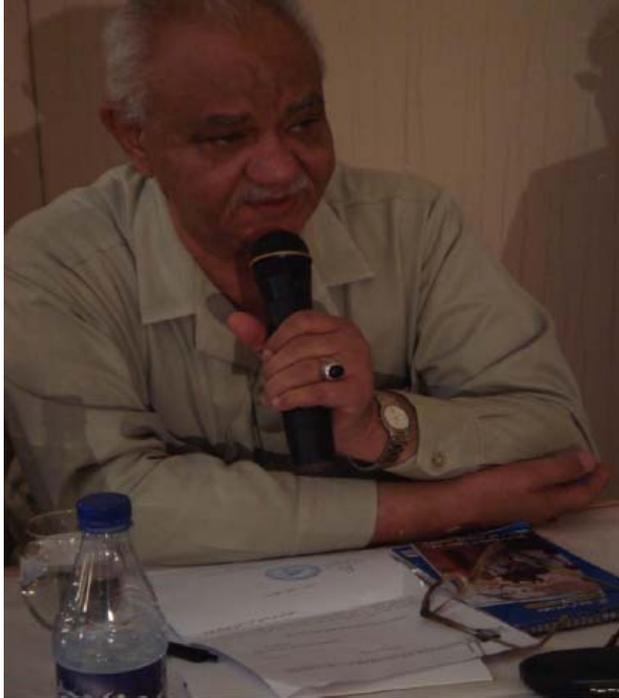


رصد وسائل الإعلام السودانية
في تغطية الانتخابات السودانية لعام ٢٠١٠



١. موجز

جاءت التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية واسعة ومنتظمة خلال فترة الرصد. وقدمت وسائل الإعلام كميات كبيرة من المعلومات عن المتنافسين الرئيسيين والأحزاب وقضايا إنتخابية باستخدام مجموعة متنوعة من الأنماط الصحفية والبرامج.

وهيمن السباق على إنتخابات رئاسة الجمهورية و المجلس الوطني ورئاسة حكومة الجنوب على التقارير التلفزيونية. بينما عكست التغطية الإذاعية المواقع الجغرافية للمحطات وأولوياتها الصحفية : فتميل محطات البث الإذاعي من الشمال إلى التركيز على المرشحين لانتخابات المجلس الوطني والرئاسة القومية. بينما ركزت الإذاعات التي تبث من الجنوب خلال الجزء الأكبر من بثها على سباق برلمان ورئاسة الجنوب. وطغت كل من رئاسة السودان ورئاسة الجنوب، بشكل عام، على التغطية الصحفية للغاية. وجاء الرئيس عمر حسن البشير ورئيس حكومة الجنوب سلفا كير كأكثر المرشحين الذين حظوا بتغطية في جميع وسائل الإعلام.

تمتع الحزبان الرئيسيان- حزب المؤتمر الوطني والحركة الشعبية لتحرير السودان- بأعلى نسبة تغطية في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية في شمال وجنوب السودان على التوالي: حيث تميل محطات التلفزيون والإذاعة في الشمال إلى إعطاء المؤتمر الوطني وأعضائه تغطية أكبر، وبالتشابه مع ذلك، أعطت وسائل الإعلام التي تستهدف الجنوب الحركة الشعبية الوضوح الأوسع نطاقا بين الفاعلين السياسيين. وفي كلا المنطقتين الجغرافيتين، تلقت القوى السياسية الأخرى اهتماما محدودا للغاية مقارنة مع شريكي الحكم الرئيسيين. كما عكست الصحافة حالة استقطاب مماثلة بين الحزبين الرئيسيين، وتركيز واضح في التغطية عليهما. وفي واقع الأمر، فإن معظم وسائل الاعلام التي تم رصدها قدمت أكبر مساحاتها إما لحزب المؤتمر الوطني أو الحركة الشعبية، في حين نالت باقي الأطراف المتنافسة الأخرى تغطية منخفضة بشدة.

بشكل عام كانت اللهجة التي تمت بها التغطية الإعلامية إما محايدة أو إيجابية، بينما جاءت اللهجات السلبية في التغطيات الإعلامية متقطعة. وكان المؤتمر الوطني والحركة الشعبية الهدفين الرئيسيين للتغطيات غير المحايدة في كل وسائل التي تم رصدها.

تناول جانب كبير من الأخبار تغطية تدشين الحملات الانتخابية للمتنافسين الرئيسيين في السباق الرئاسي، وكذلك حكام الولايات وكانت هناك اتهامات متبادلة بالتزوير وسوء السلوك بما في ذلك مضايقات المؤيدين للأحزاب المختلفة وسوء استخدام موارد الدولة. أخبار الانتخابات كانت تركز أيضا على الدعوة التي وجهتها أحزاب المعارضة لإلغاء آلية الإعلام التي وضعتها مفوضية الانتخابات لتنظيم تغطية الحملات الانتخابية وضمان أوقات بث متساوية للمرشحين، والمطالبة بتشكيل مجلس جديد للإعلام يضم جميع القوى السياسية. كما جاءت التهديدات بمقاطعة الانتخابات، والقضايا المتعلقة بتأجيل الانتخابات أيضا في طليعة التغطية الإخبارية.

أظهرت البيانات الكمية المتعلقة بتغطية السياسيين والمرشحين أن النساء تلقين تغطية محدودة جدا في جميع وسائل الإعلام التي يجري رصدها. ونالت المرأة متوسط ٥ ٪ من مجموع التغطية "التحريرية"^١ المرصودة في القنوات

^١ تشمل التغطية "التحريرية" أي نوع من التغطيات الإعلامية التي تقع مسؤوليتها مباشرة على عاتق المؤسسة الإعلامية مثل: مقالات الرأي والافتتاحيات والتحليلات والمقابلات والصور والكاريكاتوريات وأيضا استفتاءات الرأي ولا تشمل الإعلانات السياسية مدفوعة الأجر ولا وقت البث الحر الذي نصت عليه مفوضية الانتخابات ولا بريد القراء.

التلفزيونية بينما كانت نسبتها في الراديو ٦٪ من التغطيات المخصصة للفاعلين السياسيين. وكانت معظم النساء اللواتي ظهرن في الاذاعة والتلفزيون، إما أعضاء أو ناشطات في الأحزاب، في حين خصصت تغطية محدودة للنساء اللواتي يشغلن مناصب قيادية في الأجهزة التنفيذية- مثل الحكومة الاتحادية و حكومة جنوب السودان- أو في الأحزاب. وعلى العكس، كان ظهور المرأة في الصحافة مرتبطا بوضوح بالأدوار والمناصب البارزة في المجال السياسي، مثل الحكومة الاتحادية و حكومة جنوب السودان، وقيادة الأحزاب.

