مجلة الحكمة للدراسات والأبحاث المجلد 04 العدد 07 (21) 30/12/2024
ISSN print/ 2769-1926 ISSN online/ 2769-1934

دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية وتشكيل اتجاهات الرأي العام السوداني

– دراسة ميدانية

د. آدم أحمد آدم [1] *
[1]جامعة أم درمان الأهلية
almention225@gmail.com
أ.عبد السلام إبراهيم عبد القيوم [2]
[2]جامعة أم درمان الأهلية
abdelsalamnail11@gmail.com

تاريخ الارسال : 2024/11/02 تاريخ القبول: 2024/12/19

الملخص:

يمثل الإعلام الجديد بكافة أشكاله أحد مظاهر التفاعل في إطار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة وأصبح يلعب دوراً مهماً وكبيراً في تعزيز المشاركة السياسية وتشكيل اتجاهات الرأي العام، ويُعد الإعلام الجديد وسيلة اتصال مؤثرة أتاحت للمجتمعات نقل أفكارها ومناقشة قضاياها السياسية والاجتماعية ونقلها إلى فضاءات جديدة متجاوزة كافة الحدود المكانية، تتناول هذه الدراسة موضوع المشاركة السياسية وتشكيل الرأي العام وتحاول الإجابة على سؤال رئيس ومهم: ما دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية وتشكيل اتجاهات الرأي العام في السودان؟ وتنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تناقش موضوعاً مهماً وحيوياً بالنسبة لقطاع واسع من الجمهور مع زيادة تعرض جميع فئات المجتمع لوسائل الإعلام الجديد ونشر وتداول ومناقشة المعلومات السياسية خاصة مع التغييرات الكبيرة التي طرأت على الحياة السياسية في السودان بعد ثورة ديسمبر 2018، تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في تنمية وتعزيز المشاركة السياسية في السودان، سيستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي بطريقة المسح الاجتماعي وسيتم اختيار عينة بطريقة عمدية من المجتمع الأصلي كما سيتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة.

الكلمات المفتاحية: إعلام جديد – مشاركة سياسية – تعرض – اتجاهات – الرأي العام

* **المؤلف المرسل:** آدم أحمد آدم ، **الايميل:** almention225@gmail.com

أولاً: المقدمة المنهجية للدراسة

1-1 مقدمة:

بات الإعلام يمثل أحد أبرز مظاهر قوة المجتمعات وتطورها وذلك لما يتميز به من قدرة كبيرة على التأثير والاقناع وصياغة الأفكار وتشكيل اتجاهات الرأي العام، ومع ظهور وسائل الإعلام الجديد تطو مفهوم الإعلام وأضيفت أدوات ووسائل جديدة مثل شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والمنصات الإلكترونية الاخرى على شبكة الإنترنت، هذه التطورات التقنية والتكنولوجية التي طرأت على الإعلام أصبح الجمهور يعتمد عليها بشكل كبير في جميع مناحي الحياة حيث مكنت هذه التكنولوجيا الأفراد من القيام بالعديد من النشاطات دون جهد يذكر.

ومع التطور الكبير والمستمر في الذي يحدث في وسائل الإعلام والاتصال وتقنياتها الحديثة ظهرت وسائل إعلامية حديثة هي وسائل الإعلام الرقمية التي تتميز بالسرعة في نقل المعلومات ولها قدرة كبيرة على تخطي الحدود الجغرافية، كما أنها وسائل يصعب السيطرة عليها والحد من إنتشارها على عكس وسائل الإعلام الجماهيرية التي توجهها الدول والحكومات في بعض الأحيان لخدمة أجندتها، كل هذه التطورات عززت من دور الإعلام وخاصة الإعلام الجديد في كافة مجالات الحياة ومن ضمنها الحياة السياسية وتعزيز المشاركة فيها.

2-1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:-

تتناول مشكلة هذه الدراسة موضوع المشاركة السياسية وتشكيل الرأي العام وتحاول الإجابة على سؤال رئيس ومهم: ما دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية وتشكيل اتجاهات الرأي العام في السودان ؟

وتتفرع من هذا السؤال الأسئلة التالية:

1 - ما مفهوم المشاركة السياسية؟

2 - ما مدى اسهام الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية في السودان؟

3 – ما دور المضامين السياسية عبر الإعلام الجديد في صناعة وتشكيل اتجاهات الرأي العام السوداني ؟

4 – ما الاتجاهات التي شكلتها شبكات الإعلام الجديد لدى العينة حول المشاركة السياسية في السودان؟

1–3 أهمية الدراسة:–

وتنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تناقش موضوعاً مهماً وحيوياً بالنسبة لقطاع واسع من الجمهور مع زيادة تعرض جميع فئات المجتمع لوسائل الإعلام الجديد ونشر وتداول ومناقشة المعلومات السياسية خاصة مع التغييرات الكبيرة التي طرأت على الحياة السياسية في السودان بعد ثورة ديسمبر 2018.

1–4 أهداف الدراسة:–

1 – التعرف على دور الإعلام الجديد في تنمية وتعزيز المشاركة السياسية في السودان.

2 – التعرف على تأثير المحتوى السياسي الذي يبث عبر الإعلام الجديد على اتجاهات الرأي العام السوداني.

3 – التعرف على دوافع التعرض للمضامين السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد.

4 – الكشف عن مدى اهتمام أفراد العينة بمتابعة الاحداث السياسية والتفاعل معها عبر وسائل الإعلام الجديد.

5 – الكشف عن العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد وزيادة المعرفة السياسية وتشكيل الرأي العام.

1–5 منهج الدراسة وأدواتها:–

سيستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي بطريقة المسح الاجتماعي وسيتم اختيار عينة بطريقة عمدية من المجتمع الأصلي كما سيتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة.

1-6 مصطلحات الدراسة:-

الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد هو تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم ويشاركون في الوقت ذاته في الرأي والبث، وتستطيع بموجبه وسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد وتستمع لكل شخص أيضاً (فضلي، 2009، ص: 106).

