



مهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أحمد دراية أدرار
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



أثر وسائل الإعلام في تفعيل الإتصال السياسي

دراسة حالة - الانتخابات الرئاسية التونسية 2019 -

إشراف الأستاذ الدكتور:

الهلي عبد القادر

من إعداد الباحثين:

مسعودي محفوظ

طلباوي عبد القادر

لجنة المناقشة

رئيسا - أستاذ محاضر - أ.

مشرفا ومقررا - أستاذ محاضر - أ.

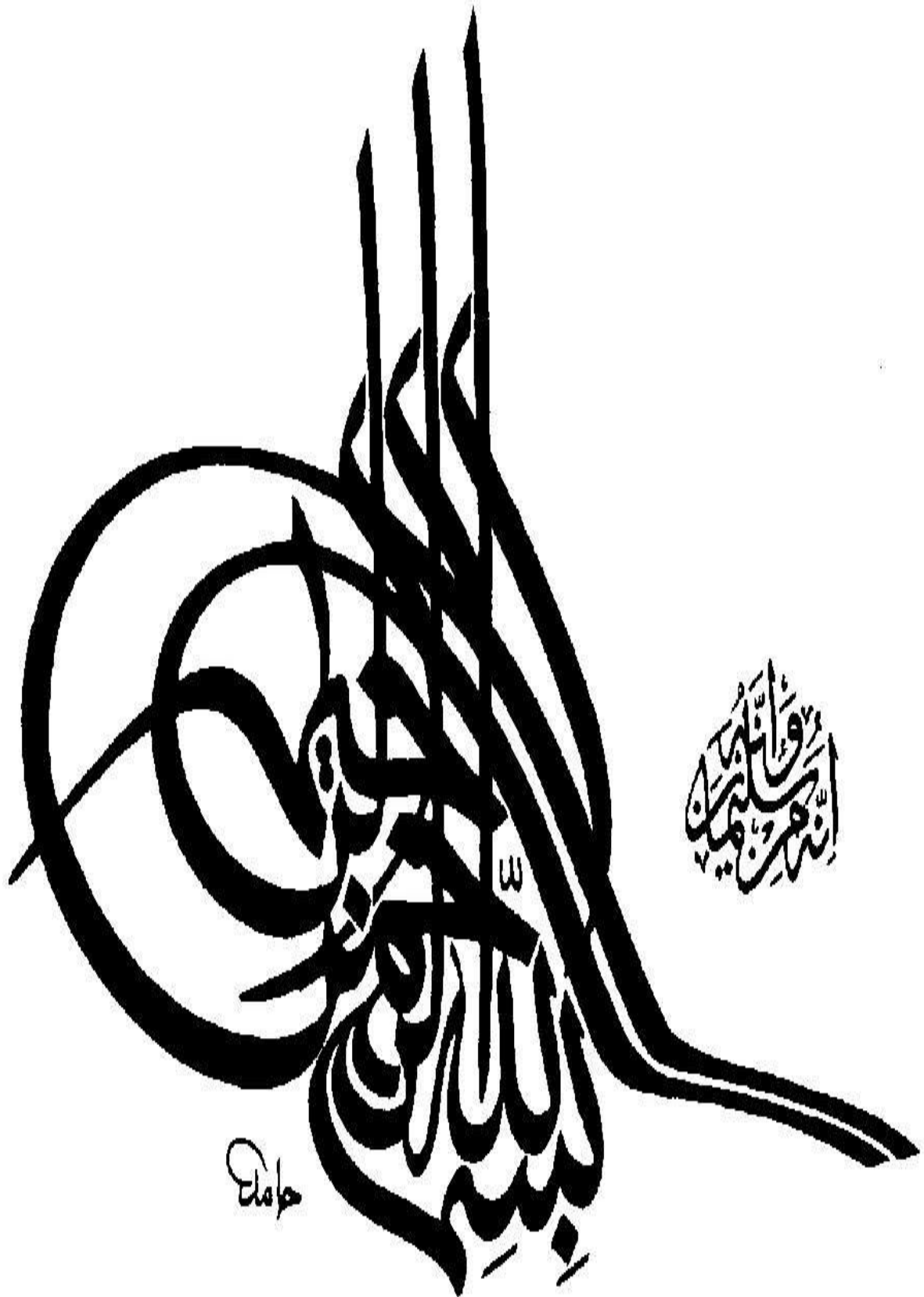
مناقشا - أستاذ محاضر - ب.

مشاور صيفي

الهلي عبد القادر

علي زين العابدين

السنة الجامعية 2019 - 2020 م



اللهم صل على محمد
والعائلة الطيبة

عبدالله

كلمة شكر و عرفان

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا محمد خاتم الأنبياء والمرسلين
قال تعالى «رَبِّأَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ آلِيَّ وَأَنْ
أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأُدْخِلْنِي رَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ»

لحظات يقف فيها المرء حائرا عاجزا عن التعبير عما يختلج في صدره من
تشكرات.

فالشكر اولاً لله عز وجل الذي أعاننا على انجاز هذا العمل المتواضع فلولا له لما
وصلنا لإتمام هذا العمل فله الحمد والشكر، فان أصبنا فمن الله وأن أخطأنا فمننا
ومن الشيطان.

وشكر ايضاً للأستاذ المشرف على هذا البحث فجزاه عنا كل خير فله منا كل التقدير
والاحترام الاستاذ الهلي عبد القادر.

كما نشكر كل الاساتذة الذين لم يبخلوا علينا بالنصائح
والشكر إلى كل من افادنا بمعلومة ولو كانت صغيرة في هذا البحث.

إهداء

- الى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما لما فيه الخير .
- الى زوجتيو ابنتي الغالية (لوجين)
- الى كل اخواني وأخواتي كل واحد بإسمه
- الى رفيقي في الدراسة والعمل طلباوي عبد القادر
- الى الاستاذ المشرف بآرك الله فيه واعانه في مشواره
- الى كل من مد لنا يد العون من بعيد أو من قريب
- الى كل هؤلاء اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع

مسعودي محفوظ

إهداء

الى روح اخي وصديقي الحاج محمد طلباوي
الى الوالدين الكريمين اطل الله في عمرهما
الى الزوجة الكريمة و بناتي رجاء و اشراق حفظهما الله
الى الاخوة و الاخوات
الى الزميل في الدراسة و العمل محفوظ
الى الاستاذ المشرف و فقه الله في جهاده
الى كل هؤلاء اهدي هذا العمل المتواضع

طلباوي عبد القادر

المقدمة

مقدمة:

لقد تطورت وسائل الاعلام والاتصال بشكل كبير على مدى القرون الماضية، حيث تمثلت سابقا في حديث الناس والاشارات المختلفة بينهم، ثم توسعت وتطورت فأصبحوا يستخدمون الحمام الزاجل للتواصل بين القبائل المختلفة، الى ان ظهرت الأوراق وبدأت وسائل الاعلام والاتصال تتطور أكثر فأكثر خاصة مع ظهور أجهزة جديدة تسهل مهمة الاتصال بين البشر سميت بوسائل الاعلام والاتصال على اختلاف انواعها، وهو ما اصبحت هذه الاخيرة ضرورية للمرء ولا يمكنه الاستغناء عنها وتمتلك مكانة هامة في تقدم الدول ومؤسساتها، فالإعلام جزء من الاتصال او هو وجه من وجوهه.

كما يعتبر الاتصال السياسي ظاهرة انسانية اجتماعية وثقافية قديمة قدم المجتمعات البشرية، وعلى الرغم من قدم هذه الظاهرة الا انها شهدت التنظيم السياسي والاقتصادي والاجتماعي الى اواسط القرن الماضي، لا سيما بعد بروز الاحزاب السياسية والنقابات العمالية والتنظيمات المدنية بمختلف اشكالها وتلويقاتها.

يلعب الاعلام دور الوسيط في الاتصال السياسي فهو يسهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح لوسائل الاعلام حرية التعبير في القضايا التي تشغل الجماهير، وتعتبر وسائل الاعلام المرآة العاكسة لأهم القضايا التي تثير الساسة وصناع القرار، فوسائل الاعلام القدرة في ترتيب أولويات الجماهير فهناك نوعين من الجمهور يتناولهم الإعلام السياسي في طرح القضايا السياسية:

فالأول: مجتمع نخبوي يتأثر بطبيعة الاعلام والقضايا التي تشغله.

والثاني جمهور عام يسهل التأثير عليه فهو يقتنع بما يسمعه وليس له ولاءات أو توجهات سياسية معينة وهناك نمطين من وسائل الاعلام، نمط حر مستقل و اخر اعلام رسمي مملوك.

فالأول يتميز بالاستقلالية والحرية في تسليط الضوء على المشاكل السياسية والاقتصادية التي تهم الناس.

اما الثاني فهو اعلام الدول النامية الذي يكون موجه لنخبة من الناس ويتجاهل ارادة الجماهير.

ان الاعلام الجديد اضاف ميزة جديدة في الحملات الانتخابية، تسمى بالوظيفة الاتصالية اذ أصبح بإمكان الناخب التعبير عن آراءه ومقترحاته والتواصل مع مرشحه، بعد ان كان متلقى للمعلومات والرسائل الانتخابية فقط، وهو ما وفر للمترشحين امكانية التعرف على آراء الناخبين حتى

قبل اجراء الانتخابات مما يسهم في تعديل وتغيير استراتيجياتهم أثناء حملتهم الانتخابية وفقا للمتغيرات العديدة التي تطرأ على الرأي العام، لذلك اتجه معظم المترشحين السياسيين الى استخدام وسائل الاتصال والإعلام الحديثة خاصة بعد الثورة الهائلة في هذا الصدد وتزايد اعداد مستخدميها بكثرة في الدول الديمقراطية أو التي تسير في طريقة تبني نهج الديمقراطية وخصوصا لدى فئة الشباب، ومن ذلك تدارك أغلب المترشحين هذا الامتياز فبدء بنقل ندواتهم ورسائلهم السياسية عبر الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي على الفايسبوك وتويتر.. الخ، وهو ما قلب الموازين بين النخب السياسية والجماهير مؤخرا حسب ما شهدته الانتخابات الرئاسية التونسية الاخيرة.

اهمية الموضوع: له اهمية كبيرة وذلك من خلال:

1- **الاهمية العلمية:** تكمن هذه الاهمية في

- ابراز دور وسائل الاعلام في التأثير على الرأي العام من خلال عملية الاتصال السياسي للمترشح السياسي.

- له أهمية كبيرة باعتبارها أحد المواضيع العصرية التي تأثر في العملية الانتخابية وحرية الرأي والتعبير.

2- **الاهمية العملية:** وتتمثل في

- زيادة الاهتمام بوسائل الإعلام في الأونة الاخيرة للانتخابات لما لها من دور في التواصل بين المترشح والناخبين.
- اظهار اهمية الدراسة من خلال تأثير وسائل الاعلام في تفعيل الاتصال السياسي للمترشح الرئاسي.

اهداف الدراسة:

- التعرف على اهم وسائل الاعلام المستخدمة في الحملات الانتخابية.
- التعرف على اهم الاستراتيجيات المعتمدة للتأثير على الراي العام والناخبين في معرفة دور وسائل الاعلام في التأثير على الانتخابات الرئاسية التونسية 2019.

اسباب اختيار الموضوع:

- 1- اسباب ذاتية: من خلال اطلاعنا على مختلف مواقع الانترنت جعلتنا نميل اهتماماتنا وميولاتنا في البحث في هذه المواضيع والدراسات التي تتماشى مع عصرنا الحالي..
- 2- اسباب موضوعية:
- سبب اختيارنا لهذا الموضوع باعتباره أحد الموضوعات العصر باعتبار ان وسائل الاعلام لها دور كبير في التأثير في الراي العام وتغير نهجه وتوجهاته في الانتخابات.

الدراسات السابقة:

- 1- دراسة سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره على المجتمع السعودي، دراسة حالة صادرة سنة 2016، دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الاعلام، المملكة العربية السعودية، تطرق الباحث خلال هذه الدراسة الى مستويات الاتصال السياسي والاتجاهات التقليدية والحديثة في تحديد وظائفه، الى انه لم يهتم بدور وسائل الاعلام في حرية التعبير وتوجيه الراي العام، وهو ما سوف تركز دراستنا على التأثير على الراي العام وتوجيهه بفعل استغلال وسائل الاعلام بمختلف انواعها التقليدية منها والحديثة.
- 2- دراسة احمد يونس محمد حمودة، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الاعلامية، تطرق الباحث خلال هذه الدراسة الى الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب وتوجيهه باعتباره جزء مهم من الراي العام بصفة عامة، بحيث ركزت الدراسة على دور وسائل الاعلام في توجيه الشباب وتنميته، إلا انها اغفلت هذه الدراسة الفئات الاخرى من المجتمع والتي هي كذلك تعتبر جزء من المجتمع ككل، وعليه فان دراستنا تركز على دور وسائل الاعلام وتأثيرها بمختلف انواعها التقليدية والحديثة على الراي العام بمختلف فئاته واشكاله .
- 3- دراسة نريمان ابراهيم شقورة، "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال الحديثة علنالتغير السياسي في المنطقة العربية 2011-2014"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، هدفت هذه الدراسة الى معرفة مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال في التغير السياسي بالنسبة للمجتمعات العربية لتوجيه الراي العام والجماهير في الاتجاه الصحيح نحو الديمقراطية التشاركية. في حين اغفلت هذه الدراسة وسائل الاعلام التقليدية مثل التلفاز وغيرها ودورها في عملية التغير، وعليه تطرقنا في بحثنا هذا الى الدور الكبير لوسائل الاعلام التقليدية وخاصة منها التلفزيون ممثلة في المناظرات التلفزيونية ودورها الكبير في حسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية.

اشكالية الدراسة:

اذ كانت لوسائل الاعلام القدرة على ترتيب اولويات الجماهير بمختلف انواعها، سواء كانت منها الجماهير النخبوية التي تتأثر بطبيعة الاعلام وتأثر فيه، او الجماهير العامة التي يسهل التأثير فيها خلال عملية المشاركة السياسية، فانالانتخابات الرئاسية التونسية من بين المناسبات السياسية التي لعبت فيها وسائل الاعلام دور محوري اثرت به على نتائجها،فإلى أي مدى ساهمت وسائل الاعلامالتونسية في توجيه الناخبين خلال الانتخابات الرئاسية التونسية 2019؟

التساؤلات الفرعية:

- 1- كيف تساهم وسائل الاعلام بمختلف انواعها في توجيه الرأي العام التونسي؟
- 2- ما هو الدور المحوري الذي يلعبه الاتصال السياسي لإعادة بناء العلاقة بين المترشح والمواطن؟
- 3- ما دورشبكات التواصل الاجتماعي في فوز قيس سعيد في الانتخابات الرئاسية التونسية؟
- 4- هل أثرتالمناظراتالتلفزيونية في حسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية؟

الفرضيات:

- 1- وسائل الاعلام لها قوة تأثير كبيرة في تغيير الرأي العام وتوجيهه.
- 2- للاتصال السياسي دور مهم في اعادة بناء وترميم العلاقة بين المترشح والمواطن.
- 3- ان الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي للمرشحلقيس سعيد في الانتخابات الرئاسية التونسية زادت من احتمالية الفوز لديه.
- 4- كان للمناظرات التلفزيونية أثر كبير في حسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية.

المنهج المتبع في الدراسة: تفرض هذه الدراسة اتباع المناهج التالية

- **المنهج الوصفي:** وهو ذلك المنهج الذي يهتم بدراسة وسرد الوقائع الراهنة من حيث خصائصها وعلاقتها والعوامل المؤثرة فيها، ولقد ساعدنا هذا المنهج في الوقوف على المفاهيم المتعددة وخصائص متغيري الدراسة.
- **منهج دراسة حالة:**وهو المنهج الذي يتجه الى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي وحدة فردية كانت او مؤسسة،يقوم على اساس التعمق والتفصيل في دراسة حالة معينة.
- **منهج تحليل المضمون:** وهو ذلك المنهج الذي ساعدنا على تحليل بعض الخطابات المتعلقة بالحملة الانتخابية وتحليل النتائج الانتخابات.

البناء الهيكلي للدراسة:

قسمنا هذه الدراسة الى فصلين، تناولنا في الفصل الاول الإطار المفاهيمي لوسائل الاعلام والاتصال السياسي بحيث قسمنا هذا الفصل الى ثلاث مباحث، فتطرقنا في المبحث الاول منه الى ماهية وسائل الاعلام بدء من تعريف وسائل الاعلام، الى نشأة وسائل الاعلام وتطورها، وانواع وسائل الاعلام واخير وظائف وسائل الاعلام والاتصال. اما في المبحث الثاني فتطرقنا الى التعريف بالاتصال السياسي، وذلك بذكر اهم عناصر الاتصال السياسي واهدافه، بالإضافة الى ذكر وظائف الاتصال ومستويات الاتصال السياسي. واخيرا في المبحث الثالث من الفصل الاول تم التطرق الى اهم نظريات الاتصال السياسي المؤثرة في وسائل الاعلام. اما الفصل الثاني فقد خصصناه الى دراسة حالة حول الانتخابات الرئاسية التونسية 2019، بحيث قسمنا هذا الفصل الى ثلاث مباحث. فتطرقنا في المبحث الاول الى تأثير ودور وسائل الاعلام القديمة والحديثة في توجيه الراي العام التونسي، اما في المبحث الثاني فتطرقنا الى دور المناظرات التلفزيونية في حسم نتائج الانتخابات التونسية، واخيرا في المبحث الثالث والاخير الى قراءة في نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية بمختلف ادوارها والدروس المستفادة من نتائج هذه الانتخابات الرئاسية.

الفصل الأول:
الإطار المفاهيمي لوسائل الإعلام
والاتصال السياسي

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الإعلام والاتصال السياسي

تمهيد:

مع بروز وسائل الإعلام وتأثيرها الكبير على الجماهير والمجتمعات في النصف الثاني من القرن العشرين احتل الاتصال السياسي مكانة معتبرة واصبحت هناك علاقة كبيرة تربط بين عناصر عملية الاتصال السياسي وابرز مكانة وسائل الإعلام كحلقة قوية في هذه العلاقة حيث لا يمكن تصور وجود فضاء سياسي في الوقت الراهن من دون وجود لوسائل الإعلام والمعاهد والمؤسسات والمعاهد الخاصة بسبر الآراء وقياس الجمهور، وبالتالي فان اغلب ممارسي العملية السياسية اصبح هدفهم هو كسب ود وتأيد وسائل الإعلام او الاتجاه الى تحييدها اذا كانت مغايرة لتوجهاتهم، ومن تم فان وسائل الإعلام تمتاز بقوة كبيرة في تغيير الممارسة السياسية في كثير من الدول خاصة الدول الديمقراطية المتقدمة عكس دول العالم الثالث التي تمارس ضغوطات كبيرة ومجحفة في حق وسائل الإعلام من اجل الرضوخ لها والسير على نهج الطبقة الحاكمة.

المبحث الاول: مفهوم وسائل الإعلام

لقد اصبح الواقع الاعلامي الذي تصنعه وسائل الاعلام يتغير في اتجاه التوسع الجماهيري من جهة، ومن جهة اخرى في اتجاه تجاوز الفاعل الاعلامي التقليدي (الصحافة -الراديو -التلفزيون) ليتداه الى اهمية الفاعل الالكتروني المعبر المباشر عن الرأي العام في وقتنا الحاضر، ولقد شهدت وسائل الاتصال تطورا تقنيا ساير التطور التكنولوجي الذي عرفته المجتمعات البشرية في كافة المجالات حتى بات من الضروري اعطاء الاهمية الكبرى لهذا الفاعل الاساسي في جميع مجالات الحياة والتي لا يمكن الاستغناء عنها في تنظيم حياتنا اليومية والاجتماعية، وهو ما نحاول التطرق اليه في مبحثنا هذا .

المطلب الاول: تعريف وسائل الإعلام

يعتبر الاعلام جانب من جوانب الاتصال الذي يعد من اوجه النشاط الانساني وهو عملية اجتماعية ونفسية يقوم من خلالها الافراد بنقل المعلومات والانباء والرسائل الشفوية والكتابية من خلال مجموعة من الرسائل بقصد التأثير في افكار الاخرين واتجاهاتهم وآرائهم وسلوكياتهم، فهو مرادف التأثير وقائم عليه من خلال التفاعل والمشاركة في الخبرات وهو ذو جانب انساني لأنه معني بنقل المشاعر والافكار والاحاسيس وترجمتها.

تعريف الاعلام: لغة

جاء على لسان العرب : علم وفقه، اي تعلم وتفقه، وورد في قاموس المحيط علمه كسمعه علما – بالكسر- بمعنى عرفه وعلم وهو في نفسه، ورجل عالم وعليم جمعها علماء، وعلمه العلم تعليما وعلماواعلمه اياه فتعلمه¹.

من الفعل اعلم او علم بالشيء اي شعر به ويقال استعلم لي خبر فلان واعلمنيه وعلم الامر وتعلمه اي اتقائه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته².

1 - كمال نقبيل، دور الاعلام في تحقيق التنمية السياسية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، (جامعة محمد بوضياف المسيلة: كلية العلوم السياسية والاعلام، 2014/2015)، ص 21.
2 - شيماء بلونيس، دور وسائل الاعلام والاتصال الجديدة في التغير السياسي، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية، (جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014/2015)، ص 10.

الإعلام اصطلاحاً: الإعلام information هو تلك العملية التي يترتب عنها نشر الاخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والمصلحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الراي، ويقوم الاعلام على التنوير والتثقيف، مستخدماً اسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي.¹ كما يعرف بانه: نشر الحقائق، الاخبار، الأفكار، الآراء بين الجماهير بوسائل الاعلام المختلفة كالصحافة الاذاعة، التلفزيون والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والاقناع وكسب التأييد.²

ويعرفه سمير حسين " على انه مجمل الاوجه النشاط الاتصالية الهادفة الى تزويد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق الواقعية الصحيحة قصد خلق اكبر درجة من المعرفة والوعي والادراك للفئات المتلقية للمادة الاعلامية حول كل القضايا والمعلومات والمشكلات المثارة"³.

التعريف اللغوي للوسيلة

الوسائل: جمع وسيلة

الوسيلة: المنزلة عند الملك والدرجة والقربة

والوسيلة ما يتقرب به الى الغير

التعريف الاعلامي للوسيلة:

تطلق الوسيلة في الدراسات الاعلامية على القناة التي تحمل الرسالة الى المتلقي وهي بهذا تشمل الوسائل المادية مثل الصحافة والاذاعة والتلفاز، والمجال الجوي ايضا وذلك باعتبار الوسيلة التي تحمل الموجات الصوتية خلال الاتصال الشفهي.

تعريف وسائل الاعلام:

ان وسائل الاعلام وجدت منذ وجود الانسان على وجه الارض ومرت بعد مراحل الى ان وصلت الى ما هي عليه الان في عصرنا الحديث الذي شهدت فيه وسائل الاعلام السيطرة الكبيرة للراي العام وتغيير ميولته واتجاهاته.