اهتمت وسائل الإعلام بانتظام بالحديث عن الجوانب الفنية والعملية لمسيرة الانتخابات. كما أن هيئات الإشراف على الانتخابات - المفوضية القومية للانتخابات، واللجان العليا للانتخابات بالولايات- تلقت تغطية مستمرة لها ولأنشطتها. ركزت الأخبار بالأساس على الإنجازات والأهداف التي توصلت إليها إدارة الانتخابات فضلا عن المشاكل التي من شأنها تقويض إتمام عملية اقتراع نزيهة. وشملت تلك المشكلات الادعاءات بتحيز المفوضية القومية للانتخابات والتي تقدمت بها بعض الأحزاب وأيضا الإشاعات والمناقشات حول احتمال تأجيل الانتخابات. وكانت المعلومات المؤسسية عن كيفية التصويت وعدد أوراق الاقتراع قاصرة على البرامج السياسية والدعاية سواء في وسائل الإعلام المطبوعة أو المسموعة أو المرئية. إلا أن بعض المحطات الإذاعية سلطت الضوء على المعلومات من خلال مجموعة متنوعة من الأشكال الصحفية شملت البرامج الموسيقية والدرامية والبرامج الحوارية. وكانت النساء وحققن في التصويت من الأهداف الخاصة لتثقيف الناخبين. والرسالة الرئيسية لحملة تثقيف الناخبين ركزت على أهمية إجراء انتخابات سلمية وعادلة.

خلال تلك الفترة لوحظ عدد من المرات الواضحة التي تم خلالها استخدام "خطاب الكراهية" لكن بشكل عام هو عدد منخفض نسبيا فيما يتعلق بنطاقه، سواء من حيث الرسالة أو الفئات المستهدفة. كما لوحظ أن معظم الحالات يندرج في إطار الأسلوب العنيف للحملات الانتخابية والمواجهات بين المتنافسين الرئيسيين وليس التركيز على الدعوات إلى العنف والتمييز. وكان أكثر أنماط خطاب الكراهية تكرارا هو استخدام اللغة الملتهبة بين المرشحين. وبدا أن الحالات الخطيرة من خطاب الكراهية مثل الدعوة إلى العنف أو تصعيد الصراع جاء محدودا للغاية. وعلاوة على ذلك، حين وجد مثل ذلك النوع الخطير من خطاب الكراهية كان الحديث يركز بالأساس على قضايا لها علاقة بالانتخابات والمتنافسين فيها، ولم يتطرق لقضايا أو جماعات أوسع.

ينفذ كونسورتيوم السودان للإعلام والانتخابات، وهي مجموعة منظمات محلية ودولية متخصصة في دعم وسائل الإعلام، مشروع الإعلام والانتخابات في السودان بتمويل من برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. تلك المنظمات هي "المبادرة السودانية للتنمية (سوديا)"، "الدعم الإعلامي الدولي"، "المجموعة العربية لرصد وسائل الإعلام"، "جمعية المساعدات الشعبية النروجية"، "هيئة المراقبة دي بافيا"، و "معهد فوجو للإعلام".

لمزيد من المعلومات حول مشروع الاعلام والانتخابات الرجاء الاتصال ب- بيرجيت سنس- مدير المشروع تلفون: ٢٠٦٨١٢ ٠٠٢٤٩٩٠٧٢٠٦٨١٢ ، ٠٠٤٥٨٨٣٢٧٠٠٥ ، بريد الكتروني: britsins@hotmail.com ، bs@i-m-s.dk .
لتفاصيل عن العملية التنفيذية الرجاء الاتصال ب: منظمة المبادرة السودانية للتنمية (سوديا) - الخرطوم، عباس التجاني - تلفون: +٢٤٩٩٠٧٩٧٩٣٧٢ ، بريد الكتروني: abbastigani@sudia.org

٢. المقدمة

يهدف إنشاء كونسورتيوم السودان للإعلام والانتخابات إلى تنفيذ مشروع الإعلام والانتخابات في السودان ومن أهم مهامه رصد التغطية الإعلامية للانتخابات. يجري تنفيذ رصد الإعلام بالتوازي مع إجراء تدريب مكثف وبرنامج إرشادي للصحافيين ووسائل الإعلام. ويستهدف الرصد الإعلامي شقين: أولاً، يساعد رصد تغطية الحملة الانتخابية على توفير معلومات قيمة عن أداء وسائل الإعلام خلال فترة الحملة، مقدماً بالتالي مساهمة إضافية في التقييم الشامل للعملية الانتخابية في السودان. ثانياً يُعتبر الرصد الإعلامي بمثابة ملاحظة تستهدف أداء وسائل الإعلام نفسها وقد يعزز مهارات التغطية الصحفية للانتخابات الحالية والمستقبلية.

تجري عملية الرصد على كافة الأراضي السودانية من خلال وحدتين مشتركتين للرصد الإعلامي، أحدها في الخرطوم والأخرى في جوبا، بالتوازي مع وحدات أخرى في سبع ولايات.

التقرير الحالي هو ثاني تقرير يصدر عن الكونسورتيوم وستليه تقارير نصف شهرية لاحقة خلال الفترة الانتخابية، بالإضافة إلى تقرير أولي مباشرة بعد الانتخابات وتقرير نهائي في شهر حزيران- يونيو.

باشرت وحدات الرصد الإعلامي أنشطتها في ١٣ فبراير عند إطلاق الحملة الانتخابية رسمياً. ويستمر الرصد حتى آخر أيار- مايو للتمكن من تقييم التغطية الإعلامية ما بعد الانتخابات. ويُجري كونسورتيوم السودان للإعلام والانتخابات رصد أربع قنوات تلفزيونية، سبع عشرة إذاعة وثلاث عشرة صحيفة يومياً. وقد تم اختيار الوسائل الإعلامية المذكورة في العينة وفقاً لعدد من المعايير بما فيها الوصول إلى مناطق مختلفة من البلاد، والجمهور المستهدف ومدى الانتشار.^٢ تخضع كل وسائل الإعلام المختارة إلى الرصد وفقاً لمقاربة منهجية وضعت في العام ١٩٩٥ وتعتمد على تحليل المضمون. وقد عمدت المنظمات الدولية وجماعات المجتمع المدني إلى اختبار واعتماد هذه المنهجية في عدد من الانتخابات في جميع أنحاء العالم، بما فيها الجزائر، المغرب، البحرين، لبنان، مصر، فلسطين، تونس، اليمن، كينيا، إثيوبيا، نيجيريا، أوغندا، زامبيا، كونغو، توغو، سبيراليون ومدغشقر.

