشرة الحقوق السياسية أعتبر أن الوطن الانتخابي الذي يدلى فيه المواطن بصوته هو العنوان الذي يقطن به و المقيّد في بطاقة الرقم القومي⁽¹⁾، وطبقاً لذلك التعديل أصبح هناك ضرورة لوجود موقع الكتروني يسهل للناخب معرفة اللجنة الفرعية الذي يجب أن يتوجه اليها للدلاء بصوته، ولذا قامت اللجنة العليا للانتخابات بتصميم موقع خاص بها على شبكة الانترنت و صفحة على الفيس بوك يتم من خلالها إعلام الناخب باللجنة التي يتبعها دون عناء البحث في السجلات كما كان يحدث من قبل، مما كان له الاثر في تسهيل اجراءات مشاركته السياسية، وبالتالي أوجد الاعلام الجديد علاقة ارتباطية بين الناخب و اللجنة العليا للانتخابات .

3. الإنتخابات الرئاسية :

قبل بدأ إجراءات الانتخابات الرئاسية قام مجلس الشعب بتعديل تشريعي يقضى بأن تتم عمليات الفرز داخل اللجان الفرعية وتسليم نسخة من محضر الفرز الى وكلاء المرشحين و لمنظمات المجتمع المدني الاطلاع عليها، وهو الامر الذي استدعى سرعة نقل النتيجة من داخل اللجنة الى الرأي العام، ومن هنا أصبح هناك ضرورة لاستخدام وسائل الاعلام الجديد في التغطية الواسعة لهذه اللجان عن طريق مواقع الانترنت، حيث قام وكلاء المرشحين بإرسال نتائج الفرز و صورة من كشف اللجنة المعتمد عن طريق تطبيقات متقدمة مثل الواتس أب و غيره وكذلك نشرها على صفحة الفيس بوك الخاصة بالمرشح، ولم تستطع وسائل الاعلام التقليدية أن تلاحق ذلك أو تغطي كل اللجان الفرعية على مستوى

الجمهورية، وقد إستطاعت منظمات المجتمع المدني المتابعة للانتخابات أن تعلن نتيجة الجولة الثانية من الانتخابات قبل الاعلان الرسمى لها ويعود الفضل فى ذلك الى الاعلام الجديد.

4. متابعة الإنتخابات :

بعد حكم المحكمة الادارية العليا فى مصر بحق منظمات المجتمع المدني أن تتابع الانتخابات البرلمانية بدءاً من انتخابات 2005، و أن تقدم كل منظمة صرح لها بالمتابعة تقرير عن متابعتها للانتخابات وأى تجاوز قد شابه الانتخابات الى اللجنة العليا للانتخابات، إلا ان الانتخابات البرلمانية عام 2010 قد شهدت تطوراً فى عملية المتابعة الإلكترونية، اذ أنشأ موقع للمجلس القومى لحقوق الانسان بالاضافة الى موقع اللجنة العليا للانتخابات يتم من خلاله إرسال ملاحظات المنظمات المصرح لها متابعة الانتخابات وشكواها فى حالة وجود تجاوز ما داخل لجان الانتخاب.

وبدءاً من الانتخابات البرلمانية 2011 بعد ثورة 25 يناير، حتى الانتخابات الرئاسية عام 2014، أصبح للأفراد بجانب المنظمات المصرح لها بمتابعة الانتخابات الحق فى إرسال شكاوى للجنة العليا للانتخابات عن طريق موقع على شبكة الانترنت عن أى تجاوز فى الانتخابات، وبالتالي أسهم الاعلام الجديد فى بناء جسر الثقة بين السلطة والمواطن، وهو الأمر الذى ينعكس بالإيجاب على فاعلية المشاركة السياسية للمواطنين.

5. المشاركة فى التظاهرات :

مما لا شك فيه إن بداية أى ثورة هى تظاهرات ، ثم تتوسع حجم هذه التظاهرات لتتضم اليها فئات أخرى، فثورة 25 يناير قامت عندما قام مجموعة من الشباب بالدعوة للتظاهر و الاحتجاج فى يوم أطلق عليه يوم الغضب ضد ممارسات النظام، مستخدمين الحق الدستورى فى التظاهر، ثم ما لبث ان انضمت فئات جديدة من الشعب للتظاهرات، وكانت وسيلة الدعوة الاولى للتظاهر هى

صفحات الفيس بوك، حتى عندما اندلعت ثورة 25 يناير، أستخدم الفيس بوك وبعض المواقع على شبكة الانترنت لتبادل الخبرات مع الثوار التونسيين، وقد أستشعر النظام الحاكم القدرة المؤثرة لوسائل ذلك الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) على الحشد و توجيه الثوار ، فما كان من السلطة الا أن قامت بقطع الإتصال عن شبكات التليفون المحمول وشبكات الانترنت صباح يوم الجمعة الموافق 28 يناير لافقاد الثوار أهم وسيلة يعتمدون عليها فى توجيه انفسهم.