وحسب الموسوعة السياسية : تعتبر وسائل الاعلام والاتصال تعبير مقتبس من المصطلحات المتداولة في القاموس السياسي الإنجليزي-الأمريكي ويقصد به حسب المعنى الأصلي " جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من صحافة وسينما وراديو وكتب واعلانات، والتي تتوجه الى القطاعات الواسعة من الناس حيث تعتمد هذه الوسائل على تقنية إنتاجية متطورة تسمح لها ان تصل الى هؤلاء الناس دون أية عوائق.⁴ اذن فوسائل الاعلام توجد فيها:

- 1- وسائل الاعلام والاتصال التقليدية: وهي تلك الوسائل التي تضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.
- 2- وسائل الإعلام والاتصال الجديدة (الحديثة): فهي الوسائل التي تقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الأنترنت والهاتف النقال.

1 - كمال عابدين، تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه ل م د (جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2016/2017)، ص 27.

2- ابراهيم امام، الاعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1969)، ص 27-28.

3 - سمير محمد الحسين، الاعلام والاتصال بالجماهير والراي العام، (القاهرة: عالم الكتاب، 1984م)، ص 21.

4 - عبد الوهاب الكيالي، موسوعة السياسة، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1990)، ص 289.

"وتعرف وسائل الاعلام الحديثة: بأنها تلك الطرق الجديدة في الإعلام و الاتصال في البيئة الرقمية التي تسمح لمجموعة من الناس بإمكانية الانتقال و التجمع على الأنترنت، و تبادل المعلومات، و هي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسراع أصواتهم و أصوات مجتمعاتهم إلى العالم اجمع¹.

وظهرت وسائل الاعلام الجديدة او الحديثة كمصطلح واسع النطاق في الجزء الاخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الاعلام التقليدية مثل الافلام والصور والموسيقى والكلمة المنمقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والاعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية والتي احدثت تغير بنوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الاعلام.

والمقصود بوسائل الاعلام الجديدة ببساطة هي " وسائل الاعلام الرقمية والشبكية والتفاعلية" وذلك لتفريقها عن وسائل الاعلام التقليدية "المطبوعة و المسموعة والمرئية"². ومن هنا اخذت وسائل الاعلام جملة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي:

- ان وسائل الاعلام تكون غالبا ذات اتجاه واحد، فتكون هناك طرق سهلة او سريعة للمشاهد حتى يرد او يسأل عما يدور في ذهنه من اسئلة.
- وسائل الاعلام تتضمن قسطا كبير من الاختيار، حيث تختار الجمهور الذي تخاطبه وترغب في التأثير فيه.
- لوسائل الاعلام القدرة على تغطية مساحات كبيرة واسعة، ومخاطبة فئة واسعة من الافراد.
- وسائل الاعلام هي مؤسسة اجتماعية تستجيب الى البيئة التي تعمل بها بسبب التفاعل القائم بينها وبين المجتمع.
- تسعى وسائل الاعلام الى جذب أكبر عدد ممكن من الناس من خلال تغطية افتراضية يتجمع من حولها أكبر عدد من الجماهير.

هذا بالإضافة الى ان وسائل الاعلام الجديدة لها خصائص تميزها عن باقي وسائل الاعلام القديمة وهي:

- 1 - التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه أي تبادلية حيث يكون هناك حوار بين الطرفين.
- 3- التزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلا أو مرسلا.
- 4- المشاركة والانتشار: تتيح وسائل الإعلام والاتصال الجديدة لكل شخص يملك أدوات بسيطة ان يكون ناشرا بإرسال رسالته إلى الآخرين.
- 5- الحركة والمرونة: يمكن نقل هذه الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الأنترنت والهاتف الجوال، والهواتف الذكية، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.
- 6- الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
- 7- اندماج الوسائط: في وسائل الإعلام والاتصال الجديدة يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والصور المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد.
- 8- التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين و حفظ الرسائل الاتصالية و استرجاعها، كجزء من قدرات و خصائص وسيلة الاتصال بذاتها³.

1 - شيماء بلونيس، مرجع سابق، ص 11.

2 - نريمان ابراهيم شقورة، مرجع سابق، ص 16.

3 - شيماء بلونيس، مرجع سابق، ص 13-14.

وتهدف وسائل الاعلامالى اهداف عديدة اهمها:

- 1- تهدف وسائل الاعلام الى نشر الاخبار والمعلومات السياسية الداخلية والخارجية بالإضافة الى البيانات والمؤتمرات والصور والوثائق والرسائل والتحليلات.¹
- 2- ان وسائل الاعلام تساعد على رفع مستوى الوعي والثقافة لدى افراد المجتمع وتعزيز قدراته الابداعية.
- 3- تساعد وسائل الاعلام على نقل وتبادل الحضارات والثقافات بين الشعوب، والمساعدة كذلك على سرعة انتشار اللغات واللهجات المستخدمة في بلدان العالم.
- 4- تلعب وسائل الاعلام دور اساسي في تطور وتقدم الاوضاع الاجتماعية والاقتصادية في مختلف المجتمعات.
- 5- تساهم وسائل الاعلام في تقوية العلاقات الانسانية وتوطيدها عن طريق زيادة التماسك الاجتماعي بين افراد المجتمع.
- 6- توفير الرفاهية للفرد، من خلال تقديمها لمختلف البرامج المسلية والافلام والمسلسلات التي تقضي على اوقات الفراغ والملل، واعطاء المشاهدين والجمهور مختلف العلوم والارشادات والنصائح التي يحتاجها في حياته اليومية.
- 7- خدمة الناس من خلال الدعاية والاعلان وذلك بتوصيل أكبر عدد من المعلومات والحقائق وذلك لإتاحة الفرصة للتفاعل بين الافراد الناخبين والحكام لضمان التعبير عن آرائهم وافكارهم وايصالهم للسلطات
- 8- المحافظة على النظام السياسي السائد في المجتمع وتبني مخططه والدفاع عنه إذا اقتضى الامر.

المطلب الثاني: نشأة وتطور وسائل الاعلام

ان الانسان منذ ان وجد على سطح الارض، وهو في عملية اتصال مستمرة ومتطورة مع غيره من البشر من ناحية والبيئة المحيطة به من ناحية اخرى حيث ان المجتمعات الانسانية عرفت الاعلام منذ ان كانت تعيش في قبائل بدائية تسكن الكهوف، ويتقدم العصور لم يستطع الانسان الاستغناء عن الاعلام، بل ازدادت الحاجة اليه وخاصة في دور العبادة واماكن التجمعات الشيء الذي كان له الاثر البالغ الاهمية.²

فلقد مرت البشرية بمراحل متعددة من اكتشاف الكتابة الى الطباعة مروراً بالكهرباء الى الثورة الصناعية والثورة التكنولوجية وانتهاء الى ثورة المعلومات والاتصالات التي شهدت تطوراً مذهلاً في ميدان الاتصال المجتمعي الذي كان امتداداً لما احرزه الانسان من انتصارات في سبيل التغلب على ما يفصل بينه وبين اخيه الانسان من حواجز وهذه الثورة لها ابعادها التكنولوجية والاقتصادية والثقافية والاخلاقية التي غيرت ولازلت تغير العديد من جوانب البناء الاجتماعي للمجتمع المعاصر المتقدم منه والنامي وهو ما نتج عن هذه الثورة الجديدة عدد من الظواهر الاجتماعية والتكنولوجية كظاهرة العولمة وظاهرة الاقمار الصناعية والانترنت وغيرها، ويعبر "ماكلوهان" عن تحول انماط الاتصال في التاريخ فيقول ان الانسان انتقل من تعاقب وقائعه واحداثه من مجال التقاط الاتصال بحاستي الاذن والعين اي من الاتصال الشفوي الى مرحلة الاعتماد على حاسة العين "الاتصال المكتوب" ومن تم الى مرحلة العودة الى الاتصال الاول والثاني معاً، الاتصال التفاعلي باستخدام الشبكات المعلوماتية كالبريد الالكتروني والانترنت.³

1 - احمد بوعون، وسائل الاعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي دراسة وصفية نقدية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 23، ديسمبر 2016، ص 107.

2 - محمد جودت ناصر، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة (عمان: دار مجدلاوي، ط 01، 1998)، ص 15.

3 - هبة فتوح، مرجع سابق، ص 03.

لقد اخترع التليغراف عام 1832م ثم بدا عصر اللاسلكي واكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية عام 1873 بتأسيس شركة "ماركوني" التي جعلت الاتصال اللاسلكي حقيقة علمية ووسيلة تجارية في نفس الوقت عام 1896 وبصورة أكثر واقعية فان عصر وسائل الاعلام قد بدا في مستهل القرن العشرين بظهور وانتشار الراديو والتليفزيون بين عدد كبير من الناس ومن تم بدأت وسائل الاعلام في مرحلة الانتقال العظيم حي وصلت الى ما هي عليه الان من خلال الجمع بين الصورة والحركة والصوت مما جعلها تستقطب الجماهير الغفيرة من كل فئات المجتمع وبذلك تترك اثر بالغ في نفوسهم¹.

وتشمل وسائل الاعلام او ما نسميها "وسائط الاتصال" اشكالا مختلفة ومتراكمة تاريخيا فعلى الرغم من ان الحديث عن الوسائط لم يبدأ الى في عشرينيات القرن العشرين، الا ان الاهتمام بتلك الوسائط كان اقدم من ذلك بكثير بداية من البلاغة الذي مارس اليونانيين والرومان القدماء الاتصال الشفاهي والبصري وغيرها حتى وصلت البشرية الى ما يسمى بعصر الصحافة عصر الاذاعة والتلفزيون.

والأن يعتبر الاعلام متعدد الوسائط "Multimédia" هو عنوان الثورة الاعلامية التي نشهدها في العصر الحالي الذي يمزج بين مختلف انواع الاعلام والتكنولوجيا، اذ نجد في هاته الفترة يمزج بين مختلف الاعلام والتكنولوجيا فنجد الصورة والصوت والرسم والعمارة والنص الادبي والمهارة اللغوية والتقنيات التكنولوجية والبيث الرقمي واستخدام الكمبيوتر والانترنت، كل ذلك يتحالف معا لإنتاج اعلام بالغ التعقيد والكثافة والابهار².

المطلب الثالث: انواع وسائل الاعلام ووظائفها³

اولا: انواع وسائل الاعلام

يشير محمد عبد الحميد الى ان هناك عددا كبيرا وكثير من وسائل الاعلام والاتصال، ووسائل عملية، ووسائل مسموعة، ووسائل مقروءة، وابرزها، التلفزيون، الاذاعة، القنوات الفضائية، البرامج، اللقاءات، الندوات، نشرات الاخبار، الفيلم السينمائي، المسلسل التلفزيوني، الاغنية، الكاريكاتير، الصحافة وانواعها، دور الطباعة والنشر، الدوريات، الكتب المؤسسات الاعلامية، الشركات الاعلامية الكبرى القطاع الخاص، مؤسسات الدعاية السياسية، مؤسسات الدعاية التجارية، ووسائل الاعلام الالكتروني والانترنت، وتستخدم حسب متطلبات الموقف السياسي والعسكري والاعلامي والحدث المفروض تغطيته وايصاله للمتلقي وسوف نتطرق الى انواع وسائل الاعلام والتي يمكن تقسيمها الى نوعين وسائل اعلام تقليدية ووسائل اعلام حديثة والتي نذكرها كالتالي:

1- وسائل الاعلام التقليدية وتتكون من:

1-1 وسائل الاعلام المرئية وتضم كل من:

أ- **التلفزيون:** وله دور حيوي في مجالات الاعلام والاتصال الجماهيري لما يملكه من حاستي السمع والبصر في ابهار المشاهد (المتلقي)، لذا يمكن ان يستمر التلفزيون لتقديم المعلومات وافكار والسلوكيات المرغوب ايصالها للمتلقي، كما انه يتجاوز البعدين المكاني والزماني اي التحكم في وقت البيث، ويعرض التلفزيون الافلام وقد يكون منه الوثائقي، التربوي، الاخباري، السينمائي، المسلسل التلفزيوني وهذا من اجل ايصال رسالة معينة للمستقبل.

ب- **دور العرض السينمائي:** وتشمل كل دور وصالات العرض للأعمال السينمائية.

ج- **المسرح:** وهو الموقع او المكان الذي يجري اعداده لتقديم العروض المسرحية، وغالبا ما تحاول دور العرض المسرحي ان تعالج عبر مسرحياتها المتغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية.

1 - محمد جودت ناصر، مرجع سابق، ص16.

2 - هبة فتوح، مرجع سبق ذكره، ص04.

3- عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق. ص 168-170.

ح- **المعرض:** هو عبارة عن موقع مكاني خاص يعرض من خلاله مختلف الانتاج المتعلق بموضوع المعرض واهدافه واشكاله بطريقة منتظمة ومتوازنة، وتتلخص اهداف اقامة المعارض في نشر وتبادل المعلومات والتعريف بالمنتج سواء للتسويق او للتعريف او لخلق انطباع معين لدى الجمهور، اكتشاف مواهب والقدرات وتنميتها.

2-1- وسائل الاعلام المسموعة وتضم ما يلي:

أ- **الاذاعة:** وهي الانتشار المنظم الموجه بواسطة جهاز الراديو، للمواد الاخبارية والثقافية والتعليمية، وتتبع اهمية الاذاعة من عدة خصائص منها سرعة الانتشار وقدرتها على الجذب واستطاعتها تخطي حواجز المستمع اضافة الى تخطي حواجز المستمع اضافة الى تخطيها الحدود الجغرافية والسياسية.

ب- **الندوات العلمية والمحاضرات** تستخدم لمعالجة موضوع معين او حالة ظرفية او مزمنة او حدث طارئ وفق سياق المناقشة.

ت- **الاعلان:** الاعلانات التجارية وسيلة تسويقية للخدمات والسلع من اجل احداث اثار محددة تتخذ شكل معاني ومفاهيم يقتنع بها المتلقي وتكون سلوكا في حياته.

ث- **الهاتف والفاكس:** ويعد من أسرع الوسائل الحالية في وقتنا هذا الثابتة منها والمحمولة لنقل المعلومة والخبر.

3-1- وسائل الاعلام المقروءة:

أ- **الكتاب:** رغم انتشار وسائل الاعلام بمختلف اشكالها المتنوعة وتطورها الا ان الكتاب سيظل الاكثر استخداما في حفظ ونقل المعارف والعلوم والمفاهيم والقيم.

ب- **القصة والروايات المسرحية:** ينوه عنها في الاذاعة والتلفزيون والحملات الاعلانية، وتتناول موضوعات لا حصر لها.

ت- **الصحيفة:** وهي النافذة التي يرى الفرد منها العالم وما يدور حوله، وتعد الصحيفة وسيلة مهمة للتحقيق العلمي وتطوير المهارة من خلال تعلم فنون العمل الاعلامي، الخبر، التحقيق، الحوار الصحفي.

ث- **المجلة:** مطبوع مغلف يصدر بشكل دوري، طويل او قصير، ويحتوي على مادة مقروءة متنوعة مدعومة بالصور عادة، وهناك عدة مصطلحات تستعمل جميعها في وصف المجلة.

ج- **الدوريات:** تمثل حلقة اتصال مهمة بين افراد المجتمع بكل طبقاته، وتتميز بأحداثه، وسهولة الحصول عليها.

ح- **اللافتة:** وتعتمد اللافتات على الحملة المعبرة الواضحة، وعادة ما تستعمل في عمليات الارشاد والتوجيه كان تشير اللافتة الى مكان او مناسبة ما.

خ- **الملصق:** تضل من الوسائل الاعلامية الفعالة، ومن اهم شروط نجاح الملصق وضوح الهدف وبساطة المضمون، الاتزان والانسجام بين محتويات الملصق.

د- **المطوية:** تتميز المطويات بسهولة حملها وتوزيعها، اضافة الى امكانية طباعة كمية كبيرة منها بأرخص الاسعار وعادة ما تركز المطوية على موضوع واحد فقط وتتناوله شرحا وتحليلا وبأسلوب مبسط ومفهوم للمستهدفين، وتعد المطوية من أفضل وسائل الاعلام في المناسبات العامة.

2- وسائل الاعلام الحديثة وتتمثل في:¹

أ- **الحاسب الالى:** بدا الاهتمام بالحاسوب الالى في نهاية الاربعينات من القرن العشرين الماضي، في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية ونتيجة لثورة المعلومات ونمو صناعة الحواسيب أصبح الحاسب الالى اهم اداة تساعد في بلورة وسائل الاعلام للقيام بمهامها.

¹ رشيدة عزيزي، علية قطيش، الاتصال السياسي واثره على المشاركة الانتخابية في الجزائر 2014/2017، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، (جامعة ادرار، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2018/2017)، ص 35.

ب- **الانترنت:** تعتبر شبكة الانترنت بانها ذلك الفضاء المفتوح للاتصال اذ يمكن لأي شخص او جماعة ان تبني له موقعا على شبكة الانترنت، او الانضمام الى احدى الجماعات والمنظمات الافتراضية الموجودة كثيرا في شبكة الانترنت ، وعليه تعتبر الانترنت منبرا اتصالي اخر للفرد للتعبير عن آرائه وتوجهاته، فهي قناة تربط بين الافراد والسلطات السياسية في عملية الاتصال السياسي، حيث تسمح بتدفق المعلومات، اي بصورة تفاعلية تبادلية ، وعلى النقيض من ذلك فان الوسيط الالكتروني الجديد الانترنت يمكن للأفراد من اقامة علاقات مباشرة مع المحكومين، والاتصال بهم مباشرة وبصورة انية عن طريق المواقع الالكترونية ومختلف انماط الاتصال الاخرى المتاحة في الشبكة والمخصصة لتبادل المعلومات والآراء بين السلطة السياسية والجمهور¹.

ج- **وسائط التواصل الاجتماعي:** وتعتبر هي احدث ادوات الاعلام الجديد واكثرها استخداما وتأثيرا لذا وجب استخدامها واستغلالها بطريقة احترافية وذكية ومبنية على اسباب دخول الناس اليها واستخدامها من اجل توصيل الرسالة الاعلامية او الاعلانية اي كانت بطرق حديثة تتناسب مع تبني خطط استراتيجية تتماشى مع اهداف كل من يود استخدامها سواء من طرف الحكومات او الاشخاص او القطاع الحكومي او القطاع الخاص².

وتعرف وسائط التواصل الاجتماعي او شبكات الاعلام الاجتماعي بانها: "مواقع او تطبيقات اخرى مخصصة للإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات وتطبيقات ورسائل وصور وغيرها"³ وتتكون شبكات التواصل الاجتماعي من :

- 1- **الفاسبوك Facebook:** وهو موقع الكتروني للشبكة الاجتماعية يساعد الناس على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم واصدقاء العمل بفعالية اكثر عبر الانترنت بحيث ينشئ المستخدم (Profile) لهم يتضمن غالبا صور واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة وتكوين مجموعات من الاصدقاء ويمكن لأي شخص الدخول الى موقع الفاسبوك والتفاعل مع الاشخاص الذين يعرفهم ويثق بهم او التعرف الى اشخاص جدد يستطيع بموافقتهم التعرف على ما يسمحون له من معلومات تتعلق بهم وبأصدقائهم⁴.
- 2- **يوتيوب You Tube:** لقد اطلق هذا الموقع رسميا في نوفمبر 2005 من طرف شركة جوجل ، وفكرته تأسيس موقع للتبادل لقطات الفيديو على ان يكون الموقع سهلا الاستخدام وسهل التحميل ، كما لا يقتصر على مجرد ارفاق الملفات المرئية بل يمكن وبسهولة انشاء قنوات خاصة تبتث من خلالها مئات الملفات بشكل يومي، وفي عام 2010 قامت شركة جوجل المالكة لليوتيوب بإعادة تصميم الصفحة الرئيسية للموقع ، ليتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الافلام ، والتلفزيون ومقاطع الموسيقى، والاعلام والمعلومات العامة، ويستخدم اليوتيوب في التعليم والترفيه والإعلانات⁵.
- 3- **التويتير Twitter:** هو احدى شبكات التواصل الاجتماعي، واخذ اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني التغريد، اتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة، وقد انتشر في السنوات الاخيرة بشكل كبيرة خاصة

1 - يامين بودهان، وسائل الاتصال وعلاقتها بعملية الاتصال السياسي، مجلة الإذاعات العربية، ص82.

2 - عبد الحليم موسى يعقوب، الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية، (الأردن: الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، 2014)، ص11.

3 - خالد غسان يوسف مقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، (عمان: دار النفائس، الطبعة الأولى، 2013)، ص24.

4 - مسعودة عرفة ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017، مذكرة ماستر غير منشورة، (جامعة ورقلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2017-2018)، ص19.

5- عرفة مسعودة، مرجع سابق، ص24.

في الاحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة الشرق الاوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الاخيرة ثلاثة مواقع رئيسية لعبت دورا مهما جدا فيما يسمى بثورات الربيع العربي.

4- الانستغرام Instagram : هو ذلك النظام المتاح لتبادل الصور والتعليقات و الذي يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها او تسجيل الاعجاب، بحيث كانت بدايته عام 2010م، حينما توصل الى تطبيق يعمل على النقاط الصور واطافة فلتر رقمي اليها وارسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.¹

ثانيا: وظائف وسائل الإعلام والاتصال:

تتعدد وظائف وسائل الإعلام والاتصال حسب الهدف المراد من خلاله إيصال الرسالة أو المعلومة أو حسب نوعية الأثر الذي تسعى لتحقيقه، أو حسب الظروف البيئية والدولية، فوظائف وسائل الإعلام الاتصال التقليدية والحديثة تعتبر ذات ماهية واحدة لكن تختلف في جزئياته من تقليدية وجديدة حسب درجة التطور السائدة، فيمكن ان نحدد وظائف وسائل الإعلام والاتصال القديمة منها والجديدة في النقاط التالية:

- 1- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتهامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي.
- 2- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنتشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها
- 3- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا و الأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الأنترنت.²
- 4- غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية، التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتعبئة الثقافية.
- 5- تقديم المعلومات المتعددة و المتنوعة التي تتميز بالضخامة بشك غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، و أهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.³
- 6- نجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في مجال التعليم، فحققت دول العالم تقدماً ملموساً لاستفادة من شبكة الأنترنت في تقييم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي.
- 7- تحقق وسائل الإعلام وظيفة التسويق والإعلان هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً إلى اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويه هذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة.
- 8- تحقيق وظيفة الترفيهية والترفيه من خلال مختلف المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الأنترنت التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية الأخرى من إذاعة وتلفزيون التي تسهم في تحقيق وظيفة الترفيه لتلبية حاجيات الجمهور بمختلف أنواعها.⁴

¹- مسعودة عرفة، مرجع سابق، ص25.

²- مجد هاشم الهاشمي، الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، (الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006)، ص45.

³- هبة فتوح، مرجع سبق ذكره، ص20.

⁴- مسعودة عرفة، مرجع سابق، ص26

المبحث الثاني: مفهوم الاتصال السياسي.

يعتبر الاتصال السياسي واحداً من الحقول الأكاديمية والمعرفية التي باتت تستقطب اهتمام المفكرين والباحثين في مختلف دول العالم في السنوات الأخيرة نظراً للدور الذي يلعبه هذا النوع من الاتصال في البيئة السياسية ولأن الاتصال السياسي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بوسائل الإعلام بمختلف أنواعها، فإن التطورات التي عرفتتها هذه الوسائل نتيجة للثورة الرقمية التكنولوجية وعلى رأسها الإنترنت جعلته يخضع لمجموعة من المتغيرات سواء على المستوى المعرفي أو المستوى الممارساتي.