ويعتمد رصد التغطية الإعلامية للانتخابات والشؤون السياسية على التحليل الكمي والنوعي ويهدف إلى رصد وتقييم الحد الذي توفر فيه وسائل الإعلام تغطية عادلة ومتوازنة للسياسيين والجهات المعنية الأخرى. بالإضافة إلى ذلك، سيرصد المشروع خطاب الكراهية واللغة التحريضية، سواء نقلتها وسائل الإعلام عن لسان بعض الجهات أو صدرت عنها شخصياً، لتقييم ما إذا أدت الوسائل الإعلامية دورها كعامل تهدئة أو أنها ساهمت في تطور التوترات المحتملة المتعلقة بالانتخابات.

^٢ الصّحف: الصحافة، الرّأي العام، الإنتباهة، السّوداني، آخر لحظة، أجراس الحرّية، أخبار اليوم، الأيّام، ذا سبّتين، جوبا بوست، خرطوم مونيتر، ساوذرز آي، سودان فيجن.

التلفزيون: تلفزيون السودان، النّيل الأزرق، تلفزيون ولاية الخرطوم وتلفزيون جنوب السودان.
الإذاعات: راديو أم درمان، راديو ولاية الخرطوم، خدمة السلام، القوات المسلّحة، ساهرون، شمال كردفان، شمال درافور، البحر الأحمر، راديو جنوب السودان، راديو مرايا، راديو باخيتة، لبيرتي أف. أم، جنوبنا أف. أم، رومبك أف. أم، ٩٧.٥ أف. أم، صوت شرق الإستوائية، راديو ملكال لجنوب السودان، وسبيريت أف. أم

٣. رصد التغطية الإعلامية للانتخابات: نتائج أولية^٣

كانت تغطية الحملة الانتخابية موسعة ومنظمة خلال فترة الرصد. وقدمت وسائل الإعلام كميات كبيرة من المعلومات عن المتنافسين والأحزاب الرئيسيين مستخدمة مجموعة متنوعة من الأشكال الصحفية والبرامج.

تمتع الحزبان الرئيسيان- حزب المؤتمر الوطني والحركة الشعبية لتحرير السودان- بأعلى نسبة تغطية في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية في شمال وجنوب السودان على التوالي: حيث تميل محطات التلفزيون والاذاعة في الشمال إلى إعطاء المؤتمر الوطني وأعضائه تغطية أكبر، وعلى العكس أعطت وسائل الإعلام التي تستهدف الجنوب الحركة الشعبية الوضوح الأوسع نطاقاً بين الفاعلين السياسيين. وفي كلا المنطقتين الجغرافيتين، تلقت القوى السياسية الأخرى اهتماماً محدوداً للغاية مقارنة مع شريكي الحكم الرئيسيين. وعلاوة على ذلك، استغلت الأحزاب المتنافسة في بعض الأحيان المناسبات الرسمية - مثل الاجتماعات والاحتفالات المؤسسية - لأغراض تتعلق بالحملة الانتخابية، وبالتالي زيادة المميزات التي تتمتع بها تلك الأحزاب من حيث وضوح الرؤية والوصول إلى الجمهور.

تم استخدام جانب كبير من الأخبار لتغطية تدشين الحملات الانتخابية للمتنافسين الرئيسيين في السباق الرئاسي، وأيضاً الاتهامات المتبادلة بالتزوير وسوء السلوك بما في ذلك مضايقات المؤيدين للأحزاب المختلفة وسوء استخدام موارد الدولة. أخبار الانتخابات كانت تركز أيضاً على انسحاب أحزاب معارضة من آلية الإعلام التي وضعتها المفوضية القومية للانتخابات لتوزيع وقت البث بين المتنافسين، والتهديدات بمقاطعة الانتخابات. ومن بين الأخبار الأخرى التي شملتها التغطيات الصحفية خلال فترة الرصد إطلاق حملات الرئيس البشير الانتخابية في ولايات الجنوب والغرب، وردود الفعل السياسية على اتفاق الدوحة، ويوم المرأة العالمي.

واتضح أن بعض وسائل الإعلام تحلت بالقليل من الدقة والنزاهة في تصوير إطلاق الحملات الانتخابية للأحزاب الصغيرة التي قورنت في بعض الأحيان - ليس بشكل إيجابي - بالحزب الحاكم. وعلاوة على ذلك، لوحظ وجود عدد من التغطيات التي تتسم بالتحيز في وسائل الإعلام المطبوعة حيث خلط الصحفيون بين الآراء الشخصية والمواقف وبين القصص الإخبارية.

ركزت استطلاعات الرأي حول النتائج المحتملة للانتخابات والتي نشرت في الصحافة، على المتنافسين الرئيسيين للانتخابات الرئاسية فقط، سواء رئاسة الجمهورية أو رئاسة حكومة جنوب السودان^٤.

٣. أ - الإذاعة والتلفزيون: تغطية الحملة الانتخابية^٥

خلال فترة الرصد، قدمت كل قنوات التلفزيون والإذاعة تغطية واسعة للقضايا السياسية والانتخابات. وهناك عدد من الأشكال الصحفية المختلفة والبرامج التي أتاحت للجمهور بخلاف النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية التي تمثل القنوات الرئيسية لتقديم المعلومات حول الحملة الانتخابية والحياة السياسية.

^٣ النتائج التي يقدمها التقرير تعتمد على البيانات التي تم جمعها خلال الفترة من ١٣ فبراير إلى ٥ مارس ٢٠١٠

^٤ تشمل كل من عمر البشير وياسر عرمان والصادق المهدي للانتخابات الرئاسية و سلفا كير ولام أكون لرئاسة حكومة الجنوب

^٥ لا تشمل البيانات المعلومات التي جمعها من الولايات المختلفة

وحصل حزب المؤتمر الوطني وممثليه على النسبة الأكبر من المواد التحريرية على شاشة التلفزيون (بمتوسط ٥٤ ٪ من الوقت الكلي)، يليه الحركة الشعبية بمتوسط ٢٨ ٪. بالإضافة إلى ذلك، كرسّت معظم القنوات التلفزيونية التي تتخذ من شمال السودان مقراً لها أكبر نسبة بث لحزب المؤتمر الوطني (٧٥% من وقت البث)، وعلى العكس كرسّت المحطات القائمة في الجنوب كل تغطيتها تقريباً للحركة الشعبية (٩٠% من وقت البث محل الرصد). ويبيّن هذا منح ميزة واضحة للحزبين الرئيسيين، ووجود تركيز واضح واستقطاب في التغطية لاثنتين من القوى السياسية الرئيسية، ويصاحب ذلك اهتمام محدود بالأحزاب الصغيرة وتوزيع الوقت بناء على الموقع الجغرافي للجماهير المستهدفة من القنوات.