المشاركة السياسية:

يُعرف الباحث المشاركة السياسية بأنها أي نشاط سياسي يؤدي بصورة ما إلى مساهمة الجمهور في صنع القرارات السياسية والمشاركة في إدارة الشؤون العامة واختيار ممثليهم في دوائر اتخاذ القرار.

اتجاهات:

حالة إستعداد عقلي عصبي نظمت عن طريق التجارب الشخصية وتعمل على توجيه إستجابة الفرد لكل الاشياء والمواقف التي تتعلق بهذا الإستعداد ، فالإتجاه هو ميل للإستجابة بطريقة موجبة (مؤيدة أو سلبية أو مناهضة) للأشخاص أو الأشياء أو المواقف ، ولكل إتجاه موضوع Subject أو موقف أو سياسة أو فكرة أى أن موضوع الإتجاه قد يكون أي شيء يدركه الفرد أو يفكر فيه (رشوان، 2006، ص: 25).

الرأي العام:

هو مجموعم من الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة تجاة مشكلة ما ويعبر عن رأي الأغلبية (كافي، 2015، ص: 21).

ثانياً: الإعلام الجديد

2-1 مفهوم الإعلام الجديد:

بعد التطور الذي حدث في تكنولوجيا الاتصال ظهر مفهوم الإعلام الجديد في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، فهو اعلام معاصر مع التطور الحضاري للشعوب، إلام يختلف مفهومه وسماته وخصائصة ووسائلة مقارنة بالإعلام التقليدي القديم، كما يختلف في تأثيره الإعلامي والسياسي والاقتصادجي والاجتماعي، الأمرالذي جعل الكثير من الخبراء يطلقون على هذا العصر بأنة عصر الاعلام، ليس لأن الاعلام ظاهرة إجتماعية جديدة بل لأن وسائلبه الحديثة قد بلغت غايات بعيدة، في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت الى تغيرات جوهرية في دور الإعلام، وجعلت منه محوراً أساسياً في منظومة المجتمع (لبيد، 2018، ص: 127).

يمكن تعريف الإعلام الجديد (بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنها من إنتاج ونشر المحتوى الاعلامي وتلقيه بمختلف اشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية –الوسائط- المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل) (الشمايلة، 2015، ص: 19).

2-2 خصائص الاعلام الجديد:

1. التفاعلية بين المستخدمين أو بين المستخدمين والمحتوى المنشور على تلك الوسائل .
2. اللاتزامنية وتتمثل في نشر واستقبال المواد المنشورة في وقت يناسب المستخدم أي يمكن للمستخدم الاطلاع عليها في أي وقت (أبو عقيله، 2015، ص: 61-58).
3. السرعة في نقل الأحداث والمعلومات.
4. الحرية الكاملة في تناول القضايا دون قيود.
5. التحديث المستمر للمواد المنشورة.
6. المرونة التي تمكن المستخدم من الوصول الى مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر (شقره، 2014، ص: 56- 57).

ومن خصائص الإعلام الجديد أيضاً التي يتميز بها ونجدها في كل مترادفاته وتعد قواسم مشتركة يتميز بها الآتي: (الشمايلة وآخرون، 2015، ص: 21-22).

* المشاركة والانتشار.

* الكونية وتخطي حدود الزمان والمكان.

* اندماج الوسائط.

* زيادة الانتباه والتركيز نتيجة التفاعل.

* سهولة التخزين والحفظ.

2-3 ومن أهم الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد:

1 - كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.

2 - ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام، قد يتفوقون على أهل الاختصاص الأصليين.

3 - ظهور منابر جديدة للحوار.

4 - ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.

5 - ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.

6 - مشاركة المجتمع في تسليط الضوء على قضاياه الإعلامية.

7 - نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية.

8 - تفتيت الجماهير وانتقال الإعلام من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص (الشمايلة وآخرون، 2015، ص: 22).

يلاحظ من خلال القراءة السابقة أن للإعلام الجديد الكثير من السمات التي تميزه عن الإعلام التقليدي سواء كان ذلك يتعلق بالوسيلة أم بالجمهور، فوسائل الإعلام الجديد تمتلك إمكانيات عديدة تساعد المستخدم في عملية النشر بكل سهولة ويسر وكذلك الحذف والإضافة متى أراد مع إمكانية الحفاظ على المادة المنشورة كأرشيف، أما فيما يخص الجمهور فهو يتميز بالقدرة على التفاعل مع التكنولوجيا التي يتطلب التفاعل معها إجادة استخدامها وامتلاك وسائلها، كما أن أهم سمات الإعلام الجديد أنه يمكن الجمهور من تبادل ونشر ومناقشة القضايا والموضوعات ذات الاهتمام المشترك بكل حرية دون أي قيود.

ثالثاً: المشاركة السياسية والرأي العام

3-1 مفهوم المشاركة السياسية:

يُعرف آلان بيك وسينيمج المشاركة السيسياية بأنها: العملية التي يحدث فيها إشراك المواطن في صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر على كافة مستويات النظام السياسي، ويكون تحديد المشاركة السيسياية من خلال متصل متدرج يمثل أقصى درجات المشاركة السياسية وأقل درجة منها مثل تقلد منصب سياسي، السعي نحو منصب سياسي، العضوية الإيجابية في التنظيم السياسي، العضوية السلبية في التنظيم شبه السياسي، المشاركة في الاجتماعات السياسية والمظاهرات والمشاركة في المناقشات السياسية الرسمية والاهتمام العام بالسياسة والتصويت (يوسف، 1996، ص: 69).

تُعرف المشاركة السياسية بأنها الأنشطة الإرادية لتي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الامور السياسية والمناقشات السياسية مع الآخرين، وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية أو الانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقلد المناصب السياسية، كما تتضمن أساليب التظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون (عليوة، ومحمود، 2000، ص: 5).