المطلب الأول: تعريف الاتصال السياسي

قبل التطرق إلى ماهية الاتصال السياسي لا بد من التعريف بكلمة الاتصال أولاً
ان كلمة اتصال واسعة الانتشار وكثيرة الاستخدام في الحياة اليومية، وهي ذات معاني عديدة ومختلفة
الاتصال لغة:

اتصل الشيء أي لم يتقطع، اتصل بفلان بمعنى بلغه وانتهى إليه.¹

تعريف الاتصال

إذا كان الاتصال "كعلم" حديث نسبياً، إلا أنه كنشاط من أقدم أنشطة الإنسان، ولقد حاول الكثيرون صياغة تعريف للاتصال، بعضهم نظر إليه كمفهوم ضيق يقوم على نقل رسالة من مصدر إلى متلقي، والبعض الآخر حاول أن يحدد المجالات المختلفة للاتصال، وما يحدث داخلها من تفاعل، وذلك في نظره أوسع على مفهوم الاتصال.

وعلى ذلك فقد تعددت تعريفات الاتصال، واختلفت هذه التعريفات طبقاً لتعدد وجهات النظر التي تناولته، وطبقاً لتخصص صاحب التعريف.

المصطلح الأجنبي للاتصال:

الاتصال ترجمة للمصطلح الإنجليزي communication وهو مشتق من الكلمة اللاتينية communis والتي تعني الشيء الشائع أو المشترك.

من هنا فهناك شبه اتفاق بين كل علماء الاتصال وباحثيه على وجود صفة الذبوع والشبوع والانتشار في عملية الاتصال خاصة الجماهيري منه، ومن التعريفات التي تدور في هذا المجال: يذكر "إبراهيم إمام" أن كلمة اتصال communication تمتاز بالتعبير عن الغرضية والتفاعل معاً، بمعنى أنها تتطوي على معنى القصد والتدبير، وكذلك تعني التفاعل أو المشاركة. كما يعرف "Omax" "الاتصال بأنه تبادل الأفراد للمعلومات، أي عندما يدرك بعضهم بعضاً، وعندما يتبادلون الرسائل فيما بينهم، عندما يكون هؤلاء الأفراد على وعي مباشر أو غير مباشر بوجود الآخرين.²

تعريف الاتصال السياسي

للاتصال السياسي عدة تعريفات منها.³

1- **تعريف ميدو:** الاتصال السياسي هو " الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه "

2- **تعريف تشافي:** الاتصال السياسي هو: " أثر الاتصال ووظيفته في العملية السياسية".⁴

1 - معجم مجاني للطلاب، (بيروت، دار المجاني، 2001)، ص 1028.

2 - محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظرية التأثير، <https://urukpace.wordpress.com>، في 30-03-2020.

3 - محمد بن سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، (السعودية، مكتبة العبيكان، الطبعة الإلكترونية الثانية، 2008)، ص 15.

4 جبار علاوي، الاتصال السياسي، (الأردن، دار أمجد للنشر والتوزيع الطبعة العربية، 2015) ص 160

تعريف الاتصال السياسي: هو النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة.¹

ومضمون الاتصال السياسي هو النشاط الذي يحدث في البيئة السياسية سواء كان متعلقا بأعمال الحكومة ، و أساليب ممارستها للسلطة داخل حدود الدولة أو خارجها ، وهو ما يعكسه نشاط الساسة الذين يتخذون من وسائل الاتصال منابر لإيصال صوت السلطة إلى الشعب أو نشاط الإعلاميين الذين يشاركون السلطة صناعة القرار والمشاركة في العملية السياسية ، أو من خلال وظيفة مراقبة الحكومة ومتابعة نشاطات رجالها، وغالبا ما يلجأ هؤلاء (الساسة والإعلاميون) إلى وسائل الاتصال الجماهيرية لتحقيق أهدافهم الاتصالية.²

ويتكون الاتصال السياسي من عدة عناصر:

هناك أربع عناصر أساسية تتمثل في المرسل، الرسالة، الوسيلة والمتلقي أما العناصر الأخرى فترتبط بقياس أثر العملية الاتصالية كعملية اجتماعية وتغذية عكسية أو رجوع صدى أو تفاعل.³

1- **المرسل :** هو شخص أو مجموعة أشخاص وقد يكون الهيئة أو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكل معين ، وهو الذي تصدر عنه الرسالة الاتصالية بمحتوياتها المختلفة، ويمكن للمرسل استخدام إشارات أو مفردات لغوية ، كلمات أو صور أو تعابير الوجه لتمكين المستقبل المقصود من فهم الهدف والمعنى المطلوب في الرسالة.⁴

ويتعين على القائم بالعملية الاتصالية التمتع بالمصداقية وكسب الثقة من قبل المستقبل، والمرسل يقوم بوظيفتين هما:

أ – تحديد الفكرة أو المهارة مما يرغب في توجيه لمن يتعامل معهم، ثم دراسة هذه الفكرة، وجمع المعلومات المناسبة عنها، وتنظيمها، وتحديد واختيار الأسلوب أو الوسيلة المناسبة.

ب – القيان بشرح وتوضيح الفكرة لمن هم في حاجة إليهم عن طريق اللغة أو الوسيلة التي اختارها.⁵

2- **الرسالة:** وهي أساس عملية الاتصال كلها وتعتمد على مجموعة من الرموز المحددة والرسالة هي جوهر عملية الاتصال فبدون الرسالة سواء كانت المكتوبة أو غير المكتوبة لا يكون هناك اتصال، ويجب أن تكون الرسالة واضحة من حيث الهدف، ومن حيث استخدام الرموز والمصطلحات حتى لا تحتمل تفسيرات مختلفة، ويجب أن تكون لغة الرسالة سليمة.

3- **الوسيلة أو القناة: وهي الوسيلة أو الوسيلة المادية لتوصيل الرموز التي تحتويها الرسالة، وهي القناة التي تنقل من خلالها رسالة ما من مصدر إلى مستقبل، وتتعدد هذه الرسائل في عملية الاتصال بالجماهير، ويتوقف استخدام كل وسيلة ما على عدة متغيرات أهمها طبيعة الفكرة المطروحة، والهدف المقصود، والوقت وخصائص الجمهور المستهدف.**

توجد أنواع متعددة من القنوات يمكن ان نذكر منها:

- **القناة اللفظية:** يتم من خلالها نقل المعاني في رموز صوتية مباشرة.
- **القناة الكتابية:** يتم فيها نقل المعلومات كتابة.
- **القناة التقنية:** الهاتف بنوعيه، التلفزيون، الراديو، الانترنت الخ.

¹ جبار علاوي، نفس المرجع، ص161

² محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 19.

³ ثروت مكي: الاعلام والسياسة ووسائل الاتصال والمشاركة السياسية، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2005) ص23.

⁴ محمد بهجت كاشك: الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث 1993)، ص14.

⁵ فاطمة الزهراء منصور: دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة ماستر في العلوم السياسية غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، (2014/2013)، ص18.

■ القناة التصويرية: الملصقات، لوحات الإعلان.¹

4- **المستقبل (المتلقي):** هو الذي يستقبل الرسالة من المرسل بالشكل الذي تم استهدافه من قبل المرسل، وحتى يتم ذلك لابد من أن يكون المستقبل على استعداد تام لقبول الرسالة وتفسيرها تبعاً لإطارها الدلالي وحسب خبراته السابقة.

يتأثر سلوك المتلقي بعدة عوامل أهمها:

أ – المستوى التعليمي وميولات الافراد المتلقين.

ب – عامل السن.

ج – الطبقة الاجتماعية والمستوى الاقتصادي (اللامبالاة: قد لا يتفاعل الجمهور مع الرسالة).

5- **(التأثير) التفاعل):** التفاعل مسألة نسبية شخص واخر، وغالبا ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية بطيئا وليس فوريا، وقد يكون تأثير الرسالة مؤقتا، والتأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل.

تتم عملية التأثير على خطوتين: اولها – تغيير التفكير وثانيها – تغيير السلوك²

6- **التغذية الرجعية:** تعرف باسم التغذية العكسية "feedback"، وهي العملية التي من خلالها يدرك القائم على الاتصال نمط استجابة المتلقي لرسائله، وتعتبر الوسيلة هي العنصر الحاسم في تحقيق رجوع الصدى من الجمهور، وتختلف التغذية العكسية في عملية الاتصال الجماهيري عنه في الاتصال المباشر، ففي حالة الاتصال المباشر تكون بسيطة ومباشرة بحيث يمكن للقائم بالاتصال أن يدرك أثر رسالته، أما في الاتصال الجماهيري فتستغرق التغذية العكسية وقتا أطول ليدرك القائم بالاتصال أثرها، وكلما زاد حجم رجوع الصدى زاد فهم المتلقي للرسالة.³

المطلب الثاني: مستويات ووظائف الاتصال السياسي:

اولا: مستويات الاتصال السياسي:

حظي تقسيم مستويات الاتصال السياسي باهتمام بحثي يركز على طبيعة الوظائف التي يقوم بها كل مستوى من هذه المستويات.

1- مستويات الاتصال حسب عدد المشاركين:

1-1 **الاتصال الذاتي:** وهو عملية شخصية بحتة يقصد بها اتصال الفرد مع نفسه، ورغم أن المستوى الاتصالي يمثل المستوى الأقل في تصنيفات الاتصال.⁴

2-1-الاتصال الشخصي:

وهي العملية الاتصالية التي يتبادل خلالها شخصان أو أكثر رسائل شفوية وجسدية، تساهم في استحداث وبناء علاقات فيما بينهما وتتميز العلاقات في الاتصال الشخصي بانها تقوم على جوانب عديدة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها.⁵

3-1الاتصال الجمعي:

يحتل هذا النوع من الاتصال مكانا وسطا بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، ويتميز الاتصال الجمعي بالتفاعل بين أعضائه، ووحدة الاهتمام والمصلحة وارتفاع مستوى الوعي بين أفرادها، ويمتلك هذا

¹ ثروت مكي، مرجع سابق، ص25.

² فاطمة الزهراء منصور، مرجع سابق، ص26.

³ نفس المرجع، ص 26.

⁴ سعد بن سعود، الاتصال السياسي في وسائل الاعلام وتأثيره على المجتمع السعودي (المملكة العربية السعودية: جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، 2006)، ص48.

⁵ سعد بن سعود: مرجع سابق ص48.

النوع من الاتصال بحض خصائص الاتصال المواجه بقلة عدد المتلقين للرسالة، فقد يكون شخصا واحداً، وتكون الرسالة ذات طابع خاص، والمشاركون فيها عادة ذوو ثقافة مشتركة ومرتبون باتصال شخصي.¹

1-4 الاتصال الجماهيري:

يقصد به الاتصال الذي يتم واسطة وسائل الاعلام الجماهيرية، ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل في آن واحد وبسرعة فائقة الى جمهور عريض غير معروف لدى القائم بالاتصال من المتقنين المنتشرين متبايني الاتجاهات والمستويات.²

2- مستويات الاتصال السياسي من حيث اتجاه الرسالة:

1-2 الاتصال الصاعد: وفي هذا المستوى تتجه الرسائل الإعلامية من المستويات الأدنى الى المستويات الأعلى حسب طبيعة التنظيم السياسي في المجتمع، ويوفر هذا المستوى من الاتصال الكثير من المعلومات الضرورية وغير الضرورية للمستويات.³

2-2 الاتصال الهابط:

وهو اتصال من اعلى الى اسفل كالاتصال من مستوى سياسي أعلى الى مستوى سياسي أدنى، ويعد هذا النوع من الاتصال الأكثر شيوعاً، ويتم من خلاله نقل القرارات الرسمية والتوجيهات والاخبار والمعلومات من صانعي السياسة الرئيسيين الى مرؤوسيه.⁴

2-3 الاتصال الأفقي:

ويكون هذا الاتصال بين المستويات السياسية التي تقع في نفس المستوى، فالاتصال بين وزراء الحكومة هو اتصال أفقي، والاتصال الشخصي بين أفراد الجمهور هو اتصال أفقي كذلك ويهدف الاتصال الأفقي الى التعاون والتنسيق وتبادل الاخبار والمعلومات والأفكار حول مختلف الموضوعات السياسية.

3- مستويات الاتصال السياسي حسب رسمية القنوات

1-3 قنوات الاتصال الرسمية: يتم الاتصال الرسمي عادة في إطار تنظيم معين، ويسير وفق أساليب وإجراءات وقواعد رسمية محددة وموثقة ورسمية، وتسير عادة المعلومات على المستوى الاتصالي الرسمي للسلطات والاختصاصات والوظائف العامة للنظام السياسي، كما يمكن أن يسير الاتصال السياسي من اعلى الى أسفل، او من اسفل الى اعلى، أو بشكل أفقي.⁵

2-3 قنوات الاتصال غير الرسمية:

الاتصال غير الرسمي لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين سياسية ومثبته ورسمية كما هو الحال في الاتصال الرسمي، ويتم غالباً عبر قنوات خارجة عن القنوات الرسمية ومن خلال مستويات اجتماعية وسياسية مختلفة، متخطياً بذلك خطوط السلطة السياسية.⁶

ثانياً: وظائف الاتصال السياسي

وتوجد هناك عدة وظائف أساسية وهي:

1- الوظيفة الإخبارية

وهي تعد من أكثر الوظائف السياسية تأثيراً في المجتمع والنظام السياسي، فهي الوظيفة الأولى التي من أجلها بدأت محاولات الاتصال الجماهيري باستخدام النشر والبرث على نطاق واسع حتى وصلت إلى عصر

1- سعد بن سعود، مرجع سابق، ص49.

2- حبيب ركان واخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، (الرياض: مكتبة دار زهران، 2001)، ص79.

3- جعفر بن صالح، الاتصال السياسي في الجزائر، المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الشعب والخبر نموذجاً - مذكرة ماجستير- (الجزائر: كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية جامعة وهران، 2013)، ص30.

4- نفس المرجع، ص31.

5- جعفر بن صالح، مرجع سابق، ص31.

6- سعد بن سعود، مرجع سابق، ص56.

الثورات المتتالية في عالم الاتصال، فهي تشبع الحاجات الفطرية للإنسان وذلك في معرفة ما يحدث حوله من أحداث سياسية واقتصادية واجتماعية وغيرها، بحيث تهدف إلى نشر الأخبار والمعلومات السياسية الداخلية والخارجية بالإضافة إلى البيانات والمؤتمرات والصور والوثائق وغيرها من أجل فهم الظروف المجتمعية والقومية والدولية والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة.

2- التنشئة السياسية

وهي عملية تنموية يتم من خلالها اكتساب المعرفة وتكوين المواقف والقيم وتشكيل الثقافة السياسية والمحافظة عليها أو تغييرها بواسطة وسائل الاتصال السياسي (التلفاز، الراديو الإنترنت)، وهذه العملية تستمر عبر مراحل حياة الإنسان من الطفولة وحتى الشيخوخة، حيث يعي من خلالها الفرد خصائص المجتمع والاتجاهات والأفكار السياسية السائدة على المستوى الداخلي والخارجي، وهذا بدوره يؤدي إلى نوع من التكيف الضروري مع النظام السياسي.¹

3- التسويق السياسي

وهو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية، حيث يتم استخدام مبادئ وطرق ونظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية وذلك بواسطة مؤسسات أو أشخاص متخصصين، وهذه الطرق تشمل التحليل والتطوير والتنفيذ وإدارة الحملات الاستراتيجية التي يقوم بها المرشحون أو الأحزاب السياسية أو المسؤولون في السلطة أو جماعات الضغط أو المصالح، والتي تحاول فيها قيادة الرأي العام نشر أفكارها الخاصة أو الفوز بالانتخابات أو تمرير بعض القرارات والقوانين التي تهم مصالحهم أو احتياجات فئة من المجتمع، ومن هنا يتضح أن التسويق السياسي هو إنتاج المعلومات في السياسة وشؤونها باستخدام مصطلحات واتجاهات مستقاة من نظريات ومفاهيم التسويق التجاري.²

4- التأثير في اتجاهات الرأي العام

بسبب انتشار وسائل الاتصال المختلفة في المجتمعات الحديثة، فقد أصبح لها أهمية وتأثير كبير في تشكيل الرأي العام وتزويده بغالبية المعلومات التي من خلالها يطلع على الشؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية، بالإضافة إلى دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل، وعن طريقها يتم بناء الحقيقة السياسية.³

5- الرقابة على الحكومة

تقوم وسائل الاتصال بدور الحارس اليقظ ضد إساءات استخدام السلطة الرسمية وكمراقب لمصالح المجتمع وصيانتها من الفساد والمخالفات، ويكون ذلك من خلال مراقبة السلطة عن طريق مراقبة المؤسسات والقضايا والأحداث والآراء وتسليط الضوء على بعضها وتقويم أداء الحكومة وترويج مبدأ الحق في المعرفة، وهذا التركيز يلفت انتباه السياسيين لها، كما تعمل هذه الوسائل على مراقبة الأفراد، وهي بذلك تعلمهم بالأحداث الجارية والأنشطة السياسية وتشبع احتياجاتهم الشخصية وتحد من القلق لديهم.

6- المساعدة في صنع القرارات

وهي أهم العمليات السياسية، وقد أثبتت الدراسات أن التأثير الكبير لوسائل الإعلام على القرارات السياسية يكمن في:

- أ- إن وسائل الإعلام تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار.
- ب- صانع القرار يعتبرها هامة لأنه ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته.

¹ العربي بوعمامة، محمد مساهل، الاتصال السياسي في ظل الوسائط الجديدة في تجدد المفاهيم والوظائف مقارنة معرفية، مجلة التراث، المجلد الأول، العدد 29، ديسمبر 2018، ص 723

² - سعد بن سعود، مرجع سابق، ص 72-75.

³ - جعفر بن صالح، مرجع سبق ذكره، ص 44

وتتخذ القرارات أشكالاً مختلفة ومتعددة وذلك بحسب اختلاف طبيعة النظام السياسي السائد في كل مجتمع، فهي قد تكون هامة وتؤثر في محتوى سياسة عامة أو تكون قرارات روتينية تتعلق بسن قوانين أو قرارات تنفيذية خاصة بالحكومة.

7- دعم مشروعية النظام السياسي

تعمل وسائل الاتصال كأداة من أدوات الشرعية الاجتماعية، حيث تعمل على منح الوضع الشرعي للأشخاص والمنظمات، كما أنها تعيد تأكيد مستويات القيم المطلقة والمعتقدات الاجتماعية، وهي بهذا تدعم الوضع السياسي والاجتماعي القائم وتعمل على تقوية العاطفة تجاه النظام السياسي والتي بدورها تضمن شرعية الحكومات وتدعمها.¹

المطلب الثالث: تاريخ المناظرات السياسية.

علم المناظرة عربي أصيل يختص بدراسة الفعالية التناظرية الحوارية من خلال تعويد قواعدها المنطقية وشروطها الأخلاقية، بقصد تطوير أسلوب المباحثة التي تتم بين طرفين يسعيان إلى إصابة الحق في ميدان من ميادين المعرفة، حيث يواجه كل طرف الطرف الآخر بدعوى يدعيها ويسندها بجملة من الأدلة المناسبة، مواجهاً في ذلك اعتراضات الخصم. وفي الجاهلية كانت المناظرات تجري باستمرار في سوق عكاظ الشهير بين الأدباء والشعراء، وحتى بعد الإسلام حافظت المناظرات على وجودها بل امتدت حتى إلى دوائر الحكم والسياسة.

تعريف المناظرة:

تجري المناظرة بصفة علما أمام جمع من الناس بشكل محاورة بين شخصين أو فريقين من ذوي المعرفة القادرين على الحديث عن موضوع معين، وتقوم المناظرة على أساس رأيين أو اتجاهيين متعارضين حول موضوع أو مشكلة عامة، وتأخذ شكل مناقشة بين جانبيين يمثل كل منهما رأياً يختلف عن رأي الطرف الآخر في القضية موضوع النقاش فقد يكون الاختلاف مثلاً حول المشكلة أو طريقة حلها، فالمناظرة حوار متبادل بين فريقين من المتحدثين يمثلان اتجاهيين مختلفين حول قضية معينة، ويسعى كل منهما إلى إثبات وجهة نظره، والدفاع عنها بشتى الوسائل العلمية والمنطقية واستخدام الأدلة والبراهين وصولاً إلى اقناع الجمهور.

اهداف المناظرة:

- 1- أذكاء روح البحث.
- 2- تنمية مهارات التفكير والفهم، واستنباط الحقائق.
- 3- التشجيع على الاطلاع على المعلومة من مصدرها الاساسية.
- 4- تطوير مهارات التحليل، والنقد، واستخلاص الأفكار.
- 5- تطوير مهارات التعليل والتدليل، والمحاجة بالمنطق والدليل المقنع.
- 6- تنمية مهارات الخطابة والطلاقة والقدرة على الارتجال.

أهم المناظرات الانتخابية في العصر الحديث

ومنذ زمن بعيد عرفت الأنظمة الديمقراطية المناظرة السياسية، ورغم أن الريادة في العصر الحديث تعود إلى الولايات المتحدة فإن دولاً أوروبية كثيرة شهدت ولادة ما تسمى مناظرات القادة منذ أكثر من قرن من الزمن. وتكتسي المناظرة شعبيتها الواسعة من خلال نقلها عبر التلفزيونات، كما أنها تسمح عند نهايتها بقياس الرأي العام واتجاهاته لمصلحة شخصية مقابل أخرى.²

نستعرض معكم أبرز المناظرات السياسية التي أخذت صدىً واسعاً في العالم الحديث..

¹ بن صالح جعفر، مرجع سابق، ص 49.

² عبد الناصر القادري فرصة المرشح نحو المنصب – أبرز المناظرات السياسية عالمياً، مقال منشور في موقع

<https://alkhaleejonline.net/> ، 2020/04/30.

■ **أول مناظرة في التاريخ الحديث:** في عام 1860 تمت المناظرة الأشهر في تاريخ الولايات المتحدة، بين مرشحي الرئاسة: الجمهوري إبراهيم لينكولن، والديمقراطي ستيفن دوغلاس. تحدث المرشحان عن تجارة وامتلاك الرقيق، وتحدث دوغلاس المؤيد للتجارة بالسود وأثار حماس المستمعين بأسئلة مثل: "هل تقبلون مساواة مواطن زنجي بكم؟"، وهتف بعض المستمعين: لا. "هل تريدون زنجياً يملك مزارع مثل مزارعكم، وثروة مثل ثرواتكم؟" وهتفوا: لا. في المقابل لم يكن هذا رأي لينكولن الذي أعاد عليهم بنود الحرية والمساواة في إعلان الاستقلال والدستور. وسألهم: "ألم يخلق الله الناس متساوين؟" فهتف بعضهم: نعم. فعاد عليهم: "لماذا إذاً لا نلتزم بالدستور وحقوق الإنسان؟" فهتفوا: "نقدر على ذلك". هنا نجح لينكولن في الفوز برئاسة الجمهورية ثم أعلن قانون تحرير العبيد.