وينعكس هذا الاتجاه أيضاً في التغطية الإذاعية حيث حصل حزب المؤتمر الوطني على ٤٩ ٪ من التغطية الشاملة وحصلت الحركة الشعبية على ٢١ ٪. وكما هو الحال مع قنوات التلفزيون، لوحظ أن قنوات الراديو التي تبث من الشمال- فيما عدا بعض الاستثناءات - تميل إلى تكريس وقت أكبر لحزب المؤتمر الوطني ، كما تميل قنوات الجنوب إلى تخصيص الجزء الأكبر من بثها للحركة الشعبية، في حين جاءت الأحزاب الأخرى في تغطيات محدودة للغاية خلال الفترة محل الرصد وفي كل من المناطق الجغرافية.

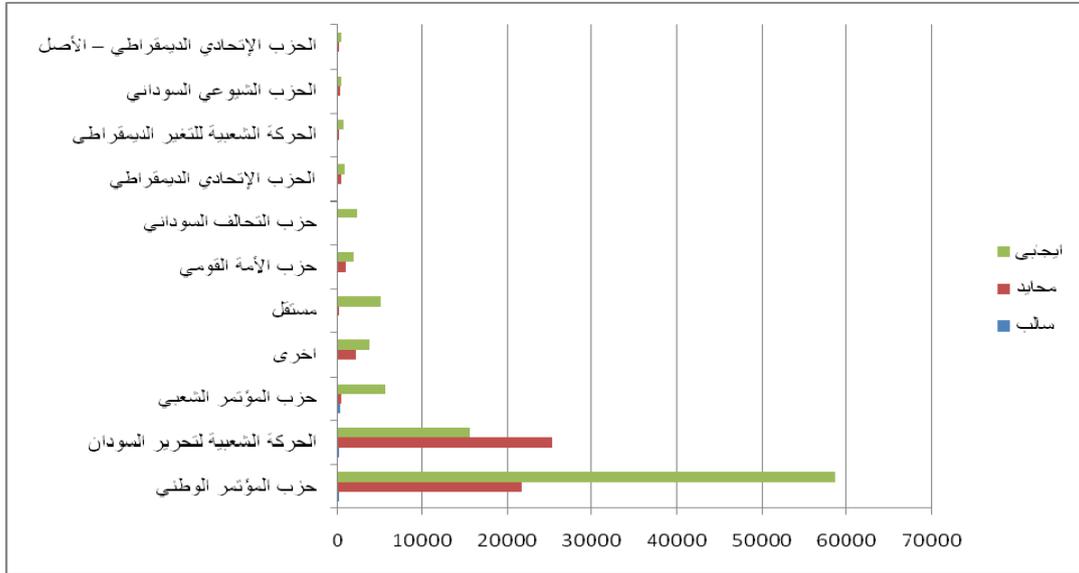
نسب المساحة لتغطية الفاعلين السياسيين - محطات التلفزيون

الحزب	الوقت
حزب المؤتمر الوطني	54%
الحركة الشعبية لتحرير السودان	28%
حزب المؤتمر الشعبي	4%
مستقل	4%
اخرى	4%
حزب الأمة القومي	2%
حزب التحالف السوداني	2%
الحزب الإتحادي الديمقراطي	1%
الحركة الشعبية للتغيير الديمقراطي	1%
الحزب الشيوعي السوداني	1%
الحزب الإتحادي الديمقراطي - الأصل	1%
المجموع	100%
الاجمالي - بالدقائق	2480

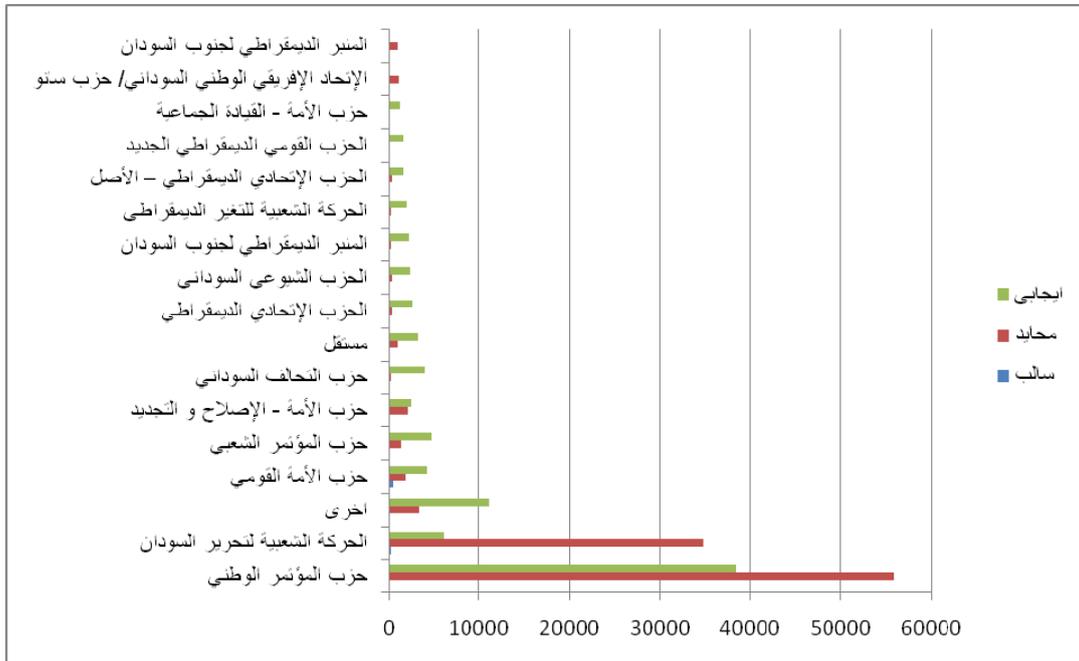
نسب المساحة لتغطية الفاعلين السياسيين - محطات الإذاعة

الحزب	الوقت
حزب المؤتمر الوطني	49%
الحركة الشعبية لتحرير السودان	21%
اخرى	8%
حزب الأمة القومي	3%
حزب المؤتمر الشعبي	3%
حزب الأمة - الإصلاح و التجديد	2%
حزب التحالف السوداني	2%
مستقل	2%
الحزب الإتحادي الديمقراطي	2%
الحزب الشيوعي السوداني	1%
المنبر الديمقراطي لجنوب السودان	1%
الحركة الشعبية للتغيير الديمقراطي	1%
الحزب الإتحادي الديمقراطي - الأصل	1%
الحزب القومي الديمقراطي الجديد	1%
حزب الأمة - القيادة الجماعية	1%
الإتحاد الإفريقي الوطني السوداني/ حزب سانو	1%
المنبر الديمقراطي لجنوب السودان	1%
المجموع	100%
الاجمالي - بالدقائق	3216

وكانت لهجة التغطية محايدة أو إيجابية بشكل عام، بينما كانت التغطيات السلبية متقطعة. وتمتع حزب المؤتمر الوطني بأعلى نسبة تغطية إيجابية وايضا مشاهدة وهو ما يؤكد الاتجاه الملاحظ بالفعل فيما يتعلق بحجم تغطيته كميًا. كما لوحظ الميل لتغطية الحزبين الرئيسيين بإيجابية في القنوات الإذاعية والتلفزيونية أيضا.