وفى هذه الاثناء أدرك الجميع فشل وسائل الاعلام التقليدية فى محاولة تهدئة الشارع، أو التأثير عليه وذلك لفقد الثقة فيه، و أصبح الاعلام الجديد هو المحرك للاحداث. وقد أستقر فى عقيدة النظام أن وسائل الاعلام الرسمية و الخاصة الموجهة منه لم تعد قادرة على اقناع المواطنين برؤية السلطة، على الرغم من عمل برامج حوارية أكبر و اعمق، الا ان فقدان هذا التأثير يعود الى كشف وسائل الاعلام الجديد زيف الرسالة الاعلامية التى تبثها تلك الوسائل.

ومثال على ذلك فقد قامت السلطة الانتقالية بإرسال رسائل من شأنها حث الشارع على الثقة فيها، واستخدام صفحات على الانترنت للتواصل مع الشباب، و إرسال رسائل للهواتف المحمولة فى وقت واحد (ملحق رقم 1)

وبالتالى حاولت السلطة التى تدير المرحلة الانتقالية ان تساير ذلك الوضع الجديد للاعلام فى استغلال تلك الوسائل الحديثة للترويج لأهدافها.

وقد أستخدمت وسائل الاعلام الجديد أيضاً فى الدعوة لتظاهرات 30 يونيو ضد النظام الحاكم، وقد إستجابت أعداد أخرى من الشعب لتلك الدعوات، متفاعلين معها على صفحات التواصل الاجتماعى وغيرها، حيث قامت مجموعة من الشباب بعمل حملة أطلق عليها "تمرد" إستطاعت أن تستخدم وسائل الاعلام الجديد من أجل الحشد الجماهيرى للتعبير عن الغضب ضد النظام الحاكم ، بل

وقد قامت بتصميم إستمارة على مواقع التواصل الاجتماعي من اجل الحشد الالكتروني، وملئ تلك الاستمارة إلكترونياً .

6. الإنضمام الى الأحزاب :

بعد ثورة 25 يناير أدخل تعديل على القانون 40 لسنة 1977 بشأن تنظيم الاحزاب ، بمقتضاه يتم الترخيص بإنشاء الاحزاب بالإخطار بعد استيفاء المقومات الاساسية للحزب ، وقد كانت وسائل الاعلام الرسمية و المرتبطة بالدولة شبه محظورة على الأحزاب فى التعريف ببرامجها أو إنجازاتها ، ومن ثم وجدت تلك الأحزاب فى الإعلام الجديد الوسيلة التى تستطيع من خلالها أن تعرض أهدافها و برامجها و أن توسع دائرة عضويتها ، فكل حزب قام بإنشاء صفحة على الفيس بوك للتواصل مع الجماهير وتقديم رؤيته حول الاوضاع العامة فى الدولة وأصبحت مواقع الانترنت تهتم بأنشطة الاحزاب ، وهو الأمر الذى ساهم فى زيادة عدد الاحزاب بعد الثورة لدرجة غير مسبوقة فى تاريخ الدولة المصرية، وبالتالي تعتبر وسائل الاعلام الجديد أحد عوامل التأثير فى الانضمام لعضوية الاحزاب بل وفى نشأة الأحزاب نفسها .

7. الإحتجاجات الفئوية :

إذا كان الإحتجاج هو أحد صور المشاركة السياسية للتأثير على القرارات و السياسات العامة، فقد شهدت مصر بعد 25 يناير الآف الإحتجاجات للمطالبة بتعديل بعض القوانين أو مطالبات فئوية ، وتتمثل فاعلية الإحتجاج فى القدرة على الحشد و التنظيم، ولعل أكثر الوسائل تأثيراً فى ذلك هى وسائل الإعلام الجديد، فالصفحات الشخصية و المجموعات على الفيس بوك أصبحت منابر لتبادل الآراء و الحشد و إتخاذ قرارات جماعية حول أهداف الإحتجاج وأهميته وتوقيت القيام به، وتناول الصحافة الالكترونية لمثل هذه الإحتجاجات ونقل أحداثها للرأى العام يشكل قوة ضغط تسهم فى تنفيذ أهداف تلك الإحتجاجات.