■ **أول مناظرة مرئية في العالم :** تعد المناظرة الرئاسية الأمريكية عام 1960م من أنجح المناظرات الانتخابية التي عرضت على شاشات التلفزة حينها وشاهدها نحو 70 مليون مشاهد، فقد كانت هذه المناظرة بين جون كينيدي مرشح الحزب الديمقراطي وريتشارد نيكسون مرشح الحزب الجمهوري، وتركت هذه المناظرة أثراً كبيراً في نفوس الجماعات الأمريكية، لدرجة أن "المناظرة" أصبحت عملاً تقليدياً في جميع التنافسات الرئاسية الأمريكية من حينها إلى وقتنا الحاضر. في تلك المناظرة اعتبر أن نيكسون هو الفائز في المناظرة مقابل عدد أكبر ممن تابعوها على التلفزيون الذين رأوا أن كينيدي الشاب الديمقراطي الأنيق استطاع الفوز!

■ **المناظرة العربية الوحيدة:** شهدت مصر في عام 2012 أول مناظرة عربية سياسية على الهواء مباشرة بين مرشحي الرئاسة المصرية، الأمين العام الأسبق للجامعة العربية عمرو موسى، ورئيس حزب مصر القوية عبد المنعم أبو الفتوح.

شهدت حواراً حاداً بين أبو الفتوح الذي كان معارضاً "إسلامياً" للنظام السابق، وموسى المقرب أكثر من النظام التقليدي والدولة العميقة، وإن لم يفز أي من المتناظرين في الوصول إلى السلطة في النهاية.

■ **دونالد ترامب وهيلاري كلينتون "مواجهة نارية":** وصف كثيرون المناظرة التلفزيونية بين مرشحي الرئاسة في أمريكا في 2015 بين أول مرشحة أنثى للمنصب هيلاري كلينتون ورجل الأعمال دونالد ترامب، بأنها مواجهة نارية حيث تبادل المرشحان للبيت الأبيض الاتهامات وتراشقا بالكلمات. وتميزت هذه المناظرة بسجالات عنيفة وتبادل اتهامات من العيار الثقيل وصلت أكثر من مرة بالمرشح الجمهوري إلى حد تحقير منافسته. ولعل كلينتون كانت أكثر حزماً وروية وحضوراً سياسياً من منافسها، الذي مع كل ذلك حاز البيت الأبيض وحده فيما بعد.

المبحث الثالث: اهم النظريات المفسرة لتأثير وسائل الإعلام في توجيه الراي العام
المطلب الاول: نظرية الاستخدامات والإشباع.

لقد كانت البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات سنة 1959 من خلال دراسة "اليهوكاتز" الذي حول الانتباه من الرسالة والوسيلة الإعلامية إلى الجمهور وقد اعترض كاتز أنقيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية تعرضهم للمضامين الإعلامية. ويرى "دينيسماكويل" انه لا بد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته عن طريق استخداماته لوسائل الاتصال، فقد قسم الدليمي الإشباع الى نوعين:

¹ عبد الرحمان علوان، المناظرات الانتخابية، <https://www.elections.ps/tabid/910/language/ar-PS/Default.aspx#1> في 2020/05/14

- أ- **الإشباعات المطلوبة:** والمقصود بها تلك الإشباعات التي يسعى افراد الجمهور في البحث عنها بهدف الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المستمر لوسائل الاتصال الجماهيري.
- ب- **الإشباعات المتحققة:** وهي تلك الإشباعات التي يكتسبها الافراد ويحصلون عليها، وتتحقق لهم بالفعل من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري، وتسمى بعض الدراسات الى تأييد هذا التصنيف من خلال التركيز على جانبين:
- 1- ما يحتاج اليه الجمهور من وسائل الاعلام
 - 2- ما يريد الجمهور من وسائل الاعلام¹
- ان نظرية الاستخدامات الإشباعية تعنى في الأساس بجمهور الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته الكامنة في داخله أي أن الجمهور هنا ليس سلبيًا قبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، والحاجة هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما يحقق توازنه حالة من الرضا والإشباع والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية.
- أما الدافع هو حالة فيزيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى تأثير ما. وتقوم هذه النظرية على عدة افتراضات تفسر من خلالها ديناميكية عمل الرسالة والتلقي:
- الجمهور بكافة أفراداه يعتبر عنصرا فعالا ومشاركا
 - في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصود.
 - يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وفق عوامل الفروق الفردية.
 - أعضاء الجمهور هم الذين يختارون المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاتهم، وان وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجات.
 - أفراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
 - للمعايير الثقافية الاجتماعية تأثير على استخدام والتعرض للوسائل الاتصالية.
- وتقوم هذه النظرية من خلال عدة عناصر:
- 1- **الجمهور التنشيط:** لقد أدى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة، إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يرد ويتعرض له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم المحتوى المطلوب
 - 2- **الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:** أكد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية.
 - 3- **الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام:** أشار كاتز أن الحاجات تنبع أساسا من الأفراد، ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجياتهم.
 - 4- **توقعات الجمهور من وسائل الاتصال:** عرف مفهوم التوقع لدى بعض الباحثين انه احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة.
- أ- **إشباعات وسائل الإعلام:** وفق مدخل الاستخدامات الإشباعية يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الإشباعات.

1 - رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة - ماجستير - (الأردن، جامعة البتراء، 2013)، ص18

ب- **الإشباعات المطلوبة:** أي الإشباعات التي يرمي الجمهور إلى الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الإعلام وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من اشباعات .

ت- **الإشباعات المحققة:** أي الإشباعات التي يكتبها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحوها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية وتحقيق اشباعا تحقيقية لحاجات الجمهور.

المطلب الثاني: نظرية التأثير الطويل المدى

رأت هذه النظرية أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام وقد قامت نومان بتطوير نظريتها اعتمادا على البحوث التجريبية والتي رصدت فيها ثلاثة متغيرات أساسية تساهم في قوة وسائل الإعلام:

1- **التأثير التراكمي من خلال التكرار:** ذلك أن وسائل الإعلام تميل إلى تقديم وسائل متشابهة ومتكررة حول موضوعات أو شخصيات أو قضايا، ويؤدي هذا العرض التراكمي إلى تأثيرات على المتلقين على المدى البعيد .

2- **الشمولية:** بحيث أن وسائل الإعلام تسيطر على الجمهور والأفراد وتحاصرهم في كل مكان، وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة مما ينتج

3- عنه تأثيرات شاملة (الشيوع والانتشار)

4- **التجانس:** أي أن بين القائمين بالاتصال والمؤسسات التي ينتمون اتفاقا وانسجاما مما يؤدي إلى تشابه توجهاتهم والقيم الإعلامية التي تحكمهم، هذا بالإضافة إلى التجانس والتناغم بين الوسائل الإعلامية فيما بينها في نقل الوقائع والأحداث ومعالجة مختلف القضايا.¹

المطلب الثالث: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة

تقوم هذه النظرية على ان الجمهور يعتمد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال او الاعلام في المجتمع الحديث في علاقة الجمهور بوسائل الاعلام، وان هذه الوسائل لا يمكن الاستغناء عنها لذلك فان اعتماد الافراد على المعلومات التي يتلقونها من وسائل الاعلام تعتبر متغيرا اساسيا لفهم متى ولماذا تغير وسائل الاعلام والاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الافراد.

ومن هنا يتجلى لدينا بان لدى وسائل الاعلام القدرة على تحقيق اكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي والذي يزداد بشكل مميز خاصة عندما تقوم وسائل الاعلام بوظيفة نقل المعلومات بشكل مكثف ومتميز ، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير بالإضافة الى بروز فكرة التغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور الذي يمكن ان تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.²

ان نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تقوم على ركيزتين اساسيتين هما:

1- **الاهداف:** لكي يحقق الافراد والجماعات والمنظمات المختلفة اهدافهم الشخصية فان عليهم ان

يعتمدوا على موارد يسيطر على اشخاص او جماعات او منظمات اخرى، والعكس صحيح

2- **المصادر:** يسعى الافراد والمنظمات نحو المصادر المختلفة التي تحقق اهدافهم، وتعد وسائل الاعلام

نظام معلومات يسعى اليه الافراد والمنظمات من اجل بلوغ اهداف وسائل الاعلام في مصادر المعلومات

1- شيماء بلونيس، مرجع سبق ذكره، ص 31-32-33-34.

2- رافت مهند عبد الرزاق ، مرجع سابق، ص20.

تأثيرات الاعتماد على الاتصال الرقمي:

فقد اثبتت التجربة الخاصة بأحداث 11 سبتمبر وغزو أفغانستان والعراق باعتبارها احداثا تتزايد فيها درجات الصراع ومستويات التغيير، اثبتت هذه التجربة قدر اعتماد الافراد على شبكة الانترنت ومواقعها المختلفة وبصفة خاصة الاعلامية حيث تزايد عليها الاعتماد في هذه الاوقات باعتبارها مصدر المعلومات ليسهل الافراد بناء افكارهم وترتيبها في ذلك الوقت واهم ما تم تناقله هو ان وفرة المعلومات تسهم في الادراك الكافي للأحداث وتفسيراتها اضافة الى مساعدة الفرد في تشكيل الاتجاهات وتدعيمها او التحول عنها خصوصا في اوقات الازمات او عدم الاستقرار¹

خلاصة الفصل الأول

وكنتيجة لما تطرقنا اليه في الفصل الأول، الذي يخص الاطار المفاهيمي و النظري لوسائل الاعلام وللاتصال السياسي، نستخلص أن : وسائل الاعلام جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من صحافة وسينما وراديو وكتب واعلانات، فالإعلام ليس وليد الساعة فهو عملية قديمة قدم الانسان نفسه اي منذ ان وجد

1 - رافت مهند عبد الرزاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 21-22-23.

الإنسان على قيد الحياة حيث حاول بفطرته التفاهم والتبادل للأخبار والاتصال ببعضه البعض ولكن في نطاق محدود فرضته عليه الظروف الجغرافية والاجتماعية. وتطورت الى ان وصلت بالعالم الى قرية صغيرة

ام الاتصال بمفهومه العام هو عملية نقل المعلومات و الافكار و المعاني من طرف إلى آخر بطريقة ديناميكية و باستعمال وسائل و رموز معينة، أما فيما يخص الاتصال السياسي بكونه أحد نماذج عمم الاتصال و أصبح مع مرور الوقت مجالاً معرفياً قائماً بذاته، فهو مجموعة الاساليب التي يستعملها الفاعل السياسي لأغراء الرأي العام، فهو يعبر عن مجموعة من الرسائل المرسله من الحكام إلى الناخبين و أفراد الشعب بالاعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة حوار و خطابات و غيرها تبرز بوضوح خلال الفترات الانتخابية، و لا يتم الاتصال السياسي إلا بتوافر عناصر هامة تكمل عملية الاتصال و تتمثل في المرسل، المتلقي، الرسالة، الوسيلة أو القناة.

الفصل الثاني:

تأثير وسائل الإعلام على الانتخابات

الرئاسية التونسية 2019

الفصل الثاني: تأثير وسائل الاعلام على الانتخابات الرئاسية التونسية 2019

شهدت الانتخابات التونسية مع انطلاق الحملات الانتخابية في تونس تجنيد واسع وكبير لوسائل الاعلام بمختلف انواعها التقليدية منها والحديثة لاسيما المحطات التلفزيونية والاذاعية لتغطية الحملات الانتخابية ونشاط المترشحين الـ26، وانقسمت مواقف هذه المؤسسات الاعلامية بين الحياد والوقوف على المسافة نفسها من كل المترشحين، بينما اختارت بعض وسائل الاعلام سواء التقليدية او الحديثة التحول لنطاق رسمي أو مشارك في الحملة الانتخابية لصالح أحد المترشحين، ومن هنا تكمن الاهمية الكبيرة لوسائل الاعلام في التأثير أو توجيه الراي العام نحوى مترشح معين.

المبحث الأول: دور وسائل الإعلام في توجيه الراي العام التونسي.

لوسائل الاعلام دور كبير في توجيه الراي العام التونسي سواء ما كان منها التقليدية او الحديثة بين المترشح وجمهوره وهذا ما يسعى اليه المترشح من اجل التأثير على اكبر قدر من الجمهور، وهي حلقة الاتصال بين المترشح والجمهور.

المطلب الأول: أهمية وسائل الإعلام التقليدية في الانتخابات الرئاسية التونسية

إن بروز أهمية وسائل الإعلام كان واضحا من خلال التحضير للانتخابات الرئاسية التونسية السابقة لأوانها ذلك من خلال دعم مترشحين معينين مرورا إلى المناظرات التلفزيونية التي شغلت اهتمام المواطنين والمتابعين في الوطن العربي بالإضافة إلى مواكبة وسائل الاعلام التقليدية مثل التلفزيون والاذاعة والجراند والمجلات للحدث على حسب أهمية كل منها في هذه الانتخابات التي سوف نتطرق إليها بالتفصيل كالتالي:

اولا- التلفزيون:

لقد أهتمت أغلب المحطات التلفزيونية بالحدث الانتخابي وخصصت أغلب برامجها ونشاطاتها للحدث الانتخابي عبر حصصها المبرمجة ونشراؤها الاخبارية المكثفة ولقاءاتها مع المترشحين، فمعظم المترشحين يسعون إلى الظهور في القنوات التلفزيونية والمحطات الاذاعية الرسمية العمومية منها والخاصة، ولعل أهم هذه البرامج والنشاطات هي المناظرات التلفزيونية بين المترشحين والتي جرت على التلفزيون الرسمي أيام 7 و8 و9 ديسمبر 2019 الخاصة بالدور الأول للانتخابات والتي بثت على 11 قناة تلفزيونية محلية وأكثر من 21 محطة إذاعية رسمية وخاصة، وكانت هذه التجربة الاولى التي يخوضها الاعلام التونسي، مما تطلب منه تحدي كبير ودقيق، والتي حظيت باهتمام محلي ودولي عبر مختلف القنوات التلفزيونية محلية وعربية وأجنبية.¹

ويعتبر الاعلامي " وصفي بصيلة" مقدم برنامج حوارى في احدى المحطات التلفزيونية، ان المشهد الاعلامي انقسم في هذه الانتخابات الرئاسية إلى ثلاثة مستويات:

- 1- الاعلام العمومي أو الذي يضم المحطات التلفزيونية الرسمية: التي كانت في مستوى عال من الحياد لكنها أضاعت فرصة تحقيق سبق الصحفي في حواراتها مع المترشحين وركزت على الحياد والمهنية أكثر من المضمون السياسي.
- 2- المؤسسات الاعلامية المملوكة لمترشحين في الانتخابات الرئاسية: وتتمثل خاصة في قناة نسمة التي ابتعدت بشكل كبير عن الحياد والصدق وتحوّلت لبوق اعلامي للدفاع عن مرشحها الذي كان يقبع في السجن.
- 3- مؤسسات اعلامية أخرى: كان توجهها واضحا في خدمة اجندات محددة لخدمة مترشحين معينين دون سواهم.

ثانيا: دور الإذاعة في الانتخابات الرئاسية التونسية:

¹محمد معمرى، "الانتخابات التونسية: الاعلام يستعيد سلطته"، في: <https://www.alaraby.co.uk/> (2020/07/15).

للإذاعة دور جوهري في بناء المجتمعات عموماً باعتبارها وسيلة للأخبار والتثقيف والترفيه وفي المجتمعات الديمقراطية خصوصاً، وتحوز تونس على 39 إذاعة، ويكون دورها أكثر عمقا وأهمية لأنها من أهم الفضاءات التي تنتج النقاش الحر وتبادل الأفكار والآراء على اختلافها وهي إلى جانب ذلك تساهم في ترسيخ قيم الدولة المدنية الديمقراطية القائمة على المواطنة والمبادئ الأساسية الضامنة للحقوق والحريات.¹ لقد دخلت المحطات الإذاعية هي الأخرى سياق تغطية الحملات الانتخابية الرئاسية بقوة فقد خصصت الإذاعة الرسمية بمحطاتها العشر المركزية والإقليمية برمجة خاصة بهذه المناسبة، منها بث نشرات إخبارية موحدة مرتين في اليوم على كل محطاتها تتولى تغطية الحملة الانتخابية بالإضافة إلى إعداد برنامج حوارى مع كل مترشح للانتخابات الرئاسية للحديث عن برامجهم الانتخابية.

وشرعت الإذاعات الخاصة في بث برامج مخصصة للانتخابات الرئاسية السابقة لأنها على شكل حوارات مع المترشحين ومواكبة برامجهم وتحركاتهم في المناطق التونسية وخارج تونس، حتى يتعرف الناخب التونسي على من سيتولى رئيس الجمهورية.²

وتعتبر الإذاعة الوطنية الرسمية في تونس هي الإذاعة الأولى هناك حيث أطلقت بث مباشر لمتابعة الانتخابات عبر محطاتها الرسمية لتغطية الحدث لحظة بلحظة أثناء الحملة الانتخابية وإثناء التصويت من أمام وداخل اللجان الانتخابية من خلال مراسليها منذ الساعات الأولى من صباح اليوم للانتخابات.

إلى جانب ذلك خصصت الإذاعة الرسمية برامجها اليومية تحت عنوان "تونس تنتخب" لتغطية وتحليل مشهد الاقتراع في مختلف المحافظات والمدن التونسية من خلال عدد من السياسيين التونسيين وبالتزامن مع بدأ استقبال الناخبين في البث المباشر عبر صفحتها الرسمية على موقع الفيسبوك بالإضافة على تخصيص موقع إلكتروني على الانترنت لبث المداخلات الهاتفية مع عدد من المحللين السياسيين.

هذا بالإضافة إلى مساهمة معظم الإذاعات المحلية والخاصة مثل "موزاييك اف ام" و"شمس اف ام" التونسية إلى تغطية شاملة وحية للانتخابات بعنوان "تونس تنتخب" من خلال مراسليها في مختلف مناطق تونس وعبر المداخلات الهاتفية على مدار اليوم.³

ثالثاً: الصحف اليومية التونسية والجراند في الانتخابات الرئاسية التونسية

ركزت اغلب الصحف التونسية اليومية اهتماماتها على الانتخابات الرئاسية التونسية وذلك من خلال معالجة مختلف الأخبار واستطلاعات الرأي، بحيث خصصت صحيفة الشروق اليومية الحيز الأكبر على صفحتها الأولى لصور المرشحين خلال اجتيازهم للدور الأول أو الثاني من الانتخابات الرئاسية وكتبت بالخط العريض "قيس سعيد ونبيل القروي إلى الدور الثاني: زلزال سياسي"، وأشارت أن النتائج الأولية للانتخابات الرئاسية تؤكد السقوط المدوي للأحزاب الوسيطة التي تراجعت بشكل مهول وبرز تيار شعبي عبر عنه التونسيون من خلال تصويتهم العقابي ضد مرشحي الأحزاب السياسية التقليدية، كما اهتمت كذلك صحيفة "La PRESSE" اليومية الرسمية العمومية الناطقة بالفرنسية صور للمرشحين للدور الثاني للانتخابات الرئاسية قيس سعيد ونبيل قروني وكتبت بالعنوان الكبير "un verdict on n'attendît pas" وأشارت إلى أن الناخب التونسي اصدر حكماً لم يتوقعه المحللون والمتابعون للشأن السياسي باستبعاده الوجوه السياسية التي كانت تحتل صدارة المشهد السياسي وخاصة من ممثلي الأحزاب.

¹ محمود مسلم، "هكذا تابعت الإذاعات التونسية الانتخابات الرئاسية التونسية"، <https://www.elwatannews.com/news/details/4339238>، (2020/08/22).

² محمد معمرى، مرجع سبق ذكره، ص 6.

³ محمود مسلم، مرجع سبق ذكره.

أما موقع "capitalisé" فقد كتب مديره ورئيس التحرير السابق بمجلة "جون أفريك" الفرنسية مقالا تحليليا مطولا عن الانتخابات عنوانه "où va la Tunisie enter la fin d'un cauchemar et le début d'un autre".

"أي مصير لتونس بعد نهاية كابوس وبداية آخر" معتبر ان النتائج الاولية للانتخابات كانت بمثابة الصاعقة التي نزلت على الجميع وخاصة على الاحزاب التقليدية التي عاقبها الناخب التونسي نتيجة اخطائها وصراعاتها المستمرة طيلة السنوات الخمس التي تلت انتخابات 2014.¹

رابعا: الملصقات واللوحات الاعلامية: لقد أصبحت شوارع تونس تعج بالملصقات واللوحات الدعائية تحمل صور وشعارات 26 مترشح للانتخابات الرئاسية المقررة يوم الاقتراع وان اختلف محتوى الملصقات المنتشرة فإن هدفها واحد وهو الظفر بأصوات الناخبين والفوز بكرسي الرئاسة وانتقى المترشحون لحملاتهم شعارات متنوعة وأخرى متشابهة وبعضها منسوخة من حملات انتخابية غربية، وتعكس شعارات الحالمين بكرسي الرئاسة لشخصيات وانتماءات بعض السياسيين، وقد استوحى آخرون شعاراتهم من شعار الحزب أو البرنامج الانتخابي والبعض الآخر اختار شعارات عامة وفضفاضة.

أن كثير من الشعارات لا تتسم بكثير من الابداع أو الابتكار، وبعضها استخدم العربية الفصحى فيما جاءت بعضها باللهجة العامية التونسية وقد كانت هناك عدة انواع من الشعارات:

1- **شعارات الشخصية:** وبرزت في تعظيم بعض الأشخاص لأنفسهم وقدرتهم على حل جميع المشاكل وأنهم هم الأولى بالمسؤولية مثل "الصافي سعيد" في شعاره "نحن هنا" ومرشح الجبهة الشعبية في شعاره "يلزمها حمة" أي ان البلاد تحتاج حمة، ومرشح حزب البديل "مهدي جمعة" " مستقبل تونس مع مهدي جمعة"

2- **شعارات عامة:** وهو الصنف الثاني من الشعارات بحيث اعتمد ممثلوه على وضع شعارات عامة تعبر عن حالة تونس ومستقبلها مثل مرشح حزب تحيا تونس يوسف الشاهد " تونس أقوى" ومرشح حركة النهضة " عبد الفتاح مورو" "انتخب الأقدار لتونس أفضل" ومرشح تحالف تونس اخرى "المنصف المرزوقي" شعاره "المستقبل يجمعنا"

3- **شعارات القوة:** وحضرت هذه الشعارات لدى مترشحين استخدموا صنفا ثالث من الشعارات يرتبط بالثورة والشعارات الثورية وهو ما استخدمه قيس سعيد " الشعب يريد" فهذا الشعار كان الشعار الأبرز بين شعارات الثورة في معناه "الشعب يريد اسقاط النظام" واستخدم المرشح المستقل سيف الدين مخلوف شعار " كرامتك أولا" في احالة واضحة الى أحد الشعارات المرفوعة ابان الثورة "حرية كرامة وطنية".

وفي الأخير الملاحظ هو ان اغلب الملصقات متشابهة من حيث المضمون والأسلوب الدعائي إذ تحتوي على صورة المترشح مع شعار حملته باستثناء نبيل القروي الذي لم تظهر صورته في ملصقاته بحجم كبير على خلاف بقية المترشحين.²

وتعيش وسائل الإعلام التقليدية التونسية أزمة مضاعفة.