نبرة التغطية الاعلامية لفاعلين السياسيين في محطات التلفزيون



نبرة التغطية الاعلامية للفاعلين السياسيين في محطات الاذاعة

سيطر السباق على كل من رئاسة الجمهورية والمجلس الوطني، ورئاسة حكومة جنوب السودان على التقارير التلفزيونية حيث خصصت ٨٢ ٪ من التغطية للمرشحين في هذه الانتخابات (النسب على التوالي : ٣٧ ٪ و ٣١ ٪ و ١٤ ٪). وكان الرئيس البشير ورئيس حكومة الجنوب سلفا كير المرشحان اللذان نالا أكبر تغطية على الإطلاق بين المتنافسين على الرئاسة الوطنية ورئاسة حكومة جنوب السودان.

عكست التغطية الإذاعية المواقع الجغرافية للقنوات وبالتالي الأولويات الصحفية: محطات البث الإذاعي في الشمال تميل إلى التركيز على المرشحين لانتخابات للبرلمان الوطني (٣١ ٪ من البث العام) والرئاسة الوطنية (٢٩ ٪). بينما كرست إذاعات الجنوب الجزء الأكبر من البث لسباق برلمان الجنوب ورئاسة حكومة الجنوب (على التوالي ٣٦ ٪ و ٣٣ ٪ من البث) ، في حين تلقت رئاسة الجمهورية ١٧ ٪ من البث. وحصل كل من الرئيس البشير وسلفا كير على معظم الوقت المخصص لكل المرشحين في قنوات الراديو أيضا.

٣.ب - الصحافة: تغطية الحملة الانتخابية

جاءت تغطية الأحزاب، والمرشحين والسياسيين مكثفة ومنظمة خلال فترة الرصد. واستخدمت وسائل الإعلام المطبوعة مجموعة متنوعة من الأشكال الصحفية للحديث عن وجهات النظر السياسية والبدائل المتاحة.

ووفقا لسياساتها التحريرية عكست معظم الصحف الاستقطاب الواضح بين حزب المؤتمر الوطني والحركة الشعبية لتحرير السودان مع تركيز واضح للتغطية على هذه الأحزاب. كما هو واقع الأمر، فإن معظم وسائل الإعلام محل الرصد قدمت أكبر مساحاتها إما لحزب المؤتمر الوطني أو للحركة الشعبية. وبشكل عام تم تخصيص ٦٨ ٪ من التغطية الصحفية لهذين الطرفين بينما تلقت باقي الأحزاب المنافسة اهتماما أقل. البيانات المشار إليها باعتبارها التغطية التحريرية أظهرت أن القوتين السياسيتين الرئيسيتين حصلتا على التوالي على ٤٢ ٪ (حزب المؤتمر الوطني) و ٢٦ ٪ (الحركة الشعبية). وكانت الجهات الفاعلة الأخرى التي حصلت على معدلات عالية من التغطية هي حزب الأمة القومي والمرشحون المستقلون مع نسبة ٧ ٪ لكل منهما.

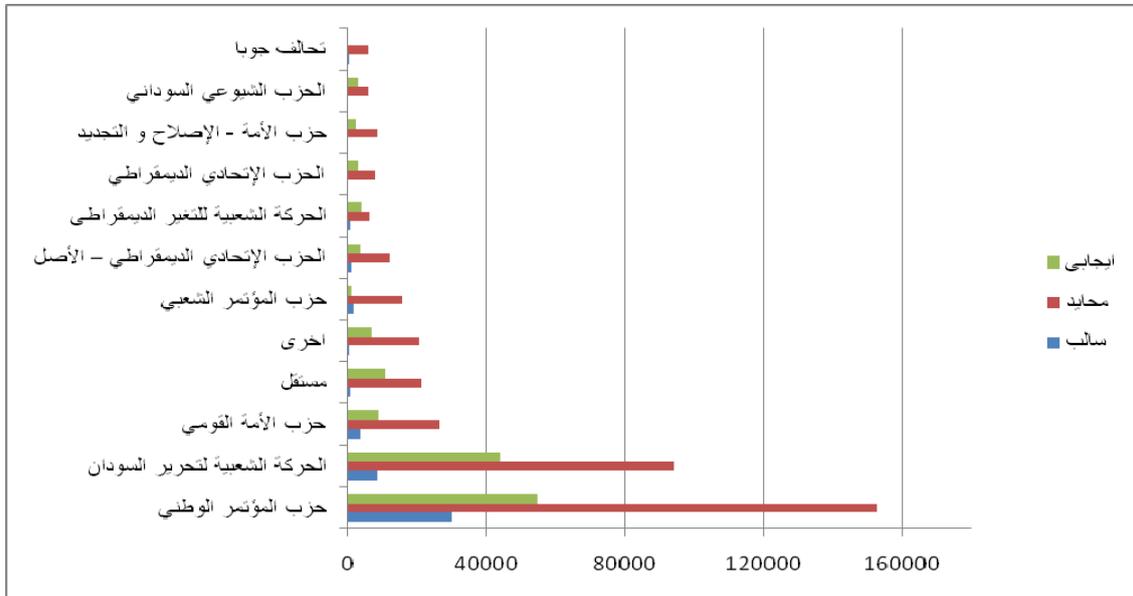
نسب المساحة لتغطية الفاعلين السياسيين - الصحافة

الحزب	الوقت
حزب المؤتمر الوطني	42%
الحركة الشعبية لتحرير السودان	26%
حزب الأمة القومي	7%
مستقل	7%
اخرى	6%
حزب المؤتمر الشعبي	3%
الحزب الإتحادي الديمقراطي - الأصل	3%
الحزب الإتحادي الديمقراطي	3%
الحركة الشعبية للتغيير الديمقراطي	2%

2%	حزب الأمة - الإصلاح و التجديد
2%	الحزب الشيوعي السوداني
100%	المجموع
569620	الاجمالي - cm2