المشاركة السياسية هي شكل من أشكال الفعل السياسي بهدف دعم الأنظمة السياسية أو معارضتها، وتأخذ أشكالاً عديدة مثل الاحتجاجات الجماهيرية والإضراب السياسي والوقفات الاحتجاجية

وغيرها، وتكون سلمية في أغلب الأحيان في مطالبها ولكنها قد تأخذ أشكالاً عنيفة في بعض الأحيان، ومع التطور الكبير في وسائل الإعلام الرقمي وخاصة منصات التواصل الاجتماعي أصبح من الممكن استخدام هذه الوسائل كأدوات للمشاركة السياسية وعكس بعض القضايا وحشد الدعم والتأييد الجماهيري (عجيل، 2022، ص: 16)

3-2 الرأي العام مفهومه وأنواعة:

إن كلمة او مصطلح رأي عام ممتد إلى أقدم العصور، إذ شارت إلى ذلك بعض الفلسفات, لكنها استخدمت مصطلحات مثل: إرادة الأُمة، أو مشيئة الشعب، الضمير الجمعي أو الروح العامة (زريق، 2016، ص: 6). ولكن بعد ان زادت عمليات التفاعل بين الأفراد والجماعات تغيرت عناصر ثقافتهم واتجاهات سلوكهم، فاصبحوا لا يحبذون تلقي المعلومات فقط بل يودون ايضاً ايصال آرائهم ومشاعرهم، وهكذا يتشكل الاتصال بأنواعة المختلفة (أسعد، 2013، ص: 484).

ويعتبر الرأي العام ظاهرة سلوكية توجد في جميع المجتمعات الإنسانية دون إعتبار لمستوى تقدمها وأنواعها ونظامها السياسي والإقتصادي. وقد عُرف الرأي العام :(بأنه الحكم الجماعي القائم على وعي للموضوع وله أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة) وعرف أيضاً : (بأنه مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما ويعبر عن رأي الأغلبية) كنما يعرّف (بأنه خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب، أو الإعتقاد السائد، أو إجماع الأراء أو الإتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة، أو موضوع، أو قضية من القضايا قد تكون اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو قومي أو دولي ويدور حولها الجدل وأن هذا الإجماع له قوة تأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به (كافي، 2015، ص: 21).

وتأسيساً على ما سبق يرى الباحث من خلال التعريفات السابقة أن الرأي العام يعد مؤشراً مهماً لقياس مدى رضا أو رفض القواعد الجماهيرية للسياسات المتبعة في الدولة لذلك إهتمت كثير من الدول بقياسه ومعرفة أثر وسائل الإعلام تشكيله وتحديد اتجاهات الجماهير خاصة مع ظهور وسائل الإعلام

الجديد التي تمكن من إبداء الآرء بحرية بعيداً عن رقابة أجهزة الدولة وهو ما أدى في نهاية المطاف إلى ظهور ما يعرف بالرأي العام الإلكتروني..

. 3-3 أنواع وتقسيمات الرأي العام:

وللرأي العام العديد من الأنواع والتصنيفات منها: وفقاً لمناطق الانتشار الجغرافية: رأي عام محلي وهو الذي يعبر عن الرأي السائد في منطقة جغرافية محددة أو في إحدى المحافظات على مستوى أحد أجزاء المجتمع السياسي، الرأي العام الوطني وهو الرأي الذي يرتبط بالوطن الواحد أو على مستوى الدولة، الرأي العام الإقليمي وهو رأي سائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً (الدبسي، 2011، ص : 41)، ورأي عام عالمي وهو الرأي السائد بين مواطني العالم ككل (بن عزة، 2017، ص: 63).

وأيضاً له تقسيمات حسب درجة العمق والتأثير : الرأي العام القائد أو المسيطر وهو رأي الصفوة في المجتمع متمثل في العلماء والمفكرين والساسة وأساتذة الجامعات، فهم يملكون قدرة كبيرة في التأثير على المجتمع , ونتأثر هذه الفئة على وسائل الاعلام، الرأي العام القارئ أو المثقف وهو رأي امثقفين في المجتمع فهي أقل ثقافة من الفئة السابقة، ويختلف تأثيرها بوسائل بنسب متفاوتة على حسب درجة الثقافة عند كل فرد فيها، الرأي العام المنساق أو المنقاد وهو رأي السواد الاعظم الذي يكون بمستوى ثقافي تعليمي محدود، ويضم الأميين وغير القادريين على متابعة الأحداث، وتتأثر هذه الفئة بوسائل الاعلام تأثير مباشر وتنساق خلف الفئتين السابقتين (زودة، 2012م ص: 67).

ويقسم أيضاً حسب عدد الجماهير مثل: رأي الأغلبية وهو تجميع الآراء الشخصية لأعضاء الجماعات المجتمعية ويكون رأي أغلبية عندما يفوق نصف عدد الأفراد، رأي الأقلية وهو الذي يكون ما دون النصف لعدد الأفراد، وأيضاً يقسم على حسب المجال الزمني: رأي عام يومي وهو الذي يتأثر بالأحداث اليومية، ورأي عام مؤقت وهو الذي يكون ناتجاً عن مواقف طارئة ومحددة ينتهي بإنتهائها، ورأي عام دائم وهو الذي يدوم لفترات طويلة غالباً ما يرتبط بالعادات والتقاليد والأخلاق (بن عزة، 2017، ص: 62-63).

3-4 الرأي العام الإلكتروني:

يمكن تعريف الرأي العام الإلكتروني بأنه كل فكرة – اقتراح – رأي – مشاركة أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكته تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيدولوجية بعينها، أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة (الإنترنت) (خليل، 2022)

أيضاً يعرف بأنه الفكرة السائدة أو المحورية بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية ومنصات التعبيرعن الرأي في الواقع الإفتراضي تجمعهم وتربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة (رفعت، 2018، ص: 66).