الأولى: ذات صلة بالتحوّل الرقمي بما هو ثورة اتصالية قدر كل المؤسسات أن تُغيّر مقارباتها وأساليب عملها حتى لا يكون مصيرها ليس تقلص التأثير فقط، بل الاندثار والاضمحلال.

1 - محمد معمري، " زلزال الانتخابات الرئاسية في الصحف والميديا التونسية"، في: <https://www.alaraby.co.uk>، (2020/07/25).

2 - يامنة سالمى، شعارات الرئاسيات التونسية- ثورة منسوخة وشعبوية، الأناضول، 2020-09-06.

أما الأزمة الثانية: فهي أزمة هيكلية ووظيفية، حيث أصبح عدد منها مجرد واجهة لمجموعات الضغط السياسي والمالي والجهوي حيناً، وأدوات لتسطيح الوعي والإثارة حيناً آخر. وكانت النتيجة تقلص تأثيرها في تشكيل الرأي العام، بل غدا الرأي العام للمواطن والمهني في تناقض معها.

وعن المطلوب من مؤسسات الإعلام التقليدية حتى تسترجع مكانتها كمنصات مؤثرة في تشكيل الرأي العام في تونس يقول الأستاذ الزبيدي بأن "طريق الإصلاح متعدّد الأوجه، أوله مؤسساتي وذلك بتطوير الهيئة المستقلة للاتصال السمعي البصري من نجاعتها وفعاليتها كمؤسسة تعديلية دستورية مشرفة على القنوات الإذاعية والتلفزيونية، وإنشاء مجلس أعلى للصحافة المكتوبة والإلكترونية يضطلع المهنيون بمهمة التعديل الذاتي لهذه المؤسسات.

الاتجاه الثاني للإصلاح يتمثل في الالتزام بقواعد المهنة وأخلاقياتها وإتاحة الفرصة للإعلاميين العاملين في المؤسسات بضبط الخط التحريري لمؤسساتهم، وبذلك يسهمون في ترشيد المنتج الإعلامي وضمان

مصدقية أكبر مع المستهدفين. أما ثالث الدروب فهو قانوني/سياسي يتمثل في فتح ورشة كبرى لإصلاح الإعلام بمراجعة الأطر القانونية المنظمة له.¹

المطلب الثاني: مكانة وسائل الإعلام الحديثة في الانتخابات الرئاسية التونسية 2019

لم يكن من السهل على منظومة وسائل الإعلام التقليدية في تونس تقبل الهزيمة التي مُنيت بها إثر الانتخابات التشريعية والرئاسية الأخيرة أمام منصات الإعلام الجديد، حيث تعيش منذ ذلك الوقت على وقع الصدمة جراء ما حصل، والمقصود هنا بمنظومة وسائل الإعلام التقليدية هي كل أشكال الصحافة المكتوبة والمرئية والمسموعة، أما منصات وسائل الإعلام الجديد فهي المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها.

لقد كانت الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 محطات غير عادية للنخب التقليدية في تونس وعلى رأسها النخب الإعلامية، حيث تمكّنت قوى أخرى من خارج هذه المنظومات الكلاسيكية وبأدوات غير تقليدية من اقتلاع أماكن لها تحت شمس السلطة في البلاد، بل تمكّنت من التأثير بشكل مهم في هندسة المشهد البرلماني وإيصال رئيس الجمهورية الجديد الأستاذ قيس سعيد إلى قصر قرطاج بنسبة تاريخية تجاوزت السبعين في المئة (70) % من جملة أصوات الناخبين.

لقد دأبت وسائل الإعلام التقليدية بأصنافها المختلفة، في السنوات الأخيرة، على المساهمة بقوة في تحديد أركان المشهد السياسي، عبر تصعيد المتفقين معها من مكونات الطبقة السياسية وإسقاط من هم مختلفون عنها، فقد ساهم هذا النوع من الإعلام منذ الثورة في تشكيل وعي عام شعبي ساهم بشكل كبير في التأثير على سلوك الناخبين خلال الانتخابات التشريعية والرئاسية لسنة 2014.

واستمدت وسائل الإعلام التقليدية قوتها من مراهنة بعض اللوبيات السياسية والاقتصادية المحلية والإقليمية عليها وجعلها همزة وصل بينها وبين المجتمع في تبليغ رسائلها وحتى يكون الأداة التي من خلالها تُنفذ مشاريعها في البلاد.

1- سليمان شعباني، "الانتخابات التونسية.. كيف هزم الإعلام الرقمي وسائل الإعلام التقليدية؟"، في: <https://www.aljazeera.net/midan/reality/politics/2019/12/2>، (2020/09/02).

عملت قوى الثورة، منذ سنة 2011، على محاولة إيجاد بدائل لوسائل الاعلام التقليدية المنتصبة في البلاد في محاولة منها لتحقيق التوازن في هذه الساحة، وتوجّهت للإعلام الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي ثم إلى الإنتاج البصري والسمعي، إلا أنها عجزت عن ذلك، بل بالعكس نجحت هذه الإمبراطوريات الإعلامية أحيانا في احتواء بعض القوى الثورية وتطويعها لإبراز قوة الإعلام التقليدي وقدرته على الإمساك بزمام المشهد الاعلامي.

وتواصلت سيطرة وسائل الإعلام التقليدية خاصة منها التفاز على المشهد وإمساكها به لمدة أكثر من 6 سنوات سعت من خلالها إلى صنع رأي عام حول قضايا معينة وتزييف الوعي الاجتماعي للمجتمع التونسي في قضايا أخرى. بحيث نجحت منظومة الإعلام التقليدي خلال انتخابات 2014 في توجيه الرأي العام إلى حيث تريد، فكانت النتائج التشريعية والرئاسية كما أرادت، وخلافا لذلك خلال الانتخابات التشريعية والرئاسية الأخيرة اقتفت وسائل الاعلام التقليدية أثرها السابق الذي كانت تمتاز به، فكان لها دور متقدم في دعم مرشحين بعينهم خلال انتخابات 2019 التشريعية والرئاسية، وهو ما أكّده تقرير الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري، الا انها لم تحقق الاهداف المرجوة لديها هذه المرة، وكان للأدوات الإعلامية الجديدة رأي آخر، ورغم أن نجاح هذه الأخيرة كان جليا فإن المؤسسات المهزومة لم تقبل النتائج بعد، وهو ما أكّده "محمد القوماني" الصحفي والنائب في البرلمان الجديد عن حزب حركة النهضة حيث يقول: "المتعترف إلى حدّ الآن بعض المنصّات الإعلامية بهزيمتها النكراء، حين خسر مرشحوها في رئاسية وتشريعية 2019، على غرار قناة الحوار التونسي التي دعمت الزبيدي أولا ثم القروي لاحقا، وقناة التاسعة التي لم تُخفِ دعمها للشاهد، ولا تزال تحتفظ ببعض معّقيها ومنشطيها الفاشلين، ويستضيف بعض الشخصيات الفكرية والسياسية التي تآكل خطابها وفقدت مصداقيتها وبريقها."

و يقول الاعلامي والباحث عبد السلام الزبيدي في تحليله عن اسباب فشل وسائل الاعلام التقليدية بان وسائل الإعلام التقليدية في تونس جزء من هذا العالم الاتصالي المتأثر بالتسونامي الرقمي ومنصاته الافتراضية التي افتكت جزءا من سلطة الإعلام التقليدي، وتجاوزته لتغدو محدّدة بشكل كبير الاتجاهات السلوكية للأفراد ولقراراتهم ذات الصبغة السياسية، ومن ذلك طرق التنظيم وأساليب التأثير في القضايا والمحطات السياسية على غرار الانتخابات والحراك والاحتجاجات التي عرفتها تونس.¹

و تمثل وسائل الاعلام الحديثة مصطلحا واسعا يتضمن العديد من وسائل الاعلام التي تستخدم لأغراض كثيرة ومختلفة، بحيث تتألف وسائل الاعلام الحديثة من الانترنت والهواتف المحمولة ووسائل التواصل الاجتماعي كالمدونات المصغرة مثل "التويتير" "الانستغرام" وغيرها ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي مثل "الفيسبوك" ومواقع تبادل الفيديو مثل "اليوتيوب" وغيرها، فبالرغم من بعد المسافات الجغرافية فإنها تنقل بوساطة وسائل الاعلام الحديثة الى اقصى حد لها لقد محت وسائل الاعلام الحديثة الخط الفاصل بين الاتصال المنشور والاتصال الشخصي من خلال استخدام البنية التحتية للإنترنت والتي لا تعرف الحدود بالإضافة الى ما لها من فوائد كثيرة على الانتخابات.

وحسب تقرير أعدته منظمة عتيد التونسية والمنظمة الدولية للتقرير عن الديمقراطية أن الحملة الانتخابية للرئاسيات التونسية يوجد بها 7.4 مليون مستخدم فيسبوك في تونس مقارنة ب 1.9 مليون مستخدم للانستغرام و193000 مستخدم تويتير في تونس، والتي سوف نتطرق الى اهم وسائل الاعلام الحديثة التي كان لها الدور الهام في هذه الانتخابات الرئاسية التونسية حسب درجة اهمية كل منها ومن اهمها

¹سليمان شعباني، مرجع سابق،(2020/09/02).

اولا: التويتر Twitter: منذ اعلان عن موعد الانتخابات التونسية بصفة رسمية تفاعل المغردون مع الحدث من خلال عدد من الوسوم التي ابتكر تويتر لها رمزا تعبيريا خاصا يظهر عند استخدامها وهي:

#انتخابات- تونس

#الانتخابات- التونسية

#TunisaVotes

#TunisiaDecides

#TnElection

TnElec2019#

وقاموا بإنشاء صفحة مخصصة، متاحة باللغتين العربية والانجليزية، لمتابعة اخر مستجدات الانتخابات، حيث نفلنا من خلالها الاحداث الجارية مباشرة للمتابعين عبر مواقع الفيديو و"اللحظات"(وهي عبارة عن مجموعة من التغريدات) من خلال الدخول الى الصفحة اما عن طريق قسم "استكشاف" او في اعلى الخط الزمني او بحث على تويتر.

وكان منتدى مناظرة الشبابي (munathara) قد قام ببث المناظرات الرئاسية و اعلان النتيجة النهائية مباشرة عبر حسابه الرسمي على تويتر.

كما اهتمت الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في حسابها على تويتر على النتيجة النهائية والاعلان عن فوز قيس سعيد.

وتصدر الوسوم التالية معظم المحادثات حول الانتخابات:¹

تونس

#TnElec2019

قيس- سعيد

#Tunisie

وكانت الهيئات التالية هي الاكثر ذكرا خلال فترة الانتخابات:

الهيئة العليا المستقلة للانتخابات (@ISIETN)

المعهد الديمقراطي الوطني (@NDI)

المعهد الجمهوري الدولي (@IRIglobal)

ثانيا: الانستغرام: بالرغم من محدودية التعامل الانستغرام الى انه قد عبر الكثير من المترشحين والسياسيين والاعلاميين عبر حساباتهم على الانستغرام بنشرهم لصور عن الانتخابات والتعليق على مجرياتها وصولا الى الفوز الساحق لقيس سعيد في الانتخابات، وكانت كل تعابيرهم اغلبها تمتاز بنوع من السخرية احيانا وأحيانا اخرى لها علاقة بقرحتهم بفوز قيس سعيد، وعبر النشطاء عن فرحتهم بنجاح التجربة الديمقراطية التونسية، فيما تعلق بالانتخابات الرئاسية، قائلين إنالشعب التونسي جدد انتصاره للربيع العربي.

وعبرت المغردة التونسية **وفاء الخليفة**، التي وجهت رسالة لمن قالت إنها أطراف تدخلت في تونس بهدف زرع الثورة المضادة طوال السنوات الماضية، وقالت **"للسعودية والإمارات وإسرائيل وفرنسا، ها قد عاقبناك بفوز الديمقراطية التونسية."**

اما الاعلامي التونسي **محمد كريشان** عبر عن فخره بنجاح عرس الانتخابات الرئاسية بعد عرس الانتخابات البرلمانية، وقال: **" الحمد لله أن عشنا ورأينا في بلادنا معنى التداول السلمي على السلطة والاحتكام لصناديق الاقتراع. ربنا يوفق الجميع."**

¹ جورج سلامة، "كيف تفاعل المغردون مع الانتخابات الرئاسية على تويتر"،

في: <https://blog.twitter.com/ar/topics/company/2019/Tunisia-elections.html>، (2020/08/29).

ويعبر الشباب التونسي الذي يُعتقد أنه ذاب في ثقافة الاستهلاك والانستغرام والفايسبوك، يختار اليوم نموذج معاكس لكل الأحكام المسبقة عند #تونس".

أما الإعلامي مكرم كلاش احتفل أيضاً بنجاح الديمقراطية في تونس، ووجه رسالة لمن وصفهم بـ"الذباب الإلكتروني الذي يحاول خداع التونسيين"، فقال: على صفحته: #تونس تقول لكم ليس كل الدول يمكن التحكم بها بالمال العربي والتخطيط الصهيوني! تجوع الحرة ولا تأكل بثدييها! #قيس_سعيد رئيسا ل #تونس بدون أموالكم وبدون ماكينتكم الإعلامية المضللة"¹.

ثالثاً: الفاييسبوك Facebook:

يعتبر الفاييسبوك أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استعمالاً لدى التونسيين حيث يبلغ عدد مستخدميه بتونس 7.4 مليون، بحيث يعد المصدر الرئيسي للمعلومات المتعلقة بالشأن الانتخابي نظراً لما يوفره الفاييسبوك من منصات تواصل متاحة للأطراف السياسية.

من خلال الحملات السياسية مثل العديد من منصات التواصل الاجتماعي يستخدم الفاييسبوك كوسيلة للتعبير الحر للأفراد والتواصل على نطاق واسع للمجموعات وقضاياهم، دون وساطة أو الحاجة إلى الوصول إلى وسائل الإعلام الرئيسية التقليدية، فهو بدوره يمكن الجهات السياسية الفاعلة التفاعل مباشرة مع المواطنين والناخبين المحتملين كما يوفر الفرصة للأحزاب السياسية والشخصيات السياسية لترويج أفكارها عبر الفاييسبوك خاصة ووسائل التواصل الاجتماعي عامة من أجل زيادة جماهيرها وتوسيع نفوذها باعتباره منصة لا غنى عنها في تشكيل الرأي العام، فهو قناة هامة للتواصل السياسي فقد سعت معظم الأحزاب السياسية وأصحاب المصالح السياسية على تكوين مجتمعات افتراضية على الانترنت من خلال إنشاء صفحات ومجموعات فاييسبوك تتداول محتوى سياسياً مشتركاً بينها من خلال:

1- الرسائل السياسية المروجة

يستخدم التونسيون أحزاب أو أفراداً الاعلانات السياسية المروجة على الفاييسبوك ولقد سمحت الهيئة العليا المستقلة للانتخابات هذا النوع من الاعلانات للحملة الرئاسية

لقد اتاح الفاييسبوك للسياسيين بوضع المعلومات المتعلقة بالإعلانات السياسية بسهولة أكثر لعامة الناس من خلال اقامة مكتبة للإعلانات على الفاييسبوك الخاص بالمرشح وسجلاً لجميع الرسائل السياسية الدعائية لكل صفحة شريطة ان تكون هاته الاعلانات السياسية موضوعة من طرف الاشخاص أو المعتمدين للصفحة لدى المرشح كونه كمسؤول عنها.

علاوة على ذلك يوفر الفاييسبوك تقرير كاملاً متاحاً للعموم يسمح لأي شخص اكتشاف وفلترة وتنزيل بيانات الاعلانات ذات الصلة بالقضايا الاجتماعية والانتخابية والسياسية ويمكنك الاطلاع على اجمالي المبالغ التي تم انفاقها.

تقيد القوانين الانتخابية التونسية الأشهر السياسي بغض النظر عن مصدره، وقد راقبت الهيئة الانتخابية ذلك عن كثب بالنسبة لوسائل الإعلام الرسمية، ومع ذلك فإن غياب الرقابة على المعلنين ونقص المعلومات التي كان بإمكان مكتبة اعلانات الفيسبوك توفيرها لو كانت جاهزة بالكامل.²

2- صناعة المحتوى السياسي

أثناء تصفح صفحات استقبال يجد مستخدم الفاييسبوك التونسي أنواعاً مختلفة إخبارية منشورات سياسية مقاطع فيديو مضحكة مميزة واخبار المشاهدين بحيث تختلف المنشورات السياسية حسب المصدر ما إذا كان

¹- طارق، "نشطاء بعد فوز سعيد، تونس تنتصر مجدد للربيع العربي"، في: <https://arabi21.com/story/1215311>، (2020/09/05).

²- على مهني، هرفي دوبايانكس، منظمة عتيد، "مراقبة الحملات الانتخابية على وسائل التواصل الاجتماعي في تونس"، الجمعية التونسية من أجل نزاهة وديمقراطية الانتخابات، ديسمبر 2019، ص8.

المصدر هو الصفحة الشخصية للشخصيات او ناشطين سياسيين أو صفحة حزب سياسي أو منظمة غير حكومية أو وسيلة اعلام حسب موارد وإمكانات كل منهم بحيث يوجد أنواع من الصفحات:

- أ- **صفحات سياسية ورسمية:** عن طريق انشاء صفحات منحازة بوضوح مع حزب سياسي أو مترشح تدعمه، ويمكن استنتاج ذلك من هدفها المعلن أو خطها الاتصالي التحريري إضافة إلى شفافية الصفحة التي يمنحها الفايسبوك التي تمكنا من الحصول على مزيد من المعلومات حول الصفحات.
- ب- **صفحات سياسة غير رسمية:** الصفحات التي تبدو انها تشارك منشورات سياسية باستمرار و بانتظام بل وتروج هذه الصفحات المنشورات السياسية رغم ان الغرض منها ليس سياسيا
- ت- التي عادة ما تقدم على صفحاتها كصفحات ترفيه أو ساخرة لا يظهر مسئولوها المعلنون اي صلة واضحة بأطراف سياسية فاعلة يتراوح عدد متابعيها منمئة إلى أكثر من مليون متابع، ان هذه الصفحات لا تظهر على رادارات هيئات المراقبة مثل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات أو الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري لأنها تعمل في الظلام.¹
- ث- **الوزارات والمؤسسات الأخرى:** وهي الصفحات التابعة لمختلف الوزارات والمؤسسات الدستورية والمؤسسات الحكومية وهذه الصفحات رسمية ولا يوجد شك فيمن يقوم بإدارتها.

3- حسابات وسائط التواصل الاجتماعي السياسية غير الرسمية في تونس

قد يتوقع المرء أن تكون الرسائل السياسية الأكثر تأثيرا على الفايسبوك من انتاج وسائل الاعلام أو الصفحات ذات الأجندة السياسية المعلنة إلا أننا لاحظنا أن مجموعة من الفاعلين الجدد على الفايسبوك قد أصبحت ناشطين سياسيا بشكل متزايد مع اقتراب الانتخابات، حيث شكلت الصفحات الغير رسمية نسبة 38.5 % من جميع الرسائل السياسية نظرا لعدد متابعيها ومعجبيها الكبير مما يعول عليها أغلب السياسيين في ترويج منشوراتهم السياسية، وعلى عكس الصفحات الرسمية التي تخضع لرقابة من طرف الدولة فإن الصفحات الغير رسمية لا تخضع لرقابة لذلك توفر الفرصة للأطراف السياسية الفاعلة ومناصريها التواصل بكل بحرية ودون تحفظات، ولا تتحمل أي مسؤولية في خطاباتها واعمالها ومن المستحيل معرفة من يقف وراءها حقا.²

المطلب الثالث: دور وسائط التواصل الاجتماعي في التأثير على نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية:

لقد تطورت مواقع التواصل الاجتماعي في تونس بشكل كبير على مدى السنوات التسع الأخيرة وأصبحت فضاء أساسيا للخطاب العام والشبه العام وغالبا ما يتم استعمالها لتمكين المواطنين من المشاركة وتبادل الأخبار حول المظاهرات والأنشطة السياسية في مختلف الولايات التونسية وخاصة التي لا تغطيها وسائل الاعلام التقليدية بشكل دائم أو ضعيف وهو ما جعل الفايسبوك وسيلة اعلام الناس والثورة التي ساهمت في انهاء عهد الرئيس السابق بن علي في 14 جانفي 2011 فمنذ ذلك الحين اكتسبت وسائل التواصل الاجتماعي والفايسبوك على وجه الخصوص مصداقية اعلى لدى التونسيين وأصبح المصدر الرئيسي للمعلومات المتعلقة بالمسائل الانتخابية. فبالرغم من الوجود الكبير لمختلف وسائط التواصل الاجتماعي وفعاليتها الى انه يبقى الفايسبوك هو الذي يكتسي مكانة هامة من هذه الوسائط، وذلك لاستعماله من طرف اغلب فئات المجتمع خاصة الشباب بالإضافة الى سهولة استعماله وتطبيقه.

يسعى في هاته الانتخابات كل المترشحين لها الى الفوز بكرسي الرئاسة في مشهد سياسي يحفه الكثير من الغموض والضبابية إلى جانب عدد كبير من المفارقات والأحداث التي لم تشهدها تونس من قبل، الأمر الذي يفتح الباب على مصر عيه امام الكثير من المفاجآت والمفارقات وعيه انطلقت الحملة الانتخابية في تونس أمام

1 - نفس المرجع السابق، ص17.

2- نفس المرجع السابق، ص18.

تحد كبير يتمثل في ضرورة نجاح هذه الانتخابات لما الت إليه الدولة بعد الربيع العربي، وسعي الشعب إلى تحقيق مكتسباته الديمقراطية.

وتكتسي مواقع التواصل الاجتماعي تأثير كبير في تغيير وجهات النظر لدى الراي العام بحيث يرى "الجمعي القاسمي" الكاتب والباحث السياسي بأن "مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تحظى بأهمية كبيرة بسبب تأثيرها المباشر على الراي العام بالإضافة إلى ان المترشحين اصبحوا يركزون بشكل كبير على التواصل بين الناخبين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مباشرة أو من خلال التعريف بالبرامج والتعهدات الانتخابية، على أمل كسب ود أو اقناع فئة من جموع الناخبين بمرشح معين، وهو ما جعل لهذه المواقع صدى وتأثير كبير مباشر على الحياة العامة وعلى مستوى الفاعلين السياسيين.

وفي السياق نفسه يرى "صلاح الدين الجورشي" الكاتب والاعلامي التونسي البارز أن "تعاظم دور مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات وضع عبء كبيرا على الهيئة المسؤولة عن الادارة والاشراف على الجانب الاعلامي من الانتخابات وكذا الهيئة المستقلة للانتخابات محذرا من مقابلة له مع "DW عربية" من خطورة الاخبار الزائفة التي تنتشر بين وقت وآخر ووجوب آلية لتصفية تلك الاخبار لكنه لا ينكر من جهة أخرى أن هذه النافذة الاعلامية ساهمت في انخراط التونسيين في نقاشات أكثر عمقا وافتتاحا مع جدية في الطرح على حساب وسائل الاعلام المعروفة والتقليدية"، مشيرا إلى انه من المؤكد في كل هذا بأن مواقع التواصل الاجتماعي من اهم العوامل التي تستخدم هذه الظرف او ذلك مما يجعل المعركة حادة بين المتنافسين والتي تزداد حدتها كلما اقتربنا من الموعد النهائي للانتخابات.¹

لقد احسن قيس سعيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في حملته الانتخابية بهدف التواصل الاجتماعي في حملته الانتخابية مع ناخبيه، وسرعة النفاذ الى الانترنت من خلال استخدام تقنيات متقدمة للترويج في الحملات الانتخابية، دون الاستغناء عن الوسائل التقليدية الاخرى من تلفزيون واذاعة وجراند وغيرها وعبر اللقاءات المباشرة مع المواطنين، وتنظيم حلقات نقاش حول برنامجه، وهي المقاربة التي لم يركز عليها منافسه نبيل القري بسبب سجنه من ناحية، ولتفضيله التركيز على خبراته في التسويق السياسي وامكانياته التي اختبر نجاعتها في مدة تفرغه لخدمة الحملة الانتخابية للرئيس السابق الباجي السبسي سنة 2014 من ناحية اخرى.