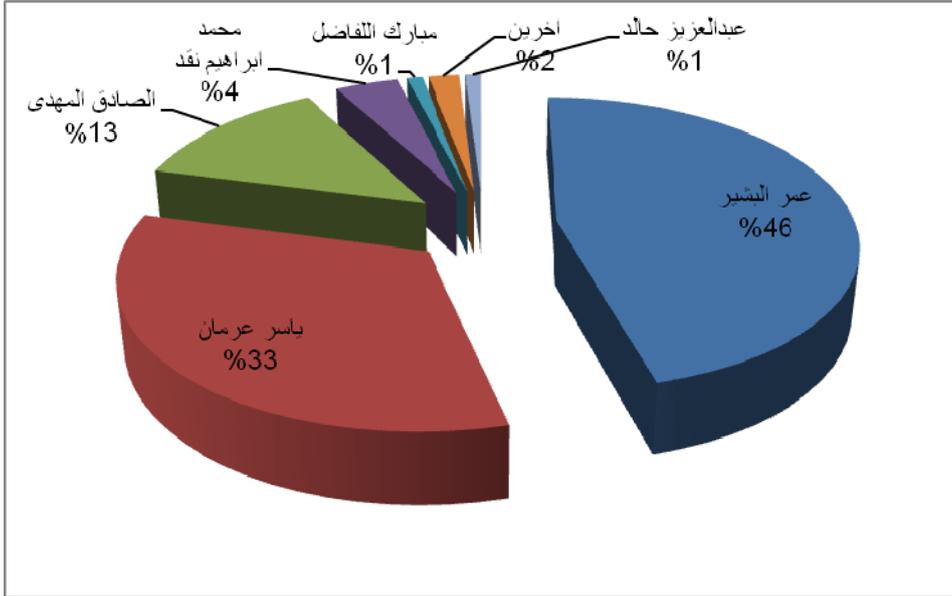
اللهجات المستخدمة في التغطيات للفاعلين السياسيين كانت بالأساس محايدة. إلا أنه لوحظ وجود بعض التقارير السلبية أو الإيجابية، لا سيما تلك المتعلقة بحزب المؤتمر الوطني والحركة الشعبية. علاوة على ذلك، الصحف التي وفرت تغطية أكبر لواحد من الحزبين الرئيسيين، أظهرت أعلى نسبة تغطية سلبية للطرف الآخر مما يؤكد على الاستقطاب الواضح في التغطية الإعلامية سواء الانتخابية أو السياسية.

التغطية الإعلامية للفاعلين السياسيين في الصحافة

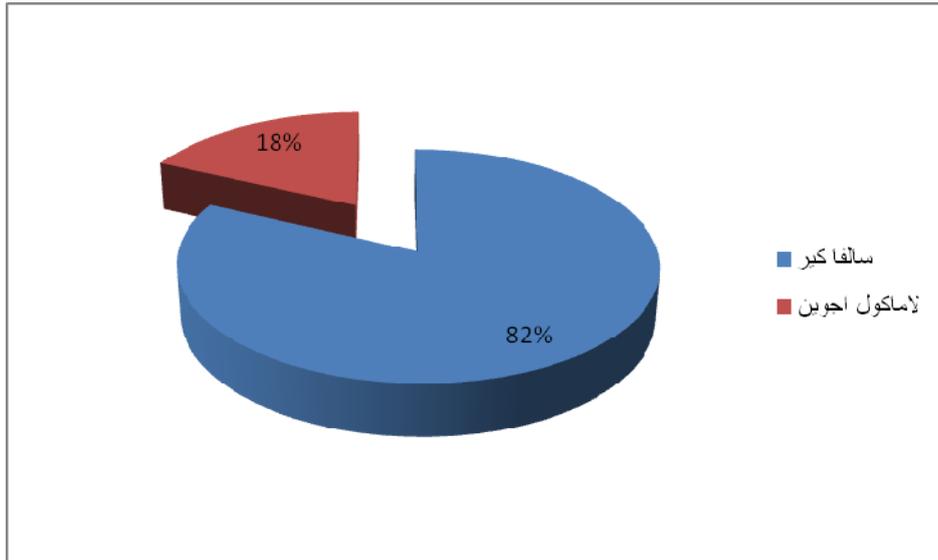


كان مرشح رئاسة الجمهورية الذي تمتع بأوسع تغطية إعلامية هو الرئيس البشير بنسبة ٤٦ ٪ تلاه السيد ياسر عرمان بنسبة ٣٣ ٪. وتلقى باقي المرشحين للرئاسة تغطية محدودة، مع استثناء جزئي للسيد الصادق المهدي الذي حصل على نسبة ١٣ ٪. وفيما يخص المتنافسين على رئاسة حكومة جنوب السودان حصل كير على تركيز التقارير الصحفية باعتباره المرشح الذي حصل على النسبة الأكبر من التغطية (٨٢ ٪ من المساحة الإجمالية المخصصة لمرشحي الرئاسة في حكومة الجنوب).

توزيع المساحات الاعلامية لمرشحي رئاسة الجمهورية



توزيع المساحات الاعلامية لمرشحي رئاسة حكومة جنوب السودان



٤. تغطية النساء وقضايا المرأة^٦

أظهرت البيانات الكمية المتعلقة بتغطية السياسيين والمرشحين أن النساء تلقين تغطية محدودة جدا في جميع وسائل الإعلام الجاري رصدها.

^٦ البيانات عن تغطية النساء تشمل الفترة من ١٣ فبراير حتى ٥ مارس ٢٠١٠

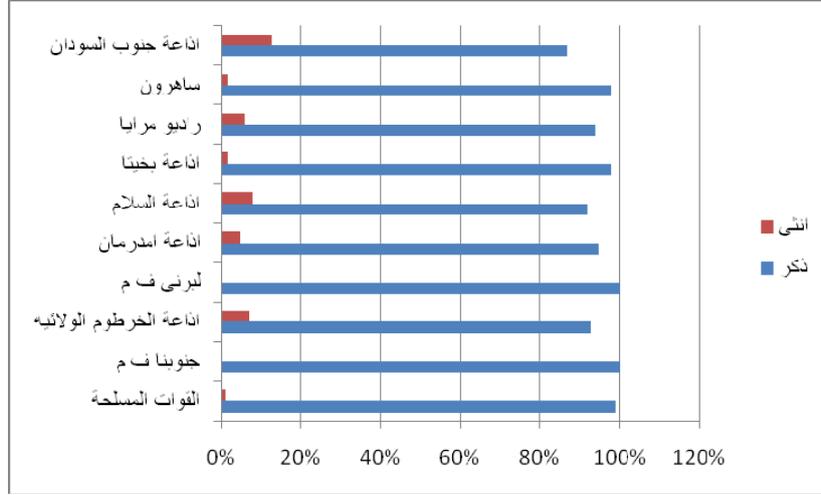
كما وردت التغطيات المخصصة للنساء في وسائل الاعلام المسموعة والمرئية وردت بمعدل ٥ ٪ من مجموع الوقت التحريري المخصص من التلفزيون و ٦ ٪ في الإذاعات. وكانت معظم النساء يمثلن إما أعضاء في أحزاب أو ناشطات، بينما تم تخصيص تغطية محدودة للنساء اللاتي يشغلن مناصب قيادية في الأجهزة التنفيذية – مثل الحكومة الاتحادية أو حكومة الجنوب - أو في المستويات الحزبية المختلفة. يمكن ملاحظة بعض الاختلافات الجوهرية في وسائل الإعلام المختلفة من حيث توزيع فترات البث. ففي القنوات التليفزيونية كرس تلفزيون السودان وتلفزيون جنوب السودان تغطية أكبر للمرشحات والسياسيات بنسب ٦ ٪ و ٨ ٪ من الوقت الكلي، على التوالي. وبالمثل، أظهرت الإذاعات مستويات مختلفة من الاهتمام بالمرأة ففي راديو الجنوب، وراديو أم درمان، وخدمة السلام، وإذاعة ميرايا وإذاعة ولاية الخرطوم، تم تخصيص معدلات تغطية للسياسيات أعلى من المتوسط.