3-5 أهمية الرأي العام الإلكتروني:

تتعدد أهمية الرأي العام الإلكتروني في مواجهة المشكلات التي نعيشها والاستعداد لمواجهة تحديات المستقبل، وأول ما يطرحه استخدام التقنيات الحديثة في طريق التغيير والتعبير والتأثير في الرأي العام، أنها ببساطة مجرد وسيلة مهما بلغ شأنها ونمت فعاليتها، فهذه الفعالية مشروطة بمفعولها الولقعي ما بين طرفين، هما: الجهة التي تستخدمها، والجهة المستهدفة (عامر، 2012، ص: 186).

يخلص الباحث من كل ما سبق إلى أن أهمية الرأي العام الإلكتروني تتمثل في قدرته الكبيرة على توجيه الاحتجاجات الشعبية أو الانتفاضات من خلال توظيف التقنيات الحديثة للاتصال في عمليات حشد الجماهير وتنظيمها في احتجاج إلكتروني يكون مكملاً للاحتجاج الفعلي على أرض الواقع لتحقيق هدف واحد في النهاية وهو التغيير بكافة أشكاله السياسي والاجتماعي وحتى الثقافي، كما أن الرأي العام الإلكتروني يتميز بعدم الثبات أي أنه يتغير باستمرار مما يجعله أكثر مرونه انقل آراء الناس باستمرار.

رابعاً: الدراسة الميدانية

4-1 نوع الدراسة ومنهجها:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية وتشكيل اتجاهات الرأي بالسودان، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الميداني بهدف جمع المعلومات والحقائق الخاصة بدور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية.

4-2 مجتمع وعينة الدراسة:

تحدد مجتمع الدراسة من مواطني ولاية الخرطوم لأنها تضم سكان من كافة ولايات السودان، وأيضاً لاعتبار أنها من أكثر المناطق مشاركة في الفعاليات السياسية وتتوفر فيها خدمات الإنترنت بشكل جيد، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة من (100) فرد لإجراء الدراسة عليها.

4-3 أداة الدراسة:

جمع الباحث البيانات الميدانية عن طريق استمارة استبانة واشتملت الاستمارة على (25) سؤال قُسمت على (5) محاور، وتم ملء الاستمارات إلكترونياً خلال شهر يوليو 2022، وبعد فرز الاستمارات وجد الباحث عدداً منها غير صالح علمياً ليصبح إجمالي عينة الدراسة النهائية (97) فرد.

4-4 الصدق والثبات:

تم تحقيق الصدق من خلال عرض استمارة الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين وذلك لقياس صدقها والتأكد من صلاحيتها، كما تم إجراء اختبار قبلي على عينة من مجتمع الدراسة قدرها (20%) للتأكد من وضوح الأسئلة، وبناءً على آراء المحكمين ونتيجة الاختبار تمت إعادة ترتيب بعض الأسئلة وإضافة أخرى، وللتأكد من ثبات الاستمارة تم إعادة تطبيق الاستبانة على (20%) من عينة الدراسة وحصلت على معامل ثبات عالي بلغ (85%).

4-5 أساليب المعالجة الإحصائية:

تم التعامل إحصائياً مع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (STATISTICAL PACKAGE FOR SOCIAL SCIENCEC (SPSS، كما تمت المعالجة من خلال عدد من الأساليب الإحصائية وذلك على النحو التالي:

1 - معامل ألفا كرونباخ للتأكد من درجة ثبات المقياس.

2 - استخراج الجداول التكرارية البسيطة التي تحتوي على العدد والنسبة المئوية لإجابات المبحوثين.

3 - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

4 - مقياس ليكرت الخماسي لتحديد درجة الموافقة على كل عبارة.

4-6 التحليل والمناقشة:-

جدول (1) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة من حيث النوع

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	51	%52.6
أنثى	46	%47.4
المجموع	**97**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن العينة المختارة كانت شاملة للجنسين وكانت نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور 52.6 % من النسبة الكلية، في حين بلغت نسبة الإناث 47.4 % من النسبة الكلية، وهذا يؤكد أن العينة المختارة كانت شاملة من حيث النوع .

جدول (2) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة من حيث الفئة العمرية

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
25 ـ 15	28	%28.9
35 ـ 26	35	%36
45 ـ 36	19	%19.6
55 ـ 46	10	%10.3
55 فأكثر	5	%5.2
المجموع	**97**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن الفئة العمرية من 26-35 كانت هي الفئة الأكبر بين العدد الكلي للمبحوثين بنسبة 36 % من النسبة الكلية، ثم الفئة من 15-28 بنسبة 28.9%، تليها الفئة من 36-45 بنسبة 19.6%، وبلغت نسبة الفئة من 46-55 10.3%، وأخيراً الفئة العمرية من 55 فأكثر كانت أقل فئة بنسبة 5.2%، وهي نسب معقولة من وجهة نظر الباحث وشملت كل الفئات العمرية تقريباً.

جدول (3) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة من حيث المستوى الدراسي

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
أساس	3	%3.1
ثانوي	17	%17.5
جامعي	40	%41.2
فوق الجامعي	37	%38.2
المجموع	**97**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن العينة المختارة كانت شاملة من حيث المؤهل العلمي، حيث بلغت نسبة الذين مستواهم الأكاديمي جامعي 41.2%، وكانت نسبة من يحمل مؤهل فوق الجامعي 38.2%، بينما كانت نسبة من كان مستواهم التعليمي ثانوي 56% وجاءت نسبة من يحملون مؤهل شهادة الأساس 3.1% من النسبة الكلية.

جدول (4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة من حيث المهنة

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
طالب	25	%25.8
موظف	38	%39.2
أكاديمي	17	%17.5
عمل حر	13	%13.4
بلا عمل	4	%4.1
المجموع	**97**	**%100**

يتضح من الجدول أعلاه أن العينة التي تم إختيارها كانت متنوعة من حيث المجال المهني، حين بلغت نسبة الموظفين 39.2%، بينما بلغت نسبة الطلاب 25.8%، في حين بلغت نسبة الأكاديميون 17.5%، وكانت نسبة الذين يعملون عملاً حراً 13.4%، بينما جاءت نسبة الذين بلا عمل 4.1%%، من النسبة الكلية، مما يؤكد شمول العينة من حيث المهنة.