لكن من مخاطر اعتماد الشبكات الاجتماعية انها يمكن ان تمرر الاخبار الزائفة او ما يسمى بـ "Fake News"، وتروجها عمدا لغرض خداع الجمهور والنيل من سمعة المنافسين، فمن السهل نشر تلك الاخبار دون التثبت او التدقيق فيها خاصة اذا كان مصدرها المدونات او شبكات التواصل الاجتماعي، ولقد اشار محمد امين وهو "اسم مستعار" للعديد من صفحات الفيسبوك باعتباره مديرا لهاته الصفحات، بأنه يحوز على اكثر من 60 صفحة فيسبوك انشأها منذ اواخر 2008 ويستخدمها لأغراض ربحية، وأكد انه في انتخابات 2014 تلقى عديد العروض من احزاب ومرشحين للانتخابات الرئاسية، وسوق لثلاثة مترشحين متنافسين، وفسر ايضا ان كثير من مديري صفحات الفيسبوك يعمدون الى تشويه الخصوم من خلال نشر الإشاعة وتركيب الفيديوهات، بمقابل مادي يتراوح ما بين 3 و10 الاف دينار، وهي سلوكيات طفحت بكثرة ابان الانتخابات في تونس.²

1 - يوسف الشاهد، "انتخابات تونس- ظواهر مدهشة ومشهد مفتوح على كل الاحتمالات"، في: <https://www.dw.com/arA> (2019.09.04).

2 - منجي مبروكي، "الانتخابات الرئاسية التونسية...ماذا تغير ما بين 2014 و2019"، منتدى الدراسات العربية، (نوفمبر 2019)، ص05.

المبحث الثاني: دور المناظرات في توجيه الراي العام وحسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية 2019.
تعتبر المناظرات التلفزيونية من بين اهم العوامل في حسم الانتخابات الرئاسية التونسية وذلك لقت اهتمام كبير وهام جدا من قبل كل الاطراف المتصارعة والتي تسعى للوصول الى كرسي الرئاسة.

المطلب الأول: سير المناظرات التلفزيونية التونسية

تشهد المعارك الانتخابية بين المرشحين لانتخابات الرئاسة في دول العالم الديمقراطية مناظرات سياسية تعرض على الهواء مباشرة، وعادةً ما تكون بين خصمين سياسيين أو أكثر بهدف إقناع أكبر قدر ممكن من الناخبين والحصول على أصواتهم، خصوصاً الفئة الشعبية غير المنحازة لطرف معين. والمناظرة هي نوع مرتب أو رسمي من المناقشة وتختلف المناظرة عن المناقشة المنطقية التي تدور حول إثبات الحقيقة، كما تختلف عن الجدل المعتمد على البلاغة والإقناع، فالمناظر وإن اعتمد النقاش المنطقي وشيئاً من العاطفة فإنه ينجح ويثبت نفسه عند متابعيه بحسب قوة السياق وخطة الحوار المتقنة ومرونتها.

1. مناظرات الدور الأول

لأول مرة في تاريخ تونس، تقرر تنظيم مناظرات تلفزيونية في الدورة الأولى من الانتخابات، وذلك على مدار ثلاثة أيام متتالية بين ثلاثة مجموعات من المترشحين وزعوا حسب القرعة.

المناظرة الأولى نظمت يوم 7 سبتمبر بين كل من: المنصف المرزوقي، محمد عبو، عبد الفتاح مورو، عبير موسي، عبيد البريكي، ناجي جلول، مهدي جمعة، عمر منصور، بينما غاب نبيل القروي الذي كان محتجزاً على ذمة قضية مرفوعة ضده

المناظرة الثانية نظمت يوم 8 سبتمبر بين كل من: لطفي المراهي، حمادي الجبالي، محسن مرزوق، محمد الصغير النوري، محمد الهاشمي الحامدي، حاتم بولبيار، إلياس الفخفاخ، عبد الكريم الزبيدي، المنجي الرحوي .

المناظرة الثالثة نظمت يوم 9 سبتمبر بين كل من: سلمى اللومي الرقيق، أحمد الصافي سعيد، سيف الدين مخلوف، سعيد العايدي، سليم الرياحي، يوسف الشاهد، حمة الهمامي، قيس سعيد.

كانت المناظرات من تنظيم مؤسسة التلفزة التونسية والهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري، بالتعاون مع مبادرة مناظرة، وتم بثها على أغلب القنوات التونسية وعدة قنوات أجنبية حيث أجاب المترشحون على أسئلة أعدتها اعلاميون وكانت اختيرت بالقرعة، وشملت الأسئلة مجالات تتعلق بحقوق الانسان والامن القومي والاقتصاد والعلاقات الخارجية إضافة الى تعهدات المترشحين للمئة يوم الأولى من الحكم

اسفرت نتائج الدور الأول على تقدم قيس سعيد الأكاديمي خبير القانون الدستوري ويلييه نبيل القروي الملياردير والإعلامي، اما المراتب الثالثة والرابعة والخامسة كانت من نصيب شخصيات وأحزاب كان يفترض أن لديها الامكانيات والقوة اللازمة للحصول على المرتبة الأولى أو الثانية. فمرشح الإسلاميين، رئيس مجلس النواب المنتهية عهده، عبد الفتاح مورو حل ثالثاً. في حين حصل وزير الدفاع عبد الكريم الزبيدي، الذي كان مقرباً من الرئيس الراحل الباجي قائد السبسي واعتبره المراقبون مرشح "النظام"، على المرتبة الرابعة. أما يوسف الشاهد، رئيس الحكومة ومرشح حزب "تحيا تونس"، فحلّ خامساً .

بقية قائمة العشر الأوائل كانت غنية بالمفاجآت أيضاً، وسجلت حضور شخصيات "إشكالية" حادة الخطاب والطباع، وبعضها لا يعرفه الجمهور العريض كثيراً. فلقد حل الكاتب والصحافي صافي سعيد، في المرتبة السادسة. في حين حل لطفي المراهي، وهو طبيب وكاتب عرف بمواقفه المحافظة، في المرتبة السابعة. أما عبير موسي، المحامية المعروفة بتمجيدها لعهد بن علي وعداؤها الشديد للإسلاميين ومهاجمتها المستمرة لانتفاضة 2011، فلقد حصلت على المرتبة الثامنة. وجاء بعدها في المرتبة التاسعة سيف الدين مخلوف، المحامي الشاب المعروف بدفاعه عن المتورطين في قضايا الإرهاب وعن المدارس القرآنية المتشددة، وربما

كان محمد عبو مرشح حزب "التيار الديمقراطي" الذي حل عاشراً هو أحد المظلومين في الدور الأول، فاستطلاعات الرأي كانت تضعه في المراتب الخمس الأولى بنوايا تصويت في حدود 8 أو 9 في المئة، اهم ما ميز مناظرة الدور الأول:

- تعدد المرشحين وتعدد أفكارهم وبرامجهم.
- الاختلاف الأيديولوجي بين المرشحين فكان هنالك اليساري والليبرالي والإسلامي.
- مناقشة البرامج كانت سطحية.
- دم درايتهم بمهام رئيس الجمهورية وصلاحياته.
- تميزت ببرودة في النقاش ويرجع ربما ذلك الى الوقت المخصص لكل مترشح وعدم التحضير الكافي بحكم ان الانتخابات كانت مقررة في نوفمبر.

2. **مناظرة الدور الثاني:** التقى المرشحان نبيل القروي وقيس سعيد وجهاً لوجه، قبل يومي ن من إجراء الدور الثاني

تناولت هذه المناظرة، التي تأخذ بعدا تاريخيا، كونها تحدث لأول مرة في تونس بين مرشحي الدور الثاني من الانتخابات الرئاسية، خمس عناوين كبرى تتصل بالصلاحيات التي يتيحها الدستور التونسي لرئيس الجمهورية، وهي الأمن والدفاع والسياسة الخارجية، وصلاحيات رئيس الجمهورية بعلاقته بالسلطتين التشريعية والتنفيذية، والشأن العام، وعودة الأيام المئة الأولى من الرئاسة، سعى من خلالها كل مترشح إلى إقناع الناخبين المترددين إلى أنه الرجل الأنسب لقيادة تونس في مرحلتها الحالية.

وخلال المناظرة، استفاد قيس سعيد من خبرته في مجال القانون الدولي والدستوري وتميز في الإجابة على كل الأسئلة المتصلة بالمجال التشريعي والمتعلقة بمجالات اختصاص رئيس الجمهورية، إضافة إلى تميزه في مجال الخطابة والفصاحة والقدرة على الإقناع، في حين استغل القروي خبرته في مجال الأعمال وكان أكثر واقعية من منافسه، في طرح حلول المشاكل الاقتصادية والاجتماعية العاجلة لتونس، بأسلوب بسيط ولغة سهلة، رغم ارتبائه في بعض الإجابات عن الأسئلة البعيدة عن مجال اختصاصه.

وشهدت المناظرة نقاشات حادة وهجوما متبادلا بين المتنافسين، حيث هاجم نبيل القروي منافسه قيس سعيد وشكك في برنامجه وفي هوية الأطراف التي تدعمه وحتى في مصادر تمويله، وقاطعه عدة مرات، في حين لمح سعيد إلى أن القروي هو مرشح "السيستام" أي النظام، الذي عاقبه الشباب التونسي الراغب في التغيير.

وقال القروي إن سعيد هو مرشح النهضة والأطراف المتشددة في تونس، وهو أمر كاف يهدد هوية التونسيين وحررياتهم ولا يخلق التوازن السياسي في البلاد، بل يساهم في تعوّل الإسلام السياسي، غير أن سعيد نفى ذلك وقال إنه لا تربطه أي علاقة بأي حزب من الأحزاب السياسية ولم يقابل أي طرف حزبي سواء قبل الانتخابات الرئاسية أو بعد الإعلان عن نتائج الدور الأول، وأنه بعيد كل البعد عن الأفكار المتطرفة والمتشددة ويرغب في محاربتها، مشيراً إلى أنه مدعوم من شباب متطوع غير متحزب، يسعى إلى التغيير ويريد أن يكون فاعلا في مراكز القرار وليس رقما انتخابيا فقط.

وطعن القروي في برنامج وأفكار ومقترحات ومبادرات قيس سعيد التشريعية التي ينوي عرضها على البرلمان، وقال إنه لن يقدر على تطبيقه وضمّان المصادقة عليها في غياب كتلة برلمانية وعدم وجود حزب وراءه، ولمح إلى أنه سيكون منعزلا في قصر قرطاج، غير أن سعيد قال إنه سيقدم مشاريع فعّالة إلى الأطراف السياسية التي ستتحمّل مسؤوليتها كاملة أمام الشعب التونسي، لافتا إلى أنه سيطلع التونسيين على كل الأمور والمستجدات التي تحدث في أعلى هرم الدولة حتى يكون على بينة مما يحدث ويتحمّل كل طرف مسؤوليته.

وخلال المناظرة، غازل القروي الفئات الهشة والضعيفة، وأطنب في الحديث عنهم طوال البرنامج وتعهد بتحسين أوضاعهم إلى الأفضل، في حين سعى قيس سعيد لاستمالة الفئة المثقفة والمتعلمة من الشباب التي تحمل فكرا ثوريا يستهدف التغيير، وكذلك إلى المرأة

المطلب الثاني: أهمية المناظرات التليفزيونية في الانتخابات الرئاسية التونسية 2019

إن اعتماد المناظرات التليفزيونية في الانتخابات الرئاسية التونسية زاد من اهتمامات المواطنين ومعرفتهم السياسية، بحكم أنها تؤدي إلى تغيير محتمل في المواقف تجاه النظام السياسي أو التأثير على صورة السياسي في حد ذاته؛ مما سيدعم ويعزز أكثر مسار الانتقال الديمقراطي في تونس. وهو ما ترجم في نسبة المشاهدة القياسية

كما نير (المناظرات التليفزيونية عملية الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا المثارة للنقاش، والتأثير أيضا على تصورات الناخبين حول سمات المرشح؛ ذلك أنها تحفز المواطنين للبحث عن معلومات إضافية، والتحدث مع الآخرين حول البرامج والمشكلات والسياسات والأفكار التي تثار داخلها، وهي تجربة معززة للشعور بالثقة في تحصيل هذه المعرفة السياسية وتغذية قدرتهم على المشاركة في العمل السياسي. وقد تؤدي مشاهدة المناظرات وتتبعها إلى تنشيط عدد من الميول المدنية والديمقراطية الكامنة؛ وتعزيز شعور المواطنين بالفعالية السياسية، بما في ذلك فعالية المعلومات السياسية، وتقل في نفس الوقت من السخرية السياسية، وتعزز دعم المؤسسات السياسية، والاهتمام بالحملة الانتخابية الجارية وتحفيز المواطنين على التصويت. وهذا يبرهن على أن تعرض الجمهور للجدل السياسي على مستوى المناظرات الانتخابية التليفزيونية يسهم في إنتاج آثار معرفية وسلوكية لها قيمة كبيرة للعملية الانتخابية الرئاسية¹

وعليه، يمكن القول: إن المناظرات التليفزيونية حول الانتخابات الرئاسية في تونس يمكن أن تؤدي وظيفة ديمقراطية قيمة، من خلال تمكين الناخبين من تقييم الرؤساء المحتملين وسياساتهم؛ لأنها تساعد على تبسيط اختيارات الناخبين، أو تحفزهم ليصبحوا مواطنين أكثر وعيا وثقة وإشراكا. فهي قد تسهم إلى حد كبير في تشكيل الآراء المستنيرة حول المرشحين والسياسات. وإلى جانب التأثير المباشر على تفضيلات تصويت المواطنين، فهي قد تفرز نوعا من الخيار العقلاني لدى الناخب التونسي، وتؤدي إلى خلق مزيد من الناخبين المطلعين، ويمكن أن تكون مصدرا مهما لإقناع الناخبين في الأمور المتعلقة بالسياسة بصفة عامة والانتخابات بصفة خاصة، بحكم أنها تصل إلى أكبر عدد من الجمهور، وعلى اعتبار أن هذه المناظرات التليفزيونية استطاعت عبر التاريخ اعتمادها وتطورها وفق نماذج الديمقراطية الغربية توليد أكبر "جمهور مشاهدة أثناء الحملات الانتخابية خصوصا الرئاسية منها؛ ذلك أن المناظرات التليفزيونية تشل دائما الحدث السياسي الأبرز والقادر على جذب انتباه المواطن الذي قد يكون منشغلا بآليات تواصلية انتخابية أخرى، أو قد يكون على الهامش منغمسا في حالات اللامبالاة السياسية والانتخابية.

وعليه، فالمناظرات التليفزيونية أثرت إيجابيا وعلى مستويات مختلفة:

أ- **التأثير على المستوى المعرفي:** أثرت المناظرات التليفزيونية بشكل إيجابي في التكوين المعرفي لدى المواطنين الناخبين من خلال اجتثاث أصول معرفية قديمة معيبة، وإحلال محلها معلومات ومعارف جديدة تهم العملية السياسية والانتخابية، وتوفر فرصا أكبر للتفاعل والمشاركة والتتبع والمراقبة، والتي تترتب عليها سلوكيات انتخابية جيدة تؤثر بشكل إيجابي على العملية الديمقراطية والاستحقاقات الانتخابية، فهي تشمل تغيرات على مستوى المعلومات التي تتشكل لدى الفرد بخصوص العملية الانتخابية، وخصوصا مجمل الآراء والاعتقادات والمواقف والسلوك، فيما يتعلق بجانب الحملات والبرامج الانتخابية وتكوين معرفة شاملة حول المرشحين، وكون المناظرات دائما ما تفرض الاحتفاظ بآراء سياسية أكثر ثباتا ورزانة

¹ عثمان الزباني تأثير المناظرات التليفزيونية في الانتخابات الرئاسية والممارسة الديمقراطية في تونس، مركز الجزيرة للدراسات، أكتوبر 2019، ص 3

وعقلانية ومعرفة المزيد عن المرشحين والأرجح التصويت بشكل صحيح. فمناظرة الدور الثاني وبحكم انها كانت أكثر تأثيراً ولاقت صدى أكبر داخليا وخارجيا، بينت الفروق بين المرشحين قيس سعيد الأكاديمي الفصيح والمتحكم في الفاظه والقروي المتردد والمتحدث بالدارجة، وهو بينته استطلاعات الرأي فالحزانات الانتخابية التي صوتت لكلي الرجلين مختلفة جذرياً فيما بينها. ففي حين صوت الشباب المدني من أصحاب الشهادات الجامعية بكثافة لقيس سعيد، فإن نبيل القروي سجل حضوراً لافتاً لدى الطبقات الأكثر فقراً والأقل تعليماً والأكبر سناً، وبصفة خاصة في المناطق الريفية المهمشة

ب- التأثير الوجداني / العاطفي: إن من بين الإشكالات التي يعاني منها المواطن التونسي في علاقته مع العملية السياسية والانتخابية هي تشكيل ما يعبر عنه في أدبيات التحليل الماركسي بالاغتراب السياسي، وهي حالة نفسية تعبر عن فقدان الفرد للثقة في النظام السياسي ومؤسساته وفاعليه، وما يترتب عليها من إحباط وسخط سياسيين، مما يتسبب في ارتفاع مستويات العزوف السياسي والانتخابي. وعلى هذا الأساس، وبحكم الارتباط المفصلي بين الجانب المعرفي المرتبط بالجانب العقلي والجوانب النفسية، فإن تأثير المناظرات التلفزيونية كان كبيراً، فالمناظرة كانت ناجحة إعلامياً، إذ تابعها أكثر من خمسة ملايين مشاهد وأعدت الفخر إلى التونسيين بالحدث الذي يعيشونه، وهو ما بدا جلياً في التعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي فمن بين التعليقات "أفضل ما في المناظرة المصافحة الحارة بين المتنافسين في النهاية تونس_تتغير"، وعلق الإعلامي غفران الحساني "تونس أقلت... ولن تعود إلى الوراء. ارتفع سقف سماننا وحلفت عيوننا عالياً... وسنصنع جناحين". وعلقت المدونة المعروفة، لينا بن مهني "ما كنا لنعيش لحظات تاريخية كهذه لولا الثورة، شكراً للشهداء، شكراً للجرحى وشكراً لكل من يؤمن بالثورة"، وأضافت "مهما كانت النتيجة ومهما كان قرار الشعب نحن نكتب التاريخ، ونتقدم على طريق الديمقراطية ولو بخطى متعثرة.

ج- التأثير السلوكي: من خلال التأثير في مختلف أشكال التصرف والأفعال وردود الأفعال التي يظهرها المواطن أثناء اللحظة الانتخابية نتيجة تأثره بالمناظرات التلفزيونية، فهذه الأخيرة تعتبر بمنزلة محفز إيجابي للسلوك الانتخابي بدرجة أولى، عبرها يمكن تبلور سلوك انتخابي شفاف ونزيه يعتمد في أصوله على المنافسة الحرة بين البرامج، وعبرها يحترم المرشحون مدارك و معارف المواطنين/الناخبين، وعن طريقها يحسن المواطن اختياره بعد نقاشات مستفيضة قائمة على التناظر والحجاج، حيث يسعى كل طرف مترشح إلى إقناع الناخبين بوجاهة مقترحاته وآرائه وبرامجه وخطته في مواجهة مختلف القضايا التي تفرق المجتمع التونسي. كما ساهمت المناظرات التلفزيونية في تقويم مختلف اعوجاج السلوك الانتخابي التونسي التي تراكمت خلال حقبة من الزمن الاستبدادي. وهو ما ظهر جلياً من خلال تفاوت نسبة المشاركة بين الدوريين الأول والثاني فبينما كانت نسبة المشاركة في الدور الأول 48% ارتفعت إلى 55% في الدور

الثاني، واثرت المناظرات بشكل واضح في النتائج النهائية للدور الثاني من خلال ما يسمى " بالتصويت العقابي " وذلك بتصويت غالبية التونسيين وبنسبة فاقت 72% للأكاديمي قيس سعيد عقاباً للمنظومة الحزبية التونسية.

المطلب الثالث. دور المناظرات التلفزيونية في حسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية 2019

إن المبرر الذي يتم الاستشهاد به في كثير من الأحيان للاهتمام الكبير الذي يمنح لمناظرات الحملات الانتخابية الرئاسية أنها تصل إلى جمهور كبير. فللمناظرة كانت ناجحة إعلامياً، وأنعشت القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية، إذ ارتفعت نسبة مشاهدة التلفزيون التونسي (القناة الرسمية) بنسبة 105% خلا أيام

09/08/07/سبتمبر 2019 وبصفة تصاعدية مما يدل على اهتمام المواطن التونسي بملف الانتخابات واهتمامه بالمناظرات.

ذلك أن المناقشات الرئاسية تستمر دائما في توليد أكبر جمهور مشاهدة لأي حدث مرتبط بحملة انتخابية تليفزيونية. وبالنظر إلى التجربة التونسية، وعلى الرغم اجرائها لأول مرة، استطاعت أن تستقطب الكثير من المشاهدين والمنتبعين، فلقد تابع هذه المناظرة والتي استمرت لساعتين من الزمن على القناة الوطنية التونسية نحو أربعة ملايين متفرج في تونس ولعله الأعلى منذ 14 جانفي 2011 (اعلان عن هروب زين العابدين بن علي) فل بالإضافة إلى ما أعقب هذه المناظرات من نقاشات وردود أفعال إيجابية رغم بروز بعض المآخذ، وبعض الآراء التي قللت من أهميتها، فهي بشكل أو بآخر استطاعت أن تحدث نوعا من المصالحة مع السياسة، بحكم أنها خلقت مساحات وفضاءات للنقاشات السياسية سواء على مستوى وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا الأمر يسهم إلى حد كبير في خلق نوع من الوعي السياسي والانتخابي وتشكيل ثقافة انتخابية جديدة تقطع مع موروثة الثقافة الانتخابية السلطوية في العقل السياسي الانتخابي التونسي.¹

قد لا يكون من المبالغة الإقرار ان المناظرة كانت حاسمة بالنسبة للكثير من المترددين والعازفين عن تحديد مرشحهم، ولقد ساعدت قيس سعيد على تحديد موقعه بما عمق الفارق بينه وبين رجل الاعمال نبيل القروي، الذي كشف عن ضعف في الاتصال كما في الخطاب وجعل قيس سعيد المتمكن من المسائل القانونية يبدو في موقع مريح.