ويمكن ملاحظة نفس السياسة التحريرية فيما يتعلق بالصحافة، حيث نالت المرشحات السياسيات متوسط ٣ ٪ من إجمالي المساحة التحريرية المخصصة لمناقشة السياسة والانتخابات. وكان التمثيل الضئيل للنساء شائعا في جميع وسائل الإعلام المطبوعة التي تم رصدها، على الرغم من وجود بعض الاختلافات التي يمكن ملاحظتها، حيث خصصت صحيفة أخبار اليوم والصحافة وجوبا بوست وساوزرن أي مساحات أعلى من المتوسط للنساء.

مقارنة التغطية في التلفزيون ما بين الفاعلين السياسيين الذكور والاناث (الوقت الكلي ٢٣٢٥ دقيقة)



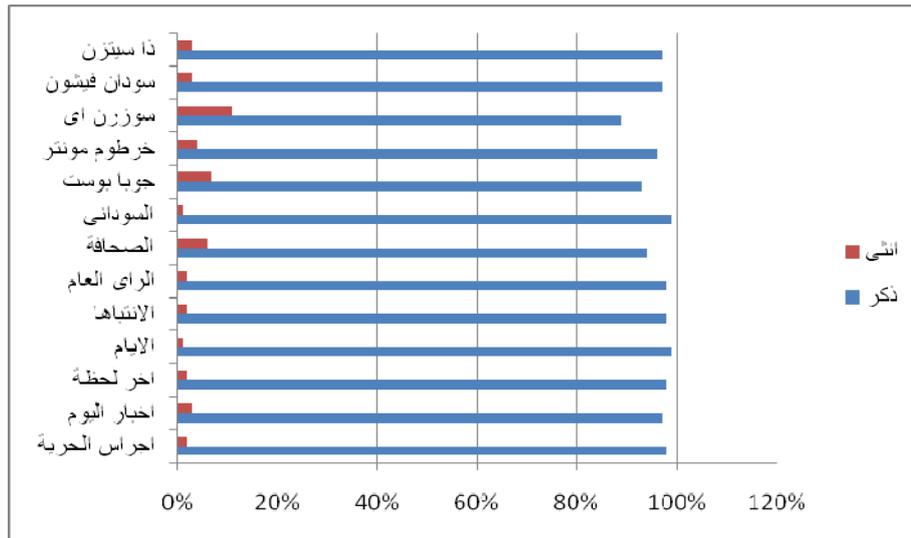
مقارنة التغطية في الاذاعة ما بين الفاعلين السياسيين الذكور والاناث (الوقت الكلي ٣٠٧٦ دقيقة)



على خلاف وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، وكان إبراز دور المرأة مرتبط بشكل واضح بالأدوار والمناصب البارزة في المجال السياسي. وفي واقع الأمر كانت النساء اللواتي حصلن على أعلى معدلات الاهتمام الصحفي إما أعضاء في الحكومة القومية أو حكومة جنوب السودان أو قادة أحزاب.

في تطور إيجابي، تم توجيه الدعوات لبعض النساء البارزات باعتبارهن من صانعات الرأي في البرامج الحوارية عبر الراديو في حين تم نشر عدد من المقالات والافتتاحيات في الصحافة. وبالإضافة إلى ذلك غطت وسائل الإعلام، في عدد من الموضوعات، دور المرأة في ظل نظام ديمقراطي والحاجة إلى زيادة دور المرأة في السياسة، وتمكين النساء.^٧

مقارنة التغطية في الصحافة ما بين الفاعلين السياسيين الذكور والاناث



^٧ كان التركيز هنا بشكل خاص من قبل مجموعة من البرلمانيات اللاتي تقدمن في برامج حوارية

٥. تثقيف الناخبين حول العملية الانتخابية^٨

اهتمت وسائل الإعلام بالحديث عن الجوانب الفنية والعملية للانتخابات بطريقة منتظمة. وتلقت الهيئات المشرفة على الانتخابات- المفوضية القومية للانتخابات واللجان العليا للانتخابات بالولايات - وأنشطتها تغطية مستمرة. الأخبار ركزت بالأساس على الإنجازات والأهداف التي حققتها الولايات فيما يخص الانتخابات فضلا عن التحديات التي تواجه إتمام عملية اقتراع نزيهة. وشملت هذه المشكلات الادعاءات بانحياز وتحزب مفوضية الانتخابات، والتي تقدمت بها بعض الأحزاب والإشاعات والحديث حول احتمال تأجيل الانتخابات.

المعلومات عن كيفية التصويت وعدد بطاقات الاقتراع اقتصر على البرامج السياسية والدعاية على حد سواء في وسائل الاعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية. ومع ذلك، قدمت بعض المحطات الإذاعية معلومات من خلال مجموعة متنوعة من الأشكال الصحفية من بينها البرامج الموسيقية والدرامية والبرامج الحوارية.