تحليل محاور وعبارات الاستبانة:-

جدول (5) المحور الأول: دور الإعلام الجديد في تنمية وتعزيز المشاركة السياسية في السودان ؟

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
يلعب الإعلام الجدبد دوراً مهما في تعزيز المشاركة السياسية	1.6598	.91158	83.7	1
تفتح وسائل الإعلام الجديد المجال للمشاركة السياسية	1.9897	1.04577	81.7	2
لعب الإعلام الجديد دوراً بارزاً في تأسيس مشروع الديموقراطية في السودان	2.3711	1.24432	61.3	5
تعطي وسائل الإعلام الجديد المساحة للتعبير عن الرأي بحرية وتقبل الرأي الآخر	1.9691	1.24544	74.5	3
يلعب الإعلام الجديد دوراً مهماً في عمليات الإصلاح والتنمية السياسية	2.3711	1.31751	68.4	4

يتبين من الجدول أعلاه أن اجابات المبحوثين على فقرات المحور الأول المتعلق بدور الإعلام الجديد في تنمية وتعزيز المشاركة السياسية في السودان كانت كالتالي: أولاً فقرة "يلعب الإعلام الجدبد دوراً مهما في تعزيز المشاركة السياسية" بنسبة موافقة 83.7% ومتوسط حسابي 1.6598، تلاها في المرتبة الثانية "تفتح وسائل الإعلام الجديد المجال للمشاركة السياسية " بنسبة موافقة 81.7% ومتوسط حسابي 1.9897، وجاءت بعدها في المرتبة الثالثة فقرة "تعطي وسائل الإعلام الجديد المساحة للتعبير عن الرأي بحرية وتقبل

الرأي الآخر" بنسبة موافقة ، 74.5% ومتوسط حسابي 1.9691، ثم في المرتبة الرابعة "يلعب الإعلام الجديد دوراً مهماً في عمليات الإصلاح والتنمية السياسية" بنسبة موافقة 68.4% ومتوسط حسابي 2.3711، تبعها في المرتبة الخامسة "لعب الإعلام الجديد دوراً بارزاً في تأسيس مشروع الديموقراطية في السودان" بنسبة موافقة 61.3% ومتوسط حسابي 2.3711.

يؤكد الجدول السابق أن الإعلام الجديد يلعب دوراً مهماً في تعزيز وتنمية المشاركة السياسية في السودان، كما أنه يفتح المجال للمشاركة السياسية والتعبير عن الآراء السياسية المختلفة بكل حرية.

جدول (6) المحور الثاني : تأثير المحتوى السياسي الذي يبث عبر الإعلام الجديد على اتجاهات الرأي العام السوداني؟

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد يُسهم في تكوين اتجاهات الرأي العام	1.9278	.84468	81.6	2
تُسهم متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد في خلق تجانس وتوافق حول قضية معينة	2.3646	.87202	55.1	5
متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد يؤدي إلى خلق شعور بالمسؤولية حول المشاركة في القضايا السياسية الوطنية	2.2188	.95370	65.3	4

يعد الإعلام الجديد من الوسائل الاتصالية الناجحة في التأثير على الراي العام	1.6563	.79244	86.8	1
متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد يؤدي إلى تغيير اتجاهات الجمهور نحو بعض القضايا السياسية	2.0521	.94446	74.5	3

يتبين من الجدول أعلاه أن اجابات المبحوثين على فقرات المحور الثاني المتعلق بتأثير المحتوى السياسي الذي يبث عبر الإعلام الجديد على اتجاهات الرأي العام السوداني كانت كالتالي: أولاً فقرة "يعد الإعلام الجديد من الوسائل الاتصالية الناجحة في التأثير على الراي العام" بنسبة موافقة 86.8% ومتوسط حسابي 1.6563، تلاها في المرتبة الثانية "متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد يُسهم في تكوين اتجاهات الرأي العام" بنسبة موافقة 81.6% ومتوسط حسابي 1.9278، وجاءت بعدها في المرتبة الثالثة فقرة "متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد يؤدي إلى تغيير اتجاهات الجمهور نحو بعض القضايا السياسية" بنسبة موافقة ، 74.5% ومتوسط حسابي 2.0521، ثم في المرتبة الرابعة "متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد يؤدي إلى خلق شعور بالمسؤولية حول المشاركة في القضايا السياسية الوطنية" بنسبة موافقة 65.3% ومتوسط حسابي 2.2188، تبعها في المرتبة الخامسة "تُسهم متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد في خلق تجانس وتوافق حول قضية معينة" بنسبة موافقة 55.1% ومتوسط حسابي 2.3643.

يؤكد الجدول السابق أن الإعلام الجديد يعد من أهم من وسائل الاتصال التي تؤثر على الرأي العام، كما أن متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد يُسهم في تكوين وتشكيل اتجاهات الرأي العام.

جدول (7) المحور الثالث: دوافع التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الجديد؟

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
تُسهم وسائل الإعلام الجديد في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية في السودان	2.8333	1.35853	40.8	5
تُعد وسائل الإعلام الجديد من أهم الأدوات التي أسهمت حدوث التطورات السياسية التي حدثت مؤخراً	1.8333	.87860	77.5	3
تمكن وسائل الإعلام الجديد من الحصول على معلومات أكثر عن الحياة السياسية	1.8750	.97603	80.6	1
تُسهم وسائل الإعلام الجديد في مناقشة القضايا السياسية وإبداء الآراء بحرية أكثر ودون رقابة	1.9792	1.11430	74.8	4
تمكن وسائل الإعلام الجديد الجمهور من ممارسة الأنشطة السياسية ومناقشة القضايا السياسية	1.9167	.67538	79.6	2