فلم يتمكن نبيل القروي من إخفاء ارتبائه من خلال لغة الجسد، وربما احساسه بتفوق منافسه عنه امام أنصاره الذين منحوه ثقته في الدور الأول، فلقد حاول التدارك في نهاية المناظرة لكنه لم يفلح كثيرا في اقناع المنتب. ولقد مزج سعيد بين لغة العقل من ناحية، ولغة العاطفة من ناحية أخرى. وتركز الخطاب العاطفي على قضايا السياسة الخارجية، ورغم اختصاص نبيل القروي كإعلامي لم يستفد من ذلك خاصة ان الراي العان كان ينتظر توضيحات بخصوص اتهامات بالتهرب الضريبي وغسيل أموال وعلاقته بإسرائيليين، الا ان لغته خائنه في التعبير في اكثر من مناسبة بما منح قيس سعيد الذي يتقن العربية ليوصل خطابه العاطفي بشأن توجهه نحو تجريم التطبيع واعتباره في مرتبة الخيانة العظمى، ومن خلال هذه النقطة استطاع ان يجمع حوله في خطوة مسبقة القوميين والإسلاميين واليساريين وحتى غيرهم مما لا انتماء أيديولوجي لهم، بالنظر الى ما تمثله القضية الفلسطينية التي لا تكاد تغيب عن الشارع التونسي في مختلف المناسبات.²

وهناك أكثر من سبب يدفع للقول ان المناظرة كانت حاسمة في تحديد فوز قيس سعيد الكاسح بعد الأداء المتباين للمتنافسين وقد ساهمت المواقع الاجتماعية في الترويج لأداء قيس سعيد وأحيانا في تقديم منافسه في صورة التلميذ الفاشل امام معلمه.

حظيت المناظرة بمتابعة عربية واسعة، وهو ما أكدته تعليقات المتابعين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي، والذين أجمعوا أيضاً على تفوق المرشح قيس سعيد خلال المناظرة التي جمعته بالمرشح نبيل القروي.

و حتى لو لم تكن للمناظرات في نظر القلة تأثير ملحوظ على تفضيلات التصويت للمواطنين الذين سبق لهم الالتزام، فلا ينبغي إهمال تأثيرها على الذين لم يحسموا أمرهم بعد، وقد وجد العديد من الدراسات التجريبية أن المناظرات تساعد الناخبين الذين لم يحسموا أمرهم أو الملتمزمين بشكل ضعيف في تشكيل أو تغيير اتجاهات تصويتهم، لأنه قد يشكل هؤلاء المواطنون غير الملتمزمين (حتى لو كانوا يمثلون شريحة صغيرة من جمهور مشاهدة المناظرات) شريحة من الناخبين، الذين قد يقررون ويحسمون نتائج الانتخابات لصالح

¹ عثمان الزياتي، مرجع سابق، ص 08.

² اسيا العتروس، "كيف حسمت المناظرة نتيجة الانتخابات" مقال في الرابط التالي: <http://www.assabahnews.tn/tags> .2020/09/01.

مرشح نال رضاهم أثناء عرض المناظرات التلفزيونية، وهي مسألة ممكنة في ظل احتدام الصراع وتقارب النتائج بين المتنافسين على كرسي الرئاسة.

1

لمبحث الثالث: قراءة في عوامل حسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية 2019. المطلب الأول: نتائج الدور الأول

منذ بداية سنة 2019 عرف المشهد السياسي تغيرات جذرية وتحولات مهمة طالت تركيبة الأحزاب السياسية، وتنقلات للنواب البرلمان بين الأحزاب السياسية وتزكيات لأحزاب عديدة في انتظار الاستحقاق الانتخابي، وكانت كل هاته المؤشرات تنبئ بحدوث مفاجئات في نتائج الانتخابات الرئاسية، خاصة ان درجة الغضب والاحتقان والرفض للطبقة السياسية الحاكمة بلغ مداه وغداه فشل الحكومات في حل الملفات الاجتماعية والاقتصادية العالقة، وهو ما شكل أحد اهم اسباب التوتر الاجتماعي التي ستؤثر لاحقا على النتائج الانتخابية برمتها

لقد اظهرت النتائج الرسمية التي أدلتها الهيئة المستقلة للانتخابات في تونس تقدم المترشحين قيس سعيد ونبيل قروي وعبد الفتاح مور على الترتيب في ثاني انتخابات نزيهة وحررة تعرفها تونس منذ ثورة 2011 وكشفت النتائج تقدم المرشح المستقل قيس سعيد على باقي المترشحين فقد حاز على 18.9% أمام مرشح حزب " قلب تونس" نبيل القروي القابع في السجن على 15% ومرشح حركة النهضة الاسلامية عبد الفتاح مورو على 13.1% ، وتعد هذه النتائج متوافقة بعض الشيء مع ما نشرته وكالة "سيغما كونساي" لسبر الآراء الخاصة من نتائج رسمية للانتخابات استنادا الى استطلاع للرأي بفوز قيس سعيد، وهو ما يطرح الباب مفتوحا حول سيناريو الجولة الثانية بين المترشحين قيس سعيد ونبيل القروي، حيث بلغت نسبة المشاركة نحو 45.2% والتي تعد ضعيفة مقارنة بالدورة الاولى من الاقتراع الرئاسي سنة 2014 حيث بلغت 64%.

وخالفت النتائج النهائية التوقعات، حيث أكد رئيس الحكومة التونسي والمرشح للانتخابات الرئاسية يوسف الشاهد احترامه لتقديرات نتائج الانتخابات التي اصدرتها الهيئة الوطنية المستقلة للانتخابات. وبات قيس سعيد على ابواب الدور الثاني للانتخابات الرئاسية التونسية التي اقيمت جولتها الأولى بلا مكينات ولا لوبيات ولا حتى امكانيات هائلة أو بلا توهات تلفزيونية¹.

وعكس التوقعات فقد اعتبر هذا الانتصار محللون سياسيون ورؤساء أحزاب بمثابة زلزال سياسي بحيث قام بالإطاحة بالأقطاب التقليدية المهيمنة على السلطة التنفيذية حتى في قرطاج ويعد قيس سعيد من الوافدين حديثا الى المشهد السياسي التونسي ولم يعرف عنه اي انخراط في الشأن العام، حيث كان أكاديميا ومنشغل بالتدريس وعرف في وسائل الاعلام بعد الثورة في إطار الظهور الاعلامي حول مسائل الدستور وغيرها، وحقق له اسلوبه التواصل الخاص نسبة عالية من المتابعة بين مختلف الشرائح الاجتماعية خاصة الشباب.

وعلى خلاف المترشحين الاخرين لم تشهد حملة قيس سعيد مظاهر انتقالية او دعائية تذكر ورفض كل انواع المساعدات المالية من المؤسسات الاقتصادية ورجال الاعمال.

اما نبيل القروي الذي خاض حملته الانتخابية من السجن بعد اعتقاله قرابة أسبوعين من بدء الحملة الانتخابية بتهم الفساد والتهرب الضريبي وساعده الاعلام في الظهور والحملات الدعائية للبروز والظهور في هذه الانتخابات، بحيث تشير نتائج الجولة الاولى من الانتخابات الرئاسية الى اختراقات هامة حققها نبيل القروي

¹ - جريدة الشرق التونسية، " انتخابات تونس - الشعب يعاقب السياسيين"، مقال في الرابط التالي: <https://al-sharq.com/article/17/09/2019> ، (2020/08/23).

من شركات الدعاية والاعلان في الانتخابات الرئاسية الى اختراقات هامة حققها نبيل القروي من شركات الدعاية والاعلان في مناطق متعددة من تونس وخاصة المناطق النائية ومستخدم الالفاظ العنيفة ومتوعد خصومة المترشحين للانتخابات الرئاسية التونسية¹.

ولم يهتم القروي باهتزاز صورته نتيجة التسريبات الصوتية التي انتشرت خلال السنتين الأخيرتين والتي ظهر فيها متوعدا خصومة من سياسيين وناشطين مدنيين ومستخدم ألفاظ مشينة.

وراهن المترشح نبيل القروي في حملته على قنواته الاعلامية بالإضافة إلى أمواله في جلب العائلات والاسر المعوزة بفعل المساعدات والاعمال الخيرية التي كان يقدمها سعيًا منه لكسب صورة حسنة لدى فئة من الشعب بالإضافة الى استناده على مجموعات الضغط وجماعات المصالح والاستثمار في الخطاب الشعبي واعطاء الوعود.

من خلال ما سبق يتبين لنا أن الانتخابات الرئاسية التونسية كانت شخصية وليست حزبية كما ظهر بوضوح في المناظرات، إذ لم تحقق المنظومة الحزبية والسياسية التقليدية أي نتائج في الانتخابات فقد رجعت "حركة النهضة" إلى المرتبة الثالثة بعدما كانت قد حققت نسبة كبيرة في الانتخابات النيابية والبلدية عام 2014، في حين غابت بعض الاحزاب مثل "نداء تونس" الذي حل في المراتب الأخيرة بسبب وفاة مؤسسه الباجي قايد السبسي وتشنت قياداته وأنصاره وهو الشيء كذلك بالنسبة لحزب "تحيا تونس" الذي انشئ حديثا الذي لم تمر فترة طويلة على تأسيسه على أيدي منشقين من حزب "نداء تونس" فقد حل في المرتبة الخامسة.

أما احزاب المعارضة منها اليسارية والليبرالية والوسطية مثل "حزب العمال" و"الجبهة الشعبية" فقد منيت بهزيمة قاسية، بالإضافة الى احزاب التيار الديمقراطي وانتلاف تونس بقيادة منصف المرزوقي الذي حل في المرتبة 11 بنسبة 3.11 %، رغم أنه قد أحرز المرتبة الثانية في الانتخابات النيابية لعام 2011 ب 28 نائبا.

مثلت النتائج الضعيفة للنخب السياسية التقليدية التي هيمنت على المشهد السياسي لسنوات صدمة كبيرة ومخالفة لاستطلاعات الرأي عند الكثير من المحللين والاعلاميين والسياسيين وان فوز قيس سعيد يدل على مدى تغير الظروف التي حكمت الانتخابات السابقة ووعي الفئة الناجية والشباب والرأي العام التونسي بصفة عامة بسبب نفور الراي العام من الإستقطابات والتجاذبات السياسية التي حصلت في السنوات الأخيرة. كل هاته العوامل مهدت الطريق نحو صعود "قيس سعيد" بدرجة اولى و"نبيل القروي" بدرجة ثانية معتمدا في عمله القاعدي على المحسوبيين على المنظومة القديمة.

وقد مثلت نتائج الدور الأول من الانتخابات الرئاسية في تونس مظاهر أزمة مبكرة للنظام تتجسد في تفكيك الخريطة الحزبية وسوء الأداء الاقتصادي اضافة إلى عدم الثقة بالأحزاب بحيث شهدت الانتخابات تصويتا احتجاجيا على الواقع الاقتصادي والاجتماعي للبلاد فكان من نتيجته تراجع النخبة السياسية التقليدية حكما ومعارضة تراجعا حادا، رغم كل الجهودات والإمكانات المالية والقدرات التنظيمية والإعلامية التي تساندها، ومنه فإن المشهد السياسي التونسي دخل في اطار تغيرات عميقة من خلال اعادة تأسيس نفسه بنفسه على قواعد جديدة مختلفة كلها عن السابق من أجل بناء ديمقراطية حقيقية قادرة للتصدي لجميع الامتحانات مثلما فرضت نفسها في هذه الانتخابات.

المطلب الثاني: نتائج الدور الثاني

بعد اعلان الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في تونس ليوم الخميس 17 اكتوبر 2019 النتائج النهائية للجولة الثانية من الانتخابات الرئاسية بفوز رجل القانون الدستوري المتقاعد قيس سعيد بفارق كبير على

1 - تقدير موقف، "الانتخابات الرئاسية في تونس قراءة في نتائج الدور الاول"،

في: <https://www.dohainstitute.org/ar/PoliticalStudies/Pages/Tunisia-Presidential-Election2019.aspx>، (2020/08/15).

منافسه قطب الاعلام نبيل القروي، وكان المترشح المستقل قيس سعيد قد فاز بنسبة 72.71% من اصوات الناخبين مقابل 27.29% لنبيل القروي.¹

وعلى عكس توقعات الطبقة السياسية حقق قيس السعيد فوزا ساحقا بفارق كبير، هذا الفارق في نتائج التصويت للمترشحين للانتخابات الرئاسية التونسية منح الشرعية ا لقانونية لنتائج الجولة الثانية وأسقط فرضية الغاؤها في حالة رفع تظلم من قبل المترشح المنهزم نبيل القروي، وألغى كذلك فرضية الغاء القضاء لنتائج الانتخابات واعادة هذا الاستحقاق الانتخابي مجددا.

واثيرت في تونس قبل اجراء الانتخابات للجولة الثانية مخاوف كبيرة من امكانية الغاء نتائج هذا الاستحقاق الانتخابي في حال تقديم نبيل القروي لظعن او تظلم لدى المحكمة الادارية بسبب بقاءه في السجن فترة الحملة الانتخابية، او بسبب حرمانه من حق تكافؤ الفرص، لكن الفارق الشاسع بين المتنافسين حال دون لك، بالإضافة الى انه أطلق سراحه قبل يومين من انتهاء فترة الانتخابات المخصصة للجولة الثانية في الانتخابات الرئاسية ومشاركته المناظرة التلفزيونية، كل تلك العوامل منعت من ان يقوم بطعن او تظلم.

واكد بوراوي الصحفي في قناة الشروق انه" في حال تقدم نبيل القروي بطعن في نتائج الانتخابات الرئاسية من اجل اعادتها، فانه لا يستقبل شكلا ويرفض اصلا من ظرف المحكمة الادارية، باعتبار ان الطعن المقدم من طرفه مهما كان حجمه فانه لن يصل الا اسقاط النتائج الجزئية للانتخابات الرئاسية ولن تلغى نتائج الانتخابات الرئاسية.²

وبعد الاعلان النهائي عن الانتخابات ارجع المترشح الخاسر في الانتخابات الرئاسية التونسية نبيل القروي سبب هزيمته الى سجنه في فترة الحملة الانتخابية، والقى اللوم على قرار ايقافه قبل الحملة الانتخابية للدور الأول، وقال انه منع زورا وبهتاننا من القيام بحملته الانتخابية، ما اثر حسب رايه على مبدأ تكافؤ الفرص وهو ما لم يتوفر حسب سبب الافراج عنه قبل 48 ساعة فقط من الاقتراع قائلا: "تم حرمانني من التواصل مع الناخبين التونسيين"، حيث اعترف نبيل القروي بهزيمته في الانتخابات الرئاسية التونسية مهنئا خصمه قيس سعيد وتعهد بدعمه دون ان يصفح عن قراره بشأن امكانية رفع تظلمه لدى المحكمة الادارية والطعن في نتائج الانتخابات

لقد تمكن قيس سعيد بأسلوبه التواصلي المخصوص التمكن من تقديم صورة جيدة تختلف عن الصورة النمطية للسياسي التقليدي، وكسب ثقة فئة مهمة من التونسيين خاصة الشباب.

وجمعت بين المتنافسين للدور الثاني مناظرة تلفزيونية تاريخية وغير مسبوقه وغير مسبوقه للمترشحين، بحيث لقيت هذه المناظرة متابعة من التونسيين داخل بيوتهم وفي المقاهي وعبر مواقع التواصل الاجتماعي وتداول نشطاء الانترنت صورة جمعت المتنافسين وهما يتصفحان بعد المناظرة.

ويرجع مختصون في سبر الآراء والاتصال السياسي وعلم الاجتماع نجاح قيس سعيد الى صورته الناصعة لدى الشباب المرتبطة بوفائه للثورة وزهده واصالته، معولا على مجموعة من الشباب الذين اشتغل معهم خلال حملته الانتخابية.

وحسب استطلاعات الراي التي قامت بها مؤسسة (سيغماكونساي) يقول حسن المرزوقي رئيسها والتي قامت بهذا الاستطلاع بيوم قبل الانتخابات بأن النتائج المعلن عنها كانت مطابقة للواقع ومتوقعة ولم تكن مفاجأة بالمرّة مذكرا ان كل نتائج نوايا التصويت قبل فترة الانتخابات وضعت على راس الفائزين المحتملين، وليس هذا فقط اذ حضي قيس سعيد بأغلبية ثقة الناخبين منذ اربع سنوات على استطلاعات الراي، لكنها جوبهت

1 - السبسي، "النتائج النهائية تؤكد فوز قيس سعيد لرئاسة تونس"، في:

<https://www.dw.com/ar/2020/08/20>.

2 - بسام حمدي، "الفوز الساحق لقيس سعيد يسقط فرضية الغاء الانتخابات الرئاسية التونسية"، في: <https://alarab.co.uk/>، في: (2020/08/25).

بحملة تشكيك من قبل احزاب فشلت في الانتخابات الحالية، والسبب هو حفاضة على صورة جيدة خاصة لدى الشباب لانهم هم اغلب الفئة التي صوتت لقيس سعيد بالإضافة الى الطلبة الجامعيين والاسرة الجامعية الذين فقدوا ثقتهم في كل الاحزاب الحاكمة بعد الثورة بسبب فشلها في تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي، هذه الثقة التي اكتسبها لدى فئة الشباب نابعة من وفاءه للثورة ونزعتة المحافظة الراضة للمساواة في الميراث وعقوبة الاعدام فضلا عن تكريس الحكم المحلي بتعديل الدستور واشراك المواطنين في صنع القرار عبر الاستفتاء وهو ما يميز تفوقه خاصة ان فئة الشباب كانت عازفة عن الانتخابات وتعتبرها مجرد مسرحية لإنتاج منظومة الحكم السابق، مبينا ان الطرح الذي قدمه قيس سعيد غازل اولئك الشبان الذين سئمو من الوعود الزائفة والبرامج الخالية من المصادقية، ويرى البعض من المحللين السياسيين ان صعود قيس سعيد كرئيس يعكس بروز ثقافة سياسية جديدة لدى الناخبين الذين سئمو من الاحزاب التقليدية القديمة، ومن الصور النمطية لرئيس الجمهورية وأصبحوا يحددون اختيارهم على اساس نظافة اليد والاستقامة وتحقيق العدالة الاجتماعية.¹

ولعل اكبر عامل من عوامل نجاح قيس سعيد في هذه الانتخابات هو حسن استغلاله لوسائل الاعلام خاصة منها وسائط التواصل الاجتماعي واكثرها اهمية الفيسبوك، بحيث يقول المحلل السياسي الحناشي بان موقع الفيسبوك انتصر على الاحزاب في مجال التعبئة وهذا ما حدث في مجال التعبئة في الانتخابات الرئاسية فالفيسبوك لعب دور مهم في عملية الاستقطاب وتوجيه سلوك الناخب، وهذا ما لحضناه لدى قيس سعيد، فالمجموعات التي ناصرته كلها تقريبا اشتغلت على الفيسبوك لمدة طويلة، وتعزز هذا الامر خلال الحملة الانتخابية، كما ان المناظرة التلفزيونية بين قيس سعيد ونبيل القروي لعبت دور كبير في التمييز بين الشخصيتين"

ودون الباحث والمحلل السياسي دكتور رياض الشعيبي " هذه المرة تغير الامر وتحددت موازين القوى الانتخابية على الفيسبوك، وفي يوم التصويت في اغلب الضن، فقد شهدت حملة الاستاذ قيس سعيد دعما قويا وتلقائيا فيما يبدو الى حد الان من الالاف من الشباب الجامعي او العاطل عن العمل، ولا زلنا ننتظر كيف سيتفاعل الرئيس الجديد مع جمهوره الفيسبوكي بعد توليه الحكم.²

واضاف بسام الجمل استاذ في كلية الادب والعلوم الانسانية بصفاقس في حديثه لجريدة القدس العربي ان نتائج الانتخابات الرئاسية تعكس حقيقة المشهد السياسي السائد اليوم في تونس والذي تميز بفشل النخبة السياسية في اقناع جمهور الناخبين ببرامجها السياسية، معتبرا ان الديمقراطية التونسية الناشئة عرضة اليوم لتحديات عديدة، ويشدد على ضرورة تحديد الفكر الديني ولكن من خارج المؤسسة الدينية التقليدية الممجة للتراث عموما، ومن خلال قراءته لنتائج الانتخابات الرئاسية التونسية قال "بأن نتائج الانتخابات الرئاسية التي افرزت فوز قيس سعيد هي حقيقة المشهد السياسي السائد اليوم في تونس، وان هذا المشهد تميز بفشل النخبة السياسية خاصة منها من مارس الفعل السياسي في حكومات المتعاقبة منذ ثورة 14 يناير 2011، في اقناع جمهور الناخبين ببرامجها السياسية،"³

وبالتالي لقد افاقت تلك النخبة على صدمة مدوية اصابتها فكانت نتيجة التصويت مخيبة لآمالها العريضة ولما روجته من وعود في الاقتصاد والتنمية والسياسة الخارجية والأمن القومي وهذا الوضع تداخلت عدة عوامل في حدوثه، منها النزجسة الطاغية على عموم المترشحين فكل واحد يرى نفسه جدير بتولي منصب رئاسة

1 - سوسن العويني، "على المقاس" ومن ضروب التلاعب... هكذا علق سياسيون على نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية"، في: <https://ultratunisia.ultrasawt.com/>، (2020/08/20)

2 - حسن سلمان، "هكذا تفوق الفيسبوك على وسائل الاعلام التقليدية في الانتخابات الرئاسية التونسية"، في: <https://www.alquds.co.uk/>، (2020/08/14).

3 - روعة قاسم، "نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية تعكس فشل النخبة بإقناع جمهور الناخبين"، في: <https://www.alquds.co.uk/> (2020/08/10).

الجمهورية التونسية حتى وان انتسب اكثر من مترشح الى نفس العائلة السياسية سواء كانت يسارية ام تقدمية وسطية او اسلامية سياسية، ثم ان المترشحين بالغوا في مناولتهم السياسية وغالطوا الناخبين وذلك بان نسبوا الى صلاحيتهم الرئاسية مالم يسمح به الدستور التونسي ومالم ينطق به ابد من قبل الادعاء بأن الامن القومي يشمل الامن الغذائي والامن المائي والامن السيرانى والامن الاجتماعى الخ. ومثل هذه المغالطات لم تمر فيما اعتقد على الناخبين وخاصة منهم القطاع غير المنتمى الى أي حزب من الاحزاب السياسية الموجودة اليوم في تونس، وفضلا عن ذلك فإن شريحة مهمة من الناخبين هم جيل الشباب الذي كان سنه عند قيام الثورة التونسية في حدود عشر سنوات، بالإضافة الى ان هذا الجيل يجيد التعامل مع الوساطة الرقمية ويعول كثيرا على الذكاء الاصطناعي في بناء علاقاته وتواصله الاجتماعى ولا تعنيه السياسة بمفهومها الكلاسيكي والتقليدي الذي يقوم على البرامج العريضة من جهة وعلى اجراء حوارات مطولة مع المترشحين من جهة اخرى، وهو ذلك الجيل الذي يبحث عن الفعالية السياسية وعلى المنجز البراغماتي من السان السياسي، كل ذلك يفسر لماذا اختار حوالي ستة مئة ألف ناخب من الشباب الذي عمره ما بين 18 و25 سنة المترشح قسي سعيد للمرور الى الدور الثاني من الانتخابات بالرغم من ان هذا المترشح لم يعتمد على ماكينة حزبية ولا على تمويلات كبيرة، ولكنه اعتمد على شبكة التواصل الاجتماعى حين دعمه مجموعة كبيرة من الشباب وصوتت لصالحه، وان قيس سعيد ربما كان يدرك بان هامش الفعل السياسي بمعناه التقليدي قد تقلص وهو في طريقه ربما الى الاندثار.¹

المطلب الثالث: الدروس المستفادة من تقدم قيس سعيد في الانتخابات الرئاسية التونسية

ناقشت صحف عديدة عربية وأجنبية نتائج المرحلة الأولى من الانتخابات التونسية والتي شهدت تقدم قيس سعيد استاذ القانون المحافظ، والثاني نبيل القروي قطب الاعلام الذي يحاكم بينهم فساد على بقية القانون المترشحين الآخرين وصعودهم الى الدور الثاني عكس ما كان متوقعا وبالمقابل عدم تأهل سياسيون واسلاميون منهم رئيس الوزراء "يوسف الشاهد" و"عبد الفتاح مورو" مرشح حزب النهضة الاسلامي المعتدل.