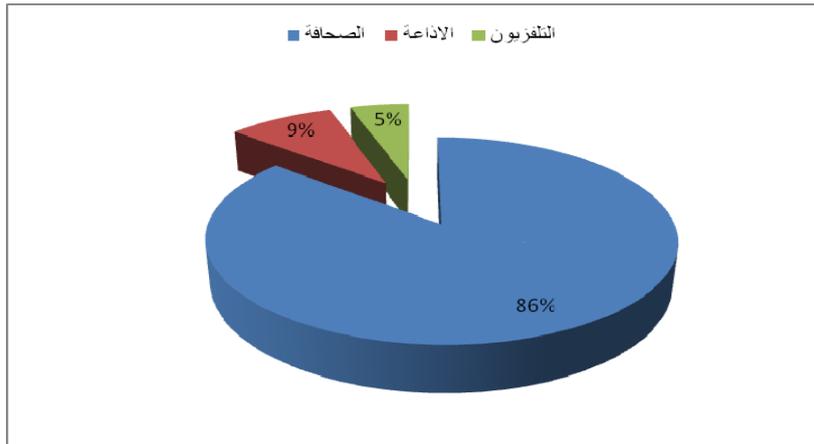
الأهداف الخاصة للتوعية الانتخابية كانت النساء وحققهن في التصويت. وعلاوة على ذلك، ركز الأحزاب والمرشحين خلال تغطياتهم الإعلامية على النساء وقضايا المرأة: وشجعوا النساء على المشاركة في الانتخابات ودعا بعض المرشحون المرأة بقوة إلى ممارسة حقوقها في التصويت باستقلالية وحرية.

أخيراً، الرسالة المتكررة التي تم طرحها على الناخبين- سواء عن طريق وسائل الإعلام أو أصحاب المصلحة الرئيسيين- شددت على أهمية إجراء انتخابات سلمية وعادلة.

٦. حديث الكراهية في التغطية الإعلامية^٩

من خلال عدد من حالات نشر خطاب الكراهية لوحظ في فترة الرصد أن ذلك النوع من الخطاب منخفض نسبياً ومحدود في نطاقه، سواء من حيث الرسالة أو الفئات المستهدفة. هناك ما مجموعه ١٠١ حالات تم تسجيلها خلال الفترة من ١٣ فبراير إلى ٧ مارس ٢٠١٠، ومعظمها في وسائل الإعلام المطبوعة.

نسب خطاب الكراهية عبر وسائل الاعلام المختلفة

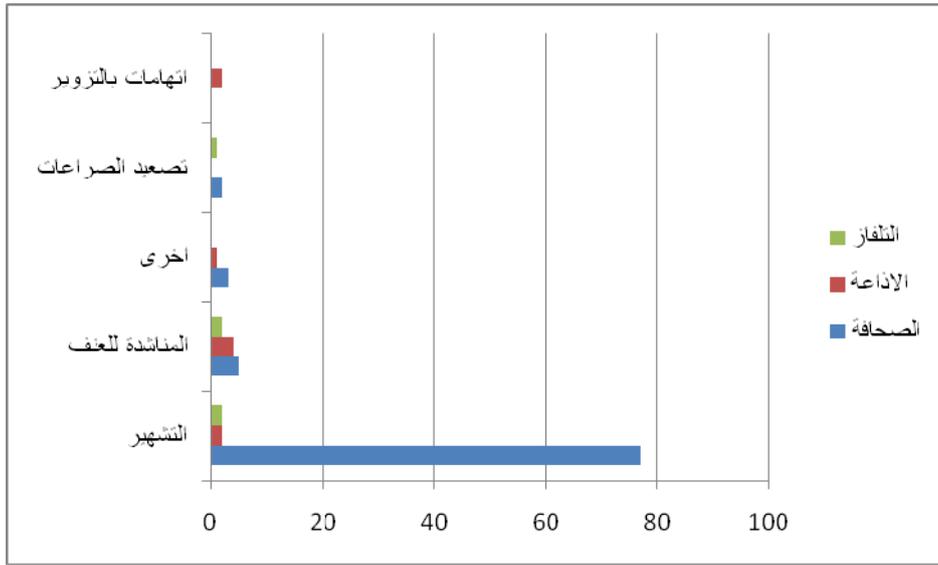


^٨ تشمل البيانات حول تثقيف الناخبين الفترة من ١٣ فبراير إلى ٧ مارس ٢٠١٠

^٩ البيانات الواردة في حديث الكراهية بناء على المعلومات المرصودة خلال الفترة من ١٣ فبراير إلى ٧ مارس ٢٠١٠

ولوحظ أن معظم الحالات تتعلق بأسلوب عنيف في الحملة الانتخابية والمواجهة بين المتنافسين الرئيسيين على خلاف الدعوات الموجهة إلى العنف والتمييز. أكثر أنواع حديث الكراهية سخونة وتكرارا هو اللغة التشهيرية بين المرشحين (٨١ حالة)، في حين أن أكثر الحالات خطورة- مثل الدعوة إلى العنف أو إلى تصعيد الصراع - كانت على يما يبدو محدودة للغاية (١٤ حالة). وعلاوة على ذلك، ففي حالات وجودها، يكون هذا النوع من الكراهية مرتبط بالموضوعات المتعلقة بالانتخابات والمتنافسين ولم يتطرق إلى قضايا طائفية أو إثنية أوسع نطاقا أو إلى استهداف فئات بعينها.

نوعية خطاب الكراهية من خلال وسائل الاعلام المختلفة



تأكد هذا الاتجاه من خلال تحليل نوعي لمصدر خطاب الكراهية^{١٠}، وكذلك الفئات المستهدفة به^{١١}. معظم المتكلمين كانوا إما من السياسيين والأحزاب (٥٣ حالة) أو وسائل الإعلام ذاتها (٣٦ حالة). وهناك حالات قليلة لوحظ فيها أن الجمهور- المشاهدين والقراء - ردد دعوات قوية لأعمال العنف، وكانت هذه الحالات محدودة جدا ولا يمكن أن ينسب القرار فيها بشكل مباشر للسياسة التحريرية في وسائل الإعلام. وجاءت غالبية الحالات التي كان الإعلام فيها مصدرا لخطاب الكراهية من وسائل الاعلام المطبوعة (٨٧ حالة) ثم الإعلام الإلكتروني (١٤ حالة). وبالمثل، كانت الأهداف الرئيسية لإلقاء الخطابات التحريضية هم السياسيين والمنافسين الانتخابيين (٩٨ حالة)، في حين ظهرت فئات أخرى بشكل محدود للغاية (٣ حالات)^{١٢}.

١٥ آذار، مارس ٢٠١٠

^{١٠} المصدر هو الشخص أو المجموعة التي أصدرت حديث الكراهية وفقا لما تنقله وسائل الإعلام

^{١١} الفئة المستهدفة هي الشخص أو المجموعة التي يتم توجيه حديث الكراهية إليها وفقا لما تنقله وسائل الإعلام.

^{١٢} الحالات الثلاثة التي لوحظت شملت مفوضية الانتخابات ودعوات ضد المجتمع الدولي ونقد حد للشرطة.



European Union

DFID Department for
International
Development



**Koninkrijk
der Nederlanden**



من الشعب الياباني
From the People of Japan



WITH SUPPORT FROM

European Union, DFID, Netherlands, Japan, Denmark, Sida, Norway, Italy, France, Spain