يتبين من الجدول أعلاه أن دوافع التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الجديد كانت للأسباب التالية: أولاً فقرة "تمكن وسائل الإعلام الجديد من الحصول على معلومات أكثر عن الحياة السياسية" بنسبة موافقة 80.6% ومتوسط حسابي 1.8750، تلاها في المرتبة الثانية "تمكن وسائل الإعلام الجديد الجمهور من ممارسة الأنشطة السياسية ومناقشة القضايا السياسية" بنسبة موافقة 79.6% ومتوسط حسابي

1.9167، وجاءت بعدها في المرتبة الثالثة فقرة "تُعد وسائل الإعلام الجديد من أهم الأدوات التي أسهمت حدوث التطورات السياسية التي حدثت مؤخراً" بنسبة موافقة ، 77.5% ومتوسط حسابي 2.8333، ثم في المرتبة الرابعة "تُسهم وسائل الإعلام الجديد في مناقشة القضايا السياسية وإبداء الآراء بحرية أكثر ودون رقابة" بنسبة موافقة 74.8% ومتوسط حسابي 1.9792، تبعها في المرتبة الخامسة "تُسهم وسائل الإعلام الجديد في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية في السودان" بنسبة موافقة 40.8% ومتوسط حسابي 2.8333.

يؤكد الجدول السابق أن وسائل الإعلام الجديد من الحصول على معلومات أكثر عن الحياة السياسية في السودان وتسهم في مناقشتها على نطاق واسع، لكنها في نفس الوقت لا تُسهم بشكل كبير في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية في السودان بحسب رأي المبحوثين.

جدول (8) المحور الرابع: متابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها عبر وسائل الإعلام الجديد؟

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
متابعة الأحداث السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد يسهم في معرفة آخر التطورات السياسية	1.7083	.73866	87.7	1
يُسهم التفاعل مع الأحداث السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد في اتخاذ القرارات السياسية	2.3711	1.05396	65.3	5

تؤدي متابعة الاحداث السياسية عبر الإعلام الجديد في تكوين الاتجاهات السياسية	2.0412	.81544	74.5	4
تُسهم متابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها عبر الإعلام الجديد في جعل الفرد أكثر إدراكاً وتفهماً للقضايا السياسية	1.8660	.98561	75.5	3
تسهم متابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها عبر وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الآراء السياسية	2.0000	.77728	83.6	2

يتبين من الجدول أعلاه المتعلق بمتابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها عبر وسائل الإعلام الجديد كانت كالتالي: أولاً فقرة "متابعة الأحداث السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد يسهم في معرفة آخر التطورات السياسية" بنسبة موافقة 87.7% ومتوسط حسابي 1.7083، تلاها في المرتبة الثانية "تسهم متابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها عبر وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الآراء السياسية" بنسبة موافقة 83.6% ومتوسط حسابي 2.0000، وجاءت بعدها في المرتبة الثالثة فقرة "تُسهم متابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها عبر الإعلام الجديد في جعل الفرد أكثر إدراكاً وتفهماً للقضايا السياسية" بنسبة موافقة ، 75.5% ومتوسط حسابي 1.8660، ثم في المرتبة الرابعة "تؤدي متابعة الاحداث السياسية عبر الإعلام الجديد في تكوين الاتجاهات السياسية" بنسبة موافقة 74.5% ومتوسط حسابي 2.0412، تبعها في المرتبة الخامسة "يساعد التفاعل مع الأحداث السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد في اتخاذ القرارات السياسية" بنسبة موافقة 65.3% ومتوسط حسابي 2.3711.

يؤكد الجدول السابق أن متابعة الأحداث السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد يسهم في معرفة آخر التطورات السياسية في السودان وبالتالي تشكيل الآراء السياسية، كما تسهم في في فهم القضايا السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية.

جدول (9) المحور الخامس: العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد وزيادة المعرفة السياسية وتشكيل الرأي العام؟

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	الترتيب
استخدام وسائل الإعلام الحديد يُسهم ف زيادة المعرفة السياسية	1.7526	.89012	81.7	3
يساعد استخدام الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية	1.8454	.61813	86.8	2
يسهم استخدام وسائل الإعلام الجديد في تشكيل وتعزيز الوعي السياسي	2.0722	.90242	73.5	4
يمكن استخدام وسائل الإعلام الجديد من التواصل والتفاعل مع كافة الجماعات السياسية مما يؤدي لتكوين وتشكيل الآراء السياسية	2.1237	.89277	71.4	5

زادت وسائل الإعلام الجديد من وعي الجمهور السياسي حول القضايا المحلية والعالمية	1.5670	.69082	87.8	1

يتبين من الجدول أعلاه أن اجابات المبحوثين على فقرات المحور الثاني المتعلق بالعلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد وزيادة المعرفة السياسية وتشكيل الرأي العام كانت كالتالي: أولاً فقرة "زادت وسائل الإعلام الجديد من وعي الجمهور السياسي حول القضايا المحلية والعالمية" بنسبة موافقة 87.8% ومتوسط حسابي 1.5670، تلاها في المرتبة الثانية "يساعد استخدام الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية" بنسبة موافقة 86.6% ومتوسط حسابي 1.8454، وجاءت بعدها في المرتبة الثالثة فقرة "استخدام وسائل الإعلام الحديد يُسهم ف زيادة المعرفة السياسية" بنسبة موافقة ، 74.5% ومتوسط حسابي 1.7526، ثم في المرتبة الرابعة "يسهم استخدام وسائل الإعلام الجديد في تشكيل وتعزيز الوعي السياسي" بنسبة موافقة 73.5% ومتوسط حسابي 2.0722، تبعها في المرتبة الخامسة "يمكن استخدام وسائل الإعلام الجديد من التواصل والتفاعل مع كافة الجماعات السياسية مما يؤدي لتكوين وتشكيل الآراء السياسية" بنسبة موافقة 71.4% ومتوسط حسابي 2.1237.

يؤكد الجدول السابق أن هناك علاقة موجبة كبيرة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد وزيادة المعرفة السياسية وتشكيل الرأي العام السوداني، وجاءت نسب الإجابة على جميع فقرات هذا المحور بنسبة موافقة عالية من المبحوثين وهو ما يؤكد صدق الافتراض.