8. الحملات الانتخابية :

التسويق السياسى للمرشح يعتمد بصفة أساسية على قدرته فى التواصل مع فئات دائرته الانتخابية ، وهذا التواصل لا بد له من أدوات تساعد على فاعلية الدور، ولعل أهم أدوات الإتصال هو الإعلام بصفة عامة، و الإعلام الجديد بصفة خاصة، حيث أن الإعلام التقليدى غير متوفر لجميع المرشحين ، بينما تعتبر وسائل الاعلام الجديد هى الأسرع و الأقل تكلفة و الاعلى تأثيراً فى ادارة الحملات الانتخابية.ومن ثم فهناك علاقة طردية بين تطور وسائل الاتصال وتطور أدوات الحملات الانتخابية، حيث أن هناك وظائف يقوم بها الإعلام الجديد فى إدارة الحملات الانتخابية تتمثل فى:

• تكوين الصورة الذهنية للمرشح عند الناخبين

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعى أثناء الحملات الانتخابية هى اللاعب الرئيسى فى وسائل الاعلام الجديد وذلك لقدرتها على تشكيل صورة المرشح لدى الناخبين فى دائرته، حيث تقوم الصفحات التابعة للمرشح بتقديم نبذة عن حياته العلمية و العملية، وأهم إنجازاته فى خدمة المجتمع عامة ودائرته خاصة، و بالتالى تعرف الناخبين بأهداف مرشحهم.

• الاتصال

من أبرز المميزات التى وفرها الإعلام الجديد هى تفاعل المرشح مع الناخبين، فلم يعد الناخب متلقى للمعلومات والرسائل الانتخابية فقط، فقد مكّن الإعلام الجديد الناخبين من التعبير عن آرائهم وتوصيل صوتهم للمرشحين فى القضايا المثارة حول الحملة الانتخابية، فأصبحت هناك إمكانية للتداول بين المرشحين والناخبين.

• التعبوية

برزت وظيفة أخرى للإعلام الجديد، وهى الوظيفة التعبوية للناخبين من أجل دعم المرشح، فالناخبين الذين يقتنعون ببرنامج وأهداف المرشح، ويعرفون عنه مساهماته الخيرية لآبناء الدائرة ومساعداته فى قضاء حوائج الناس يسعون بأنفسهم للدعاية له فى ظل المنافسة الانتخابية، وبالتالي يتطور دورهم و يصبحوا متطوعين للمرشح بتدشين صفحات جديدة مؤيدة لمرشحهم لجذب مزيد من الأنصار والمؤيدين.

• بناء الثقة بين المرشح والناخبين

رغم أزمة الثقة داخل مجتمع التواصل الاجتماعى نتيجة عدم التأكد من شخصية المتحاورون، إلا ان الحملات الانتخابية و الدعاية للمرشح تحافظ على جسور الثقة بين المرشح والناخب، حيث يسعى المرشحون إلى كسب ثقة ناخبهم من خلال تقديم المعلومات الصحيحة، حيث من المفترض أن المرشح معروف لعدد من أبناء الدائرة و بالتالى يصعب عليه تقديم معلومات مغلوطة عنه أو عن عائلته .

ثانياً : نحو رؤية مستقبلية لدور الاعلام الجديد فى دعم المشاركة السياسية الالكترونية .

المشاركة السياسية الالكترونية هى ذاتها المشاركة السياسية العادية بكل صورها، ولكن تختلف عنها فى طريقة ممارسة ذلك الحق، فالمشاركة السياسية الالكترونية تعتمد على تكنولوجيا الاتصال، وفى القلب منها وسائل الاعلام الجديد.

1. الاستفتاءات و الانتخابات :

من خلال المشاركة الساسية الالكترونية، يعتمد ممارسة ذلك الحق على التصويت الالكترونى، وتجدر الإشارة هنا إلى أنه لا يمكن اعتبار تطبيق نظام التصويت الإلكتروني سبباً مستقلاً ووحيداً لتوسيع المشاركة السياسية فى العملية الانتخابية، حيث أن حجم المشاركة يرتبط بخصائص النظام الديمقراطي الكلى، ونظام التصويت ما هو إلا أداة من أدوات تطبيق النظام الديمقراطي، إلا أن ذلك

لا ينفي المساهمة التي يمكن لنظام التصويت الإلكتروني أن يقدمها في التحفيز على المشاركة لبعض فئات المجتمع التي تمتنع عن المشاركة السياسية العادية.