ان اغلب الصحف ركزت على هذا الفوز لأنه يفعل الشباب الذي يعتبر الخزان الانتخابي مما يؤكد فشل الأحزاب والائتلافات والاطاحة بكهنة السياسة ومحترفي التخطيط والاستشراف مما شرع الأبواب والنوافذ على مستقبل يستبشر به البعض ويخشى عواقبه البعض الآخر. ويرى كثيرون بأن صعود السعيد يأتي إلى مساندة عدد من الشباب له عبر مواقع التواصل الاجتماعى وخاصة منها الفايسبوك.

ومن هذا السياق يقول "محمد جويلي" في جريدة المغرب التونسية إن "الشباب هو الخزان الانتخابي للتشرح قيس سعيد وهو على الاغلب من الشباب الجامعي والمتعلم والذي يرى في مترشحه تجسيد القطيعة مع المنظومة الحالية بأخلاق سياسية جديدة وهو الشباب الذي تولى القيام بالحملة الانتخابية في تحمل واضح للمسؤولية دون ان يكون ذلك من صنف النخب الانتخابية التي تعتمد على الاحزاب السياسية في الحملات الانتخابية" ويضيف بان هناك نوع من الالتزام الشباني الذي تحركه جملة من المبادئ والقناعات ولا ننسى أن الشعار الانتخابي لقيس سعيد هو " الشعب يريد" في اشارة وتذكير واضح بشعارات الثورة، مما يفسر بأن هناك رغبة في استعادة الثورة بعد ان رأى صنف من الشباب أنها سرقت منه بطريقة أو اخرى.

¹ - حسن سليمان، مرجع سبق ذكره، ص5.

أما حسن مدن فيقول في جريدة " الخليج الاماراتية" ان الشباب التونسي الناقم أختار العزوف عن المشاركة في الانتخابات تعبير عن يأسه، ومن شاركوا منهم صوتوا للأستاذ الجامعي " قيس سعيد" لأنهم رؤ فيه صوتا مختلفا ودفعت به أصواتهم إلى تبوء المركز الاول¹.

ويقول حسن أبو طالب في جريدة الوطن المصرية إن قيس سعيد أستاذ أكاديمي هو الرجل الذي قالت استطلاعات الراي أنه محافظ مستقل غير حزبي لا فرصة لديه للفوز، فإذا به يأتي في المركز الأول بنسبة تقارب خمس عدد الذين توافرت لديهم إدارة المشاركة وتحديد من يروونه الأفضل، وعن الصورة التي يعكسها قيس سعيد قالت صحيفة "ليزيكو" ان استاذ القانون الدستوري معروف بنزاهته وانه رجل قانون وصاحب قناعات محافظة، ووصفت "لوباريزيان" في وصفهم الى الرئيس التونسي الجديد " ان الناخبين التونسيين حسموا امرهم على ما يبدو وانتخبوا الاكاديمي في العلوم السياسية والقانونية المتقاعد، ليخلف الرئيس الراحل الباجي قائد السبسي المتوفي وان قيس سعيد شأنه شأن منافسه الخاسر هم من خارج المنظومة السياسية التقليدية او ما يعرف ب" السيستام"².

ويتابع هذا الفوز وإن تضمن دهشة واستغراب البعض خاصة الاعلام الفرنسي وذوي الميول الغربية في المجتمع التونسي لا يخلوا من درس سياسي وعملي في آن واحد وهو ما يفسر بأن الاحزاب لم تعد مؤثرة في الشارع التونسي وأن رغبة الانقلاب الشعبي عليها كبيرة للغاية

خلاصة الفصل الثاني

وكخلاصة للفصل الثاني نستنتج انه كان لوسائل الاعلام دور محوري في حسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية 2019 سواء التقليدية منها أو الحديثة فلقد زادت نسبة مشاهدة التلفاز بأكثر من الضعف واما وسائل الاعلام الحديثة متمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك وتويتر الخ لعبت هذه الأخيرة دورا محوريا ساعد المترشح قيس سعيد بالظفر بكرسي الرئاسة رغم اختصاص منافسه القروي في الاعلام.

كما لعبت المناظرات التلفزيونية دورا حاسما في ترجيح كفة قيس سعيد الذي برز فيها مستغلا ثقافته القانونية وفصاحة لسانه، فالمناظرة تظهر مستوى كل مترشح من خلال لسانه وطريقة تفاعله مع خصومه ومع الصحافة فالكل يستمع الى اجاباته والكل يشاهد لغة جسده.

1 - بي بي سي الاعلامية، "الانتخابات التونسية - الدروس المستفادة من تقدم قيس سعيد وشعاره " الشعب يريد"، في: <https://www.bbc.com/arabic/inthepress-49739397>

2 - اذاعة مونتي كارلو الدولية، "بين ثورية سعيد ومظلومية القروي: التونسيون صوتوا عاطفيا لقيس سعيد"، في: <https://www.mc-doualiya.com/chronicles>، (2020/08/11)

الختامة

الخاتمة

توصلت الدراسة التي قمنا بها والتي تطرقنا فيها الى وسائل الاعلام بمختلف أنواعها ودورها في توجيه الرأي العام وتغييره خلال الانتخابات الرئاسية التونسية 2019، ومدى تأثيرها في زيادة نسبة المشاركة خاصة لدى فئة الشباب، بالإضافة الى ان لوسائل الاعلام الحديثة الدور الكبير في التأثير على نتائج الانتخابات وحسمها وهو ما ركز عليه اغلب المترشحين للانتخابات الرئاسية التونسية خاصة منها وسائط التواصل الاجتماعي بمختلف انواعها، وبالتالي لا يتم عامل الاتصال السياسي في عصرنا الحديث الا عن طريق وسيلة من وسائل الإعلام لذلك فان الحديث عن وسائل الاعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي يدفعنا الى رصد التغيرات التي طرأت على العملية السياسية بفضل تعزيز دور هذه القنوات الاتصالية للتأثير في نفسية الناخبين وتوجيههم، وعلى هذا الاساس توصلنا الى النتائج التالية:

- تحتل وسائل الاعلام مكانة مركزية في الاتصال السياسي، حيث ينبغي تجاوز المعنى الضيق الذي يركز على الخطابات الشكلية، فالمطلوب منها في هذا المنظور أن تبقى على مسافة من المنطق التمثيلي للرأي العام ورجال السياسة، وفي مقابل ذلك تهتم أكثر بمنطق الحدث من خلال حضوره في أجندة وسائل الاعلام. ولقد لعبت وسائل الاعلام التونسية بنوعها التقليدي والحديث دورا مهما في العملية الانتخابية
- ان الخطاب السياسي بشكل يسعى إلى بناء أواصر التخاطب مع المجتمع. ومن هذا المنطلق فإن كل مترشح لمركز الرئاسة يسعى إلى كسب قلوب مجتمع الناخبين وعقولهم وهذا ما يسمى في قاموس علم الاتصال السياسي برأس المال التعاطفي لتحقيق هذا الهدف يعطي كل مترشح أهمية قصوى لوسيلة الإعلام التي ستقوم بتعريفه وتلميع صورته لدى الناس.
- يلجأ السياسيون الى المناظرات أثناء الحملات الانتخابية؛ نظراً لدورها الكبير في كسب جمهور كبير، وربما لإيمانهم بالفائدة الكبيرة التي تحققها المناظرات على أكثر من صعيد، فيرى بعض الخبراء أن تنظيم المناظرات الانتخابية ونشرها على وسائل الإعلام المختلفة هو أفضل من الدعاية والترويج؛ إذ يثبت المرشح جديته وأحقيته في الوصول إلى المركز المأمول ولعل التجربة التونسية لخير مثال على ذلك حيث كانت العامل الاساسي في حسم نتائج الانتخابات لصالح المترشح قيس سعيد خاصة مناظرة الدور الثاني.
- على الرغم من تطور الممارسة السياسية ونمو وسائل الاعلام وسبر الآراء فإن الطابع الجدلي والعنيف بقي يميز الاتصال السياسي وعناصره، وذلك لان شروط الاتصال السياسي تحمل في ذاتها طابع الاختلاف والتباين في مستوى الخطاب والممارسة وهذا ما يفرض طابع جدليا تجسده الديمقراطية الجماهيرية، ولان الخطابات الرئيسية للاتصال السياسي لا تعد فقط متعارضة ولكنها في تنافس مستمر من اجل التحم في المسار السياسي.
- قوة وسائل الاعلام تكمن في إعطاء مكانة للحدث خاصة في غترة الانتخابات، حيث توكل لها مهمة كبيرة في التعريف بالبرامج السياسية والفاعلين السياسيين، وفي هذه الفترات الخاصة تنتقل وسائل الاعلام من كونها وسائل إخبارية الى تهتم بالخبر الى وسائل اعلام مرتبطة بالحدث.
- أن وسائل الاعلام سواء المكتوبة منها أو السمعية أو البصرية أو الالكترونية تعد منبرا حقيقيا للنقد العام، والحلول الوسط، وذلك على الرغم من وجود الاستغلال السياسي والايديولوجي والاقتصادي لهذه الوسائل، وعدم توفر شروط التوافق السياسي في الممارسة العملية، فالدور الأساسي الذي ينبغي ان تلعبه وسائل الاعلام هو خلق التوازن بين الرأي العام ورجال السياسة من خلال فتح النقاش حول ما يجب أن يقدمه رجال السياسة لتحقيق تطلعات الرأي العام.

فوسائل الاعلام تلعب دور محوري في العملية السياسية، خاصة في الحملات الانتخابية، يكمن من خلالها توجيه فئة كبيرة من الناخبين خاصة الذين لم يحسموا قراراتهم، أو المترددين، وربما حتى الذين لديهم قناعات حزبية او أيديولوجية خاصة عند توفر سلاح الاقناع لدى السياسي المرشح عند ظهوره في المناظرات

ملخص الدراسة

ان وسائل الإعلام تعتبر بمثابة الوسيط في الاتصال السياسي فهي تساهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح لوسائل الاعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل جماهير المجتمع، كما تعتبر مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضايا التي تثير الساسة وصناع القرار.

ولقد تطور دور الاعلام بتطور وسائل الاعلام من التقليدية (الصحف والتلفاز والراديو....) الى الحديثة (الرقمية والشبكية والتفاعلية الفايبروك تويتر... الخ)، وأصبح تأثيرها أكثر فعالية خاصة لدى الجمهور العام الذي يسهل التأثير عليه وأغلب تلك الجماهير ليست لها ولايات سياسية وغير مهتمة بمواضيع السياسة،

ولعل الانتخابات التونسية 2019 من بين الأمثلة التي كان لوسائل الاعلام دور كبير في التأثير على نتائجها خاصة الحديثة منها، من خلال حسن توظيفها من قبل المترشحين، وتباين دور وسائل الاعلام التقليدية منها والحديثة، وكان للوسائل الحديثة الأثر الكبير متمثلة في وسائط التواصل الاجتماعي، كما كان للمناظرات التلفزيونية خاصة مناظرة الدور الثاني دور حاسم في فوز المترشح قيس سعيد، فأستغل خبرته القانونية وفصاحته اللغوية في كسب جمهور الناخبين، فتداول مقاطع من هذه المناظرة من على وسائط التواصل الاجتماعي أكسبه تعاطفا في تونس وحتى خارجها .

لقد أصبح الواقع الإعلامي الذي تصنعه وسائل الإعلام يتغير في اتجاه التوسع الجماهيري من جهة، و من جهة أخرى، في اتجاه تجاوز الفاعل الإعلامي التقليدي (الصحف، راديو ، تلفزيون) والالتصاق أكثر بالفاعل الإلكتروني المعبر المباشر عن الرأي العام للمواطن ، من خلال المدونات ، منتديات النقاش، وسائل التواصل الاجتماعي.... الخ ، مفعلا بذلك الاتصال السياسي من خلال اطلاع فئة كبيرة من الشعب على واقعها السياسي باختلاف مستوياتهم.

Study summary

Media is considered a mediator in political communication, as it contributes to formulating and shaping political truth in democratic societies that grant media the freedom to express issues That concern the masses of society and itis Considered as a community mirror that reflects the most important issues that raise politicians and decision-makers.

The role media has involved with the development Media from the traditional (newspapers, TV and radio) to modern digital, (network and interactive media, Facebook -Twitter) and its influence has become more effective, especially among the general public. Who is easy to

influence and most of those audiences have no political loyalties and are not interested in politics issues.

Per has the Tunisian elections are among the examples in which media had a major role in influencing their results, especially recent ones, through their good employment by the candidates, and the variation in the role of the traditional and modern media, and modern means had a great impact represented in social media,

in political communication and contributes to shaping and shaping the political truth in democratic societies that give the media the freedom to express the issues that concern the masses of society, and the media is considered the mirror of society, reflecting the most important issues that raise politicians and decision-makers.

Media from the traditional represented in newspapers, television and radio to the modern, represented by digital, network and interactive media, Facebook Twitter, etc. Its influence became more effective, especially the general public.

The media has a great role in influencing its results, especially the modern ones, through employing them by the candidates, and the different role of the traditional and modern media, and the modern means had a great impact represented in social media, and the television debates, especially the second round debate, had a decisive role in winning.

The candidate, Qais Saied, took advantage of his legal experience and eloquence to hearten. Putting his material potential for his electoral campaign to be devoted, so excerpts of this debate were circulated on social media, which won him sympathy in Tunisia and even outside it.

(Newspapers, radio, television) is more attached to the online actor directly expressing the public opinion of a citizen, through blogs, discussion forums, social media, etc., activating that for political communication by informing a large group of people about their political reality at different levels

قائمة المراجع

• الكتب

1. البشر محمد بن سعود: مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الطبعة الالكترونية الثانية، الرياض، 2008.
2. الحسين سمير محمد، الاعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتاب، القاهرة، 1984.
3. الخرعان محمد عبد الله، ملكية وسائل الاعلام وعلاقتها بالوظائف الاعلامية في ضوء الاسلام، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، 1996.
4. الكيالي عبد الوهاب، موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1990.
5. الهاشمي مجد هاشم، الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر، الأردن، 2006.
6. امام إبراهيم، الاعلام والاتصال بال جماهير، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1969.
7. آل سعود سعد بن سعود، الاتصال السياسي في وسائل الاعلام وتأثيره على المجتمع السعودي جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2006.
8. حمدي محمد الفاتح وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2011.
9. كشك محمد بهجت، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1993.
10. علاوي جبار، الاتصال السياسي، دار أمجد للنشر والتوزيع الطبعة العربية، الأردن، 2015.
11. مقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية دار النفائس، الطبعة الأولى، عمان.
12. مكي ثروت، الاعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2005.
13. ناصر محمد جودت ، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، ط 01، الأردن.
14. حبيب رakan وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، مكتبة دار زهران، الرياض 2001.
15. يعقوب عبد الحليم موسى، الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2014.

• المجالات

1. احمد بوعون، وسائل الاعلام كحلقة قوية في الاتصال السياسي دراسة وصفية نقدية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 23، ديسمبر 2016، ص 104-105.
2. يامين بودهان، وسائل الاتصال وعلاقتها بعملية الاتصال السياسي، مجلة الإذاعات العربية، ص 69-86.
3. بدر ناصر حسين، مجلة مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، العدد الثاني، كانون الثاني 2011.
4. العربي بوعمامة، محمد مساهل، الاتصال السياسي في ظل الوسائط الجديدة في تجدد المفاهيم والوظائف مقارنة معرفية، مجلة التراث، المجلد الأول، العدد 29، ديسمبر 2018، ص 715-723.

• المعاجم

1. معجم مجاني للطلاب، دار المجاني، بيروت، 2001.

المواقع الالكترونية:

1. اذاعة مونتي كارلو الدولية، "بين ثورية سعيد ومظلومية القروي: التونسيون صوتوا عاطفيا لقيس سعيد"، في: <https://www.mc-doualiya.com/chronicles/>.
2. حمدي بسام ، "الفوز الساحق لقيس سعيد يسقط فرضية الغاء الانتخابات الرئاسية التونسية"، في: <https://alarab.co.uk/>.
3. بي بي سي ، الانتخابات التونسية –الدروس المستفادة من تقدم قيس سعيد وشعاره " الشعب يريد"، <https://www.bbc.com/arabic/inthepress-49739397>.
4. موقف تقدير، "الانتخابات الرئاسية في تونس قراءة في نتائج الدور الاول"، في: <https://www.dohainstitute.org/ar/PoliticalStudies/Pages/Tunisia-Presidential-Election2019.aspx>.
5. جريدة الشرق التونسية، " انتخابات تونس -الشعب يعاقب السياسيين"، في: <https://al-sharq.com/article/17/09/2019>.
6. جورج سلامة، "كيف تفاعل المغردون مع الانتخابات الرئاسية على تويتر"، في: <https://blog.twitter.com/ar/topics/company/2019/Tunisia-elections.html>.
7. سلمان حسن، "هكذا تفوق الفيسبوك على وسائل الاعلام التقليدية في الانتخابات الرئاسية التونسية"، في: <https://www.alquds.co.uk>.
8. روعة قاسم، "نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية تعكس فشل النخبة بإقناع جمهور الناخبين"، في: <https://www.alquds.co.uk/>.
9. العويني سوسن، "على المقاس " ومن ضروب التلاعب.... هكذا علق سياسيون على نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية"، في: <https://ultratunisia.ultrasawt.com>.
10. عبد الرحمان علوان، المناظرات الانتخابية <https://www.elections.ps/tabid/910/language/ar-PS/Default.aspx#1>.
11. عبد الناصر القادري فرصة المرشح نحو المنصب – ابرز المناظرات السياسية عالميا، <https://alkhaleeonline.net/>.
12. عثمان الزباني، تأثير المناظرات التلفزيونية في الانتخابات الرئاسية والممارسة الديمقراطية في تونس، مركز الجزيرة للدراسات، أكتوبر 2019،
13. محمد معمري، "الانتخابات التونسية: الاعلام يستعيد سلطته"، في: <https://www.alaraby.co.uk>.
14. محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظرية التأثير، <https://urukpace.wordpress.com>.
15. محمود مسلم، "هكذا تابعت الاذاعات التونسية الانتخابات الرئاسية التونسية"، <https://www.elwatannews.com/news/details/4339238>.
16. منجي مبروكي، "الانتخابات الرئاسية التونسية...ماذا تغير ما بين 2014 و2019"، منتدى الدراسات العربية، (نوفمبر 2019).
17. يامنة سالم، شعارات الرئاسيات التونسية- ثورة منسوخة وشعبوية، وكالة الأناضول للأخبار.

المذكرات والرسائل الجامعية

1. بن صالح جعفر، الاتصال السياسي في الجزائر، المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الشعب والخبر نموذجاً مذكرة ماجستير، جامعة وهران: كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، 2013/2012.
2. رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة البترا: كلية الآداب والعلوم، 2013.
3. رشيدة عزيزي، عليّة قطيش، الاتصال السياسي واثره على المشاركة الانتخابية في الجزائر 2014/2017، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، جامعة ادرار: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2018/2017.
4. شيماء بلونيس، دور وسائل الاعلام والاتصال الجديدة في التغيير السياسي، مذكرة شهادة ماستر منشورة، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2015/2014.
5. عرفة مسعودة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة ورقلة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2018-2017.
6. فاطمة الزهراء منصوري: دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة ماستر في العلوم السياسية غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014/2013.
7. نريمان ابراهيم شقورة، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال الحديثة على التغيير السياسي في المنطقة العربية 2011-2014، مذكرة ماجستير، جامعة القدس: كلية العلوم السياسية، 1435هـ-2014م.
8. نقبيل كمال، دور الاعلام في تحقيق التنمية السياسية في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة محمد بوضياف المسيلة: كلية العلوم السياسية والاعلام، 2015/2014.

التقارير

1. على مهني، هرفي دوبايانكس، منظمة عتيد، "مراقبة الحملات الانتخابية على وسائل التواصل الاجتماعي في تونس"، الجمعية التونسية من اجل نزاهة وديمقراطية الانتخابات، ديسمبر 2019.

فهرس المحتويات

3	كلمة شكر و عرفان
5	إهداء
أ	مقدمة:
07	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الاعلام والاتصال السياسي
07	تمهيد:
07	المبحث الاول: مفهوم وسائل الإعلام
07	المطلب الاول: تعريف وسائل الإعلام
12	المطلب الثاني: نشأة وتطور وسائل الإعلام
13	المطلب الثالث: انواع وسائل الإعلام ووظائفها
18	المبحث الثاني: مفهوم الاتصال السياسي
19	المطلب الأول: تعريف الاتصال السياسي
22	المطلب الثاني: مستويات ووظائف الاتصال السياسي
26	المطلب الثالث: تاريخ المناظرات السياسية
29	المبحث الثالث: اهم النظريات المفسرة لتأثير وسائل الإعلام في توجيه الراي العام
29	المطلب الاول: نظرية الاستخدامات والإشباع
31	المطلب الثاني: نظرية التأثير الطويل المدى
31	المطلب الثالث: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة
34	الفصل الثاني: تأثير وسائل الإعلام على الانتخابات الرئاسية التونسية 2019
35	المبحث الأول: دور وسائل الإعلام في توجيه الراي العام التونسي
27	المطلب الأول: أهمية وسائل الإعلام التقليدية في الانتخابات الرئاسية التونسية
40	المطلب الثاني: مكانة وسائل الإعلام الحديثة في الانتخابات الرئاسية التونسية 2019
46	المطلب الثالث: دور وسائط التواصل الاجتماعي في التأثير على نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية
48	المبحث الثاني: دور المناظرات في توجيه الراي العام وحسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية 2019
48	المطلب الأول: سير المناظرات التلفزيونية التونسية
51	المطلب الثاني: أهمية المناظرات التلفزيونية في الانتخابات الرئاسية التونسية 2019
54	المطلب الثالث: دور المناظرات التلفزيونية في حسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية 2019
56	المبحث الثالث: قراءة في عوامل حسم نتائج الانتخابات الرئاسية التونسية 2019
56	المطلب الأول: نتائج الدور الأول
58	المطلب الثاني: نتائج الدور الثاني
62	المطلب الثالث: الدروس المستفادة من تقدم قيس سعيد في الانتخابات الرئاسية التونسية
65	الخاتمة
68	الملخص