النتائج:-

1 - تبين من خلال الدراسة الميدانية أن للإعلام الجديد دوراً مهماً في تنمية وتعزيز المشاركة السياسية في السودان.

2 - أكدت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد تستخدم كوسيلة تفتح المجال للمشاركة السياسية ومناقشة القضايا السياسية المختلفة.

3 – بينت الدراسة أن هناك تأثيراً كبيراً للمحتوى السياسي الذي يبث عبر الإعلام الجديد على اتجاهات الرأي العام السوداني كما أن متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الجديد يؤدي إلى تغيير اتجاهات الجمهور نحو بعض القضايا السياسية.

4 – أكدت الدراسة أن من أهم دوافع التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الجديد هو تمكن الجمهور من الحصول على معلومات أكثر عن الحياة السياسية.

5 – كشفت الدراسة أن متابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها عبر وسائل الإعلام الجديد يُسهم في معرفة آخر التطورات السياسية.

6 – اتضح من خلال الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد زادت من وعي الجمهور السياسي حول القضايا المحلية والعالمية.

7 – أكدت الدراسة أن التفاعل مع الأحداث السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد يُسهم في اتخاذ القرارات السياسية.

8 – تبين من خلال الدراسة أن استخدام وسائل الإعلام الجديد يمكن من التواصل والتفاعل مع كافة الجماعات السياسية مما يؤدي لتكوين وتشكيل الآراء السياسية.

9 – ثبت وجود علاقة موجبة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد وزيادة وتعزيز المشاركة السياسية بين أفراد عينة البحث، وهو ما يؤكد الدور الكبير لوسائل الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية وتشكيل اتجاهات الرأي العام السوداني.

التوصيات:

1 – ضرورة الاستثمار الأمثل لوسائل الإعلام الجديد في عملية الإصلاح السياسي من خلال حث الأفراد على المشاركة السياسية.

2 – تعزيز دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية.

3 – ضرورة تفعيل المؤسسات السياسية في السودان لعملية التواصل مع الجمهور عبر وسائل الإعلام الجديد ودفعه للمشاركة في مناقشة القضايا السياسية والتفاعل معها.

4 – إجراء المزيد من الدراسات حول العلاقة بين وسائل الإعلام الجديد وتعزيز المشاركة السياسية في السودان.

المقترحات:

1 – إجراء بحوث حول أثر الذكاء الاصطناعي والخوارزميات على سلوك المجتمعات السياسي .

2 – إجراء بحوث حول تأثير وسائل الإعلام الجديد على المشاركة السياسية في الدول التي تشهد نزاعات وأزمات.

3 – إجراء بحوث حول علاقة انتشار خطاب الكراهية عبر الإعلام الجديد وتغير أنماط المشاركة السياسية.

خاتمة:

يأتي اهتمام الأفراد بالقضايا السياسية ومن ثم بالمشاركة السياسية من خلال المعلومات التي توفر لهم مقداراً جيداً من الوعي السياسي، وتلعب وسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها وسائل الإعلام الجديد دوراً مهماً في تزويد الفرد بالمعلومات المتعلقة بالشأن السياسي وبالتالي توجيه سلوكه نحو المشاركة السياسية، ومن أهم ميزات الإعلام الجديد تسليطه الضوء على قضايا لم يتمكن الإعلام التقليدي من تناولها كما أن وسائل الإعلام الجديد استطاعت أن تعرض تناقش معلومات وأفكار وقضايا لم يكن من المسموح التطرق لها في السابق

CONCLUSION

Individuals' interest in political issues and then in political participation comes through information that provides them with a good amount of political awareness. Modern media, especially new media, play an important role in providing the individual with information related to political affairs

and thus directing his behavior towards political participation. One of the most important features of new media is that it sheds light on issues that traditional media was unable to address. New media was also able to present and discuss information, ideas and issues that were not allowed to be addressed in the past.

المراجع:-

1 – أبوعقيله، عبدالمحسن حامد. (2015م) الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري – المكتبة المصرية للنشر والتوزيع – القاهرة.

2 – أسعد، اسلام خطاب. (2013م). الإعلام وصناعة الرأي العام دراسة وصفية لأساليب ومسالك الرأي العام – مجلة آداب الفرهيدي – العدد 17 كانون الأول.

3 – بن عزة، فاطمة الزهراء. (2017م) الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام إذاعة الغرب الجزائرية أنموذجاً – رسالة دكتوراة – جامعة آبي بكر بلقايد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية قسم العلوم الإنسانية – الجزائر.

4 – خليل، محمد. (2022) مفهوم الرأي العام الإلكتروني – أطلع عليه بتاريخ 9 يوليو 2022 من موقع http://snapsoul.tripod.com/News/Articles/e_opinion_exp.htM

5 – الدبيسي، عبدالكريم على. (2011م) الرأي العام – جامعة البتراكلية الآداب والعلوم قسم الصحافة – عمان الأردن.

6 – رشوان، حسين عبد الحميد. (2006م) أصول البحث العلمي – مؤسسة شبارة – جامعة الإسكندرية –ط1 – الإسكندرية.

7 – رفعت، محمد مصطفى. (2018م) الرأي العام في الواقع الإفتراضي وقوة التعبئة الإفتراضية – العربي للنشر والتوزيع – القاهرة.

8 – زريق، برهان. (2016م) الرأي العام – وزراة الإعلام السورية – سوريا.

9 – زودة، مبارك. (2012م) دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام – الثورة التونسية نموذجاً – رسالة ماجستير منشورة – جامعة الحاج لخضر.

10 – شقرة، على خليل. (2014م) الإعلام الجديد – شبكات التواصل الاجتماعي – دار أسامة للنشر والتوزيع – عمان.

11 – الشمايلة، ماهر وآخرون. (2015م) الإعلام الرقمي الجديد – دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع – ط1 – عمان.