إيجابيات التصويت الإلكتروني :

- توفير النفقات الخاصة بالعملية الانتخابية و الاستفتاءات.
- يحد من التدخلات البشرية (المقصودة و الغير مقصودة) وبالتالي يقلل من الاخطاء المصاحبة للعملية الانتخابية.
- يتيح للمرشحين و المراقبين فرصة للإطلاع المباشر على اجراءات التصويت حتى لحظة اعلان النتائج دون الاعتماد على وكلاء المرشحين و المشاكل التي تصاحب ذلك.
- يعتبر ذلك النظام هو الأكثر فائدة من ناحية التحليل الاحصائي لبعض البيانات الخاصة بالعملية الانتخابية مثل حجم مشاركة المرأة أو الشباب أو المهنة الأكثر مشاركة ألخ، ويمكن الاستفادة من نتائجها في دعم متخذ القرار، وتطوير العملية الانتخابية.
- يقضى على إشكاليات ترتبط بالمشاركة فى الانتخابات العادية مثل تصويت الوافدين فى المحافظات المختلفة، والذين لا يتبعون الوطن الانتخابي.
- يوفر الوقت اللازم للدلاء بالصوت الانتخابي فى الحالة العادية.

سلبيات التصويت الإلكتروني :

- إمكانية اختراق الشبكات المستخدمة فى التصويت، إذا كان ذلك النظام غير مؤمن بشكل قوى، وقد أثبتت الدراسات الدولية إمكانية ذلك الاختراق.
- يوسع الرشوة الانتخابية بصورة أكبر من المشاركة السياسية العادية، وبالتالي يزيد من نفوذ المال السياسى فى التأثير على الحياه السياسية.
- يتطلب ثقافة ووعى الكترونى و تدريب على استخدام الانترنت.

2. الاحتجاج الإلكتروني :

من المهم ان نعلم إن الاعلام الجديد أتاح إمكانية الاحتجاج الإلكتروني، فيمكن لمجموعة من الافراد تجمعهم أهداف مشتركة أن يقوموا بتقديم شكاوى واحتجاجات ضد أحد القرارات الصادرة عن احدى مؤسسات الدولة على الموقع الإلكتروني الخاص بتلك المؤسسة أو صفحة الفيس بوك التابعة لها، ويمكن أن يتوسع ذلك الاحتجاج ليشمل فئات أخرى تتعاطف مع مطالب المحتجين، أو إرسال رسائل SMS على الهواتف المحمولة تحمل نفس محتوى الاحتجاج.

3. الانضمام الإلكتروني للأحزاب :

يسهم الإعلام الجديد فى التسويق السياسى لأهداف و برامج الحزب و تنمية العضوية، حيث يستطيع الفرد الإطلاع على كل ما يريده عن الحزب عبر وسائل الاعلام الجديد، سواء مواقع الحزب على شبكة الانترنت، أو صفحات للتواصل الاجتماعى، ويمكن للحزب أن يعرض استمارة عضويته على الموقع الإلكتروني الخاص به، وعلى من يرغب فى الانضمام للحزب أن يملئ تلك الاستمارة ويقوم بإرسالها، مع وضع بعض الضمانات و الشروط للتأكد من طالب الانضمام، ويقوم الحزب بإخطاره بقبول العضوية من عدمه فى حال توافر فيه شروط العضوية، وبالتالي يستطيع الشخص المنضم للحزب تبادل الاراء مع أعضاء الحزب فى الوقت الذى يختاره، دون التقيد بمواعيد للاجتماعات، وان يقترح موضوعات معينة يتلقى الاراء حولها... الخ.

الخاتمة :

إن الهدف الرئيسى من المشاركة السياسية يكمن فى تطبيق الديمقراطية، ومن مؤشرات الديمقراطية قبول الرأى و الرأى الآخر، وتنمية ثقافة الاختلاف، وتعتبر وسائل الإعلام الجديد هى الأجدر على تطبيق الديمقراطية الالكترونية.

والإعلام الجديد يدعم تحفيز المشاركة السياسية على الارض، فإستخدام تكنولوجيا الإتصال فى المشاركة السياسية هو أمر فى غاية الاهمية و الضرورة ولكنه ليس المتحكم الأوحد فى رفع معدلات تلك المشاركة، حيث انه يسهم بفاعلية فى بعض صور المشاركة السياسية العادية، أكثر من مثيلاتها فى المشاركة السياسية الالكترونية و العكس صحيح، فبعضها يصعب تطبيقها عبر وسائل الاعلام الجديد، مثل التظاهر، أو التفاوض مع المسؤولين فى حالات الاحتجاج و هكذا، و الدراسة أثبتت إن الاعلام الجديد يسهل من إجراءات المشاركة السياسية و بالتالى يسهم بدور فعال فى تعزيز تلك المشاركة.