12 – عامر، فتحي حسين عامر. (2012م) الرأي العام الإلكتروني – دار النشر للجامعات – ط1 – القاهرة.

13 – عجيل، آدم أحمد. (2022م) إتجاهات الجمهور نحو تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على نفوذ النخبة السياسية في السودان بعد ثورة ديسمبر – ورقة علمية – مركز تأسيس للدراسات والنشر.

14 – عليوة، السيد و محمود، منى. (2000م) المشاركة السياسية – موسوعة الشباب السياسية (القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بمركز الأهرام.

15 – فضلي، محمد. (2009م) الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل – القاهرة: مؤسسة أخبار اليوم.

16 – كافي، مصطفى يوسف. (2015م) الرأي العام ونظريات الاتصال – دار الحامد للنشر والتوزيع – عمان.

17 – لبيد، عماد. (2018م) الإعلام الجديد والآفاق الجديدة للتعبئة السياسية والممارسة الديمقراطية – مجلة أبحاث قانونية وسياسية – العدد السادس.

18 – يوسف، حنان محمد إسماعيل. (1996م) دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى (رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة).

References:

1 - Abu Aqila, Abdul Mohsen Hamed. (2015 AD) New Media and the Era of News Flow - Egyptian Library for Publishing and Distribution - Cairo.

2 - Asaad, Islam Khattab. (2013 AD). Media and Public Opinion Manufacturing A Descriptive Study of Public Opinion Methods and Paths - Adab Al-Farahidi Magazine - Issue 17, December.

3 - Ben Azza, Fatima Al-Zahra. (2017 AD) Local Radio and Its Role in Determining Public Opinion Trends, Algerian Western Radio as a Model - PhD Thesis - Abi Bakr Belkaid University, Faculty of Social and Human Sciences, Department of Humanities - Algeria.

4 - Khalil, Muhammad. (2022) The Concept of Electronic Public Opinion - Accessed on July 9, 2022 from the website http://snapsoul.tripod.com/News/Articles/e_opinion_exp.htM

5 - Al-Dubaisi, Abdul Karim Ali. (2011) Public Opinion - Petra University, Faculty of Arts and Sciences, Department of Journalism - Amman, Jordan.

6 - Rashwan, Hussein Abdul Hamid. (2006) Principles of Scientific Research - Shabara Foundation - Alexandria University - 1st ed. - Alexandria.

7 - Rafat, Muhammad Mustafa. (2018) Public Opinion in Virtual Reality and the Power of Virtual Mobilization - Al-Arabi for Publishing and Distribution - Cairo.

8 - Zuraiq, Burhan. (2016) Public Opinion - Syrian Ministry of Information - Syria.

9 - Zoudah, Mubarak. (2012) The Role of Social Media in Shaping Public Opinion - The Tunisian Revolution as a Model - Published Master's Thesis - Al-Hajj Lakhdar University.

10 - Shakra, Ali Khalil. (2014) New Media - Social Networks - Osama Publishing and Distribution House - Amman.

11 - Al-Shamaileh, Maher and others. (2015) New Digital Media - Dar Al-Aasar Al-Ilmiyyah for Publishing and Distribution - 1st ed. - Amman.

12 - Amer, Fathi Hussein Amer. (2012 AD) Electronic Public Opinion - Dar Al-Nashr Lil-Jama'at - 1st ed. - Cairo.

13 - Ajil, Adam Ahmed. (2022 AD) Public Attitudes Towards the Impact of Social Media on the Influence of the Political Elite in Sudan after the December Revolution - Scientific Paper - Tasees Center for Studies and Publishing.

14 - Aliwa, Al-Sayed and Mahmoud, Mona. (2000) Political Participation - Youth Political Encyclopedia (Cairo : Center for Political and Strategic Studies at Al-Ahram Center.

15 - Fadli, Muhammad. (2009) Electronic Journalism, Reality and Future - Cairo : Akhbar Al-Youm Foundation.

16 - Kafi, Mustafa Youssef. (2015) Public Opinion and Communication Theories - Dar Al-Hamed for Publishing and Distribution - Amman.

17 - Labid, Imad. (2018) New Media and New Horizons for Political Mobilization and Democratic Practice - Journal of Legal and Political Research - Issue Six.

18 - Youssef, Hanan Muhammad Ismail. (1996) The Role of Television News Material in Supporting the Concept of Political Participation among the Youth of Greater Cairo (Unpublished Master's Thesis, Faculty of Media, Cairo University).

مجلة الحكمة للدراسات والأبحاث المجلد 04 العدد 07 (21) 30/12/2024
ISSN print/ 2769-1926 ISSN online/ 2769-1934

The Role of the New Media in Promoting Political Contribution and Shaping Sudanese Public Opinion Trends - a field study

Dr. Adam Ahmed Adam

Omdurman Ahlia University

almention225@gmail.com

Mr. Abdelsalam Ibrahim AbdelQayyum

Omdurman Ahlia University

abdelsalamnail11@gmail.com

Abstract :

The new media, in all its forms, represents one of the manifestations of interaction within the framework of modern communication and information technology, and it has played an important and significant role in promoting political contribution and shaping public opinion trends. The new media considered an effective means of communication that allows communities to send ideas and discuss their political and social issues, sent to new horizons overcoming all spatial bounders. This study deals with the issue of political contribution and the formation of public opinion and attempts to answer a major question : What is the role of the new media in promoting political contribution and shaping public opinion trends in Sudan ? The significance of this study resides in the fact that it discusses an important and vital topic for a wide part of the public with increased exposure of all parts of society to new media and the dissemination, manipulation, and discussion of political information, especially with the major changes that occurred in political life in Sudan after the December 2018 revolution. The study aims at identifying the role of the new media in developing and strengthening political contribution in Sudan. The researchers adopt the description analytical method via social survey. Sample selected through a purposive sample from the original community. A questionnaire is the main tool for collecting data related to the study.

Keywords : new media - political contribution - exposure - trends - public opinion.