نتائج الدراسة :

1. يعتبر الاعلام الجديد هو المحرك الرئيسى لتطبيق الديمقراطية الالكترونية، ولاسيما فى الدول التى تعانى فيها الديمقراطية الطبيعية من قيود و عقبات.
2. لعبت مواقع التواصل الاجتماعي أدورًا هامة ومؤثرة فى الحراك السياسى فى المنطقة العربية خلال فترة ما يطلق عليها ثورات الربيع العربى.
3. الإعلام الجديد غيّر كثيرًا من المفاهيم، وأدى إلى تآكل الحدود بين كل من المرسل والمستقبل فى العملية الإعلامية، كما أدى إلى إنهاء احتكار السلطة للمشهد الإعلامى.
4. الدراسة أثبتت ان هناك دور لوسائل الاعلام الجديد فى تعزيز المشاركة السياسية بعد الثورة، من خلال تيسير إجراءات المشاركة السياسية.
5. الاعلام الجديد هو أساس المشاركة السياسية الالكترونية، حيث أن صور المشاركة السياسية من إستفتاءات و إنتخابات و احتجاج إلخ،

- يستطيع المواطن أن يمارسها من خلال شبكات الانترنت، وصفحات التواصل الاجتماعي .
6. أعتبرت اللجان المشرفة على الانتخابات البرلمانية و الرئاسية ان وسائل الاعلام الجديد أحد عوامل النجاح فى أداء مهامها.
7. تساهم وسائل الإعلام الجديد في دعم عملية التسويق السياسي وتوطيد عملية الاتصال السياسي خصوصا في مجال الانتخابات، حيث تتأكد أهمية ذلك الإعلام في الحملات الانتخابية و الدعاية للمرشحين .
8. إن خصائص الاعلام الجديد تجعله يختلف بدرجة كبيرة عن وسائل الاعلام التقليدى، ومن ثم لا يعتبر ذلك الإعلام الجديد تطوير للاعلام التقليدى، ولكنه يعتبر بديلاً عنه.
9. يمثل الإعلام الجديد أحد مظاهر الديمقراطية وهى الاختلاف سلبياً و تقبل الآخر .

❖ توصيات الدراسة :

1. ضرورة قيام خبراء الإعلام فى الوطن العربى بدراسة التحديات التى تواجه الاعلام الجديد فى ممارسة أدواره و محاولة إيجاد الحلول اللازمة لتلك التحديات .
2. ضرورة إبتعاد السلطات فى الدولة عن محاولات مراقبة مستخدمو وسائل الاعلام الجديد من فيسبوك و تويتر، لان ذلك قد يهدد حرية التعبير وممارسة حق الاختلاف فى الرأى، الامر الذى يترتب عليه البحث عن بدائل أخرى قد تتسم بالعنف.
3. ضرورة وضع تشريع يحافظ على حقوق العاملين بالصحافة الالكترونية، حيث يمثل ذلك دعم وتطوير للصحافة الالكترونية.
4. وضع التصورات اللازمة التى تتماشى مع طبيعة الدولة لتطبيق التصويت الالكترونى فى الانتخابات والاستفتاءات.

5. على وسائل الإعلام الجديد أن تحدد مصادر معلوماتها جيداً حتى تكتسب ثقة مستخدميها، وتتلافى النقد الموجهة لها بإنها أعلام غير منظم (عشوائي).
6. التوسع في استخدام وسائل الاعلام الجديد في المدارس و الجامعات يمكن من الاستفادة من برامج التنشئة السياسية.

المراجع المستخدمة :

- 1- السيد عبد المطلب، المشاركة السياسية في مصر، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية 1979.
- 2- القانون 40 لسنة 1977 بشأن تشكيل الاحزاب و تعديلاته.
- 3- القانون 156 لسنة 1973 بشأن تنظيم مباشرة الحقوق السياسية و تعديلاته .
- 4- جريدة الاهرام 28 فبراير 2012 .
- 5- جريدة الاهرام 2 مارس 2012 .
- 6- جمال محمد غيطاس ، الديمقراطية الرقمية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2009 .
- 7- د / سعود صالح ، الإعلام القديم والإعلام الجديد... هل الصحافة المطبوعة في طريقها للانقراض ، شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر بجدة ، 2011 .
- 8- مصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الجديد ، عالم المعرفة، العدد 94 .
- 9- هالة مصطفى، الانتخابات البرلمانية في مصر 1995، مركز الدراسات السياسية و الاستراتيجية بالاهرام .